

#toleranzschmeckt

Hautfarbene Cola

Rosen sind rot. Babyaugen sind blau. Cola ist schwarz. Nicht so bei Aydin Umutlu. Seit Neuestem gibt es seine Ali Cola in sechs unterschiedlichen Farben: von hell bis dunkel. „Nur von außen sind sie verschieden, aber innen gleich. Wie wir Menschen“, sagt der Wahl-Hamburger. Umutlu hebt seinen flüssigen Protest gegen Rechts damit auf eine neue Stufe. Schon 2012 hatte er Ali Cola erfunden, als Antwort auf die Thesen Thilo Sarrazins. Auch die neue Brause dürfte Nazis so gar nicht schmecken. SIM ●

Mehr Infos unter www.alicola.de



TRAVEL

ONE OF TOKYO'S BEST

I had to circle around the block three times before I found it but it's worth the trip. Up on the ninth storey of an old building not far from the Shinjuku train station is Bar Benfiddich. Hiroyasu Kayama presides over the apothecary-like bar, playing with spices, herbs and homemade absinthe. The bar doesn't have a menu and entertains only 15 guests at a time, with Kayama creating anything but the ordinary, based on your favourite spirits. We chat with the man who was here last month for the Singapore Cocktail Festival.

How did you become this well-known bartender that you are today?

I didn't start out in a popular bar. I never had a mentor (it's unusual for Japan). I was made head bartender at a nameless bar and I knew that if sales went down, I'd be fired. I had to fight hard to survive. I forced myself to look and learn fast because I wanted to be successful. I wanted to stand out, so I participated in competitions and kept finding ways to showcase my skills and be seen.

What makes Bar Benfiddich special?

It has its own farm. All the cocktails are made from ingredients from my farm or the mountains around – like the wormwood, which cannot be bought anywhere in Japan.

What made you think of this apothecary concept?

It wasn't deliberate. I grew up in a farm and have always been practising agriculture. I've always liked fermentation and integrated concepts with botanicals so it was only natural that I modelled the bar this way. At home, I distill my own absinthe. It's illegal, but it's nothing too serious.

Is there anything new coming up?

I'm going to have a new bar, Bar B&F, on the second floor, specialising in fruit brandy. It will be as small and cosy as Bar Benfiddich, run by a second bartender, and should open its doors by 23 April, if all goes to plan.

Bar Benfiddich is at 9F, 1-13-7 Nishi-Shinjuku, Shinjuku-ku Tokyo



EQUALITY

#CHEERSTOTOLERANCE

Colour is light and colour is grace. Unfortunately, no thanks to folks like Donald Trump and Thilo Sarrazin (the man who once divided Germany), colour makes us stick out like a sore thumb. So in a protest against racial discrimination, Hamburg's Aydin Umutlu invented a soda to celebrate colour with a cheer. Called Ali Cola, it comes in six colours, with all six tasting the same. "They're all the same. They just look different on the outside, like people," he says. Ali Cola also supports Kiron, an NGO that helps refugees earn university degrees.

Support them at urban-drinks.de



The two faces behind Crackerjack include Peter Chua and Zachary de Gitz, formerly from 28 Hongkong Street and William Grant and Sons respectively

HOT SPOT

ALL-DAY, EVERY DAY

Crackerjack functions as a fun, all-day diner that begins every day bright and early. Breakfast is served from 8am (save for Sundays) and by 10am, cocktails are slinging at full steam. Comfortable and not at all stuffy, it wants to step away from the speakeasy concept and any formalities. Here, all-American comfort food rules, but you'll be surprised. Scotch eggs are found with lentils substituted for meat, and cauliflower is staged as steak. While we don't usually give a damn about the calories when we want to drink, our stomachs were full and we left happy. Among the dishes we tried at dinner, we liked the zucchini farro salad best, after the bourbon pork collar chop that went swimmingly with a whiskey sour (a must-order). Not every dish worked, but Crackerjack has potential. We will be back, hungry for more.

Crackerjack is at 43 Tanjong Pagar Road, tel. 8121 1462, crackerjack.sg

Ein Prosit auf die Toleranz

politischkorrekt!
Ali Cola kommt in
verschiedenen
Farben, aber
schmeckt immer
gleich! alicola.de



Die meiste Zeit des Lebens...

... wartet der Mann vergebens! Auf dem Instagram Account @miserable_men gibt's gelangweilte Männer, mit null Bock auf Shopping – so lustig.



Für ihre Fotoserie „Abandoned Love“ sammelte Peyton Fulford (peytonfulford.com) Fragen und Aufschreie von Menschen, die verlassen wurden. Mit ihren Bannern gibt sie der Traurigkeit einen öffentlichen Raum.



AUFREGER



Schluss mit der Wasserprivatisierung!



Silvia Feist,
Senior Editor
bei EMOTION

Wenn es in Städten wirtschaftlich nicht rundläuft, erklingt der Ruf nach Privatisierung so verlässlich wie die Vuvuzela bei der Fußball-WM – und nervt genauso sehr. In Griechenland läuft nichts rund. Jetzt drängen die EU und der IWF erneut darauf, dass die Griechen Wasserwerke (teil-)privatisieren. Wohin das führen kann, haben Kommunen anderswo erlebt. Im portugiesischen Pacos de Ferreira sind die Wasserpreise um 400 Prozent gestiegen. Noch sind die griechischen Wasserpreise niedrig, aber das sollen die interessierten Unternehmen Suez und Veolia schon beklagt haben. Konzerne sind eben ihren Aktionären verpflichtet, nicht den Leuten vor Ort. Stopp! Wasser ist ein Menschenrecht!



Afro tragen in einer Welt weißer Schönheitsideale? Um ihrer Tochter dafür Mut zu machen, startete Lekia Lée die Kampagne „Embrace“, die Frauen stolz mit ihren Haaren zeigt – sogar auf Londoner Billboards: Great!

S
o
s
i
c
h
ö
n
l
i
c
h
ö
n

TOLERANZ SCHMECKT

Unter dem Motto *“Cola in allen Hautfarben”* will Ali Cola (<https://www.alicola.de/de/home/>) ein Bewusstsein für mehr Toleranz schaffen. Mit einem Augenzwinkern zeigen sie den Konsumenten: Die Cola schmeckt immer gleich, völlig egal, welche Farbe sie hat.

Was ist denn UNSERE Gesellschaft? Wer sind WIR? Was ist DEUTSCH? Fragen, die oft gestellt, aber nur unzureichend beantwortet werden. Und schon wenn man als weltoffener Deutscher, die Frage *„Was ist Deutsch?“* stellt, kommt man sich irgendwie seltsam vor. Angst schwingt mit – wir fragen uns bei so vielen Dingen: *„War das jetzt noch okay? Darf ich das sagen?“* Sprache scheint so manchem wichtiger geworden zu sein, als Handlungen. Nicht selten habe ich im Politik-Studium erlebt, wie viel im Hörsaal diskutiert und wie wenig in der echten Welt draußen dann tatsächlich getan wurde.

Selbst die offensten Menschen beenden manchmal Sätze mit *„also, das ist jetzt auf keinen Fall gegen xy gemeint – du verstehst schon?“* Wir rechtfertigen uns für diese verklemmte Diskussion, in der man seinen Platz nur entweder am linken oder rechten Rand – oder sonst eben schwimmend und zwischen Strömungen umhergeschoben zu finden scheint. Wofür steh' ich denn nun?

Das Leben sprengt locker jede Definition. Gerade erst haben wir uns ein Bild gemacht und schon wirft die bunte Vielfalt der Realität es über den sprichwörtlichen Haufen. Damit umzugehen ist für jeden unterschiedlich leicht oder schwer.

Toleranz. So nennen wir die sagemumwobene Eigenschaft für die rückstandslose Heilung von Problemen mit allem, was nicht in unser Weltbild passt. Doch wie das so ist, mit allheilenden Essenzen – sie werden entdeckt, von einigen wenigen in die Welt geflüstert und erst irgendwann nach einer langen Entwicklung mit Auf- und Abphasen zum allgemeinen Normal auserkoren.

Toleranz ist ein Thema, das medial zumeist im Rahmen großer gesellschaftlicher Probleme wie Rassismus und Gewalt angesprochen wird. Und dennoch ist es mehr als eine Schachpartie. Mehr als Weiß gegen Schwarz. Toleranz scheint das fehlende Stück in der Gesellschaft, die unvollständig ausgebildete Eigenschaft im Menschen zu sein. Ihre Unvollständigkeit sorgt für einen Mangel an Verständnis und Akzeptanz gegenüber allem, was von unserem ganz persönlichen Empfinden für richtig und falsch abweicht.



Toleranz ist ein Begriff, der sich schwer in Form und Abgrenzung pressen lässt. Er schwimmt, wandelt sich und spielt mit Klischees. Er begleitet Dramen und Heldengeschichten und prägt dabei unsere Gesellschaft. //// Fotografie: Ali

Cola, Grafik: Freiseindesign

Besonders die Zuwanderung von Menschen, die aus verschiedenen Gründen ihr Leben in ein anderes Land – in unserem Falle Deutschland – verlegen, wird immer wieder von diversen Gruppierungen, politischen Veröffentlichungen und im Internet unter dem Gesichtspunkt der Toleranz diskutiert. Genauer gesagt, unter dem Gesichtspunkt der fehlenden Toleranz.

Wer nicht im Dialog über ein Thema ist – sei es nun mit sich selbst oder anderen – wird wenig an seiner eigenen Sichtweise dazu arbeiten. Warum auch hinterfragen, was als normal in unseren Gehirnen, Herzen und Alltagsabläufen gespeichert ist? Ausgenommen ist hier niemand, denn Toleranz ist mehr, als nur von seinem weißen Mittelstandsthron aus “voll okay” zu finden, dass jemand schwarz, schwul oder behindert ist.

Ob ich diese Begriffe überhaupt in dem Zusammenhang verwenden kann, weiß ich mitunter selbst nicht, denn der **Begriff der Toleranz ist zu einem hin- und hergerissenen Konstrukt geworden**. Es schwankt irgendwo zwischen *“Toleranz ist, wenn ich dich aus rechtlichen Gründen offiziell akzeptiere, aber hinterrücks gegen dich vorgehen will!”* und *“Toleranz ist, wenn ich alles und jeden akzeptiere, sogar wenn es mir wehtut und ich bis zur Selbstaufgabe darin aufgehe, dass jeder so sein darf, wie er ist.”* Manchmal vergisst man, als selbst ernannter toleranter Mensch, für was man genau einsteht und verteidigt alles und jeden blindlings. Auch das ist nicht immer dienlich für ein gutes Zusammenleben. Das wird aber seltsamerweise nur sehr selten in Veröffentlichungen differenziert betrachtet.

Der Kampf für Toleranz kann selbst zum Extrem werden – doch für gewöhnlich ist er der Schlüssel zu einer guten Gemeinschaft. **Das Zauberwort heißt Aufmerksamkeit. Licht auf das Problem. Denn nur so kann es gesehen werden und durch die Köpfe gehen.**

Nur wer sich bewusst überlegt hat, wofür oder wogegen er eigentlich ist, kann entsprechend auftreten. Solche Überlegungen brauchen Aufmerksamkeitserreger. Sollbruchstellenverursacher für den eigenen Alltagsbrei. Hier setzt Ali Cola an:

Wer eine Cola in heller Hautfarbe in der Hand hält, findet leicht einen Einstieg ins Gesprächsthema. Abseits von TV-Nachrichten, Newsticker und Twitter-Feeds hat Ali Cola einen leckeren Weg gefunden ein Thema zur Diskussion zu stellen, das auch ganz ohne den

Satz "Und – wie findest du das so, mit den Flüchtlingen?" auskommt. Der Fakt, dass eine Flasche voller Zuckerwasser tatsächlich statt den Bauch, auch den Kopf füllen kann, zeigt, worum es hier wirklich geht: **Das Nachdenken, Sprechen und Handeln zum Thema Toleranz im Alltag.**

Egal welche Hautfarbe, Religion oder Sexualität du hast. Toleranz ist immer das, was du draus machst. Dein Schritt auf etwas zu, das dir fremd oder falsch scheint. Dein Wunsch es zu verstehen und kennen zu lernen. Lauf los und informier dich über irgendetwas, das dir unangenehm scheint. Irgendetwas, das du nicht gut kennst. Nicht verstehst. Komisch findest. Lern' etwas darüber und lass dich überraschen, was dieses neue Wissen in dir verändern wird. Und dann geh raus damit in die Welt.

Toleranz hat es nicht länger verdient als Wort, hinter geschlossenen Türen und vorgehaltenen Händen oder geschrieben auf Plakaten durch dieses Land zu ziehen. **Toleranz muss gelebt werden.** Wo du anfängst ist egal, denn das beste an Toleranz ist, dass du sie auch gegenüber dir selbst ausleben darfst.

**Werte andere nicht, ohne sie zu kennen.
Du bist auch fehlerhaft.
Fehlerhaftigkeit ist deine Chance
von einem anderen zu lernen,
neue Wege zu gehen,
deine innere und äußere Welt zu erweitern.**

**Nutze diese Chance,
statt über sie zu lachen.**



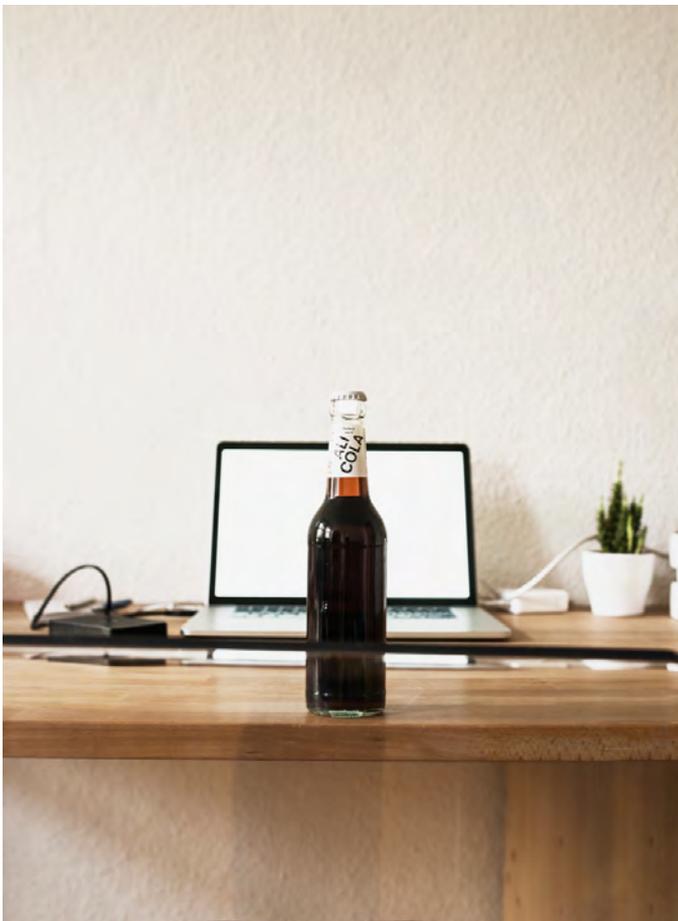
Fotografie: Ali Cola, Text: Freiseindesign

Die Gedanken sind frei – Kunst kannst du auch zu Hause!

