

Inhalt

- 03 Editorial
des Herausgebers
- 04 Aktuell
Getränkemarkt 2015
- 07 Recht
Änderungen im Codexkapitel B26
„Erfrischungsgetränke“
- 11 Zahlen & Fakten
Österreicher sammeln 2015 mehr
als 1 Million Tonnen Verpackungen
- 12 Portrait
Wachauer Getränke
- 14 News & Trends
CanBag DesignCompetition 2016

Coca-Cola life in Österreich
- 16 Leute
Margareta Seiser übernimmt
Marketing und PR bei Egger

Frank O'Donnell neuer Generaldirektor
bei Coca-Cola Hellenic Österreich
- 18 Events
Treffpunkt der Branche in Gmunden

IVA-Seminarprogramm 1. Halbjahr 2016
- 19 Mitglieder

Impressum

getränke | Fachzeitschrift des Verbandes der
Getränkehersteller Österreichs mit den offiziellen
Nachrichten der Berufsorganisation.

Herausgeber und Medieninhaber: Getränkeverband,
1030 Wien, Zaunergasse 1-3, Telefon 713 15 05

Vorstand: Dr. Alfred Hudler, Susanne Lontzen,
Mag. Josef Mayer, Mag. Siegfried Menz,
Ing. Hermann Pfanner

Redaktion: Mag. Jutta Kaufmann-Kerschbaum,
Dr. Johann Brunner, Annemarie Lautermüller Bakk.,
Andreas Lichal | Anzeigenleitung: Andreas Lichal
Art Director: Christoph Lepka

Repro & Druck: „agensketterl“ Druckerei GmbH

Alle Preisangaben in diesem Heft sind unverbindliche
Richtpreise inklusive MwSt. vorbehaltlich Druck- und
Satzfehler, Änderungen von Modellvarianten sowie
technischer Daten. Für unverlangt eingesandtes
und nicht mit einem Urhebervermerk gekenn-
zeichnetes Bild- und Textmaterial wird keine Haftung
übernommen. Printed in Austria.

Liebe Leserinnen und Leser!



Glaut man dem Tenor der allgemeinen Medienberichterstattung, dann befindet sich unser Land schon die längste Zeit im Krisenmodus. Auch die Wirtschaft müsste demnach kurz vor dem Zusammenbruch stehen.

Das Gegenteil ist der Fall. Speziell in unserer Branche. In nahezu allen Segmenten des Marktes für alkoholfreie Getränke gab es im vergangenen Jahr ein Wachstum, das nicht nur der Wetterlage des Sommers 2015 geschuldet ist.

Viele Produktinnovationen haben die Konsumentinnen und Konsumenten in Österreich begeistert. Die meisten Anbieter in unserer Branche bieten Getränke längst nicht mehr einfach als Durstlöscher an, sondern vermitteln mit ihren Produkten ein bestimmtes Lebensgefühl und kurbeln so den Konsum an.

Auch gesellschaftliche Trends wie verstärkte Mobilität der Menschen im urbanen Raum kommen der Getränkewirtschaft stark entgegen und forcieren Impulskäufe.

Auch ganz allgemeine Konjunktursignale stimmen positiv. Die im Jänner in Kraft getretene Steuerreform macht zwar vielen Unternehmern wenig Freude, steigert jedoch zweifellos den Konsum weiter. So rechnet zum Beispiel die Österreichische Nationalbank mit einem stärkeren Wachstum als im Vorjahr.

Wir haben also allen Grund, mit Optimismus in das Jahr 2016 zu starten. Und im Sinne eines positiven Lebensgefühls, das wir mit unseren Produkten zum Ausdruck bringen, sollten wir vermitteln, dass das Glas nicht halbleer, sondern erfrischend gut gefüllt sein kann.

Dr. Alfred Hudler