

Läskimperiet

Ordfront lokalt

Galago

Demokratikademin

Ordfronts kurser

Press

Kontakt

Sök på sajten

In English

Föreningen Ordfront

Ordfront förlag

Ordfront magasin

- » Om Ordfront magasin
- » Innehåll
- » Artiklar 2009
- » Artiklar 2008
- » Artiklar 2007
- » Artiklar 2006
- » Aldre artiklar
- » Debutantävlingen
- » Skicka manus
- » Prenumeration
- » Annonsinformation
- » Press



Av alla onödiga konsumtionsvaror är kanske det varumärkesfyllda sockervattnet det värsta. På svenska restauranger finns ofta bara Coca-Cola eller märkets andra produkter. Detta är valfrihet i kommersialismens tappning.

Av Göran Schüsseleder

I början av 1970-talet hade Coca-Cola en reklamfilm där ett hundratal människor från hela världen samlades på en Sound of music-liknande bergslutning i Italien för att sjunga "I'd like to buy the world a Coke". Alla – oavsett ras, kön, tillhörighet eller politisk och religiös övertygelse – ser det koffeinhaltiga bubblat som den självklara törstsläckaren.

Drycken måste vara förbaskat god. Eller är det vår valfrihet som är begränsad?

Tanken slog mig senast vid ett besök i Kista galleria norr om Stockholm. Ett 30-tal restauranger, men i princip bara Coca-Cola att välja vid läskpumparna. Med eller utan omdiskuterade sötningsmedel. Och så Fanta och Sprite förstås. Coca-Cola-produkter även de. »Coca-Cola makes good food taste better« hälsar dryckesjätten och good food finns det verkligen gott om här. Allt från pyttipanna till paidakia. Men det sköljs ned med samma universalläsk.

Under de senaste tio åren har jag roat mig med att fråga allt från små kiosker till stora SF Bio varför de inte kan tillhandahålla någon av de svenska klassikerna. Svaret är oftast: Vi säljer det folk vill ha.

Och visst kan det vara så. Om det inte finns något annat att välja på. Eller som de sa i en lokal livsmedelsaffär: Coca-Cola blir nog inte så glada om deras kylar fylls med andras produkter.

Liknande svar har jag fått tidigare, bland annat i en mejlkorrespondens med den svenska hamburgerrestaurangkedjan Max:

Skickat: 2006-09-05 10:52
Ämne: Saknar alternativ till Coca Cola.

Hej,
Som hamburgerrestaurang sticker ni ut med alla fördelar som räknas upp på er förstasida. Vad jag saknar i ert annars så genomtänkta utbud är god läsk. Zingo, Champis, Pommac... eller varför inte Norrlands självklara val Trocadero och Portello?
Det känns lite fantasilöst av er att bara kunna erbjuda den oerhört tjugiga och allt för överskattade Cola-Fanta-Sprite-trion liksom precis alla andra på marknaden. Våga sticka ut med att åtminstone erbjuda någon god klassiker som Portello utöver »de tråkiga tre« och jag kan garantera att ni kommer att väcka medial uppmärksamhet. Plus att ni gynnar gamla svenska bryggerier. Ser fram emot den dagen man slipper påtvingas samma läsksort vart man än äter.

Med vänliga hälsningar,
Göran

Sent: Thursday, September 07, 2006 2:08 PM
Subject: Vb: Fw: Saknar alternativ till Coca Cola

Hej Göran
Ett mycket bra förslag som vi kollat på tidigare. Tyvärr så är det så att Coca-Cola äger all utrustning på restaurangerna som man har till läskan, slangar, kylanläggningar, maskiner etc.
Att vi skulle få byta ut deras Fanta mot ex Trocadero eller liknande skulle de självklart inte gå med på. Att byta ut utrustningen & be bryggerierna att



ORDFRONT MAGASIN
NR 4/2009
EU-S INBYGGDA FEL
En gemenskap i kris
NÄR RASISMEN BLIR VARDAG
Isabel Fonseca om våldet mot romer
DEN HELIGA FAMILJEN
Europas bristande familjepolitik

investera dessa pengar kommer aldrig hända. Det är så pass stora investeringar att det inte går ihop för dom. Så tyvärr kan vi inte göra så pass mycket för att hjälpa dig. Jag hoppas att du förstår oss & att du i framtiden kommer & åter hos oss.

MVH
Christoffer Bergfors
Vice vd/operativ chef

Skickat: 2006-09-07 15:10
Ämne: Re: Fw: Saknar alternativ till Coca Cola.