Das Thema Toleranz hat mich inspiriert im Rahmen des Beitrages mit ein paar Klischees zu spielen. Ich habe einfach losgelegt, mit dem was in mir selbst machmal passiert. Mit dem, was mir in Gesprächen begegnet. Ich habe mich gefragt, was aus den Medien einfach bestimmte Bilder in unseren Kopf zaubert. **Was uns oft nervt, was wir in Schubladen stecken, was wir uns an Bewertungen erlauben – und warum bei manchen Klischees alles doch oft ein bisschen anders ist, als wir denken.** Das Projekt dient nicht dazu, irgendwen zu belehren, zu beleidigen, ein Richtig und Falsch zu ergründen. Es soll Gedanken anregen, vielleicht den einen oder anderen zum Lachen bringen und einfach die Bilder und Geschichten aus meinem Kopf in eine sichtbare Ebene transportieren.



Der **Schläferali** hat in erster Linie Interessen, die mit denen eines Studenten vergleichbar sind. Mal mehr schlafen, mal weniger und dabei auf jeden Fall nicht überanstrengen. Laut Boulevardpresse wartet der Schläferali ständig auf seine Aktivierung. Und wenn die kommt, dann muss er los und zwar sofort! Manchmal wird's dann auch echt gefährlich. Zum Beispiel, wenn der Wunsch liegen zu bleiben dem Drang auf die Toilette zu gehen in Konflikt geraten ist und es plötzlich drängt. Dann wird der Schläferali aktiv, springt auf und rennt manchmal sogar. Bis er sich wieder hinlegt und wartet. Auf die nächste Aktivierung.



*Der **Schreibtischali** ist ein ruhiger Zeitgenosse an dem sich eigentlich nur seine eigene Familie stört und das auch vornehmlich wegen seiner häufigen Abwesenheit beim Abendbrotessen. Nicht selten verlässt er erst im Dunklen das Büro und erschreckt sich dabei regelmäßig vor seinem Kollegen Dunkelali, den er meistens nur wegen seines weißen Grinsens im düsteren Flur bemerkt. "Hali-Hallo!" heißt es dann, bevor beide in den Feierabend gehen und sich zu Hause auf ihre Familien freuen.*



*Der **Alimentenzahli** hat es nicht einfach. Auf Spaß folgte Frust; hübsch geschmückt mit kleinen Näschen und glänzenden Augen. Süß eigentlich, wenn sie nicht so teuer wären die kleinen Alis. Deswegen muss der Alimentenzahli ran: Erziehung auf die finanzielle Art. Ob er nicht einfach mit den Kids die Zigaretten und das Fernsehprogramm teilen kann, statt extra zu zahlen, fragt ihn einer auf der Straße mit miesem Grinsen. Alimentenzahli überlegt, ob es sich lohnt dem zu sagen, dass er gar nicht raucht und man Netflix inzwischen auf dem Handy vorladen und es überall schauen kann, auch wenn man keinen eigenen Fernseher hat. Aber das will ja auch wieder keiner hören. Also lässt er ihn stehen, den fiesen Frager und geht zur Arbeit. Für die Kids – und sich selbst.*



Karnevali und Kifferali kommen meistens recht friedlich miteinander aus. Manchmal ist Kifferali von seinem Kumpel allerdings auch ziemlich gestresst, denn der versteht nicht immer, dass es oft notwendig ist, die Dinge mit sehr, sehr viel Entspannung anzugehen. Sofern Karnevali dem Kifferali dann aber nach der Feier etwas zu Essen mitbringt, ist alles wieder im Reinen. Na dann – Helau und Aliaaf!



Der Öko-Ali geht heute begeistert in den Tag! Angstfrei sprintet er über die vielbefahrene Straße zur U-Bahn, wissend, dass sein Schutzamulett schon dafür sorgt die Autos ausweichen zu lassen. Er gerät auf Arbeit in einen Konflikt und zieht sich dann zurück um zu spüren, was das mit ihm macht. Als er wiederkommt, hat der Kollege die Aufgabe bereits erledigt – ein Zeichen vom Universum, dass diese Arbeit gar nicht für ihn selbst bestimmt war! Wütend verlässt der Kollege die Arbeit – auf zum Flughafen, denn seine Großmutter wird 95. In Gedanken liegen gelassen steht unter dem Tisch das Geschenk für die Oma. Öko-Ali nimmt es an sich, googled, fragt und sprintet, bis er am Flughafen den Kollegen erreicht und ihm das Geschenk gibt. Der Kollege bedankt sich und bedenkt sich – und stellt wohl das erste Mal fest, dass er und der Öko-Ali einfach nur verschieden sind, statt verschieden gut.

Klischees formen sich in unseren Köpfen. Sie versteifen sich häufig für eine Weile, werden weiter gesponnen, ausgeschmückt, abgeändert oder über den Haufen geworfen. Sie belustigen oder erstaunen. Oft bemerken wir sie erst, wenn wir mit der Nase darauf gestoßen werden. Klischees sind für jeden da – und in jedem da. Früher kannte man sie als Stigma, ging ins Extrem. Ächtung, Verdammnis. Doch ist was wir tun heute so anders? Macht es einen Unterschied, wen ich verurteile? Und warum? Und dann, manchmal, denke ich ganz laut, dass Toleranz ein Begriff ist, den wir selbst aus seinem Klischee herausholen müssen, damit er wieder leisten kann, was von ihm erwartet wird.



Bis dann – euer **Bloggerali** :lol:

teilen (<https://www.facebook.com/sharer/sharer.php?>

twittern (<https://twitter.com/share?>

pinnen (<https://www.pinterest.com/pin/create/link/?>

Ali Cola (<http://www.freiseindesign.com/tag/ali-cola/>)

Kolumne (<http://www.freiseindesign.com/tag/kolumne/>)

Toleranz (<http://www.freiseindesign.com/tag/toleranz/>)

NEUESTE BEITRÄGE

(<http://www.freiseindesign.com/reisetipps-kapstadt-berlin-freiseindesign-urban-outdoor-kampagne-globetrotter/>)

ÄLTERE BEITRÄGE

(<http://www.freiseindesign.com/agape-zoe-yoga-berlin-festival-healing-arts-mindfulness/>)





You are here: [Home](#) / [Europa](#) / [Anti-Rassismus Cola](#)

Anti-Rassismus Cola

27. März 2017 By [Redaktion](#) – [Leave a Comment](#)

Cola ist schwarze Brause, so haben wir das gelernt. Denn wäre Cola weiß oder orange, wäre es ja keine Cola. Denkste. Ali Cola geht da ganz neue Wege und bringt Colas in sechs verschiedenen Farben auf den Markt. Wie nennt man eine helle Cola? Cola, du Rassist. Ali Cola, die Cola für mehr Toleranz.



SPEZIALITÄTEN AUS SARDINIEN
Wein, Pasta, Olivenöl, Dolci & Gourmetpakete

- ALLGEMEIN ▾
- REZEPTE ▾
- LOCATIONS ▾
- TIPPS & TRICKS
- EVENTS & TERMINE



ANZEIGE

Ali Cola – Eine Cola für jede Hautfarbe

FACEBOOK

am 21. März 2017 • in Werbung

Diese Website benutzen Cookies. Wenn Sie die Website weiter nutzen, stimmen Sie der Verwendung von Cookies zu.

Akzeptieren Erfahren Sie mehr

Doch was ist Ali Cola?

Außen sind sie verschieden. Innen alle gleich. Was für Menschen auf der ganzen Welt gelten sollte, gilt jetzt schon für Cola. Genauer: für ALI COLA. Die erste Cola in verschiedenen Hautfarben. Eine Cola für mehr Toleranz. #toleranzschmeckt

und warum gibt es Ali Cola?

ALI COLA wurde von Thilo Sarrazin gegründet. Zumindest unfreiwillig. Denn als Sarrazin behauptete, Intelligenz würde vererbt – und Schwarze wären nun mal weniger intelligent als Weiße, mussten wir einfach aus Protest ALI COLA gründen.



Wir haben jetzt die Möglichkeit bekommen uns selbst von der Cola für jede Hautfarbe zu überzeugen und diese zu verkosten.

Das Aussehen des 6er-Pack hebt sich direkt von allen anderen Limonaden ab oder habt ihr schon mal eine weiße Cola getrunken? Die Ali Cola schmeckt definitiv nicht wie der

Diese Website benutzen Cookies. Wenn Sie die Website weiter nutzen, stimmen Sie der Verwendung von Cookies zu.

Akzeptieren

Erfahren Sie mehr



Aufgaben
578 „Gefällt mir“-Angaben

Seite gefällt mir

Sei der/die Erste deiner Freunde, dem/der



KATEGORIEN

Allgemein

Backen

Bars & Bistros

Dessert

Events & Termine

Fleisch

Food Art

Fun

Getränke

Kurioses

Locations

Restaurants

Rezepte

Saisonal

Tipps & Tricks

Colafläschchen. Mit einem feinem und nur leicht süßem Cola Geschmack.

Werbung



TAGCLOUD

anbau avocado **backen**

bar bier burger cupcakes

design dessert Düsseldorf **eis**

essen event festival

gemüse Gemüsesaison

Halloween heidelbeeren

heimisch kokos **kuchen**

kunst käsekuchen Kürbis Muffins

Nudeln Nutella Obst pasta

pizza regional restaurant

Restaurants Rezept saisonal

Schokolade selbstgemacht

Special streetfood **vegan**

vegetarisch video

weihnachten werbung zimt

Erhältlich ist Ali Cola über ihre **Webseite** und auch in einigen Lokalen in Hamburg, Berlin, Leipzig, Münster und weitere. Probieren lohnt sich!

ÄHNLICHE BEITRÄGE



Deine Cola in 3 Sekunden zu Eis machen! Wie das geht?

10. August 2016
In "Kurioses"



Besondere Nudelhölzer für besondere Kekse

7. Juni 2016
In "Kurioses"



Risotto mit Champignons

8. März 2017
In "Rezepte"

Tags **ALI** **COLA** **KOOPERATION**



TWEET



SHARE



SHARE



DIN IT

Diese Website benutzen Cookies. Wenn Sie die Website weiter nutzen, stimmen Sie der Verwendung von Cookies zu.

Akzeptieren

Erfahren Sie mehr

ATERIE | A FOOD CULTURE WEBSITE.



1



1



8



5 Skin Color Cola From Ali Cola Comes Every Skin Color



03/20/2017 • PACKAGING •

Ali Cola have created this set of Skin Color Cola, no matter what color you have on your skin. Check it out.

This great looking Skin color cola is the creation of Ali Cola. Ali Cola is a fairly new brand of cola from Germany. It was created as a protest against politician Thilo Sarrazin who claimed that intelligence was inherited. That ridiculous statement was the starting point that got Ali Cola started. Ali Cola is now a product and some of the money raised from the sales of Ali Cola are donated to help refugees.

» Packaging » This Skin Color Cola From Ali...

Related Posts



This Brazilian Beer Packaging Design Will



Smooj Is A Cold Pressed Juice For Struualina



12 American Gin Bottles With Great Packaging



Folks Craft Brewery Beer Packaging Design



1



1



8



How do you get a point like this across on a bottle of cola? According to Ali Cola you create a set of skin color cola. No matter what color your skin is. So the colas are just like things are in real life. Different on the outside but the same within.



I like the concept and I think it is a clever way of incorporating something political into food. An added bonus is that the colas look great. The colors work great together and with only one small label on the neck of the bottle the colors of the soda are allowed to shine.

Great job by Ali Cola, [you can read more about them here.](#)

Newsletter:

* indicates required

Email Address

Subscribe

SEARCH ÄTERIET

SEARCH

RECENT





ALI COLA. The Cola in Skin Colors.

By Gute Werbung, Mar 18, 2017



<http://www.gutewerbung.net/wp-content/uploads/2017/03/ALI-COLA.-The-Cola-in-Skin-Colors-01.jpg>

They look different on the outside but are all the same on the inside. That's true of people all over the world—and now of cola, too. Or at least [ALI COLA](https://www.facebook.com/toleranzschmeckt) (<https://www.facebook.com/toleranzschmeckt>), the first cola that comes in different skin colors. Call it a cola in aid of greater tolerance. The cola in skin colors is a product idea by loved for ALI COLA.



Gute Werbung

37,563 likes

Like Page

C

Agency, Media, Brand, Industry...

