***Presseinformation Österreich***

# Erfrischend neuer Markenauftritt: Almdudler startet Kommunikationsoffensive mit neuer Kampagne und als National Partner des Eurovision Song Contest 2015

**(Wien, 1. April 2015) „Wenn du an Almdudler hast, bist du net allan!“ heißt es ab 4. April, wenn Almdudler mit seiner neuen Werbekampagne on air geht. Die weiterentwickelte Werbelinie ist Teil des neuen Markenauftritts des österreichischen Familienunternehmens, der ab sofort noch persönlicher und Ausdruck der sozialen Kraft von Almdudler ist. Als besonderes Highlight – und zur Betonung der neuen Ausrichtung – ist Almdudler National Partner des Eurovision Song Contest 2015.**

**Almdudler entfaltet die soziale Kraft der Marke – Almdudler ist mitten im Leben, fördert Emotionen und bringt die Menschen zusammen.**

„Almdudler steht seit Anbeginn für Geselligkeit, Lebensfreude und Miteinander. Was wir schon lange als Selbstverständlichkeit leben, soll sich nun noch stärker in unserer Kommunikation und Werbung wiederfinden.“ Mit diesen Worten präsentierte Almdudler Geschäftsführer Gerhard Schilling am Mittwoch den erfrischten Markenauftritt inklusive neuer Werbelinie. „Für uns bedeutet das die Weiterentwicklung der gesamten Kommunikation – intern wie extern. In Zeiten in denen Individualisierung und die Sehnsucht nach Austausch und Miteinander immer stärker spürbar werden, muss nicht nur Almdudler, sondern auch unsere Kommunikation nahe an den Menschen sein“, so Schilling weiter. Daher konzentriert sich das österreichische Familienunternehmen in der Werbung ab sofort noch mehr auf die soziale Kraft der Marke und wartet nach beinahe 30 Jahren mit einem neuen Claim auf.

**„Wenn du an Almdudler hast, bist du net allan!“**

„Unser Fokus lag nicht darauf uns in der Werbung neu zu erfinden, sondern das zu stärken, was bereits von Anfang an da war“, begründet Schilling. „Almdudler bringt die Menschen zusammen. Mit Almdudler ist man mittendrin statt nur dabei. Und das ist auch der Kern unseres neuen Claims, der in seiner Tonalität dem „Original“ gleicht, aber in seiner Aussage mehr verspricht“, erklärt Almdudler Marketingleiter Claus Hofmann-Credner. Umgesetzt wurde die Idee von der Werbeagentur Dirnberger de Felice Grüber, die mit Almdudler die Geschichte von Robinson Crusoe neu inszeniert. Trotz Südsee-Flairs greifen die tropische Version des Dirndls, eine Palmwedelhütte und modern interpretierte Alpenmusik im Hintergrund österreichische Traditionen auf. „Dass die Geschichte auf einer Insel spielt und nicht in den Alpen, spiegelt den zentralen Gedanken der

Kampagne wider: „Wenn du an Almdudler hast, bis du net allan!“ – ob in den heimischen Alpen oder eben auch im Rest der Welt“, so Hofmann-Credner weiter.

