

## ATTRAKTIV FÜR GETRÄNKE

„Dieses Jahr haben wir unseren Stand vergrößern müssen, um ausreichend Platz für unsere Gäste und alle Neuheiten zu haben“,



*Barbara  
Rademacher*

lautete die hocheufreute Bilanz aus dem Hause Diversa/TeamSpirit zur barzone. Nach einem anfänglich ganz kleinen Auftritt hat sich für die Rheinberger die Messe schnell zur Plattform entwickelt, wo sie ihre Neuheiten präsentieren können. „Nicht kleckern, sondern klotzen“, lautete offenbar auch für viele andere Unternehmen die Devise.

Alle Stände konnten sich in Ausmaß und Outfit sehen lassen, und überall nutzte man die Messe zur Profilierung des eigenen Hauses – ob nun mit Produktinnovationen oder originellen Events am Stand.

„Die Spirituose hat eine neue Heimat gefunden“, diese Einschätzung hörte man in Berlin immer wieder. Gerade angesichts einer anhaltend mageren Konjunktur ist zu hoffen, dass sich dieser hohe Anspruch in den nächsten Jahren mehr und mehr erfüllen wird. Damit dürfte sicherlich auch der Anreiz für andere Getränke-segmente steigen, die bislang in der arena Berlin noch etwas schwächer vertreten waren.