↳ **Select All**

Apply Filter

Recent Ads

GOOD THINGS



WEEKEND CREME

Wir wissen nicht genau, auf welcher Idee die Weekend Creme basiert – wollte man der von Büroluft geplagten Haut eine extra Portion Frische geben oder vielleicht eher den Strapazen einer alkohollastigen Partynacht entgegenwirken? Vielleicht beides. Vielleicht ist es aber auch egal, denn so oder so ist das aufbauende Kraftpaket im Cremeformat die reinste Wohltat und kommt dabei ganz ohne Parabene, Erdöle, Silikone und Palmöl in die Dose. Der milde Zitronenduft passt zu der Frische, die die vegane Creme dank vitalisierender Aloe auf der Haut hinterlässt.

www.naturtalent-cosmetics.de



KNOBBLY STUDIO

Zu gerne werden die sozialen Netzwerke verteufelt, dabei entstehen durch sie auch immer wieder schöne Verbindungen. So ist es Instagram zu verdanken, dass Gittit Szwarc, die Designerin hinter KNOBBLY STUDIO, auf Laurie Franck aufmerksam geworden ist. Die Israelin war entzückt von dem minimalistischen Pinselstrich der französischen Tattoo-Künstlerin und lud sie zur Zusammenarbeit ein. Die Distanz der Wohnorte – Tel Aviv und Zürich – hat die beiden Frauen nicht daran gehindert, gemeinsame Sache zu machen. Ihre Kollektion umfasst Schmuck und Kleidung, wobei die menschliche Silhouette von den beiden Künstlerinnen gerne aufgegriffen wird. So taucht der weibliche Körper immer wieder in ihren Kreationen auf, wie zum Beispiel auf T-Shirts oder in Form einer Anstecknadel.

www.knobblystudio.com



LIBERTINE JUTEBEUTEL

Trends kommen und gehen, der gute Jutebeutel bleibt. Denn wer braucht schon teure Designerbags? Da investiert man doch lieber in diese treue Weggefährtin und in guten Lesestoff: Für 20 Euro gibt es nicht nur den LIBERTINE-Jutebeutel, sondern zusätzlich das Kurzabo (3 Ausgaben).

www.libertine-mag.com/shop

Wir trinken Cola für mehr Toleranz, streichen fruchtig-feurige Smoothies auf unsere Stullen und feiern zusammen mit Gittit Szwarc, der Designerin hinter Knobbly Studio, die Ästhetik des weiblichen Körpers. Kurz: Die LIBERTINE REDAKTION hat einige Ideen, wie der langersehnte Frühling noch schöner wird.

ALI COLA

Auch eine Flasche Cola kann ein politisches Statement setzen. Das beweist die ALI COLA, die schon mit ihrem Namen Klischees auf die Schippe nimmt. Bereits 2012 wurde die Brause als Antwort auf Thilo Sarrazins diskriminierende Thesen kreiert – als ein trinkbares Alltagsmanifest für mehr Toleranz. Wenn 2017 die Welt weiter nach rechts rückt, hält ALI COLA dagegen und wird einfach noch vielfältiger! Statt der Cola im üblichen Schwarz gibt es sie nun in sechs unterschiedlichen „Hautfarben“. Der Geschmack bleibt immer derselbe. Frei nach dem Motto: „Außen verschieden, innen gleich.“ So schmeckt Toleranz!

Da ein Zeichen zu setzen meistens nicht reicht, unterstützt ALI COLA auch die NGO Kiron, die einen unbürokratischen Weg gefunden hat, Flüchtlingen eine Hochschulbildung zu ermöglichen – über Online-Kurse und Partner-Universitäten. Jetzt fehlt nur noch die Ayşe Limo!

www.alicola.de



SMUUS

Smoothies ins Glas und Marmelade auf's Brot? Das geht auch anders. Die Hamburgerin Negin Pakravesch, die eigentlich Ärztin ist, hat eine ganze Weile in ihrer Küche mit Obst, Gemüse und Kräutern herumexperimentiert, bis ihr der Gegenentwurf zur flüssigen Vitaminbombe gelungen ist: SMUUS – ein Smoothie als Brotaufstrich. Inzwischen hat die 33-Jährige sechs Sorten kreiert, wobei u. a. Vanille, Zitronengras und Kirsche, aber auch Paprika,

Rote Beete und Chili zum Einsatz gekommen sind. Weitere vitaminbombige Sorten sind geplant, denn das Tüfteln und Experimentieren am Kochtopf ist Negin's große Leidenschaft, für die sie sich trotz Vollzeitjob in der Klinik viel Zeit nimmt. Hergestellt wird der Aufstrich von einer kleinen Manufaktur in Bremen. Um sich von der traditionellen Marmelade abzusetzen und die hippen Smoothie-Fans anzusprechen, hat Negin's Schwester den SMUUS-Gläsern ein puristisches Design verpasst. Diese stehen in immer mehr Supermärkten, können aber auch online bestellt werden.

www.smuus.com



Fotos: Iga Drocz (1), Felix Amseil (1), Denys Katrinsky (2), Paul Paack (1), PR (3)

Nah am Wasser gebaut

Der Ponton „Entenwerder 1“ in Rothenburgsort und das dazugehörige begehbare Kunstobjekt „goldener Pavillon“ ist ein magischer Ort inmitten der Elbe für Drinks und kleine Speisen mit Sonnenuntergangs-panorama. Das Café liegt ein wenig versteckt, aber jeder Besuch ist für uns wie ein Kurzurlaub. Am besten radelt man bei gutem Wetter ganz entspannt mit dem Fahrrad hin. Adresse: Entenwerder 1

HOT RED
Rote Haare, seufz... hätten wir auch gerne. Weil es die vielleicht einzige Farbe ist, die man sich nicht einfach so herbeifärben kann, schauen wir uns lieber all die schönen Rotschöpfe im Magazin „MC1R“ von Tristan Rodgers aus Ottensen an. Mehr Infos gibt es unter mc1r-magazine.com



SCHÖN UND GUT
Mit Eco-Fashion sorgt das Hamburger Label „Jan'n'June“ für Furore: Die skandinavisch anmutenden Pieces sind nachhaltig und fair produziert. Blazer, ca. 170 Euro

Shopping-Liebling
Auf der Suche nach liebevollen Geschenken oder dem neuen Lieblingskleid? In der „B-Lage“ shoppen wir ausgewählte Designstücke wie Kalender oder Postkarten und Schmuck. Dafür, dass uns beim Stöbern nie langweilig wird, sorgen wechselnde Pop-ups von lokalen Designern. Adresse: Kampstraße 11



W e l o v e

Ja, wir lieben unsere Stadt! Vier Lieblingsplätze und zeigen die

Insiderinnen verraten hier ihre aktuellen heißesten Must-haves made in Hamburg



Pola Fendel und Thekla Wilkening von der „Kleiderlei“ kennen die coolsten Labels unserer Stadt und zeigen uns die besten Plätze zum Shoppen, Relaxen und Schlemmen ...



STERNSTUNDE
Zwischen hippie-esk und spacig pendelt das Label „Black Velvet Circus“. Dieser Superschuh aus der Kooperation mit „Nine to Five“ ist gerade scheinbar überall, völlig zu Recht finden wir. Ca. 339 Euro

TRINK TOLERANT
Die „Ali Cola“ vom Hamburger Aydin Umutlu schmeckt nicht nur super, sondern hat auch die beste Message: Es gibt sie in verschiedenen „Hautfarben“ mit dem immer gleichen Geschmack. Außen verschieden, innen gleich – genau wie wir Menschen. Ger-Pack, ca. 12 Euro über alicola.de



Bon Appétit!

Unser absolutes Lieblingsrestaurant ist das „Bistro Carmagnole“ in der Schanze. Es versteckt sich etwas abseits des Trubels in einer Seitenstraße – zwischen Roter Flora und Lerchenwache. Auf der Karte finden sich Klassiker der französischen Küche wie Moules Frites, Steak Tartar oder Artischocken. Auch süße Sünden wie Tarte Tatin, Crème Brûlée oder Croque-en-bouche dürfen natürlich nicht fehlen. Hier können wir uns stundenlang bei gutem Essen und Wein verquatschen. Adresse: Juliusstraße 18



جشنواره علی کولا با نوشیدنی به رنگ‌های متنوع پوست



درخواست مشاوره
بازاریابی و کسب و
کار

درخواست مشاوره

مطالب جدید
بازاریابی و کسب و
کار

مارکتینگ و سودآوری در
کسب و کار

شخصیت شرکت در
مارکتینگ

بسته بندی مناسب برای
محصول

سفارشی سازی محصولات

در کسب و کارتان

- تخصص باشید

این ایده علی کولا در اعتراض به نژادپرستی و در جشن تنوع قومی شکل گرفت. این برند آلمانی تلاش کرده تا با طراحی محصول در رنگ‌های متفاوت و البته با طعم‌های یکسان به انتقال پیام "در نگاه ظاهری متفاوت و در باطن مانند هم" به فرهنگ‌سازی در این رویداد اجتماعی کمک نماید.

Ali Cola با بسته‌بندی خود واکنشی است به تعصب و نژادپرستی که شوخ طبعانه به دفاع از شعار "به سلامتی، به بردباری" می‌پردازد.



McLuhan ve teorileri animasyonla anlatılıyor



ALI COLA, renkli şişelerle çeşitliliği destekliyor



Adobe Illustrator, 30. yılını video serisiyle kutluyor



Chanel de emoji savaşlarına dahil

ALI COLA, renkli şişelerle çeşitliliği destekliyor

Haber 09 Mart 2017 Semiha Ahmed

ALI COLA fikri, 2012 yılında Alman siyasetçi **Thilo Sarrazin**'in insanların zekasının genetik özelliklere dayandığına dair bir yorumda bulunmasının ardından ortaya çıktı. Bu yorumu protesto etmeyi ve etnik çeşitliliğe saygı göstermeyi amaçlayan Hamburglu girişimci **Aydın Umutlu**, farklı renklerde ambalaja sahip alkolsüz içecek serisini ortaya çıkardı. Bu projenin arkasındaki ekip de çalışmayı "*Daha fazla hoşgörü için içecek şeklinde günlük manifesto*" olarak açıklıyor. İçecek ve onun ambalaj tasarımı, tüm önyargılara ve klişelere ironik ve şakacı bir şekilde hoşgörü için tost kaldırarak karşılık veriyor.



Grafik tasarımcı **Matthäus Frost** tarafından geliştirilen ambalaj tasarımı altı farklı 'cilt' renginde hazırlandı. Farklı renklere sahip olsalar da içlerindeki içecek aynı tada sahip. "*Dıştan farklı görünseler de içten hepsi aynı. Bu tüm dünyadaki insanlar için geçerli. Şimdi bir içecek için de öyle*" diyor Umutlu. İnternet üzerinden sipariş edilebilen **ALI COLA**, yakın bir zamanda Berlin ve Hamburg bölgelerinde satışa sunulacak.



PERSPEKTİF



Keşke Ben Ya Tüylüoğlu



Hayatım Rekl Sanlıman



Mikro anlar 2 önemli olacak



Handmade: E

EN ÇOK OKUNANLAR



HABER

14 Aralık 2011

Coca-Cola'nın Gizli Formülü Atlanta'daki Coca-Cola Müzesi'ne Taşındı

Coca-Cola'nın 125 yıllık gizli formülü yeni evine taşındı. 86 yıldır SunTrust Bankası'nda saklanan gizli formül, 125. yıl...



HABER

22 Aralık 2011

2011 Marka Ödülü Ülker'in oldu

Bu yıl 12'ncisi düzenlenen Marka Konferansı'nda yılın Marka Ödülü Ülker'e verildi. Uluslararası başarılarına imza atmış, ke...



Pegasus "Sevde Nil D." uçağını teslim aldı

Bu yıl Temmuz-Ağustos ayları arasında filosuna yeni katılan uçaklarına, "minik misafirleri"nin adını vermek için gerçekle...



ETİ Çekül Kültür Elçileri Okan Bayülgen'in Objektifinde

ETİ'nin ÇEKÜL Vakfı ile 2008 yılında hayata geçirdiği ETİ ÇEKÜL Kültür Elçileri Projesi'nde dördüncü yılını tamamladı. Tü...



Peak Games dünyanın 5. büyük oyun şirketi

Gelişen pazarların en hızlı büyüyen sosyal oyun şirketi Peak Games, gerçekleştirdiği yeni satın almalar, iş ortaklıkları,...



İlişkili Haberler



Facebook, reklamlardaki ırk ayrımcılığına karşı önlem alıyor



Siyahi iş sahiplerinin şirketlerini bu haritada bulabilirsiniz

[ALI COLA](#)
[Thilo Sarrazin](#)
[Aydın Umutlu](#)
[Matthäus Frost](#)
[etnik çeşitlilik](#)
[İrkçilik](#)

Yorumlar (0/0)

<input type="text" value="Ad Soyad"/>	<input type="text" value="E-Mail Adresi"/>
<input type="text" value="Tartışmaya Katıl"/>	
<input type="text" value="EFHHR"/>	
<input type="text" value="Yorumunu Gönder"/>	

一下就能戳中你内心的小设计，这才是本该拥有的生活。

所属栏目: 旅行资讯 发布时间: 2017-03-07 文章来源: 芭莎艺术 阅读:6908

摘要:购物时第一眼吸引你的是什么? 为何你在知道产品没有实际用途后还依然心甘情愿地买单? 答案是: 好的产品包装。有意思的包装不光能方便消费者使用、增加产品趣味, 甚至还能体现品牌精神、表达人文情怀。ALI COLA, 是由德国汉堡企业家Aydin Umutlu...



购物时第一眼吸引你的是什么? 为何你在知道产品没有实际用途后还依然心甘情愿地买单? 答案是: 好的产品包装。有意思的包装不光能方便消费者使用、增加产品趣味, 甚至还能体现品牌精神、表达人文情怀。

ALI COLA, 是由德国汉堡企业家Aydin Umutlu开发出的无酒精饮品系列, 拥有六种不同的“肤色”, 但里面饮料的口味却是一模一样。



今日要闻

呆过传统行业, 正处互联网+, 在咱山西, 这俩毕业十年, 5名大学舍友生存现状对比, 结果令难溶之痛, 一改了之

家里这样的电线, 半年多用你1000度电!

7亩农村老人五十年前饿着肚子存下 如今变成一

【特别介绍】老中医告诉你为啥按摩非得来医队在山西, 如果错过了这场超级演唱会, 你的人生重庆旅投集团“忍痛割爱”: 奉节白帝城及天坑地白人青年超市购物后被打 打完还接着被调戏
好消息: 肇庆回南天要走了! 坏消息: 冷空气来

精彩图文



中国男足公布12强赛名



国乒总教练刘国梁到底有



韩国速滑队欲重施对中国



单节10分怒怼硬汉替兄弟



13+5, 林书豪造奇迹! 篮



世锦赛又见韩国内讧! 输

文章精选

韩国短道女队一金未得, 拙劣犯规沦为笑柄, 泪

【特别介绍】老中医告诉你为啥按摩非得来医队在山西, 如果错过了这场超级演唱会, 你的人生重庆旅投集团“忍痛割爱”: 奉节白帝城及天坑地

【星座】看! 谁是表里不一的星座?

