

Coca-Cola GmbH Public Affairs & Communications

Stralauer Allee 4
10245 Berlin
Germany

Kontakt: Stefanie Effner

Pressestelle
T +49(0) 30 22 606 9800
F +49(0) 30 22 606 9110
presse@coca-cola-gmbh.de
www.coca-cola-deutschland.de

Coca-Cola erweitert Getränkesortiment: Neuer Eistee Fuze Tea ab Januar erhältlich

Berlin, 02. Januar 2018 – Coca-Cola bringt ab dem 02. Januar 2018 die Eistee-Marke Fuze Tea auf den deutschen Markt. Fuze Tea ist aktuell in 40 Ländern weltweit verfügbar und zählt mit einem Markenwert von über 1 Milliarde US-Dollar zu den erfolgreichsten und am schnellsten wachsenden Marken der The Coca-Cola Company. Der Eistee ist in Deutschland in vier Geschmacksrichtungen erhältlich: Schwarzer Tee Pfirsich, Schwarzer Tee Zitrone sowie in den beiden kalorienreduzierten Sorten Grüner Tee Mango-Kamille und Schwarzer Tee Pfirsich-Hibiskus. „Mit der Einführung von Fuze Tea setzen wir unsere Strategie fort, unser Getränkeangebot weiter auszubauen und dem Verbraucher für jeden Anlass das passende Produkt anzubieten“, sagt Andreas Jöhler, Marketing Direktor von Coca-Cola Deutschland. Fuze Tea ist das erste in einer Reihe von neuen Produkten, die Coca-Cola für das Jahr 2018 plant.

Fuze Tea ersetzt Nestea

Nachdem Coca-Cola und Nestlé im vergangenen März angekündigt hatten, die Partnerschaft in der Kategorie Eistee zum Jahresende aufzulösen, haben Coca-Cola und das Abfüllunternehmen Coca-Cola European Partners in den letzten Monaten gemeinsam den Weg für Fuze Tea bereitet. Der neue Eistee löst im Coca-Cola Portfolio die Marke Nestea ab und ist künftig bundesweit in über 20.000 Handelsfilialen sowie im Außerhausmarkt in 0,4 Liter und 1,0 Liter PET-Flaschen erhältlich. Abgefüllt wird Fuze Tea am Standort Halle/Saale. Die neuen Geschmacksrichtungen sind im Entwicklungszentrum von Coca-Cola in Brüssel entstanden und wurden an die Geschmacksvorlieben der Verbraucher in den verschiedenen europäischen Märkten angepasst.

Integrierte Marketingkampagne zum Start

Die Produkteinführung wird durch eine umfangreiche Marketingkampagne begleitet. „Nimm dir Zeit für dich“ lautet der Titel des Kampagnenspots, der ab der KW 3 auf YouTube und im TV zu sehen ist. Hinzu kommen weitere Maßnahmen ab Februar, zum Beispiel Out-of-Home-Werbung und Influencer Kooperationen. Die Kampagne, die darüber hinaus auch digital und auf sozialen Plattformen wie Facebook und Instagram verlängert wird, richtet sich insbesondere an die Verbrauchergruppe der Millennials.

Über Coca-Cola

Die The Coca-Cola Company mit Sitz in Atlanta (USA) ist mit einem Portfolio von mehr als 500 Marken der weltgrößte Anbieter von alkoholfreien Getränken. Weltweit sind wir Anbieter Nummer 1 bei Erfrischungsgetränken mit und ohne Kohlensäure. Zu unserem Sortiment zählen auch Wässer, Sportgetränke, Energydrinks, Tees sowie Heißgetränke. Täglich werden in mehr als 200 Ländern mehr als 1,9 Milliarden Mal Produkte unseres Hauses getrunken. Weltweit arbeiten mehr als 700.000 Mitarbeiter für Coca-Cola.

Wir produzieren immer lokal, in Deutschland seit 1929. Coca-Cola beschäftigt hierzulande rund 9.000 Mitarbeiter. Unser Portfolio umfasst mehr als 80 Produkte aus allen Segmenten alkoholfreier Getränke.

Coca-Cola verfolgt eine umfassende Nachhaltigkeitsstrategie und berichtet regelmäßig über die Fortschritte. Im Jahre 2015 zeichnete die VERBRAUCHER INITIATIVE e.V. (Bundesverband) Coca-Cola Deutschland als im Bereich Nachhaltigkeit sehr stark engagierten Hersteller mit einer Goldmedaille aus.

Weitere Informationen auf: www.coca-colacompany.com und www.coca-cola-deutschland.de.
Folgen Sie uns auch auf Twitter unter @CocaCola_De oder LinkedIn unter www.linkedin.com/company/the-coca-cola-company.