



Die Welt verändert sich. Coca-Cola auch.

Wie wir bei der Herstellung und Vermarktung unserer Getränke Verantwortung übernehmen.

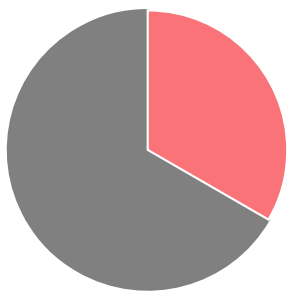
Der Lebensstil der Menschen hat sich in den letzten Jahren stark verändert. Sie sind mobiler geworden und achten verstärkt auf ihre Ernährung. Aspekte wie Nachhaltigkeit, Regionalität und Natürlichkeit werden immer wichtiger. Viele Menschen machen sich zudem Gedanken darum, weniger Zucker zu sich zu nehmen.

Die nachfolgenden Daten und Fakten zeigen, wie Coca-Cola diesen Wandel annimmt – mit seinen Getränken und als Unternehmen.

„In der Flasche“

VIELFALT

Rund 80 verschiedene Getränke, u.a.



Jedes dritte Getränk ohne bzw. mit wenig Kalorien

NEUHEITEN



Mit neuen Getränken und verbesserten Rezepten setzen wir Trends.

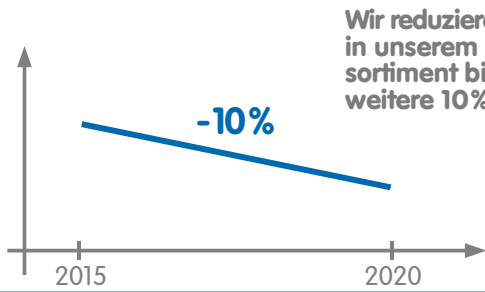
REDUZIERUNG VON ZUCKER



Seit 2002 Zuckergehalt bei Fanta Orange um 7% reduziert



Seit 2003 Zuckergehalt bei Sprite um 10% reduziert



Wir reduzieren den Zucker in unserem Getränkesortiment bis 2020 um weitere 10%

„Drumherum“

WERBUNG



90% mehr Werbeausgaben für Zero- und Light-Varianten*

* je Liter im Vergleich zu klassischen Varianten (2017)

KLEINE, VERBRAUCHERFREUNDLICHE PORTIONEN



KLARE VERBRAUCHER-INFORMATIONEN

Coca-Cola gehört zu den ersten Unternehmen, die 2007 den Nährwertkompass GDA (Guideline Daily Amount) in Deutschland eingeführt haben.

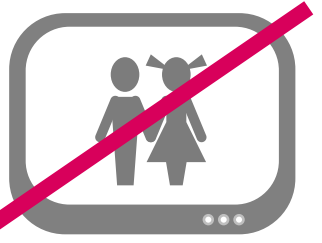
1L = 4 à 250 ml

Jedes à 250 ml enthält:

Kalorien	Zucker	Fett	ges. Fettsäuren	Natrium
105 kcal	27g	0g	0g	0g
5%	29%	0%	0%	0%

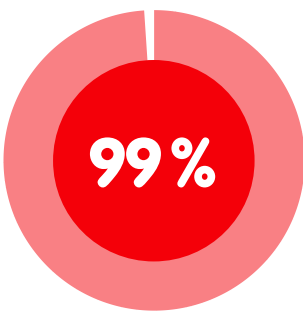
VERANTWORTUNGSVOLLES MARKETING

Coca-Cola wirbt nicht in Medien, die sich an Kinder unter 12 Jahren richten und vertreibt seine Getränke nicht an Grundschulen.



Wir von hier

Made in Germany seit 1929



99% der Getränke stellen wir an unseren 16 Produktionsstandorten her.



www.nachhaltig-einkaufen.de

Bundesverband

Die Verbraucher Initiative e.V.

Auszeichnung für Coca-Cola Deutschland



Most Sustainable Corporations in the World

GLOBAL 100

Auszeichnung für Coca-Cola European Partners