前几天, 我回到十年前租住过的那个6平米的小会赚钱的女人都美成什么样?

春天的味道——薄如蝉翼的烙春饼

边度月食 | 可能是最适合在三月吃的十家餐厅

喝大酒, 唱大戏, 超嗨的古宅民宿

图行天下



喝大酒, 唱大戏, 超嗨的



与倪妮刘亦菲同床共枕,

ALI COLA系列，由饮料的不同颜色隐喻为不同人种的肤色，表达“虽然肤色不同，但大家都平等”的理念。

设计这个系列的契机是2012年时，德国政客蒂洛·萨拉辛曾针对“人类智慧与基因特征直接相关”的话题发表了多条颇有争议的评论。为了反对这位政客的观点、反对种族歧视，同时庆祝种族的多样性，ALI COLA的概念由此而生。



ALI COLA系列

ALI COLA系列的设计师Matthäus Fros在做这个设计时说：“这些饮料的外表看似不同，但内在却完全相同，全世界的人类也是如此。本次我设计的这款可乐也有着同样的特征。”

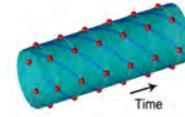
除此之外，该公司还表示，ALI COLA系列的部分收入会捐献给民间组织Kiron，用以帮助难民通过网络课程与合作大学等途径获得大学学历。



明星亲友大爆料：陈羽凡



头条连续战败一人哥小号



美国科学家制造出时间晶



日本人将在3766年灭绝？



人类生命何时终结？结果



宇宙是由什么组成的？

宇宙是由什么组成的？



刚出的，骂得真过瘾！



刘强东、真实身份曝光...



妹纸玩滑梯，留下一片红



韩国棒子装逼当场被暴

EMANUELADINATALE

COPYWRITER, SOCIAL MEDIA MANAGER & MUCH MORE

(<http://www.emanueladinatale.com/>)

DESIGN ([HTTP://WWW.EMANUELADINATALE.COM/DESIGN/](http://www.emanueladinatale.com/design/))

Ali Cola celebra la tolleranza con una cola per ogni colore della pelle

LEAVE A COMMENT ([HTTP://WWW.EMANUELADINATALE.COM/ALI-COLA/#RESPOND](http://www.emanueladinatale.com/ali-cola/#respond)) 1 MARZO 2017



Diversi all'esterno, ma dentro tutti uguali. È vero per tutte le persone del mondo e anche per **Ali Cola**, la prima cola proposta in **6 diversi colori della "pelle"** che, tuttavia, **hanno lo stesso sapore**.

In un momento storico in cui la tolleranza dovrebbe essere scontata ma, sin dai piani più alti del potere, non lo è affatto, Ali Cola trova il suo modo per supportare la causa.

In contrapposizione alle comuni "cole" presenti sul mercato caratterizzate dal tipico colore marrone scuro, Ali Cola si presenta in una range di colori più ampia; una diversità, tuttavia, che si ferma al solo aspetto esteriore, proprio come avviene con le persone.



(http://www.emanueladinatale.com/portfolio/wp-content/uploads/2017/03/ali_colo_tolleranza_colore_pelle_3.jpg)

Ali Cola dice #CheersToTolerance

Un modo per **rispondere ai pregiudizi con un tocco di umorismo** che traspare fin dal claim: **#CheersToTolerance**, ovvero "Salute alla tolleranza".

L'idea nasce dall'imprenditore tedesco **Aydin Umutlu** in seguito alle affermazioni razziste di alcuni esponenti della classe politica locale. Aydin ha dunque deciso di dare una nuova veste alla bevanda pop per eccellenza, investendola di una nuova importante missione: **portare la discussione sulla tolleranza nella vita di tutti i giorni**.

Una volta ideato il concept è stato compito del graphic designer **Matthäus Frost** sviluppare il packaging della Ali Cola in sei diversi colori di "pelle". **Acquistabile attualmente online**

(<https://www.alicola.de/en/home/>), l'originale bevanda multirazziale sarà a breve disponibile anche nelle città di Berlino e Amburgo.

12

1



DO PEOPLE
HAVE TO
BE WHITE
AND COLAS
BLACK?

EXACTLY.

(http://www.emanueladinatale.com/portfolio/wp-content/uploads/2017/03/ali_cola_tolleranza_colore_pelle_5.jpg)

1



#cheerstolerance

Different outside. Same inside. THE COLA IN SKIN COLORS.

(http://www.emanueladinatale.com/portfolio/wp-content/uploads/2017/03/ali_cola_tolleranza_colore_pelle_6.jpg)



„Müssen Menschen weiß und Colas schwarz sein?“

Quelle: Aydin Umutlu

Minimalistisches Design

Toleranz zum Trinken: Farbe zeigen gegen den Rechtsruck

Wer auf dem heiß umkämpften Markt mit Cola-Getränken eine Nische erobern will, braucht zündende Ideen. Aydin Umutlu zeigt, wie sich politische Botschaften mit leckeren Erfrischungen kombinieren lassen. Und er lässt auch angesichts des möglichen Rechtsrucks in Deutschland nicht locker.

■ Coca-Cola und Pepsi beherrschen als Goliaths die Branche. Dass Davids wie Fritz-Kola, Afri Cola oder Ali-Cola Marktanteile an sich reißen, hat mehrere Gründe. „Gerade jüngere Verbraucher suchen bewusst nach geschmacklichen Alternativen“, stellte die GfK fest. Marketing und Authentizität gelten als weitere Möglichkeiten, um Alleinstellungsvorteile gegenüber Großkonzernen zu schaffen. Das ist Aydin Umutlu gelungen.

„Man muss etwas machen“

Alles begann im Jahr 2012. Thilo Sarrazin verbreitete in Talkshows und in Veröffentlichungen seine umstrittenen Thesen. Eines Abends ärgerte sich Umutlu wieder über die Äußerungen. „Man müsste irgendwas machen“, dachte er sich, „etwas, womit man

Aufmerksamkeit erzeugt und Sarrazin Paroli bieten kann.“ Kaugummis oder Fladenbrote eignen sich schlecht, um Botschaften zu transportieren. Schließlich hatte er zusammen mit seiner Frau die Idee, ein Cola Getränk zu entwickeln. Seine Message: „Toleranz schmeckt.“

Dann ging es eher technisch weiter. Nach umfangreichen Internet-Recherchen bestellte er verschiedene Geschmacksmuster bei Grundstoffproduzenten und begann, in der heimischen Küche zu experimentieren. Mehrere Anpassungen folgten. Das Ergebnis: Ein Getränk mit weniger Zucker und weniger Kohlensäure, was zu einem anderen Geschmackserlebnis führt. Bewusst spielt Umutlu mit dem Namen Ali-Cola und verwendete als Key Visual einen – wie er sagt –

„Klischee-Türken“. Schnauzbart, Käppi und Kragen dürfen nicht fehlen.

Cola in Hautfarben

Seither hat sich viel getan, doch die politischen Misstöne werden wieder laut. Auch im Jahr 2017 will Umutlu Menschen aufrütteln. Deutschland wählt den 19. Bundestag, und viele Beobachter erwarten durch die AfD einen Rechtsruck. Zeitgleich schockiert Donald Trump die Welt mit Einreiseverboten. Deshalb setzt der Unternehmer ein auffälliges Zeichen.

Sein Getränk gibt es jetzt in sechs verschiedenen Nuancen, sprich Hautfarben – von transparent bis weiß. „Sie sind alle gleich, nur von außen sind sie verschieden. Wie wir Menschen“, sagt der Firmengrün-

der. „Ich will damit zeigen, dass Rassismus fehl am Platz ist.“ Oder: „Cola in Hautfarbe gab es schon immer – nur eben nicht in deiner.“

Marketing über Social Media

Bei der Umstellung auf Hautfarben wurde Umutlu von Loved unterstützt. Die Hamburger Agentur hat ihren Schwerpunkt im Bereich von Marken, Inhalt und Gestaltung. Für Ali-Cola kreierte sie ein Kommunikationskonzept mit eigener Identität und ganz speziellem Erscheinungsbild. „Die Cola in Hautfarben ist keine Special Edition, sondern ein innovativer Produkt- und Marken-Relaunch“, so Loved.

Alle Botschaften sind provokativ und sollen aufrütteln, respektive auffallen. Einige Highlights: „Wie nennt man eine helle Cola?“ – „Cola, du Rassist.“ Oder: „Hautfarbene Cola?“ – „Warte, bis wir die schwule Cola rausbringen.“ Und nicht zuletzt: „Müssen Menschen weiß und Colas schwarz sein?“ – „Eben.“

In Social Media schlagen die Texte hohe Wellen. Unter dem Hashtag #toleranzschmeckt twittern Fans über das Produkt. Auf Instagram verbreiten sie ausgefallene

Schnappschüsse. Das macht sich auch beim Umsatz bemerkbar. Im letzten Jahr hat Umutlu etwa 100.000 Flaschen seiner Cola ausgeliefert.

Die Produktion läuft wie gehabt über einen Standard-Mehrweg-Füller, und die Etiketten werden im Offsetdruck hergestellt. Jetzt rechnet der Firmeninhaber mit einem weiteren Wachstumsschub.

Tue Gutes – und rede darüber

Seinen Erfolg teilt Aydin Umutlu gern mit anderen Menschen. Er unterstützt Kiron Open Higher Education mit Sitz in Berlin. Das Social Start-Up hat sich zum Ziel gemacht, Flüchtlingen den Weg an deutsche Hochschulen zu ebnet. Dabei handelt es sich nicht um eine staatliche Institution, sondern um ein offenes Bildungsprogramm. Gelder kommen von unterschiedlichen NGOs, Stiftungen, aber auch vom Bund. Teilnehmer haben nach zwei Jahren die Möglichkeit, an Partnerinstitutionen zu wechseln. Im dritten Jahr wird ein Bachelor-Abschluss verliehen. Auch das passt zur Philosophie des Cola-Unternehmers. Er will nicht reden, sondern handeln.

Michael van den Heuvel ■



„Warte, bis wir eine schwule Cola rausbringen!“

Kopf des Monats



Quelle: dvi

Kim Cheng,
Geschäftsführerin
Deutsches Verpackungsinstitut

Die Juristin Kim Cheng, seit Oktober 2016 gemeinsam mit Winfried Batzke in der Geschäftsführung des Deutschen Verpackungsinstituts tätig, bringt für diese Aufgabe neben Begeisterung und Energie auch Erfahrungen aus ihren früheren Tätigkeiten mit. U.a. beim Bundesverband Groß- und Außenhandel tätig mit der Wahrnehmung der Verbandsinteressen, den Anliegen der Vereinsmitglieder und dem Umgang mit Partnerverbänden. Die Netzwerkerin schätzt es sehr, nun die Verpackungsindustrie, die für 500.000 Arbeitsplätze steht, zu vertreten. Als eine der ersten Aufgaben widmet sie sich verstärkt der Außenwirkung des Vereins mit Sitz in Berlin. Sowohl im Rahmen des gerade absolvierten Deutschen Verpackungskongresses im März, als auch zum diesjährigen Tag der Verpackung im Juni, der sich mehr als bisher zum Branchenhilfshighlight qualifizieren sollte.

Ein guter Tag muss bei Kim Cheng mit einem Kaffee und den neuesten Nachrichten beginnen. Um für die Vorhaben, die sie sich vorgenommen hat, Kraft zu tanken, setzt sie in der Freizeit auf Meditation, geht joggen und spielt Golf. Komplett abzuschalten gelingt ihr hin und wieder bei US-Sitcoms oder einem guten Buch. mk ■

Startseite > Nachrichten > Marketing > #Toleranz schmeckt

01. März 2017 | Marketing | Exklusiv

#Toleranz schmeckt: Farbe zeigen gegen den Rechtsruck

Wer auf dem heiß umkämpften Markt mit Cola-Getränken eine Nische erobern will, braucht zündende Ideen. Aydin Umutlu zeigt, wie sich politische Botschaften mit leckeren Erfrischungen kombinieren lassen. Und er lässt auch angesichts des möglichen Rechtsrucks in Deutschland nicht locker.

Galerie



Alles begann im Jahr 2012. Thilo Sarrazin verbreitete in Talkshows und in Veröffentlichungen seine umstrittenen Thesen. Eines Abends ärgerte sich Umutlu wieder über die Äußerungen. „Man müsste irgendwas machen“, dachte er sich, „etwas, womit man Aufmerksamkeit erzeugt und Sarrazin Paroli bieten kann.“ Kaugummis oder Fladenbrote eignen sich schlecht, um Botschaften zu transportieren. Schließlich hatte er zusammen mit seiner Frau die Idee, ein Colagetränk zu entwickeln. Seine Message: „Toleranz schmeckt.“

Das Ergebnis: ein Getränk mit weniger Zucker und weniger Kohlensäure, was zu einem anderen Geschmackserlebnis führt. Bewusst spielt Umutlu mit dem Namen Ali-Cola und verwendete als Key Visual einen – wie er sagt – „Klischee-Türken“. Schnauzbart, Käppi und Kragen dürfen nicht fehlen.

Farbe zeigen gegen den Rechtsruck

Seither hat sich viel getan, doch die politischen Misstöne werden wieder laut. Auch im Jahr 2017 will Umutlu Menschen aufrütteln. Deutschland wählt den 19. Bundestag, und viele Beobachter erwarten durch die AfD einen Rechtsruck. Zeitgleich schockiert Donald Trump die Welt mit Einreiseverboten. Deshalb setzt der Unternehmer ein auffälliges Zeichen.

Sein Getränk gibt es jetzt in sechs verschiedenen Nuancen, sprich Hautfarben – von transparent bis weiß. „Sie sind alle gleich, nur von außen sind sie verschieden. Wie wir Menschen“, sagt der Firmengründer. „Ich will damit zeigen, dass Rassismus fehl am Platz ist.“ Oder: „Cola in Hautfarbe gab es schon immer – nur eben nicht in deiner.“

Marketing über Social Media

Bei der Umstellung auf Hautfarben wurde Umutlu von der Hamburger Agentur Loved unterstützt. Für Ali-Cola kreierte sie ein Kommunikationskonzept mit eigener Identität und ganz speziellem Erscheinungsbild. „Die Cola in Hautfarben ist keine Special Edition, sondern ein innovativer Produkt- und Marken-Relaunch“, berichtet Loved.