**Building Bridges: Almdudler ist DAS Erfrischungsgetränk des Eurovision Song Contest 2015**

Rechtzeitig zum neuen Kampagnenstart landet Almdudler den nächsten Coup und ist National Partner des Eurovision Song Contest (ESC) 2015. Die Partnerschaft ist für Almdudler eine logische Konsequenz des neuen Markenauftritts. „Es gibt kaum eine Veranstaltung, die mehr dafür steht Menschen und Kulturen zusammenzubringen, was sich auch im Motto ‚Building Bridges‘ deutlich zeigt. Als National Partner des Eurovision Song Contest sind wir überall dort, wo die Menschen zusammenkommen. Ganz nach unserem zentralen Leitgedanken. Denn unter anderem hosten wir exklusiv die offizielle ESC-Fanzone – das Eurovision Village am Rathausplatz“, freut sich Hofmann-Credner. Auch an allen Cateringstationen der Public Viewings, in der Stadthalle sowie im Backstage Bereich, Viewing Room und VIP-Bereich wird es Almdudler geben. Im Zuge der Partnerschaft ist Almdudler bei sämtlichen Aktivitäten des ESC mit dabei – ob im TV oder Online. Als besonderes Highlight startet Almdudler im Mai ein reichweitenstarkes Gewinnspiel – mit Bewerbung im TV, Online und direkt am POS. „Almdudler ist DAS Erfrischungsgetränk des ESC 2015“ und wird im TV mit über 25 Mio. Kontakten im Monat Mai 10x2 VIP-Tickets verlosen, freut sich Hofmann-Credner.

**Österreichweiter Kampagnen-Start – mit übergreifender online und offline Präsenz auf allen Kanälen**

Almdudler setzt seinen Schwerpunkt auch in diesem Jahr wieder im TV und Online. Zu sehen ist die neue österreichweite Kampagne ab Samstag. Online wird der neue Spot auf den wichtigsten Web-TV-Kanälen und YouTube (http://www.youtube.com/AlmdudlerTV) zur Verfügung stehen. „Die beiden Medien sind – so wie die Marke Almdudler – mitten im Leben unserer Konsumenten“, erklärt Hofmann-Credner. Insgesamt werden über 1.500 TV-Spots und 5 Mio. Online-Spots von April bis Dezember in den reichweitenstärksten Sendern zur Prime Time über 80 Mio. Kontakte erreichen. Im Umfeld des ESC wird es zudem spezielle Deluxe Promotiontrailer und sonderplatzierte Gewinnspieltrailer geben. Außerdem wird es rund um den ESC zahlreiche Promotions sowie Sampling- und Eventaktivitäten geben. „Die Emotionalität und Nähe muss an allen Touchpoints zu spüren sein“, so Hofmann-Credner. Daher zeigt sich der neue Markenauftritt beispielsweise auch in den Supermarktregalen. Dort bringt Almdudler nämlich seit kurzem auch die 0,5 Liter Flaschen im praktischen 6er-Tray und ermöglicht so auch das gesellige Beisammensein für Unterwegs.

**Über Almdudler**
Almdudler ist seit 1957 das österreichische Original. Natürlich echt, mit der Essenz der österreichischen Alpen und der Originalrezeptur aus natürlichen Alpenkräutern. Ohne Konservierungsstoffe und künstliche Aromen, steht das österreichische Familienunternehmen damals wie heute für Geselligkeit und Miteinander. Almdudler verbindet die Menschen und ist dort, wo sich das Leben abspielt, wo Menschen zusammenkommen. Mitten im Leben.

**„Wenn du an Almdudler hast, bist du net allan!"**

Mehr erfahrt ihr auf www.almdudler.com und http://newsroom.almdudler.com

**AVISO**: Der Almdudler Trachtenpärchenball findet am **25. September 2015** statt.
Der Vorverkauf wird rechtzeitig über www.facebook.com/trachtenpaerchenball angekündigt und natürlich auf der Almdudler Ballseite unter www.trachtenpaerchenball.at

**Credits TV-Spot:**
Idee & Konzept: Dirnberger de Felice Grüber
Filmproduktion: PPM Filmproductions GmbH
Regie: Marc Schölermann
Tonstudio: MG Sound

**Direktlink zur Presseinfo (Almdudler Newsroom):**
http://newsroom.almdudler.com/de/pressemitteilungen/erfrischter-markenauftritt/

**Fotocredits:** Almdudler. Der Abdruck für Pressezwecke ist honorarfrei.

**Wenn ihr noch Fragen habt – hier erreicht ihr uns jederzeit gerne:**
Almdudler Pressestelle
Jennifer Rosenberg, t +43 1 5139233-40, m +43 676 52 05 240
Elena Campagna, t +43 1 5139233-60, m +43 664 87 87 678
presse@almdudler.com