

# Efter kritiken: Oatly kommunicerar via uppdaterad förpackning

Kritiken mot Oatlys samarbete med riskkapitaljätten Blackstone Growth fortsätter. Nu byter det svenska livsmedelsföretaget tillfälligt ut texten på sin förpackning för att nå ut med sin kriskommunikation till en större målgrupp

Av: Lina Börjesson, kommunikationschef på Oatly

PUBLICERAD: I DAG 18:41



FOTO: ELSA PRIGOROWSKY  
Oatlys tillfälligt uppdaterade förpackning.

**Sommaren 2020 blev det känt att riskkapitalbolaget Blackstone Growth investerade stora summor i livsmedelsföretaget Oatly. Det är amerikanska Blackstone som anklagas för byggnationen av en motorväg genom Amazonas samt äger och investerar i bolag som är ansvariga för att skövla regnskog. Partnerskapet väckte ilska reaktioner på sociala medier och kritiken fortsätter än idag.**

## Samarbetet med Blackstone Growth kritiserar

Det svenska företaget Oatly har de senaste åren fått ett enormt genomslag. De positionerar sig som ett företag med hög hållbarhetsprofil och uttrycker att de finns av en enda anledning: att göra det enkelt för folk att äta och dricka så att de mår bra och samtidigt slipper oroa sig för att de tär på planetens resurser. Företaget har fått massiv kritik på sociala medier och folk kritiserar Oatlys beslut att samarbeta med Blackstone Growth och menar att det går emot allt Oatly står för. De som står bakom kritiken menar att Oatly borde skämmas och hotar med att bojkotta företaget.

## Oatly: Övertygade om att Blackstone Growths investering kommer stärka den globala hållbarhetsrörelsen

Flera personer har på Twitter, Facebook och Instagram deklarerat att de kommer sluta konsumera Oatlys produkter. "Det är tydligt att det handlar om att tjäna mer pengar oavsett vem som vinner på det. Tråkigt då jag älskar produkterna men jag kommer att byta till ett annat varumärke", skriver en person på Twitter. "Jag kan inte acceptera detta och kommer sluta köpa Oatly", skriver en annan. Oatly försvarar beslutet och menar att investeringen inte handlade om pengar. De förklarar att samarbetet med ett så stort företag som Blackstone Growth kan skapa långsiktiga samhällsförändringar och är ett steg i rätt riktning mot en mer hållbar värld. Oatly ifrågasätter samtidigt kritiken och undrar om det inte är bättre att de stora företagen investerar i företag som satsar på hållbarhet snarare än företag som inte är speciellt hållbara.

## Oatlys uppdaterade havredrycksförpackning

Oatly har jobbat hårt med att besvara kritiken på sina digitala plattformar och får nu ta till nya former för att nå ut till en bredare målgrupp. Företaget har tidigare uppmärksammats över sitt sätt att kommunicera i form av innovativa reklamkampanjer och unika broschyrer. Nu använder de sin populära havredrycksförpackning för att besvara intressenters kritik. "Vi är övertygade om att Blackstones investering i Oatly kommer stärka den globala hållbarhetsrörelsen avsevärt och hjälpa oss att vinna mark när det gäller att hantera de långsiktiga irreversibla effekterna av klimatförändringar", skriver Oatly på förpackningen.



FOTO: Oatlys ursprungliga förpackning för den populära havredrycken.

Det är första gången på flera år som Oatly ändrar designen på sin förpackning. Det är även första gången ett företag använder en livsmedelsförpackning för att kommunicera sin kriskommunikation. Detta går i linje med Oatlys nytänkande när det gäller deras tidigare marknadsföring och kommunikation. Att kommunicera via ett nytt medium i form av havredrycksförpackningen gör alltså att Oatly når ut till en större målgrupp. På detta sätt skapar de nya relationer och bygger upp ett starkare förtroende bland sina konsumenter.

## "Samma företag som de alltid varit"

Den uppdaterade havredrycksförpackningen uppmärksammas på sociala medier. Med hashtaggen #SupportOatly delar Oatlys konsumenter bilder på förpackningen på Instagram och Twitter. "Oatly är samma härliga företag som de alltid varit, de har goda intentioner", skriver en person på Instagram. En annan person skriver "Nu kan Oatly ta över världen!". Oatly svarar och tackar för stödet. De förklarar att samarbetet med Blackstone Growth var ett etiskt beslut och att de är, och alltid kommer att vara, ett företag som utmanar normen för att pusha hållbarhetsrörelsen framåt. Med hjälp av Blackstone Growth har de nu chansen att visa världen att gröna företag som Oatly är bra investeringar för framtiden. Oatly tydliggör att deras värderingar och visioner inte har förändrats, utan att de kommer fortsätta kämpa för att inspirera fler människor att göra förändringar som gör stor skillnad, och det är just därför de väljer att samarbeta med Blackstone Growth.