ข่าว / เทรนด์ใหม่ๆ	กรณีศึกษา / ไร่ล	ความรู้การตลาด	ไอเดียเจ๋งๆ	ดิจิทัลลัพท์เด็ด	ความสำเร็จ	บันเทิง	ติดต่อเรา
--------------------	------------------	----------------	-------------	------------------	------------	---------	-----------



แคมเปญรณรงค์ให้คนเลิกเหยียดสีผิว โดยใช้น้ำอัดลมหลากสีที่มีรสชาติเหมือนกันมาเป็นตัวแทน

กรณีศึกษา / ไร่ล — 28 February 2017

Tweet Gefällt mir **G+** 2



Thilo Sarrazin นักการเมืองชาวเยอรมันหาเงินรณรงค์เพื่อช่วยเหลือผู้อพยพของคนหลากเชื้อชาติ ด้วยการผลิตน้ำอัดลม Ali Cola ที่ในหนึ่งแพค จะมีหลายสี เพื่อสื่อให้เห็นว่า ไม่ว่าคนเราจะจะมีสีไหน เชื้อชาติอะไร ทุกคนก็เป็นมนุษย์ที่มีสิทธิเท่าเทียมกัน ชาวเยอรมันก็ควรจะปฏิบัติต่อผู้อพยพเหล่านี้ด้วยความเคารพเช่นเดียวกัน ดอกยัสโลแกนที่ว่า Different outside. Same inside." เพื่อให้ทุกคนยอมรับ ในความแตกต่าง



ค้นหา

TM ThaiMarketing ThaiMarketing.in.th
1,366,320 likes

Like Page Contact U

Be the first of your friends to like this



TM ThaiMarketing ThaiMarketing.in.th
33 Minuten

โทรศัพท์แทบระเบิด! คลื่นชีวิต เผยเบอร์ทนายสาธิต คนดูอินจัดกดโทรหาแต่เจอเธอคนนี้รับสาย!!

[See Translation](#)



ติดตาม @thaimarketing 1.04 ล. ผู้ติดตาม

Tweets by @thaimarketing

TM ThaiMarketing @thaimarketing

Facebook Live เริ่มทดสอบระบบโฆษณาต้นเวลาระหว่าง ถ่ายทอดสดแล้ว bit.ly/2mqHCEO



6h

Embed

[View on Twitter](#)

[กลับไปหน้าแรก](#)



ถือเป็นแคมเปญที่เรียบง่าย แต่ก็ช่วยสื่อสารออกมาให้เห็นถึงความเท่าเทียมกันได้ดีทีเดียว และคาดว่าจะโกยรายได้จากการขายน้ำอัดสีที่รสชาติเดียวกัน แต่มีหลายสีได้มากที่สุดทีเดียว

Resource

ความคิดเห็น



เรื่องราวล่าสุดที่น่าสนใจ



รุ่นใหญ่ ใจต้องนิ่ง!
McDonald's จ้างวิศวกรออกแบบหลอดอัจฉริยะเพื่อใช้ติดกับเครื่องติ่มเมนูพิเศษประจำฤดูกาลนี้

February 28, 2017



หลังจาก Note7 ระเบิด Samsung เรียกความมั่นใจลูกค้ากลับมาด้วยโฆษณาชุดใหม่ ใช้ภาพขณะทดสอบสินค้ากันไปเลย

February 28, 2017



ท้องไม่มีลูก ไม่ได้ใช้กับคนอ้วนเท่านั้นนะ แต่คนที่อาหารไม่ย่อยก็ไม่ต่างอะไรกับท้องเช่นกัน

February 28, 2017



ข้อความเก่า ๆ บน Twitter อาจทำให้เราทงงาน Keep or Delete จึงถูกพัฒนาเพื่อจัดการปัญหาด้วยการปิดหน้าจอ

February 28, 2017



Break Free โฆษณารองเท้า Adidas ของนักศึกษาที่เบรนต์ไม่สนใจและไม่ได้เป็นผู้ทำ กลายเป็นไวรัลไปแล้ว

February 28, 2017



แคมเปญรณรงค์ให้คนเลิกเหยียดสีผิว โดยใช้น้ำอัดลมหลากสีที่มีรสชาติเหมือนกันมาเป็นตัวแทน

February 28, 2017



แค่จัดฉากง่าย ๆ ก็ทำให้เห็นภาพแพดเกสสินค้าได้แบบรอบด้าน ด้วยการถ่ายภาพเพียงชอตเดียว

February 27, 2017



ตะลึงกันหนักมาก! เมื่อช่างภาพมืออาชีพถ่ายแบบปกนิตยสารด้วย iPhone 7 เพียงเครื่องเดียว

February 27, 2017



COLA HAS
ALWAYS
COME IN SKIN
COLORS.

JUST NOT IN
YOURS.

ALI COLA Takes on Racism with Skin Colored Cola

By [Stephen Fuchs \(http://www.germanpulse.com/author/stephen/\)](http://www.germanpulse.com/author/stephen/) on February 27, 2017

[✉ Email \(mailto:stephen@germanpulse.com\)](mailto:stephen@germanpulse.com) [@StephenWFuchs \(http://twitter.com/@StephenWFuchs\)](http://twitter.com/@StephenWFuchs)

Race is a hot button issue, both in America and Germany, so when ALI COLA, a German-based beverage company, wanted to do its part to celebrate equality, they tackled the issue in the most direct way imaginable — skin colored cola (<https://www.alicola.de/en/home/>).

ALI COLA is presenting their soda with a variety of 6 skin colors that are reflected by the color of the liquid. However inside each bottle, the drink tastes the same regardless of its color, and that is the root of the company's point in promoting equality.



“THEY LOOK DIFFERENT ON THE OUTSIDE BUT ARE ALL THE SAME ON THE INSIDE”

“They look different on the outside but are all the same on the inside,” said the company in a press release. “That’s true of people all over the world – and now of cola, too. Or at least ALI COLA, the first cola that comes in six different skin colors.”

Hamburg’s Aydin Umutlu started this vision in 2012 when he launched ALI COLA in protest of widely publicized theories, pushed by politician Thilo Sarrazin, that claimed intelligence was an inherited genetic trait, and that blacks are genetically less intelligent than whites. As 2017 kicked off with some of the strongest racial and religious divides this world has seen in years, Umutlu knew his company needed to do its part to promote tolerance.



It's a bold move that on the outside looks to be shrouded in racism, but when you look within to see the company motives, you see what's really inside. And isn't that the point?

Check out some of the ad shots below:



**DO PEOPLE
HAVE TO
BE WHITE
AND COLAS
BLACK?**

EXACTLY.



Lifestyle | Art & Design

可樂與種族歧視

2017年02月26日

可樂與種族歧視兩者之間，可以存在甚麼關係？讓平面設計師Matthäus Frost 告訴你！

TEXT BY KELVIN KO



德國政客Thilo Sarrazin 曾經說過有關智慧與種族基因的歧視言論，引起國際譁然，亦促使了平面設計師Matthäus Frost 設計出這ALI COLA！

MarketingOops!

20 YEARS OF DIVERSITY
ADFEST 2017
 Wed 22 - Sat 25 March 2017, Pattaya, Thailand

DELEGATE REGISTRATIONS NOW OPEN

JOIN OUR 20TH ANNIVERSARY CELEBRATIONS

Job Announcement

All Channels

TOYOTA
 NEW STYLING
NEW VIOS ALL IS POSSIBLE
 ทุกสิ่งสามารถ ทุกทางเป็นไปได้

SAFETY VIOS ALL IS POSSIBLE

0:30

CSR

Feb 22, 2017 [Leave a comment](#)

NGO ธรรมชาติไม่เหยียดผิวด้วยวิธีใหม่ ชายโคล่าหลากเฉดสีช่วยเหลือนักผจญภัย

posted by mengxi 125 views

3

SHARES

3

Retweet

0

LINE



ตอนนี้เยอรมันเป็นประเทศที่อ้าแขนรับผู้ลี้ภัยจากทั่วโลก แต่ก็ยังมีหลายฝ่ายออกมาต่อต้านถึงการใช้นโยบายของรัฐและทรัพยากรของประเทศเพื่อคนต่างชาติ ว่าแล้ว Thilo Sarrazin นักการเมืองชาวเยอรมันจึงต้องการออกมาเรียกร้องให้ประชาชนหันมาช่วยกัน เห็นใจ และเข้าใจ ผู้อพยพเหล่านี้ ด้วยการสื่อสารว่า คนเยอรมันจะต้องปฏิบัติต่อผู้ลี้ภัยด้วยความเคารพ ไม่ว่าจะชาติพันธุ์ไหน สีผิวใด ก็ล้วนเป็นมนุษย์ที่เท่าเทียมกัน

และวิธีการที่จะหาเงินบริจาคเพื่อช่วยเหลือนักผจญภัย ทีมงานจึงเลือกที่จะผลิตน้ำชาแบรนด์พิเศษ ชื่อ **Ali Cola** ที่หนึ่งแพคถึงแม้จะเป็นน้ำ โคล่ารสชาติเดียวกันแต่มีหลายเฉดสี เพื่อย้ำว่าไม่ว่าผิวสีไหน เขาก็เป็นคน เข้ากับสโลแกนที่ว่า "Different outside. Same inside." โปรดจขอมรับความแตกต่าง #cheerstolerance



DO PEOPLE
HAVE TO
BE WHITE
AND COLAS
BLACK?

EXACTLY.

ถือเป็นไอเดียเก๋ๆ ที่ต้นทุนไม่มาก และเลือกเอาสินค้าที่ทุกคนดื่มได้ แบบนี้น่าจะเรียกยอดบริจาคได้ไม่น้อยเลยทีเดียว เพราะมันก็แปลกตาอยู่นะถ้าจะบอกว่านี่คือ โคล่า แต่น้ำสีขาวจืดจะ
แห้งช้า

ติดตาม MarketingOops!

Like 557K people like this. Be the first of your friends.

Marketing Oops! มี LINE แล้วนะ

ติดตามเรื่องราวดิจิทัลแบบอินเทรนด์ได้ทุกวันผ่าน LINE ID @marketingoops



ali-cola cola NGO ผู้พอยท โคล่า ไม่เหยียดผิว

CONTRIBUTOR



เพราะชอบหลบร้อนไปพักที่ห้องสมุดวารสารฯ เป้าหมายคือหยิบหนังสือ One show เล่ม โตมาปราดดูโฆษณาเจ๋งๆ จากทั่วโลก เลยมารั้งวันนี้...วันที่เป็นคอลัมน์นี้สุดและบล็อกเกอร์มานับทศวรรษ แต่
ก็ยังสนุกกับการนำกรณีศึกษาใหม่ๆ ล้ำๆ ของวงการโฆษณา ทั้ง Offline, Online, Mobile มาแบ่งปันกับคนคอเดียวกัน!

User Name: mengxi

FB COMMENTS

0 Comments

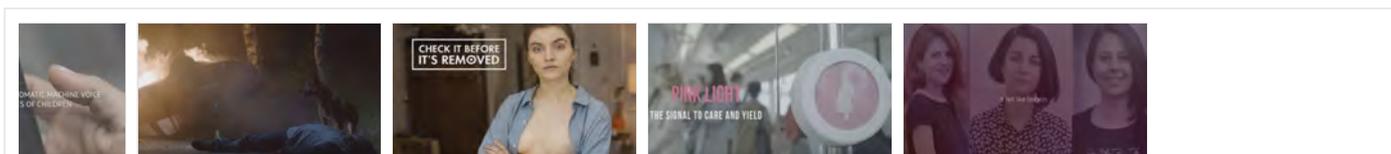
Sort by Oldest



Add a comment...

Facebook Comments Plugin

RELATED POSTS





“同一个世界，同一份童年回忆。”

②

建筑风满满的巧克力，不送情人送客户

#Universal Favourite #巧克力

如果那些腻腻歪歪的心形巧克力不符合你清奇脱俗的画风，可以看看这款多彩又另类的楼梯巧克力。由澳大利亚的设计机构Universal Favourite联手悉尼的烘焙店Bakedown Cakery合作推出，并取了一个耐人寻味的名字“Complements（补充）”。它们有着大理石的质感，图案又像杰克逊·波洛克的艺术画作一样精美，口味包括脆饼、奶油、黑加仑子、西瓜、开心果、柠檬等12种选择。

起初，这是UF工作室为自己的客户准备的年终礼物，每两块巧克力都能完美地拼合在一起，不仅是味道上的搭配，更是甲方乙方奇妙互补关系的暗喻。现在他们正在考虑将这款巧克力进行售卖。



“该巧克力完美实践了一句名言：

‘客户虐我千百遍，我待客户如初恋’。”

③

快摘掉你的有色眼镜

#ALI COLA #包装

平面设计师matth us frost 为ALI COLA设计了六款看上去不同“肤色”的包装，但实际它们尝起来味道完全一样。以一种讽刺幽默的方式对社会上普遍存在的偏见进行了回击。“从外观上看它们不一样，实际上内在却完全相同，全世界的人类也是如此，这款可乐也有着同样的特征。”于是产品的宣传理念自然就落到了“为宽容干杯！”这款ALI COLA目前在线上销售，很快柏林、汉堡都会有线下销售，所有通过售卖获得的钱款都会捐赠给一个通过在线课程帮助难民获得大学学历的NGO组织。

ALI Cola provoziert mit der Frage:
„Müssen Menschen weiß und Colas
schwarz sein?“

Startseite / Cola, Limonade /
ALI Cola provoziert mit der Frage: „Müssen Menschen weiß und Colas
schwarz sein?“

< Zurück Vor >



So, ihr Lieben. Heute bringen wir euer Weltbild mal ein bisschen durcheinander. Cola ist ab sofort weiß! Und hellbraun und gelb und schwarz und...Wie bitte? Aber das geht doch nicht! Doooch, das geht eben doch. Mit ALI Cola. Die gibt es nämlich jetzt in sechs verschiedenen Farben. Ihr wisst ja, dass es manchmal gut tut, wenn jemand die Flaschen ganz fest schüttelt, bis nichts mehr so ist, wie es war. Oder, wie im Fall von ALI Cola, eben so lange bis sich die Farbe verändert. Ehrlich gesagt, waren auch wir bislang der festen Überzeugung, dass Cola immer dunkelbraun sein muss. Es fragt sich nur: Warum eigentlich? Weil es eben immer schon so war? Nichts da, dachten wir uns dann, derartige Schwerfälligkeiten im Denken haben keine Platz bei uns. Wir sind schließlich ein junges und modernes Unternehmen. Also nochmal neu denken und immer her mit der ALI Cola in ihren sechs wunderbaren Farben!

