

# Mehr **Power** für das Spaß-Segment

Bessere Leistungsfähigkeit, höhere Aufmerksamkeit, längere Ausdauer – so lauten die hinlänglich bekannten Attribute von Energy-Drinks. Vor allem aber machen sie eines: eine Menge Spaß, weshalb sie in der Szene- und Nachtgastronomie sowie beim Après-Ski auf keinen Fall fehlen dürfen.

## Den Tiger im Tank

Postmix-Profi Grapos bietet mit „Contiger“ den klassischen Energy-Drink für die Schankanlage. „Das bringt Ihren Gästen richtig Power und spart obendrein beim Energieverbrauch durch Kühlung, Lagerung und Transport. Dieses Energiewunder wird in Top-Qualität als Premix-Fertiggetränk im Container, als Postmixsirup im Container oder in der 10- bzw. 20-kg-Bag-in-Box geliefert“, erklärt Grapos-Geschäftsführer KommR Wolfgang Zmugg. Dazu ein Beispiel: Eine einzige Bag-in-Box mit 20 kg enthält 575 Portionen Energy-Drinks (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“, so Zmugg: „Kosteneinsparung bei der Lagerung, 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 Sperrstunde Müllberge zu entsorgen.



(Bild: Grapos)





„Unsere Contiger-Lösung spiegelt auch im Energy-Drinks-Segment unsere Unternehmensphilosophie wider: Alles aus einer Hand“, erklärt Grapos-Geschäftsführer KommR Wolfgang Zmugg (Bild: Grapos)

Contiger ist überdies in der 250-ml-Slimdose erhältlich. Ab einer größeren Abnahmemenge sogar mit dem Logo des Lokals oder des Events gebrandet. „Ein Blickfang und Energiekick für die Eigenwerbung, was vor allem Discos und Szeeneclubs gerne nutzen“, weiß Zmugg.

### Nachhaltiger Eyecatcher

Ein Blickfang der besonderen Art ist die „Contiger Energy Station“. Hierbei handelt es sich um ein von der Schankanlage unabhängiges Stand-Alone-Gerät im typischen Streifendesign einer Contiger-Dose. Für größere Runden hat Grapos die mobile Energy-Zapfsäule mit drei Liter Fassungsvermögen im Programm. „Hier ist durch Selberzapfen nach Herzenslust Spaß für die Gäste quasi vorprogrammiert. Der Vorteil für den Gastronomen ist auch hier deutlich zu sehen: Neben den Gästen, die sich gut unterhalten, spart man an Personal“, so der Grapos-Chef.



„rhino's energy drink“ ist auch in der zuckerfreien Variante als „rhino's energy drink zero“ erhältlich (Bild: rhino's)

Die Contiger-Rakete ist ebenfalls ein beliebtes Gimmick für gesellige Runden. Sie fasst eine Flasche Hochprozentiges und sechs Contigerdosen inklusive Eiswürfeln.

### Umsatz steigern mit dem „Tigerlook“

Eine Möglichkeit, um den Umsatz in Schwung zu bringen, bieten auch zahlreiche Werbemittel im dekorativen Tigerlook. Ebenso erhältlich ist eine attraktive Mode- und Accessoireskollection in modischem Schwarz samt Tigerstreifen. Zu bestellen ist diese über die Website [www.contiger.com](http://www.contiger.com).

Der Unternehmensphilosophie „Alles aus einer Hand“ bleibt Grapos auch im Energy-Drinks-Segment treu. Ein Team ist verantwortlich für Contiger, Schankanlage und Service – das erspart jede Menge Ärger und viel Zeit.

„Insbesondere Großbetriebe der Unterhaltungsindustrie schätzen unser Angebot seit Jahren, müssen sie doch in wenigen Abend- bzw. Nachtstunden unzählige durstige Gäste versorgen“, weiß KommR Zmugg. [www.contiger.com](http://www.contiger.com)

### rhino's ist auch zuckerfrei

„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 führt der Münchner Energydrink-Hersteller eine zur Gänze zuckerfreie Variante. 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“, erklärt rhino's-energy-Geschäftsführer Marco Zielinski. [www.rhinos-energy.com](http://www.rhinos-energy.com)

## IM BLICKPUNKT:

## ENERGY-DRINKS

### Die Zustellung gewinnt an Bedeutung



Mag. Helmut Obergantschnig [www.gastro-data.at](http://www.gastro-data.at)

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

Den Energy-Drinks ist im Jahr 2014 im Vergleich zu 2013 etwas die „Power“ ausgegangen – auf hohem Niveau, wohlgemerkt. So hat die grundsätzlich sehr stabile Warengruppe im Gastronomie-Großhandel mit minus 1,5 Prozent bei der Menge sowie minus 1,0 Prozent beim Wert – die Mengenrückgänge konnten nicht durch Preiserhöhungen ausgeglichen werden – leicht stagniert. In diesem Zusammenhang sei auch erwähnt: Der Marktführer weist ein besseres Ergebnis als der Gesamtmarkt auf.

Abholung (2013: 51,8%; 2014: 50,8%) und Zustellung (2013: 48,2%; 2014: 49,2%) halten sich bei dieser Warengruppen die Waage, wobei der Zustellanteil auch bei Energy-Drinks auf dem Vormarsch ist.

### „Rox Energy Drink“ bietet seinen Kunden die Gebindegrößen

50-ml-Dose, 440-ml-Dose, 1-Liter-PET-Flasche und 1,5-Liter-PET-Flasche (Bilder: Rox Energy)

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“, erklärt rhino's-energy-Geschäftsführer Marco Zielinski. [www.rhinos-energy.com](http://www.rhinos-energy.com)

[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 Westösterreichs als auch in vielen Exportländern zum Einsatz kommt und die aktuelle Produktpalette vervollständigt.

Rox-Energy-Drink ist in den Gebindegrößen 250-ml-Dose, 440-ml-Dose, 1-Liter-PET-Flasche und 1,5-Liter-PET-Flasche erhältlich. [www.roxenergy.com](http://www.roxenergy.com)

[www.roxenergy.com](http://www.roxenergy.com)