

Pressemitteilung

Neue Coca-Cola Zero Ausstattung für die Gastronomie

- **Coke Zero Black Edition verbindet Design mit Qualität und Flexibilität**
- **Neues Programm unterstreicht Ausstattungskompetenz in der Gastronomie**

Berlin, 05. August 2010. Mit dem Ziel, Gastronomen mehr Absatzchancen zu bieten und ihnen die Möglichkeit zu geben, auf alle Konsumentenbedürfnisse einzugehen, hat der Getränkehersteller Coca-Cola eine neue Werbemittellinie für Coca-Cola Zero eingeführt. Die neue Coca-Cola Zero Black Edition verkörpert wegen ihres anspruchsvollen Designs und des schwarzen Looks eine visuell attraktive Identität für die Marke und steigert damit das Markenerlebnis für den Gast am Tisch. Gastronomen werden so in der Kommunikation zum Gast unterstützt, wodurch ihnen unmittelbar geholfen wird, mehr zu verkaufen.

Coca-Cola Erfrischungsgetränke AG

Geert Harzmann
Pressesprecher
Telefon: +49 (0) 30 22606-94 84
Telefax: +49 (0) 30 22606-91 10
gharzmann@eur.ko.com

Friedrichstraße 68
10117 Berlin
www.cceag.de

„In der Gastronomie zeichnet sich schon lange der Trend ab, Zuwächse über eine breite Angebotspalette zu generieren. Besonders bei kohlenensäurehaltigen Getränken und zuckerfreien Alternativen sehen wir weitere Wachstumspotenziale“, erklärt Thomas Novak, Leiter Marketing Außer-Haus Markt .

Seit der Einführung von Coke Zero 2006 werden auch in der Gastronomie solche Alternativen stärker nachgefragt. Viele Gäste wünschen sich neben der klassischen Coca-Cola und der kalorienfreien Coca-Cola light deshalb auch die zuckerfreie Coke

Zero. Denn während die klassische Coke mit ihrem einzigartigen Geschmack Erfrischung für Jedermann garantiert, begeistert Coke Zero besonders Männer, die echten Geschmack ohne Zucker suchen. Coke light hingegen ist eine Alternative für Frauen, die Genuss mit Null Kalorien wünschen.

Inszenierungskunst und Ambiente

Neben dem Markenerlebnis rücken aber auch Service- und Geschmackserlebnisse für den Gast immer stärker in den Vordergrund. In der erfolgreichen Gastronomie zählt daher die Inszenierungskunst, die den Gast ebenso überzeugen muss wie die Qualität von Speisen und Getränken. In diesem Bereich punktet die neue Coca-Cola Zero Black Edition, die sich Dank des dezenten Brandings in jedes Ambiente integriert. Die Angebotspalette der Werbemittel ist so hochwertig wie vielfältig und reicht von Tisch- und Gehwegaufstellern, Tablett, Motioncards, Eiswürfelboxen bis hin zu Liegestühlen für die Außengastronomie.

Coca-Cola Erfrischungsgetränke AG

Geert Harzmann
Pressesprecher
Telefon: +49 (0) 30 22606-94 84
Telefax: +49 (0) 30 22606-91 10
gharzmann@eur.ko.com

Friedrichstraße 68
10117 Berlin
www.cceag.de

Die Coke Zero Black Edition ist ein weiterer Bestandteil der Coca-Cola Offensive für mehr Servicequalität in der Gastronomie. Unter dem Konzeptdach „*Perfekt serviert*“ werden Gastronomen kompetent hinsichtlich Getränkesortiment und Verpackungsmix beraten und umfassend über die Vorteile des Services in der Glasflasche informiert.

Mehr Informationen auf www.cceag.de in der Rubrik „Kundenservice“.