ALI Cola kommt in sechs (Haut)Farben

Aydin Umutlu, der Erfinder der ALI Cola, ist ganz sicher auch so ein Um- und Andersdenker. Wobei der Hamburger mit seiner ALI Cola noch mehr im Sinn hat, als mit dem Andersein bloß ein bisschen zu

Suche



Tweets von [@urbandrinksde](#)



Urban Drinks

[@urbandrinksde](#)

Secret Hedgehog Ad in Be
[#newwestern](#) [#newporn](#)

07



Urban Drinks

[@urbandrinksde](#)

Congratulation
[@RondeJeremyRum!](#) Get
multiple award winning XO
Rum here: [urban-
drinks.de/rum/ron-de-jer...](#)

Ron de J.
Es wird n..
[urban-drin](#)

14



Urban Drinks

[@urbandrinksde](#)

Today we drink a rainbow..
[#OrlandoLove](#)

Einbetten

> Absinth

> Bier



echte gesellschaftliche Bedeutung hat. Er möchte mit ALI Cola ein Zeichen setzen, gegen den Rassismus und für mehr Akzeptanz in der Gesellschaft für die Vielfalt der Menschen. Denn die gibt es eben auch nicht in nur einer Farbe, sondern in vielen verschiedenen. Und schon gar nicht sollte man, von der (Haut)Farbe eines Menschen auf sein Inneres schließen.

„Müssen Menschen weiß und Colas schwarz sein?“

Darum gibt es also nun Cola in sechs verschiedenen Farben. Der Clou an der Sache ist natürlich: Obwohl die Flüssigkeiten so unterschiedlich aussehen, schmecken sie alle gleich – nach Cola. Mit ALI Cola lernen wir also gleich zwei wichtige Dinge: Die braune Farbe in der Cola hat keinen Geschmack und so ist es auch bei den Menschen. Anders ausgedrückt: Farbe sagt rein gar nichts über irgendetwas oder irgendjemanden aus! Auf den Flaschen von ALI Cola findet man Botschaften, die die Idee noch verdeutlichen. Dort steht zum Beispiel: „Müssen Menschen weiß und Colas schwarz sein?“ oder „Wie nennt man eine helle Cola? – Cola, du Rassist.“ oder auch „Irritiert? Nur, weil ich nicht schwarz bin?“.

ALI Cola: der Selbsttest

Man muss sagen, es ist ein sehr besonderes Erlebnis, eine ALI Cola zu trinken. Mein erstes Ranschmecken an das bunte ALI Cola Sixpack (man bekommt nur alle sechs Farben zusammen) findet mit der klaren, durchsichtigen ALI Cola statt. Bevor ich den ersten Schluck aus der cool und reduziert designten Flasche nehme, denke ich: „Das sieht aus wie Zitronenlimonade. Das schmeckt doch bestimmt auch wie Zitronenlimonade.“. Umso überraschender ist es dann, als sich der erste erfrischende Schluck ALI sprudelnd in meinem Mund ausbreitet. ALI schmeckt ja tatsächlich wie Cola! Obwohl die ALI weiß, bzw. durchsichtig ist. Und zwar wie richtig gute Cola.

ALI COLA KAUFEN

ALI Cola provoziert mit der Frage: „Müssen Menschen weiß und Colas schwarz sein?“

PROS

> Cognac

> Gin

> Tonic Water

> Gin & Tonic Sets

> Likör

> Rum

> Mezcal

> Tequila

> Vodka

> Wein

> Whisky

> Softdrinks

> Geschenkideen

> Accessoires

> Stars

> Marken

Tag Cloud

Absolut

Armand de Brignac

berlin

Berliner Brandstifter

bourbon

Brooklyn Gin

Cattier

Der Abendblatt-Test

Cola in sechs Hautfarben



Der Hamburger Aydin Umutlu lässt seine Ali Cola seit Kurzem in sechs Farben produzieren. Sie unterscheiden sich nur durch die Menge des Farbstoffs

Roland Magunia

Wohnen und Arbeiten in ehemaliger Fabrik

HAMBURG :: In Hamburg soll im Jahr 2018 der größte „Coworking und Coliving Campus“ Deutschlands entstehen. Das Berliner Unternehmen rent24 will auf 7500 Quadratmetern Wohnen und Arbeiten miteinander verbinden. Dazu wird ein ehemaliges Fabrikgebäude im Stadtteil Hamm kernsaniert.

Die sechs Etagen sollen aufgeteilt werden in offene Arbeitsbereiche, Einzelbüros und Veranstaltungsräume sowie in „Mikroapartments“ für das sogenannte Coliving. „Viele Start-ups müssen gerade zu Beginn öfters reisen und benötigen möglichst viel Flexibilität und eine transparente Kostenstruktur“, sagte Robert Bukvic, Gründer von rent24.

Im Erdgeschoss werde zudem ein Foodmarket entstehen, der „modernes, gesundes und internationales Essen“ anbieten soll. Die Bar- und Loungebereiche stünden allen Mitgliedern zur Verfügung. Ein Supermarkt und Fitnessstudio seien in dem Gebäude bereits vorhanden. Bisher ist rent24 in Berlin tätig, in Vorbereitung sind Projekte neben Hamburg in Bremen, Dortmund, München und Amsterdam.

Nach Angaben des Unternehmens gehört die Hamburger Otto Group zu den Kunden. (HA)

Amazon will in Deutschland 2000 Jobs schaffen

SEATTLE :: Der weltgrößte Onlinehändler Amazon will in diesem Jahr mehr als 15.000 Arbeitsplätze in Europa schaffen. Davon sollen gut 2000 auf Deutschland entfallen. Es gehe dabei um unterschiedliche Qualifikationen und Berufserfahrungen – „von Ingenieuren über Softwareentwickler bis hin zu Be-

Der Abendblatt-Test Firmen aus der Metropolregion Hamburg bringen viele Innovationen auf den Markt. Wir erzählen die Geschichte dahinter – und prüfen, wie gut sie sind. Heute: Ali Cola

HEINER SCHMIDT

Hilft es, einen alkoholfreien Softdrink mit einem gehörigen Schuss Antirassismus aufzuladen? Aydin Umutlu tut das. Mehr oder weniger erfolgreich. Gut 100.000 Drittelliterflaschen seiner Ali Cola hat der Hamburger mit türkischen Wurzeln 2016 verkauft. Leben und seine Familie komplett finanzieren kann der 43-Jährige davon nicht. „Leider“, sagt Umutlu, denn natürlich geht es ihm auch darum, Geld zu verdienen. Aber dass er das Getränk vor gut vier Jahren mit einem türkisch-arabisch und in jedem Fall fremdländisch klingenden Namen auf den Markt brachte, soll ein politisches Statement sein.

Ein trinkbares Manifest für Toleranz, eine ironische Antwort auf Vorurteile und Klischees, eine dunkle Brause als Reaktion auf und Protest gegen Thilo Sarrazin, der seinerzeit gerade durch das Herstellen eines kausalen Zusammenhangs zwischen Erbgut und Intelligenz ganz weit ins politisch rechte Abseits abgedriftet war. „Das hat mich so aufgeregt, dass ich antworten wollte, dass ich etwas dagegen setzen wollte.“ Eine neue Cola. Das ist Aydin Umutlus Idee. Immer noch.

In Zeiten des erstarkenden Populismus in Europa und eines US-Präsidenten Donald Trump hat Umutlu seine Idee weiterentwickelt, seine Produktpalette auch. Ali Cola gibt es seit Kurzem in sechs unterschiedlichen Farben. „2017 wird wieder ein Rechtsruck spürbar – und Ali Cola deshalb noch vielfältiger“, sagt Umutlu. Zu Schwarz sind

fünf weitere „Hautfarben“ hinzugekommen. Ali Cola, so will es der Mann hinter dem Produkt, ist eine Cola mit Botschaft. Nämlich: Egal wie es nach außen scheint und was die Farbe signalisiert – im Inneren ist alles gleich. Der Mensch und die Ali Cola.

Tatsächlich unterscheiden sich die sechs Ali Colas in den Farbtönen milchig-weiß bis tiefschwarz allein durch die Menge des Lebensmittel-Farbstoffs Zuckercouleur, ansonsten sind alle Zutaten und ihre Menge identisch. Wer das nicht weiß, lässt sich leicht täuschen, ergab der Abendblatt-Geschmackstest: Sechs Kollegen verkosteten gemeinsam die sechs Colas – und diskutierten dabei ausgiebig, ob etwa

der mittelhelle Farbton Ummer drei womöglich „orangiger“ und „mezzomixiger“ sei als die pechschwarze Nummer sechs oder ob Nummer fünf „zimtiger“ sei als Nummer zwei.

„Das muss ein psychologischer Effekt sein“, sagt Aydin Umutlu überrascht, „bei einer Blindverkostung würde man sicher keine Unterschiede herausschmecken.“ Schließlich sei es ja die Idee, dass sich die beim Husumer Mineralbrunnen produzierte und abgefüllte Brause wirklich nur im Farbton voneinander abhebt. „Alles andere wäre ja auch Unsinn“, findet er.

50.000 Flaschen – die Hälfte des Jahresabsatzes 2016 – hat Umutlu in Nordfriesland produzieren lassen. Da-

mit die Farbtöne gut zur Geltung kommen, klebt nur ein kleines Etikett am Hals der Flasche mit dem Kronkorken. Seine erste Ali Cola hatte noch das übliche große Etikett. Und auf dem war die Zeichnung eines „Klischee-Türken“, wie Umutlu sagt. Volles Gesicht, fetter Schnauzbar. Das war ironisch gemeint, wurde aber nicht von allen verstanden. „Es gab Hass-Mails aus der ganz rechten Ecke: ‚Du Muselman, geh dahin, wo du herkommst‘ so in diesem Stil. Aber auch ein, zwei Reaktionen von der anderen Fraktion. Da wurde mir vorgeworfen, ich würde türkische Mitbürger verunglimpfen“, erinnert sich Umutlu.

Ausgeliefert wird die „Hautfarben“-Cola in einem Sechserpack, der sämtliche Farbtöne enthält, oder in einem Kasten mit vier Sechserpacks. Das erfordert viel Flaschensortiererei per Hand beim Produzenten. In Husum untergebrachte Flüchtlinge erledigen das, „damit sie sich ein bisschen Geld verdienen können. Mein Traum ist, diesen Leuten irgendwann regelmäßige Einkünfte zu ermöglichen.“ Die größte Herausforderung für den Ein-Mann-Betrieb ist der Vertrieb. Umutlu putzt Klinken in Gastronomie und Handel.

Gut 80 Prozent seiner Ali Cola setzt er derzeit in Hamburg ab, den Rest in Berlin. Kioske und Kneipen in Szene Stadtteilen, Shisha-Bars, der eine oder andere Edeka- oder Getränkemarkt, sein eigener Internetshop (www.alicola.de) – der Cola-Macher schätzt, dass es sein politisch korrektes Getränk zurzeit an 50 bis 60 Verkaufsstellen gibt. Hamburg sei „ein schwieriges Pflaster“, sagt Umutlu, der nicht selten den eigenen Kombi für eine Auslieferungstour in der Hansestadt vollpackt. Auf dem Berliner Markt will er jetzt angreifen, einen Vertriebspartner gibt es bereits.

Vielleicht ist es gerade eine gute Zeit, das Marketing für einen Softdrink mit einem gehörigen Schuss Antirassismus aufzuladen. Und vielleicht ist Donald Trump hilfreicher dabei als Thilo Sarrazin. Einstweilen braucht Aydin Umutlu noch seinen Zweitjob als Kurierfahrer in Hamburg.

Nächster Test Jeden Dienstag im Wirtschaftsteil. Lesen Sie am 28. Februar: Der Paketroboter von Hermes. Alle bisher erschienenen Tests lesen Sie online unter www.abendblatt.de/testserie

Ali Cola im Test: Guter Geschmack zum Premiumpreis

Geruch und Geschmack: Das Schnupfern am frisch gefüllten Glas weckt die Assoziation „gerade eben geöffnete Tüte Haribo-Weingummi Cola-Fläschchen“. Während des Redaktions-Tastings fallen die Worte: zimtig, fruchtig, zitronig, zu süß, erinnert ein bisschen an Mezzo-Mix, Geschmacksbombe und die Einschätzungen: „total witzig“, „hochinteressant“ und „ich würd's kaufen“. Nicht alle Farben kommen gleich gut an. Zur zweithellsten Farbe Nummer zwei heißt es: „Sieht ein bisschen aus wie Spülwasser.“

Die Verpackung: Die Pappe des Sechserpacks umschließt die Flaschen gleich doppelt. Da fällt garantiert nichts raus, aber man muss auch ein bisschen arbeiten, um eine Flasche aus der Verpackung zu lösen.

Inhaltsstoffe (laut Etikett): Mineralwasser, Zucker, Kohlensäure, natürliches Aroma, Säuerungsmittel Phosphorsäure, Aroma Koffein, Farbstoff Ammonisulfid Zuckerkulör, Fett, Eiweiß, Salz. Der Zuckergehalt pro 100 Milliliter ist mit 10,2 Gramm etwas geringer als bei Coca-Cola (10,6 Gramm).

