

© drinktec

Fachpressetreffen und Diskussion im Vorfeld der drinktec: Auf dem Schiff schlugen die Wogen der Getränkezukunft hoch.

Die Farbe der Limo

Die drinktec, die wichtigste Messe für die Getränke- und Liquid-Food-Industrie, warf einen Blick in die Zukunft.

MÜNCHEN. Protektionismus, Nationalismus, Populismus, Brexit – alles Schlagwörter, die bei der letzten drinktec, der Weltleitmesse für die Getränke- und Liquid-Food-Industrie, kaum jemand auf dem Radar. hatte. Das hat sich geändert. Die Frage, die nun im Raum steht: Was bedeutet es für internationale Unternehmen der Getränke- und Zulieferindustrie, wenn aus Zuversicht Angst, und aus einem „Wir gemeinsam" ein „Ich zuerst" wird? Damit beschäftigte sich eine Podiumsdiskussion im Vorfeld der drinktec 2017, die vom 11. bis 15. September auf dem Gelände der Messe München stattfinden wird.

Verändertes Umfeld

Die Nachrichtensendungen zeigen es: Die Welt scheint aus den Fugen; die Unwägbarkeiten der Politik lassen die Märkte nicht unberührt.

Rahmenbedingungen wie Wasserknappheit, Fachkräftemangel und schwierige klimatische Bedingungen erschweren den Zugang. Wie agieren in einer Welt, deren einzige Konstante die Unwägbarkeit ist? Im Rahmen der drinktec-Podiumsdiskusssion wies Volker Kronseder, Aufsichtsratsvorsitzender Krones AG (deutscher Hersteller von Anlagen für die Abfüllung und Verpackung von Getränken, Anm.), auf den Armutsbericht der Weltbank hin – speziell auf die Rolle des *Freihandels*, der „einen wichtigen Beitrag leistet, denn mit diesem steigt auch der Wohlstand der Bevölkerung".

Von diesem Wohlstand wiederum profitierten die Getränke- und Lebensmittelindustrie. Zumal er vorerst bescheiden ausfällt: Die neue Mittelschicht kann sich kein Auto und keinen LED-Fernseher leisten, aber sie belohnt sich umso öfter mit einem Bierchen – oder einem Softdrink.

Sinalcos Farbenspiele

„Wenn ein Markenprodukt beim *ersten* Probieren allerdings nicht überzeugt, war es das. Es wird kein zweites Mal gekauft", gab Mario Mais, Brand Consulting Manager Sinalco International Brands GmbH & Co. KG, zu bedenken. Es sei daher wichtig, mit einem gut vernetzten lokalen Partner zusammenzuarbeiten, um die Rezepturen an die landestypischen Besonderheiten anzupassen. „Für Araber muss Sinalco beispielsweise als Orangengetränk orange sein und nicht gelb wie bei uns." *(red)*

Coke zero bleibt auch weiter ein Hero

Coca-Cola Company dementiert die Gerüchte um eine Einstellung.

WIEN. Coca-Cola zero abschaffen? Nein, Entwarnung! Entsprechende Medienberichte fußen auf einem Irrtum. Coca-Cola zero hat eine neue, verbesserte *Rezeptur* – und da und dort einen neuen Namen. Besonders die Tatsache, dass in einigen Ländern – nicht in Österreich – mit der neuen Formel der Name des Produkts angepasst wurde, sorgte für Verwirrung. Bei Coca-Cola No Sugar – in einigen Märkten als Coca-Cola zero sugar bekannt – handelt es sich wiederum um eine neue Rezeptur, die weltweit eingeführt wird.

Das neue Coke zero kommt dem des klassischen Coca-Cola näher denn je, obwohl es keinen Zucker enthält. Coca-Cola No Sugar wurde erstmals im Jahr 2016 eingeführt und wird 2017 in weitere Märkte gebracht. In Österreich wurde die neue Formulierung von Coca-Cola zero im März 2017 eingeführt. Der Name wurde hierzulande nicht verändert.

„Coca-Cola zero steht seit seiner Einführung vor zehn Jahren in Österreich für eine beeindruckende Erfolgsgeschichte", betont Lisa-Maria Moosbrugger, Brand Manager Sparkling bei Coca-Cola Österreich. *(nov)*



© Coca-Cola Österreich

Am besten im Glas: Coca-Cola zero.