



MEHR ALS NUR COCA-COLA

ZEHN PROZENT WENIGER ZUCKER – SO LAUTET DAS EHRGEIZIGE ZIEL VON COCA-COLA IN EUROPA. UM DAS ZU ERREICHEN, WERDEN VERSCHIEDENE MASSNAHMEN ERGRIFFEN.

Coca-Cola Österreich befindet sich in einem Wandel. Immer mehr Menschen achten auf ihre Zuckeraufnahme und erwarten sich dabei Unterstützung von den Unternehmen, deren Produkte sie konsumieren. Auch Coca-Cola Österreich spürt diesen Wunsch und reduziert daher gemeinsam mit der Soft Drink Industrie in Europa (UNESDA) den Zuckergehalt in seinen Getränken bis 2020 um 10 Prozent.

Verbesserte Rezepte

Um dieses ambitionierte Ziel zu erreichen, sind zahlreiche Maßnahmen notwendig. Ein zentraler Schritt sind verbesserte Rezepte. In Österreich wird seit diesem Jahr beispielsweise bereits die Hälfte des Zuckers in Coca-Cola life durch Steviolglycoside ersetzt und auch der Zuckergehalt von Sprite konnte massiv reduziert werden. Mindestens genauso wichtig sind innovative neue Getränke: Konsumenten können seit 2017 selbst entscheiden, ob sie lieber Fanta mit oder das neue Fanta zero ohne Zucker trinken.

Auch die kleineren, handlicheren Verpackungen spielen eine wichtige Rolle bei einer reduzierten Zuckeraufnahme. Denn oft sind die nun erhältlichen 250 ml Dosen vollkommen ausreichend für die Erfrischung zwischendurch.

Überraschend große Auswahl

Doch die Veränderung ist noch viel weitreichender: Nach nunmehr 131 Jahren entwickelt sich Coca-Cola zu einem umfassenden, innovativen Getränkekonzern für alkoholfreie Getränke. Über 500 verschiedene Marken umfasst das Portfolio weltweit – und auch in Österreich gibt es mittlerweile fast 50 verschiedene Getränke, mehr als die Hälfte davon bereits mit wenigen oder keinen Kalorien. Das Angebot umfasst aktuell neben Coca-Cola, Fanta und Sprite auch zum Beispiel Mineralwasser, Eistee, Fruchtsäfte, Energy Drinks und Sportgetränke. So bietet Coca-Cola für jeden Geschmack und Lebensstil das richtige Getränk.

Transparente Informationen

Da Konsumenten selbst entscheiden, was gut für sie und ihre Familien ist, bietet Coca-Cola transparente Informationen zu seinen Produkten. Coca-Cola war zum Beispiel eines der ersten Unternehmen, das 2009 den sogenannten GDA-Nährwertkompass auf der Vorderseite seiner Verpackungen eingeführt hat.

Der Konsument erkennt damit auf einen Blick, wie viele Kalorien in einer Portion eines Getränkes enthalten sind und wie hoch der Anteil dieser an der empfohlenen täglichen Gesamtenergieaufnahme ist. Für eine verbesserte Vergleichbarkeit sind auch die Kalorien pro 100 ml ausgewiesen.

Keine Werbung an Kinder unter 12 Jahren

Auch verantwortungsvolles Marketing wird bei Coca-Cola großgeschrieben. Coca-Cola richtet keine Werbung – egal für welches Produkt – an Kinder unter 12 Jahren. Externe Auditoren überprüfen regelmäßig diese freiwillige Selbstverpflichtung. Bereits seit vielen Jahren sind keine Getränke von Coca-Cola mehr in Volksschulen erhältlich. Mit Ende 2018 verkauft das Unternehmen auch in höheren Schulen keine Produkte mehr mit zugesetztem Zucker. Da Coca-Cola auf jegliche Werbung in Schulen verzichtet, sind auch sämtliche Getränkeautomaten in diesem Umfeld neutral und ohne Werbung gestaltet.