

# Trinkspaß & Partylaune

Im Miniaturen-Segment spielt Unterhaltung eine große Rolle. So auch bei den Energy-Drinks, die mit grellen Farben und auffällig gestalteten Designs den Gast in ihren Bann ziehen wollen. Egal, ob pur oder im Mix mit Alkohol – Energy-Drinks beleben die Szene und heizen den Umsatz an.



Bag-in-Box, Kostüme im Tiger-Look, Getränkestationen und gebrandete Dosen – der Getränkespezialist Grapos bietet gemäß der Unternehmensphilosophie

## Der Umsatz-Tiger ist los

Heute sind Energy-Drinks nicht mehr aus der Gastronomie wegzudenken. Sie sind vor allem als Bestandteil von diversen Mixgetränken sehr gefragt und beim Gast äußerst beliebt. Für Gastronomen wäre diese Tatsache ja sehr erfreulich, wenn da nicht das aufwendige Handling wäre. Dosenberge stapeln sich in den Lagerräumen bis zur Decke und der Entsorgungsaufwand der leeren Dosen und die recht ansehnlichen Kosten, die dabei entstehen, können die Freude am Energy-Drink-Angebot recht schnell trüben. Eine Lösung für dieses Dilemma bietet der steirische Getränkeprofi Grapos mit seinen „Contiger Energydrinks“. Diese werden als Premix-Fertigetränk und als Postmixsirup – beides im Container – oder in der 10- bzw. 20-kg-Bag-in-Box geliefert.

Grapos-Geschäftsführer KommR Wolfgang Zmugg kennt die Vorteile: „Eine einzige 20-kg-Bag-in-Box enthält 575 Portionen Energy-Drink à 0,2 Liter. Die Bag-in-Box wird zugestellt, angeschlossen und kommt dann über den Papier- und Plastikmüll ins Recycling. Der Vorteil liegt hier klar auf der Hand: Kosteneinsparung bei der Lagerung, der Kühlung und dem Transport.“

Die Schankanlage steuert die Portionierung für Mixgetränke präzise, und Schwund gehört endgültig der Vergangenheit an. „Die Getränke wandern immer frisch und gekühlt über den Tresen. Das Personal hat Zeit, sich um die Gäste zu kümmern, anstatt Dosen zu öffnen und nach der Sperrstunde riesige Müllberge zu entsorgen“, so Zmugg. Grapos bietet Contiger auch in der 250-ml-Slimdose an. Ab einer bestimmten Abnahmemenge sogar mit dem jeweiligen Logo des Lokals oder eines Events gebrandet – „Eine tolle Möglichkeit zur Eigenwerbung, die vor allem Discos und Szeneculbs gerne nutzen“, weiß Zmugg.



## Wahre Eye-Catcher

Ein Blickfang im Lokal ist die „Contiger Energy Station“. Hierbei handelt es sich um ein Stand-Alone-Gerät im typischen Streifendesign einer Contiger-Dose.

Für größere Runden hat Grapos die mobile Energy-Zapfsäule mit 3-Liter-Fassungsvermögen im Programm. „Hier kann der Gast selbstständig Zapfen, was erfahrungsgemäß eine Menge Spaß bereitet. Der Vorteil für den Gastronom liegt ebenso klar auf der Hand: neben den Gästen, die sich gut unterhalten, spart man an Personal“, so Zmugg.

Die Contiger-Rakete gilt als beliebtes Gimmick für gesellige Runden. Sie fasst eine Flasche Hochprozentiges und sechs Contiger-Dosen inklusive Eiswürfel – dem Partyspaß steht somit nichts mehr im Weg

Die „Contiger“-Produkte von Grapos sorgen für Spaß und Unterhaltung beim Gast, was er dem Gastronomen mit mehr Umsatz dankt

(Bilder: Grapos)



alles aus einer Hand

Die Contiger-Rakete reiht sich ebenfalls als beliebtes Gimmick für gesellige Runden in das Sortiment von Grapos ein. Sie fasst eine Flasche Hochprozentiges, beispielsweise Wodka, und sechs Contiger-Dosen inklusive Eiswürfel. „Seit Jahren geschätzt werden die vielen Vorteile von Contiger ganz besonders von den großen Betrieben der Unterhaltungsgastronomie, die in wenigen Abend- bzw. Nachtstunden unzählige durstige Gäste versorgen“, freut sich der Grapos-Geschäftsführer.

Eine weitere Möglichkeit, den Umsatz in Schwung zu bringen, bieten auch zahlreiche Werbemittel im dekorativen Tigerlook. Ebenso erhältlich ist eine Mode- und Accessoire-Kollektion in Schwarz mit Tigerstreifen – über die Website [www.contiger.com](http://www.contiger.com) bestellbar.

