

## PRESSEMITTEILUNG

### Coca-Cola präsentiert Trendstudie für Lebensmittelhandel

#### “Connecting the Dots between Food and Health: Expanding the Market for Retail Grocery” vorgestellt

**Berlin, den 30. Mai 2008.** Coca-Cola hat auf der Efficient Consumer Response-Konferenz in Berlin die Ergebnisse einer neuen Studie der Coca-Cola Retail Research Group veröffentlicht. Die Studie des nordamerikanischen Expertengremiums zeigt die sieben wichtigsten, internationalen Trends für den Einzelhandel im Zusammenhang von Lebensmitteln und Gesundheit für die nächsten zehn Jahre auf.

Dominique Reiniche, Präsidentin der European Union Group of The Coca-Cola Company, hierzu: “Diese bahnbrechende Studie, die unter der Führung von Einzelhändlern erstellt wurde, bietet sofortige Anknüpfungspunkte für Europa. Einzelhändler können ihre Geschäfte vom ‘Point-of-Purchase des 20. Jahrhunderts’ in einen ‘Point-of-Wellness’ des 21. Jahrhunderts’ wandeln, da Verbraucher Gesundheit zunehmend mit Lebensmitteln assoziieren. “

Die Studie “Connecting the Dots between Food and Health: Expanding the Market for Retail Grocery” steht kostenlos zum Download unter [www.ccrcc.org](http://www.ccrcc.org) bereit. Sie enthält neben den Trends auch konkrete Umsetzungshilfen in Form einer kompakten Übersichtskarte. Die Trends in Kürze:

- „*Wellness Goes Mainstream*“: wachsendes Verbraucherinteresse für den Zusammenhang zwischen Lebensmitteln und Gesundheit
- „*Anytime, Anyplace Health*“: gesteigertes Bewusstsein der Konsumenten für Gesundheit in allen Alltagssituationen

*Coca-Cola G.m.b.H.*

Corporate Identity,  
Public Affairs & Communications

Friedrichstraße 68  
D 10117 Berlin

Stefanie Danne  
Phone (030) 22606-9310  
Fax (030) 22606-9110  
Email [presse@coca-cola-gmbh.de](mailto:presse@coca-cola-gmbh.de)

## PRESSEMITTEILUNG

- „*Biocitizens und Social Networking*“: zunehmende Verfügbarkeit und Verbreitung von Informationen, die von Anwendern im Rahmen neuer Medienplattformen generiert werden; Bio-Bürger schließen sich sozialen Netzwerken an
- „*Health In The Food System*“: Ausweitung ökologischer Ansätze auf Gesundheit, steigende Bedeutung von Lebensmittelqualität
- „*Health-Driven Transparency*“: Steigerung der Transparenz und unternehmerischer Wertschöpfungspraktiken für Verbraucher
- „*Spectrum Of Green Health*“: gesteigerte thematische Verknüpfung von persönlicher Gesundheit und Umweltschutz in der Verbraucherwahrnehmung
- „*Nutrition Information Gets Customized*“: zunehmender Einfluss ernährungsphysiologischer und wissenschaftlicher Kenntnisse

### Über Coca-Cola

Coca-Cola zählt zu den bekanntesten und wertvollsten Marken der Welt. The Coca-Cola Company mit Sitz in Atlanta (USA) ist mit einem Portfolio von 450 kohlenensäurehaltigen und stillen Getränken der weltgrößte Anbieter von Erfrischungsgetränken, zu denen auch Wasser, Säfte, Fruchtsaftgetränke, Sportgetränke, sowie trinkfertige Tees und Kaffees gehören. Täglich werden in mehr als 200 Ländern 1,5 Milliarden Mal Produkte des Hauses verzehrt. Dies ermöglicht das Vertriebsnetz des Unternehmens, welches das größte der Welt ist. Coca-Cola widmet sein dauerhaftes Engagement nachhaltigen Projekten im Bereich Umweltschutz, Bewahrung von Ressourcen sowie Förderung der wirtschaftlichen Entwicklung vor Ort.

In Deutschland produziert Coca-Cola seit 1929. Heute arbeiten etwa 12.000 Mitarbeiter an rund 80 verschiedenen Standorten. Das Portfolio hierzulande umfasst 60 Produkte aus allen alkoholfreien Getränkesegmenten.

Weitere Informationen auf: [www.thecoca-colacompany.com](http://www.thecoca-colacompany.com) und [www.coca-cola-gmbh.de](http://www.coca-cola-gmbh.de)

*Coca-Cola G.m.b.H.*

**Corporate Identity,  
Public Affairs & Communications**

Friedrichstraße 68  
D 10117 Berlin

Stefanie Danne  
Phone (030) 22606-9310  
Fax (030) 22606-9110  
Email [presse@coca-cola-gmbh.de](mailto:presse@coca-cola-gmbh.de)