Hej Christoffer,
Stort tack för ditt snabba svar. Jag förstår det du säger ur företagsynpunkt, även om det låter tråkigt. Jag lovar att släppa ämnet, men skulle det inte vara möjligt att åtminstone erbjuda kunderna exempelvis Portello på flaska eller burk precis som ert vatten (Coca Colas Bon Aqua gick ju bevisligen knappt att sälja ...)?
Om inte annat vore det väl spännande att prova i samband med någon av era »svensk kvalitet«-kampanjer för att se om det finns fler än jag som saknar klassiska och goda alternativ till dagens fantasilösa standardutbud. Max är trots allt inte som alla andra.

Med vänliga hälsningar,
Göran Schüsseleder

Sent: Thursday, September 07, 2006 3:34 PM
Subject: Ang. Re: Fw: Saknar alternativ till Coca Cola.

Hej Göran
Ja precis som du skriver så är det en stor ekonomisk aspekt i det om vi skall börja servera en speciell läsk i burk för våra gäster. Mineralvattnet måste vi få via burk då läsktornen går på vanligt kranvatten & inte källvatten. Men de la ner bon aqua så vi köper Ramlösa istället.
Sen är det alltid svårt att ta in ett annat märke på läskan när man har ett centralt avtal med Coca Cola, vi är ju bundna till dom.
Det jag har kollat är att till nästa jul få fram en julmust man skulle kunna köra under jultiderna, men det kommer de inte hinna i år tyvärr, det är ju ganska svenskt i alla fall. Så till nästa jul kan du sitta & dricka Julmust & ta en klassisk maxburgare till, det låter väl inte fel :-).

MVH
Christoffer Bergfors
Vice vd/operativ chef

Skickat: 2006-09-07 16:07
Ämne: Re: Ang. Re: Fw: Saknar alternativ till Coca Cola.

Kul idé! Tyvärr lär det väl bli Bjäres...
Tack för att du tog dig tid,
Göran

Sent: Thursday, September 07, 2006 4:23 PM
Subject: Ang. Re: Ang. Re: Fw: Saknar alternativ till Coca Cola.

Hej
Ja det stämmer, det är Coca Colas julmust, har faktiskt inte provat den själv så vet inte hur den smakar.

MVH
Christoffer Bergfors
Vice vd/operativ chef

Vad är det då som gäller i Coca-Colas kylar? Coca-Cola Drycker Sveriges informationsansvarige Peter Bodor ger följande svar på mejl:

Kylarna ägs av oss, placeras ut av oss, servas av oss, utan kostnad för försäljningsstället. Om kylan är rätt fylld och väl omhändertagen bidrar den med bra försäljning, eftersom en fräsch kyl bjuder in till köp. (Att jämföras med en kyl med blinkande lysrör, burkar och flaskor huller om buller, pizzasallad på en hylla tillsammans med öppnade mjölkförpackningar, osv... Kylarna är en del av vår marknadsföring och samtidigt en tjänst till försäljningsstället så därför önskar vi förstås att våra kylar innehåller våra produkter, men har alltid en diskussion med ägaren till försäljningsstället och när oftast en överenskommelse som båda är nöjda med. Är vår kyl den enda på enheten (alltså det finns ingen egen kyl eller från våra konkurrenter) kan 20 % av utrymmet i vår kyl användas till andra produkter än de från oss. En majoritet av kunderna efterlever sedan detta mycket väl, men det finns förstås undantag. I de fall där vi inte kommer fram till en bra lösning kan vi välja att hämta hem kylan, serva den och sedan placera ut den på annat ställe.

The Coca-Cola Company har skrivit under ett avtal med Europeiska kommissionen som bland annat förpliktigar dem att lämna minst 20 procent av utrymmet i deras kylar, om andra dryckeskylar saknas hos återförsäljaren. Om så inte sker kan kommissionen framtvinga en bot på upp till tio procent av dryckesjättens världsomsättning.

Avtalet mellan Coca Cola och kommissionen gäller fram till slutet av 2010.

– Avtalet mellan Coca-Cola och kommissionen gäller fram till slutet av 2010, bekräftar Jonathan Todd, Europeiska kommissionens talesman för konkurrensfrågor.

Avtalet skapades för att säkerställa en konkurrens mellan läskedryckstillverkarna vilket i sin tur ska ge konsumenterna en ökad valfrihet. Och hittills har ingen anmälan gjorts, enligt Jonathan Todd. Han betonar dock att kommissionen uppmanar både medborgare och företag att höra av sig gällande misstänkta oegentligheter inom konkurrens.