Mit all diesen Attributen bleibt Grapos der Unternehmensphilosophie „Alles aus einer Hand“ treu. So ist ein Team für Contiger, Schankanlage und Service verantwortlich – das erspart jede Menge Ärger und viel Zeit. [www.contiger.com](http://www.contiger.com)

### Rhino's ohne Zucker

„Der allgemeine Trend zu zuckerfreien Getränken bei Softdrinks ist unverkennbar. Als innovative deutsche Qualitätsmarke übernahm rhino's energy mit seiner zuckerfreien Variante bereits 2006 eine Vorreiterrolle“, sagt Andreas Pechl, Marketing rhino's energy. Nun bringt der Münchner Energydrink-Hersteller eine zur Gänze zuckerfreie Variante auf den Markt. In der Produktentwicklung wurde akribisch darauf geachtet, auch mit der Zero-Variante exakt den Geschmack des rhino's classic zu treffen: „Der rhino's energy drink zero richtet sich an den Verbraucher, der gerne zuckerfreie Produkte konsumiert und dabei aber nicht auf den spritzig-erfrischenden Geschmack des rhino's energy classic verzichten will. Das Dosendesign im eleganten Schwarz-Silber reiht sich nahtlos in die rhino's-Produktfamilie ein“, so Pechl.

„Unser leistungsstarkes Sortiment gibt eine klare Antwort auf die aus der Konsumentennachfrage resultierenden Kundenbedürfnisse und beinhaltet demzufolge Energy-Drinks wie rhino's classic, rhino's zero, rhino's cherry acai, rhino's redberry sowie rhino's blueberry als zusätzlichen Functional-Drink. Unser Können und unser Leistungsvermögen in Vertrieb und Marketing in Kombination mit dem innovativen Sortiment – dies ist der Schlüssel zu unserem Erfolg“, sagt rhino's-energy-Geschäftsführer DI Marco Zielinski. [www.rhinos-energy.com](http://www.rhinos-energy.com)

### Erfolg mit Großgebinden

„Rox Energy Drink“ reüssiert in Österreich bereits seit 1995 und ist insbesondere für die PET-Gebinde im 1-Liter und 1,5-Liter-Format bekannt. „Seit vielen Jahren ist Rox auch eine der fixen Größen am internationalen Markt für Energy-Drinks, wobei unser Vertriebs-Fokus bei der 250-ml-Dose auf Afrika und Asien liegt und diverse Länder wie Ghana, Liberia, Mali, Südkorea oder Dubai beliefert werden“, erklären die Rox-Geschäftsführer Martin Groder und Mag. Michael Pammer. Das jüngste Mitglied der Rox-Energy-Familie ist die 440-ml-Dose, die sowohl in Westösterreich als auch in vielen Exportländern zum Einsatz kommt und die aktuelle Produktpalette vervollständigt. [www.roxenergy.com](http://www.roxenergy.com)

Neu im Programm von „Rox Energy“ ist die 440-ml-Dose, die für noch längeren Partyspaß sorgt (Bild: Rox)



Entspricht dem Trend nach zuckerfreien Energy-Drink-Varianten: rhino's zero (Bild: rhino's)

## IM BLICKPUNKT: ENERGY-DRINKS

### Energiebündel

Wenn es darum geht, die Nacht zum Tag zu machen, durchzufeiern und abzutanzeln, dann sind Energy-Drinks genau das Richtige. Seit vielen Jahren erfreuen sie sich ungeminderter Beliebtheit, vor allem bei der Gäste-Zielgruppe der jungen Erwachsenen, und bescheren vorrangig der Nachtgastronomie erfreuliche Umsätze. Dabei ist es ganz egal, ob der Gast seinen Energy-Drink direkt aus der Dose, auf Eis oder im Mix mit Alkohol trinkt



Dipl. BW. Stefan Obergantschnig  
[www.gastro-data.at](http://www.gastro-data.at)

### Gastronomie-Großhandel

Im Vergleich zum Jahr 2012 ging im Jahr 2013 die Summe der Umsätze an Energy-Drinks im Gastronomie-Großhandel mengenmäßig sowie wertmäßig um –0,4 Prozent zurück. Das bedeutet eine Stagnation auf hohem Niveau. Dabei verlor insbesondere die Abholung mengenmäßig mit –2,1 Prozent sowie wertmäßig mit –2,3 Prozent. Der Zustellbereich legte hingegen mengenmäßig um 1,6 Prozent und wertmäßig um 1,7 Prozent zu.

### Regionale Unterschiede

Die Region Ost hat den höchsten Gastronomie-Großhandels-Umsatzanteil mit 43 Prozent vor der Region Nord mit 26,5 Prozent. Hingegen fallen die Regionen Süd und West relativ stark ab. Demgegenüber konnten die Regionen Ost mit 5,2 Prozent und West mit 1,5 Prozent im Jahr 2013 wertmäßig noch Zuwachsraten erzielen, während die Veränderungen in den Regionen Nord mit –7,0 Prozent und Süd mit –4,1 Prozent deutlich geringer ausfielen. Der Durchschnittspreis pro Liter ist mit 3,49 Euro in der Vergleichsperiode 2013 gegenüber dem Vorjahr 2012 konstant geblieben.

Fragen richten Sie bitte an:  
[office@gastro-data.at](mailto:office@gastro-data.at)