

PRESSEINFORMATION

all i need: Eine erfrischende Erfrischung.

Der neue Auftritt der Bio-Getränkemarke bringt Illustration, Inspiration – und kleine Auszeiten vom großen Alltag.

Mit einem völlig neuen Markenauftritt, einer frischen und erfrischenden Kampagne und jeder Menge Inspiration meldet sich all i need. kommunikativ zurück.

Entspannender, natürlicher und selbstbewusster denn je. Entwickelt wurde die neue Positionierung gemeinsam mit der Wiener Kreativagentur AANDRS – und das Ergebnis ist kein Facelift, sondern ein ganz neues Lebensgefühl in der Dose.

„Das ist ein Revival mit Haltung. Wir haben all i need. nicht neu erfunden, sondern einfach neu gefühlt – und das ist in jeder Message, jedem Detail, jedem Schluck spürbar. Mit einer Kampagne, die inspiriert, die auffällt, und die vor allem eines tut: sich richtig gut anfühlen“, so Magda Pichler, Marketingleitung all i need.

Natürlich inspirierend. Nie langweilig.

Die neue Markenidentität bringt auf den Punkt, was all i need. schon immer war: Authentisch. Natürlich. Inspirierend. Der Fokus liegt dabei auf echten Werten, hochwertigen Bio-Zutaten und dem Anspruch, mit kleinen Momenten Großes anzustoßen.

„Wir wollen eine Marke, die spricht, wie wir denken. Die sich anfühlt wie ein ehrlicher Gedanke. Und die einen Schluck Leichtigkeit und Qualiteatime mit der Brand in den Alltag bringt“, so René Pichler von AANDRS über die neue Identität der Marke.

all i need: Eine kleine Auszeit vom Alltag.

Die neue Kampagne läuft von der KW 22-24 und zeigt sich verspielt, aber nie beliebig. Headlines wie „all i need: Den Kopf in Träume stecken.“ oder „all i need: Mal eben den Alltag überspringen.“ begegnen dem ernstesten Leben mit einem Augenzwinkern und laden zum Mitmachen ein. Unterstützt wird das Ganze durch einen charakteristischen Illustrationsstil und ein visuelles Erscheinungsbild, das Haltung und Unterhaltung vermittelt – von der Typo bis zur Farbwelt.

Große Botschaften brauchen große Formate.

Wer so lange ruhig war, kann schon auch mal so richtig auf sich aufmerksam machen. Deshalb wird die neue Kampagne OOH auf großflächigen Megaboards, Citylights, Digi Lights sowie Digital und via Social Media (TikTok, Instagram) ausgespielt. Dazu kommen eine überarbeitete Website, Samplings, Merch und aufmerksamkeitsstarke POS-Materialien.

Über all i need.

Die österreichische Marke all i need. wurde 2010 mit dem Anspruch gegründet, erfrischende Teegetränke aus 100 % natürlichen Zutaten zu kreieren. Die aktivierenden Sorten – ob Green Tea, White Tea oder Mate Tea – vereinen Qualität, Geschmack und Nachhaltigkeit auf erfrischende Weise. Dank dieser klaren Vision hat sich all i need. in Österreich als Marke mit Vorbildcharakter etabliert. Anfang 2025 kehrte all i need. in seine Heimat Österreich zurück und ist seither Teil der Ottakringer Getränke Gruppe. Marketing und Vertrieb hat Vöslauer übernommen und bringt die beliebte Teegetränke-Marke zurück in die Köpfe der Konsument:innen.

www.allineed.com, [instagram.com/allineedtea](https://www.instagram.com/allineedtea)

Weitere Informationen:

Petra Artner, petra.artner@voeslauer.at, + 43 676 753 12 18

Celina Alvarez Cadena – ca@loebellnordberg.com, +43 676 330 51 54

Über die Vöslauer Mineralwasser GmbH

Die Vöslauer Mineralwasser GmbH, mit Sitz im niederösterreichischen Bad Vöslau, ist mit rund 40 % Marktanteil die klare Nummer eins am österreichischen Mineralwassermarkt. Die Exportquote beträgt rund 21 %. Das Familienunternehmen beschäftigt aktuell rund 200 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Diversität und Inklusion sind fest in den Unternehmenswerten verankert, als familienfreundlicher Betrieb trägt Vöslauer u. a. das staatliche Gütezeichen „berufundfamilie“. Für Vöslauer ist die nachhaltige, ressourcenschonende Produktion eine wichtige unternehmerische Verantwortung. Schon heute bestehen alle Vöslauer PET-Einwegflaschen zu 100 % aus rePET (recyclten Flaschen). Das restliche Sortiment ist Mehrweg, dessen Anteil stetig weiter ausgebaut wird – Ziel ist es, diesen bis 2030 auf 40 % zu verdoppeln. Vöslauer ist das erste Mineralwasserunternehmen, das eine 0,5 l Glas-Mehrwegflasche im Handel und seit April 2022 die bisher einzige PET-Mehrwegflasche in Österreich anbietet. Übrigens, Vöslauer Mehrwegflaschen tragen das Österreichische Umweltzeichen. Alle diese Maßnahmen tragen zur Reduktion der CO₂-Emissionen des Unternehmens bei: Verglichen mit 2005 konnte Vöslauer so 50 % seiner CO₂-Emissionen aus eigener Kraft reduzieren, bis 2030 sollen, verglichen mit 2019, weitere 28 % CO₂ eingespart werden. Nach und nach nachhaltiger eben – das ist das Ziel der Vöslauer Nachhaltigkeitsagenda 2030.

www.voelslauer.com, www.voelslauer.com/agenda2030, www.jungbleiben.com, www.repet.com, www.allineed.com
www.facebook.com/Voeslauer, www.linkedin.com/company/voeslauer, #jungbleiben, #voelslauer

Weitere Informationen:

Petra Artner, petra.artner@voeslauer.at, + 43 676 753 12 18

Celina Alvarez Cadena – ca@loebellnordberg.com, +43 676 330 51 54