The Coca-Cola Companys världsomsättning för år 2007 var cirka 28,9 miljarder. Dollar. Tio procent motsvarar strax under 2,9 miljarder. Eller drygt 23 miljarder kronor.

Men allt är inte Coca-Cola. Ärkerivalen PepsiCo lever dock ett förhållandevis undanskymt liv i Sverige. En enda servering i Kista Galleria erbjöd deras cola. Och så Zingo och 7UP förstås. Med eller utan omdiskuterade sötningsmedel. Den omaka blandningen av läskedrycker beror på att de går under Carlsberg Sveriges produktparaply. Carlsberg är i sig ytterligare en multinationell dryckesjätte, om än bland de alkoholhaltiga bubblorna. Är det någon som smakat på ursvenska klassiker som R 10, Guldus, Haiwa, Cuba Cola eller varför inte den hederliga bordsdrickan? Eller ens hört talas om dem? Vissa av dem tillverkas, liksom de mer tillgängliga klassikerna Pommac, Grappo och delar av Apotekarnes sortiment, på nåder av Carlsberg Sverige varför de med lite tur finns att hitta i väl sorterade butiker.

När det gäller nämnda klassiker går även de, liksom ett tiotal till från folkparkernas guldålder, att njuta av än i dag tack vare små bryggerier såsom Guttsta Källa, Dryckesbolaget Gustav Vasa och Mora Bryggeri.

I slutändan är det trots allt du och jag som bestämmer över utbudet. Till och med på McDonald's:

– Våra kunder ville inte ha Nestea som licenstillverkas av Coca-Cola utan istället Liptons Iced Tea, bekräftar en restaurangchef som vill vara anonym. Bon Aqua var det heller ingen efterfrågan på så McDonald's centralt valde Ramlösa.

Att få en av de största restaurangkedjorna i världen, tillika en av Coca-Colas största samarbetspartner, att börja sälja inhemska Portello för att vinna tillbaks kunder norr om Dalälven är dock inte särskilt troligt.

– Enskilda McDonald's-restaurangers utbud får inte sticka ut från de övriga, förklarar restaurangchefen. För att ingå i utbudet krävs en så kallad kvalitetsssäkring av produkten, och handlar det om en icke-Coca-Cola-dryck är det i princip omöjligt.

Men alldeles omöjligt behöver det inte vara. För att återgå till Coca-Cola makes good food taste better: Den enda maträtt som den multinationella dryckesjätten från Atlanta ännu inte verkar ha lyckats förbättra smaken på är den svenska julskinkan. Detta trots att Coca-Cola redan 1931 lanserade den rödklädda versionen av jultomten med vitt skägg ritad av svensktättlingen Haddon Sundblom. Sedan dess har konturf flaskan i tomtens hand hunnit bli sammankopplad med julfirande runtom i världen. Oavsett om de firar jul eller inte. Utom i Sverige vill säga, där vi dricker must. Närmare bestämt mer än 30 miljoner liter vilket står för 46 procent av decembers totala läskförsäljning.

Först 2004 gav sig Coca-Cola in i mustkriget genom uppköpet av skånska Bjäre. I julas låg dock Bjäres must i malpåse på grund av dålig lönsamhet. Detta innebar inte att Coca-Cola gav upp kampen när det gäller must. Denna gång höll deras tomt fram en Coca-Cola under rubriken: A Must for Christmas.

Är det då inte världens godaste läskedryck jag ifrågasätter? 98 procent av världens befolkning i fler än 200 länder känner till Coca-Cola. Och jag är en av dem. Men när läskmaskinen dök upp i gymnasiet började jag ifrågasätta att min valfrihet begränsades till tre smaker. Under de senaste åren har det lett till att jag varken köpt eller druckit någon av Coca-Colas produkter. Från början var det en kul grej som övergick till irritation och frustration och slutligen till livsfara. Det senare skedde i ett hett Mexiko där kranvattnet inte går att dricka och där majoriteten av dricksvattnet som säljs i flaskor och dunkar bär etiketten Ciel – un producto de The Coca-Cola Company. Mexiko är Coca-Colas näst största marknad efter USA. Räddningen blev den ännu inhemska ölen Victoria.

Men hur var det med valfriheten i Kista Galleria? Jag provade faktiskt att dricka en cola igen, som jag hittade i Pressbyrån. Ubuntu, som den heter, är en sydafrikansk filosofi som handlar om att värna om andra. Den smakade visserligen cola, men den hade i alla fall en uppfriskande eftersmak av Rättvisemärkt.

Göran Schüsseleder är frilansjournalist.
www.schusseleder.se