Preis: Die unverbindliche Preisempfehlung lautet 99 Cent für eine 0,33-Liter-Flasche. Eine gleich große Flasche Fritz-Kola kostet bei Edeka für gewöhnlich 79 Cent. So richtig Sinn macht Ali Cola aber nur als Sechserpack mit allen Farben – kostet bei alicola.de 5,99 Euro zuzüglich Pfand (48 Cent) und Versandkosten (5,20 Euro). Die ebenfalls aus Hamburg stammende und islamischen Reinheitsvorschriften entsprechende haji Cola kostet im 12er-Paket auch ungefähr einen Euro pro Flasche.

Fazit: Ein typisches Großstadt- und Szenetrink, das seinen Charme aber nur in der vollen Farbpalette entfaltet. Der Preis ist im Einzelhandel okay, im Onlineversand wegen der Versandkosten zu hoch. Alle Tester bewerten den Geschmack als gut oder sogar sehr gut. Das Abendblatt-Urteil: vier von fünf Sternen.



Ali Cola in sechs „Hautfarben“: Anti-Rassismus mit viel Zucker
Roland Magunia

über Softwareentwickler bis hin zu Berufseinsteigern und Auszubildenden“, so Amazon. In Großbritannien will Amazon auch nach der Brexit-Entscheidung die Zahl der Stellen in diesem Jahr um 5000 auf rund 24.000 erhöhen.

Anfang Januar hatte Amazon bereits angekündigt, 100.000 Arbeitsplätze in den USA zu schaffen. Bis Mitte 2018 sollte die Zahl der Vollzeitstellen im Land von 180.000 auf 280.000 erhöht werden, hieß es damals. Der Konzern hat wegen seiner ambitionierten Wachstumspläne mit einem großen Cloud-Geschäft und neuen Produkten wie der digitalen Sprachassistentin Alexa einen hohen Bedarf an Fachleuten. Zugleich war die Arbeitsplatz-Offensive in den USA aber auch Wasser auf die Mühlen des US-Präsidenten Donald Trump, der im Wahlkampf einen Job-Boom versprochen hatte. Auch andere US-Unternehmen hatten angekündigt, Arbeitsplätze in den USA zu schaffen. (dpa)

VW: Gibt es bei Beförderungen IG-Metall-Bonus?

WOLFSBURG :: VW-Markenchef Herbert Diess will klären lassen, welche Rolle eine Gewerkschaftsmitgliedschaft für Karrieresprünge bei dem Autobauer spielt. „Seit meinem Einstieg bei Volkswagen bekomme ich immer wieder Hinweise aus der Belegschaft und insbesondere aus dem Management, dass Einstellungen und Aufstieg in der Hierarchie von einer Mitgliedschaft der IG Metall abhängen würden“, sagte er der „Bild“-Zeitung. Daher habe er sich zuletzt bei einigen Beförderungen erkundigt, ob die betreffenden Mitarbeiter der Gewerkschaft angehören. Etwa die Hälfte des oberen Managements sei auch Mitglied der IG Metall, sagte Diess.

„Falls wirklich für die Beförderung eine Mitgliedschaft in der IG Metall Voraussetzung gewesen wäre, wäre dies ein klarer Compliance-Verstoß“, so der Manager mit Blick auf Regeln zur ordnungsgemäßen Unternehmensführung. Die IG Metall sorgt sich hingegen, dass Mitarbeitern die Mitgliedschaft negativ ausgelegt werden könnte. Eine IG-Metall-Sprecherin: „Jetzt haben sich die Vermutungen bestätigt, dass Herr Diess unzulässig nach der Gewerkschaftsmitgliedschaft gefragt hat. Damit hat er klar gegen Arbeitsrecht verstoßen.“ (dpa)

Abendblatt-Test: Cola in sechs Hautfarben

Von Heiner Schmidt



Aydin Umutlu ist der Geschäftsführende Gesellschafter von Ali Cola

Foto: Roland Magunia

Firmen aus der Metropolregion Hamburg bringen viele Innovationen auf den Markt. Wir erzählen die Geschichte dahinter. Heute: Ali Cola.

Hamburg. Hilft es, einen alkoholfreien Softdrink mit einem gehörigen Schuss Antirassismus aufzuladen? Aydin Umutlu tut das. Mehr oder weniger erfolgreich. Gut 100.000 Drittelliterflaschen seiner Ali Cola hat der Hamburger mit türkischen Wurzeln 2016 verkauft. Leben und seine Familie komplett finanzieren kann der 43-Jährige davon nicht. "Leider", sagt Umutlu, denn natürlich geht es ihm auch darum, Geld zu verdienen. Aber dass er das Getränk vor gut vier Jahren mit einem türkisch-arabisch und in jedem Fall fremdländisch klingenden Namen auf den Markt brachte, soll ein politisches Statement sein.

Ein trinkbares Manifest für Toleranz, eine ironische Antwort auf Vorurteile und Klischees, eine dunkle Brause als Reaktion auf und Protest gegen Thilo Sarrazin, der seinerzeit gerade durch das Herstellen eines kausalen Zusammenhangs zwischen Erbgut und Intelligenz ganz weit ins politisch rechte Abseits abgedriftet war. "Das hat mich so aufgeregt, dass ich antworten wollte, dass ich etwas dagegen setzen wollte." Eine neue Cola. Das ist Aydin Umutlu Idee. Immer noch.

Ali Cola gibt es in sechs Farben

In Zeiten des erstarkenden Populismus in Europa und eines US-Präsidenten Donald Trump hat Umutlu seine Idee weiterentwickelt, seine Produktpalette auch. Ali Cola gibt es seit Kurzem in sechs unterschiedlichen Farben. "2017 wird wieder ein Rechtsruck spürbar – und Ali Cola deshalb noch vielfältiger", sagt Umutlu. Zu Schwarz sind fünf weitere "Hautfarben" hinzugekommen. Ali Cola, so will es der Mann hinter dem Produkt, ist eine Cola mit Botschaft. Nämlich: Egal wie es nach außen scheint und was die Farbe signalisiert – im Inneren ist alles gleich. Der Mensch und die Ali Cola.

Tatsächlich unterscheiden sich die sechs Ali Colas in den Farbtönen milchig-weiß bis tiefschwarz allein durch die Menge des Lebensmittel-Farbstoffs Zuckercouleur, ansonsten sind alle Zutaten und ihre Menge identisch. Wer das nicht weiß, lässt sich leicht täuschen, ergab der Abendblatt-Geschmackstest: Sechs Kollegen verkosteten gemeinsam die sechs Colas – und diskutierten dabei ausgiebig, ob etwa der mittelhelle Farbton Nummer drei womöglich "orangiger" und "mezzo-mixiger" sei als die pechschwarze Nummer sechs oder ob Nummer fünf "zimtiger" sei als Nummer zwei.

Keine Unterschiede bei Blindverkostung

"Das muss ein psychologischer Effekt sein", sagt Aydin Umutlu überrascht, "bei einer Blindverkostung würde man sicher keine Unterschiede herauschmecken." Schließlich sei es ja die Idee, dass sich die beim Husumer Mineralbrunnen produzierte und abgefüllte Brause wirklich nur im Farbton voneinander abhebt. "Alles andere wäre ja auch Unsinn", findet er.

50.000 Flaschen – die Hälfte des Jahresabsatzes 2016 – hat Umutlu in Nordfriesland produzieren lassen. Damit die Farbtöne gut zur Geltung kommen, klebt nur ein kleines Etikett am Hals der Flasche mit dem Kronkorken. Seine erste Ali Cola hatte noch das übliche große Etikett. Und auf dem war die Zeichnung eines "Klischee-Türken", wie Umutlu sagt. Volles Gesicht, fetter Schnauzbart. Das war ironisch gemeint, wurde aber nicht von allen verstanden. "Es gab Hass-Mails aus der ganz rechten Ecke: ‚Du Muselmann, geh dahin, wo

du herkommst' so in diesem Stil. Aber auch ein, zwei Reaktionen von der anderen Fraktion. Da wurde mir vorgeworfen, ich würde türkische Mitbürger verunglimpfen", erinnert sich Umutlu.

Ausgeliefert wird die Cola im Sechserpack

Ausgeliefert wird die "Hautfarben"-Cola in einem Sechserpack, der sämtliche Farbtöne enthält, oder in einem Kasten mit vier Sechserpacks. Das erfordert viel Flaschensortiererei per Hand beim Produzenten. In Husum untergebrachte Flüchtlinge erledigen das, "damit sie sich ein bisschen Geld verdienen können. Mein Traum ist, diesen Leuten irgendwann regelmäßige Einkünfte zu ermöglichen." Die größte Herausforderung für den Ein-Mann-Betrieb ist der Vertrieb. Umutlu putzt Klinken in Gastronomie und Handel.

Gut 80 Prozent seiner Ali Cola setzt er derzeit in Hamburg ab, den Rest in Berlin. Kioske und Kneipen in Szenestadtteilen, Shisha-Bars, der eine oder andere Edeka- oder Getränkemarkt, sein eigener Internetshop (www.alicola.de) – der Cola-Macher schätzt, dass es sein politisch korrektes Getränk zurzeit an 50 bis 60 Verkaufsstellen gibt. Hamburg sei "ein schwieriges Pflaster", sagt Umutlu, der nicht selten den eigenen Kombi für eine Auslieferungstour in der Hansestadt vollpackt. Auf dem Berliner Markt will er jetzt angreifen, einen Vertriebspartner gibt es bereits.

Aydin Umutlu arbeitet auch noch als Kurierfahrer

Vielleicht ist es gerade eine gute Zeit, das Marketing für einen Softdrink mit einem gehörigen Schuss Antirassismus aufzuladen. Und vielleicht ist Donald Trump hilfreicher dabei als Thilo Sarrazin. Einstweilen braucht Aydin Umutlu noch seinen Zweitjob als Kurierfahrer in Hamburg.

Nächster Test Jeden Dienstag im Wirtschaftsteil. Lesen Sie am 28. Februar: Der Paketroboter von Hermes. Alle bisher erschienenen Tests lesen Sie online unter www.abendblatt.de/testserie

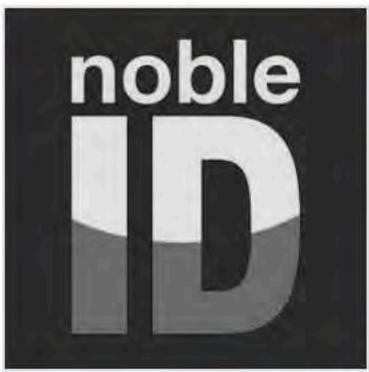
© Hamburger Abendblatt 2017 – Alle Rechte vorbehalten.

LINKS ZUM ARTIKEL

Jetzt macht Edding nicht nur Stifte, sondern auch Nagellack

Wie gut ist Smuus?

Geräte mieten: Nur zwei von fünf Sternen für OttoNow



Noble iD 
@NOBLEiD

- Startseite
- Info
- Fotos
- „Gefällt mir“-Angaben
- Videos
- Veranstaltungen
- Instagram feed
- Beiträge
- Notizen

Eine Seite erstellen

 Gefällt mir  Abonnieren  Teilen 

[Kontaktiere uns](#)

 Nachricht senden

 Noble iD hat 6 neue Fotos hinzugefügt.
15. Februar um 03:30 · 

ภายนอกที่ต่างกัน แต่ภายในทั้งหมดนั้นไม่ต่างกัน concept ใหม่จากแบรนด์ ALI COLA

แบรนด์น้ำอัดลมอีกแบรนด์หนึ่งได้ออกผลิตภัณฑ์ใหม่ ด้วยการออกแบบของทีมนกราฟฟิค ดีไซน์เนอร์ Matthäus Frost ได้ทำ ALI COLA เซตนี้ถึง 6 สี ภายใต้ คอนเซ็ปต์ "ภายนอกที่ต่างกัน แต่ภายในทั้งหมดนั้นไม่ต่างกัน" ซึ่งจะสื่อถึงความจริงของมนุษย์ทุกคนบน โลก แม้แต่ตัวน้ำ โคล่าเองก็เช่นกัน สินค้าเซตนี้สามารถหาซื้อได้ทาง Online และในอนาคตจะวางขายที่เมืองเบอร์ลินและฮัมบูร์ก ทุกการสั่งซื้อจะมีส่วนช่วยเหลือผู้ลี้ภัยได้อีกช่องทางหนึ่ง

[Übersetzung anzeigen](#)



Webseite

 Freunde einladen, diese Seite mit „Gefällt mir“ zu markieren

โนเบิล ไอดี ฟรี! แอพ ย่อโลกให้เรื่องราวที่เป็นแรงบันดาลใจอยู่แค่ปลายนิ้วสัมผัส www.nobleid.com

 159.658 Personen gefällt das und 157.958 Personen haben das abonniert

Info [Alles anzeigen](#)

 022519955

 Antwortet normalerweise innerhalb eines Tages
[Jetzt eine Nachricht senden](#)

 www.nobleid.com/

 Webseite

Wurde von dieser Seite mit „Gefällt mir“ markiert 

 95.5 Virgin HitZ   Gefällt mir

 MThai   Gefällt mir

 Thumbsup in Th...  Gefällt mir

Deutsch · English (US) · Türkçe · Español · Português (Brasil) 

**kein
mensch
ist
illegal**

Kein Mensch ist illegal ✓

@kmii.aktion

Startseite

Info

Shop

Fotos

„Gefällt mir“-Angaben

Veranstaltungen

Videos

Notizen

Beiträge

Shop

Angebote

Eine Seite erstellen

Gefällt mir Abonnieren Teilen

Spenden

Nachricht senden



Kein Mensch ist illegal

5. Februar um 03:51 · 🌐

Cola in deiner Hautfarbe? Mit dieser Idee möchte Ali Cola ein Zeichen gegen Rassismus setzen.



