

IGLO

Neuer Anzug für die Green Cuisine

WIEN. Österreichs Tiefkühlmarktführer iglo hat seiner 2020 lancierten Green Cuisine-Range einen neuen Markenauftritt samt neuem Produktdesign verpasst: Mit einem neuen Logo für Green Cuisine, knallgrüner Farbe sowie einer klareren Abbildung der Produktinhalte sollen die Verpackungen moderner und aufmerksamkeitsstärker wirken; mit der besseren Sichtbarkeit will man es „nicht nur der vegan-vegetarischen Zielgruppe, sondern auch den Flexitariern leichter machen, die Produkte zu finden“, wie es in einer Aussendung heißt.

100% recycelbar bis 2023

Die grüne Farbe soll auch für den Anspruch von iglo stehen, auf nachhaltige Verpackung zu setzen. So verzichtet das Unternehmen nach Eigenangaben weitgehend auf fossile Materialien und vermeidet möglichst erdölasierte Plastikverpackungen. Bis Anfang 2023 ist das Ziel, das gesamte Portfolio auf 100% recyclingfähige Materialien umzustellen.

Begleitet wird der neue Markenauftritt von der internationalen Kommunikationskampagne „Curious Kids“, in welcher die Neugier der jungen Generation zur Ernährungswende in einer comichaften Darstellung thematisiert wird. (red)



© iglo Österreich (3)

© Ölmühle Fandler/Markus Lang-Bechl (2)



Trio

Josef Spindler (l.), zuständig für das operative Geschäft, und Peter Schloffer, (Produktion und Qualitätsmanagement), bilden mit Eigentümerin Julia Fandler die Geschäftsführung der Ölmühle.

Ölmühle Fandler: Bio-Öle mit Antlitz

„Fette Freunde“: Der steirische Familienbetrieb hat seinen edlen Tropfen ein modernes Design verpasst.

PÖLLAU. Seit 1926 stellt die Ölmühle Fandler im steirischen Pölla bei Hartberg Bio-Pflanzenöle her. Was mit heimischen Saaten begann, wurde im Laufe der Jahrzehnte um mediterrane Ölfrüchte und exotische Kerne erweitert; Ölsaaten wie Hanf und Kürbiskerne wachsen unmittelbar in der Region, andere Rohstoffe wie Macadamianüsse und Chiasamen stammen aus fernen Ländern.

15 Jahre nach dem letzten größeren Design-Update hat die Familie Fandler ihren nunmehr 20 Bio-Ölen neue Gesichter verpasst – und zwar wortwörtlich: Unter dem Titel „Fette Freunde“ wurden für die einzelnen Ölsorten illustrierte Charakterköpfe geschaffen.

Umweltschonend hergestellt

„Die Gesichter auf den neuen Etiketten unserer Öle sind für uns ein Symbol – sowohl für das Gemeinsame als auch für das In-

dividuelle, in der Familie und im Freundeskreis, in unserem Unternehmen, in der Gesellschaft“, erläutert Eigentümerin Julia Fandler die Gestaltungsidee.

Mit den neuen Etiketten setzt die Ölmühle auch ihre längerwährende Kooperation mit international renommierten Künstlern fort: Die Illustrationen stammen von der französischen

Künstlerin Jeanne Detallante, die bereits für die Magazine *Vogue*, *Vanity Fair* und die *New York Times* sowie für Marken wie Prada und Diptyque gearbeitet hat.

Bei der Verpackung wurde auf umweltschonende Herstellung und kurze Transportwege geachtet und weitgehend auf Kunststoffe verzichtet. (red)



Charakterköpfe Die Illustrationen auf den Etiketten der Bio-Öle von Fandler stammen von der französischen Künstlerin Jeanne Detallante.