

Zwei Drinks sind Cooler.

Im Konzert der internationalen Getränkekonzerne spielt plötzlich ein kleiner Anbieter aus der Provinz die erste Geige. Swiss Drinks heisst das Unternehmen, das mit Cooler mächtig Furore macht.

Was im beschaulichen St. Galler Rheintal produziert wird, versetzt bereits das ferne Istanbul in Aufregung. Ohne Frage, frisch schmeckende Drinks sind der internationale Trend. Nichts aber ist derzeit so heiss wie die zwei «Cooler» von Swiss Drinks. Der Name ist Programm. Cool ist nämlich nicht nur der Lemongeschmack. Dass es die beiden «Cooler» mit und ohne Alkohol gibt, freut Jugendliche wie Verkehrsteilnehmer gleichermaßen. Endlich haben auch sie eine Alternative zu alkoholischen Getränken, ohne auf einen «coolen» Drink verzichten zu müssen.

Der «Cooler» mit Alkohol ist ein Weincocktail mit Lemongeschmack. Die alkoholfreie Variante wird aus Kernobstsafte zum schmackhaften Cocktail gemischt. Beide schmecken erfrischend anders und treffen offensichtlich den Geschmack der Zeit. Peter Schmid von Swiss Drinks ist über die Reaktionen selbst überrascht: «Bisher haben wir niemanden gefunden, dem Cooler nicht geschmeckt hätte».

Beide Drinks wurden vor wenigen Wochen von Swiss Drinks im kleinen Rahmen lanciert. Das Unternehmen aus dem St. Gallischen Berneck wurde von der Nachfrage an Anlässen wie dem Züri Fäscht oder der Street Parade geradezu überrollt. «Unsere Produktion kann mit den Bestellungen kaum mehr Schritt halten», erklärt Peter Schmid.

Offensichtlich hat der findige Rheintaler ein wahres Erfolgsrezept gefunden. Den ersten Vertrag für den Export in die Türkei ist bereits unterschrieben – für vier weitere Länder liegen die Papiere bereits auf dem Tisch. Das coole Getränk aus der Provinz ist aber auch ganz nach dem Geschmack des Schweizer Gastro – und Barbereichs. Täglich treffen neue Bestellungen für die beiden «Cooler» ein. Ob seine Produktion mit der überraschend grossen Nachfrage mithalten kann, beantwortet Peter Schmid mit einem breiten Lächeln. Ohne Zweifel, eine schöne Sorge in der heutigen Wirtschaftslage.