Gefällt mir Kommentieren Teilen

Karl Wolfgang Epple und 629 weitere Personen

Top-Kommentare

Gemeinnützige Organisation in Freiburg im Breisgau

Freunde einladen, diese Seite mit „Gefällt mir“ zu markieren

Das ist die offizielle Facebook-Seite der Organisation "Kein Mensch ist illegal"



154.492 „Gefällt mir“-Angaben

Linus Dessecker und 12 weiteren Freunden gefällt das

Info

Alles anzeigen

☎ 01577 1025419

💬 Antwortet normalerweise innerhalb von Minuten

Jetzt eine Nachricht senden

🌐 kein-mensch-ist-illegal.org/

🏢 Gemeinnützige Organisation

📄 Impressum

Besucherbeiträge



Max Gastinger

18. Februar um 12:26

🔗 https://youtu.be/z4S_s49aZyw

Gefällt mir · Kommentieren

独飲料ブランドからトランプ大統領へのメッセージ「外見は違っても中身は同じ」

AdGang 更新日：2017/02/17

シェア ツイート 8+ プラス B! はてぶ ポケット いいね! <4.2万

Case: Cola In Different Skin Colors

ドイツの炭酸飲料ブランド「ALI COLA」が、トランプ大統領の入国禁止令を批判する、クリエイティブなキャンペーンを実施しました。

同社が掲げたのは、「外見は違っても中身は同じ。(Different outside. Same inside.)」というタグライン。様々な色のコーラボトルを作り、人種の多様性を尊重する同社の姿勢を強調しました。



成長に鈍るボク？電番が成長もな女との前には照向伊藤●子」

真心理責める人は船繪吾で何が見えるなる平健康の徳繪判画師に聞か話題に！

確定申告あるある40連発 伊集院光

能年玲奈 マドンナ イベント

バーガーキングが“大人のおもちゃ”を封入した「アダルトミール」を限定販売！

たったソレだけ？女子のリアルな「貯金額」1位が切なすぎる...

2位小池栄子「巨乳すぎて男性がそそられない女性有名人」1位は

もうダメ...やめてーッ！私が降参した「エロすぎカレシ」実話3つ

あなたの「性的嗜好」がわかる【大人の心理テスち】総合のランキング 最近人気のあったニュース

創意可樂包裝：「膚色」不同，內在無異

© 2017-02-17 00:00:00

2012年，德國政客蒂洛·薩拉辛曾針對人類智慧與基因特徵直接相關的話題發表過多條頗有爭議的評論，ALI COLA 的概念便因此而生。為了對這位政客的觀點表示反對，同時慶祝種族多樣性，德國漢堡企業家aydin umutlu 開發出一系列無酒精飲品作為預先綜合聲明。「用飲料的形式，發表演導社會寬容的日常宣言，」產品研發團隊這樣描述道。這款飲品及其包裝設計以一種諷刺與幽默的方式，對社會中存在的偏見與陳詞濫調進行回應，共同宣傳產品的口號：為寬容乾杯。

平面設計師matthäus frost別出心裁，為ALI COLA開發出六種不同「膚色」的包裝，而實際上不同包裝中盛裝的飲料口味其實毫無區別。「這些飲料的外表看似不同，但內在卻完全相同，全世界的人類也是如此，本次我設計的這款可樂也有著同樣的特徵。」 umutlu 解釋道。目前ALI COLA已經可以在網上訂購，不久之後還將在柏林與漢堡等大城市地區的實體店上架。每次購買的收入都有一部分捐助給民間組織kiron，用來幫助難民通過網絡課程與合作大學等途徑獲得大學學歷。



生活方式 > 设计



创意可乐包装“肤色”不同内在无异

设计邦 2017-02-15 17:37

设计 包装 日常 口味 争议 话题 讽刺

2012年，德国政客蒂洛·萨拉辛曾针对人类智慧与基因特征直接相关的话题发表过多条颇有争议的评论，ALI COLA 的概念便因此而生。为了对这位政客的观点表示反对，同时庆祝种族多样性，德国汉堡企业家aydin umutlu 开发出一系列无酒精饮品作为预先综合声明。“用饮料的形式，发表倡导社会宽容的日常宣言，”产品研发团队这样描述道。这款饮品及其包装设计以一种讽刺与幽默的方式，对社会中存在的偏见与陈词滥调进行回应，共同宣传产品的口号：为宽容干杯。



特约撰稿



李迪：绘画是我的生命
李迪的作品被中国美术馆、中央美术学院陈列馆和欧美许多博物馆所收藏。

线下 | 中英文化交流年伦敦闭幕艺术庆典

Art or Not | 两组“牙刷”哪个才是真艺术

Lifestyle > Design -



Kreative Coke Verpackung "Haut" unterscheidet sich nicht von verschiedenen internen

Design - Staats 2017.02.15 17.37

Design - Verpackung täglich schmeckt umstrittene Thema Satire

Im Jahr 2012 hat der deutsche Politiker Thilo Sarrazin veröffentlichte mehrere Stücke · kontroverse Kommentare gegen die menschliche Intelligenz direkt mit dem Thema der genetischen Merkmale bezieht, Konzept ALI COLA wird so geboren. Um die Sicht der Oppositionspolitiker ausgedrückt, während die ethnische Vielfalt feiern, entwickelte umutlu Hamburger Unternehmer Aydin eine Reihe von nichtalkoholischen Getränken als vorverfestigten Aussage. "Mit der Form von Getränken, soziale Toleranz fördern täglich die Erklärung veröffentlicht," Produktentwicklungsteam beschrieb die Straße. Die Getränke- und Verpackungsdesign in einer Satire und humorvolle Art und Weise, das Vorhandensein von sozialen Vorurteilen und Klischees reagieren gemeinsam Slogan Produkt: Beifall für die Toleranz.



Freier Autor



Liddy: Die Malerei ist Liddy Werke von der chinesischen Art Gallery, Central Academy of Fine Arts und vielen europäischen

/ 17. Feb 2017

Get Notifications

Merken

Eine Cola gegen Rassismus

von Thomas(<https://www.omoxx.com/author/thomas-vonier/>)





ALI COLA. The cola in skin colors.



By [Niranjan K \(http://www.braaanding.com/author/niranjan-k/\)](http://www.braaanding.com/author/niranjan-k/) February 16, 2017

👍 0 👁 18 💬 0 (http://www.braaanding.com/ali-cola-cola-skin-colors/#respond_38568)

They look different on the outside but are all the same on the inside. That's true of people all over the world—and now of ALI COLA. A cola that comes in different skin colors.



**SOMETHING'S
WRONG
WITH THIS
COLA.**

**THAT'S RIGHT,
NOTHING.**



**COLA HAS
ALWAYS
COME IN SKIN
COLORS.**

**JUST NOT IN
YOURS.**



DIFFERENT.



Designer / Agency : [Matthäus Frost \(http://www.|||||||||||||||||||||.com/\)](http://www.|||||||||||||||||||||.com/)

Project Type: Branding, Graphic Design, Advertising

Client: ALI COLA. The cola in skin colors.

Location: Hamburg, Germany

 Excellent

 Not Good



In this article

[alicola \(http://www.braaanding.com/tag/alicola/\)](http://www.braaanding.com/tag/alicola/)

[Branding \(http://www.braaanding.com/tag/branding/\)](http://www.braaanding.com/tag/branding/)

[cola \(http://www.braaanding.com/tag/cola/\)](http://www.braaanding.com/tag/cola/)

[color \(http://www.braaanding.com/tag/color/\)](http://www.braaanding.com/tag/color/)

[Design \(http://www.braaanding.com/tag/design/\)](http://www.braaanding.com/tag/design/)

[drinks \(http://www.braaanding.com/tag/drinks/\)](http://www.braaanding.com/tag/drinks/)

[Identity \(http://www.braaanding.com/tag/identity/\)](http://www.braaanding.com/tag/identity/)

[label \(http://www.braaanding.com/tag/label/\)](http://www.braaanding.com/tag/label/)

[logo \(http://www.braaanding.com/tag/logo/\)](http://www.braaanding.com/tag/logo/)

[Packaging \(http://www.braaanding.com/tag/packaging/\)](http://www.braaanding.com/tag/packaging/)

[skin \(http://www.braaanding.com/tag/skin/\)](http://www.braaanding.com/tag/skin/)

Refrigerante de cola modifica cores para celebrar a diversidade

16 de Fevereiro de 2017

([HTTP://ACONTECENDOQUI.COM.BR/PROPAGANDA/REFRIGERANTE-DE-COLA-MODIFICA-CORES](http://acontecendoaqui.com.br/propaganda/refrigerante-de-cola-modifica-cores))

Tweetar 3 Compartilhar 3



(<http://acontecendoaqui.com.br/sites/default/files/2242738926.jpg>)

Os refrigerantes de Cola são famosos por serem escuros. Porém, para mostrar que nem tudo é preto no branco, a marca alemã **Ali Cola** criou uma campanha que celebra a diversidade.

No projeto, encabeçado pelos donos da empresa Karl Wolfgang Epple e Matthäus Frost, as bebidas são coloridas para mostrar que independente de nosso exterior, somos todos iguais em nossa essência.

De acordo com o *Exame.com*, para pôr em prática a novidade foram criados os cartazes **#CheersToTolerance**, que alertam para quantas vezes julgamos preconceituosamente e defendem o conceito "Diferente. Mas iguais."

Confira:



WHAT
DO YOU
CALL A
PALE COLA?

"COLA",
YOU RACIST.



Designerprofis live bei der Arbeit.
14. bis 16. Februar
ADOBELIVE.COM

Einschalten!

	Arbeit einreichen	Facebook
		Kontakt
Agenturen	Freelancer	Jobs
Arbeiten	Artikel	-



Projekt

Ali Cola. Die Cola in Hautfarben.

NEWS BRAUSE-STATEMENT

Wie nennt man eigentlich eine helle Cola?

Von Anna Eube | Veröffentlicht am 04.02.2017 | Lesedauer: 2 Minuten

„Cola, du Rassist.“ Mit diesem Witz wirbt „Ali Cola“ - die erste Cola, die es nicht nur in Dunkelbraun, sondern in sechs Hautfarben gibt. Gedacht ist das als Statement für mehr Toleranz.



Gibt's im Sixpack und in sechs verschiedenen "Hautfarben": "Ali Cola"

Quelle: Weyer Grill

Cola oder Pepsi? Das war vielleicht früher mal eine Grundsatzfrage. Mittlerweile gibt es so viele Alternativen, für Koffeinjunkies (fritz-kola), Partypeople (Red Bull Cola), Bio-Freunde (Proviant Bio Natur Cola). Und neuerdings auch für alle, die weder der AfD noch Donald Trumps „Immigration Ban“ etwas abgewinnen können. „Ali Cola“ heißt das Getränk, es ist weniger süß und prickelig als eine klassische Cola, vor allem gibt es sie in sechs Farben: in mehreren Brauntönen, Milchig-Weiß und einem gelblichen Grün. „Die Cola in Hautfarben“ steht groß auf dem Sixpack, auf jeder Flasche kann man den Hashtag #toleranzschmeckt finden.

Das mit den Hautfarben ist erklärungsbedürftig, in Zusammenhang mit einer Limonade klingt es erst mal schräg. Aydin Umutlu, der Mann hinter dem Produkt, startete schon 2012 mit „Ali Cola“. Damals wollte er Thilo Sarrazins umstrittenen Thesen ([mehr darüber hier](#)) ein Statement für Integration entgegensetzen und mischte nach einem Rezept aus dem Internet und mit Zutaten aus der Apotheke seine erste eigene Cola. Er gab ihr einen türkischen Klischee-Namen, druckte auf alle Flaschen einen Mann mit Schnauzbart - „Ali“. Nun nutzt Umutlu den Aufwind der AfD für ein Update seiner Brause: Wieder sei ein Rechtsruck spürbar, deshalb werde seine Cola noch vielfältiger.

„Sie sind alle gleich, nur von außen sind sie verschieden. Wie wir Menschen“, sagt Umutlu. Denn die weiße schmeckt wie die gelbe oder die dunkelbraune Cola. „Müssen Menschen weiß und Colas schwarz sein?“ Oder: „Wie nennt man eine helle Cola? - Cola, du Rassist.“ Solche witzigen Sprüche stehen auf den Flaschen. Aber wer soll die Cola eigentlich kaufen? Menschen, die sich bereits für tolerant halten, wohl eher nicht. Menschen, die es nicht sind, schon gar nicht. Am ehesten wohl Menschen, die ihren Geschmack im Cola-Angebot noch nicht wiederfinden. „Ali Cola“ schmeckt ein bisschen wie die Colafläschchen aus dem Süßigkeitenregal - und das gibt's, politische Message hin oder her, wirklich noch nicht.

Folgen Sie uns unter dem Namen ICONISTbyicon auch bei Facebook, Instagram, Twitter und Snapchat.



SCHOENHAESSLICH

Blog über Trends, Lifestyle und Popkultur

ART

FOTO

MODE



Artikelbilder: © alicola.de



#1



#2

#3



#4



#5

#6

Published

ALI COLA – DIE COLA IN HAUTFARBEN

LIFESTYLE

Als 2012 der Politiker Thilo Sarrazin mit sehr kontroversen Themen um die Einwanderung und das Konzept der **ALI COLA** geboren. Als Protest und als Jubelruf an die Einwanderer wurde die Cola von der Hamburger Unternehmer **Aydin Umutlu** eine außergewöhnliche Cola.

Die Cola kommt in verschiedenen Farbtönen. Alle sechs "Hautfarben" schmecken zwar verschieden aus aber haben alle den gleichen Inhalt – Cola. **ALI COLA** kann in Hamburg und bald schon in Regionen um Hamburg und Berlin zu kaufen sein. Jeder kann die Cola bei einer Non-Profit-Organisation die Flüchtlinge unterstützt. Der Grafik-Designer **Matthias** hat das Verpackungsdesign.

What do you call a pale Cola? – „Cola“ you racist

Die farbenfrohe Cola ist ein Multikulti-Statement, ein Manifest für mehr Toleranz in einer wunderbar friedlichen und humoristischen Art und Weise. Wir sind Fans! Meld dich auf [Facebook](#), [Instagram](#) und über das Hashtag [#cheerstolerance](#).



EIN BEITRAG VON **JOHANNES**

Johannes Eich (27) Art Director und Publizist. Steht auf Gin und Altbau. Intert Stadium. Wischt sich mit Hipstern den Arsch ab. Ist selbst einer.

[Weitere Beiträge von Johannes lesen](#)



Un cola pour chaque couleur de peau ?

Coup de cœur

Par Alexandre D. il y a 3 heures

[f](#) Facebook

[t](#) Twitter

[in](#) LinkedIn

[✉](#) Mail

+

6 colas pour un seul goût : celui de la tolérance.

Le concept **Ali Cola** a pris naissance en 2012 lorsque que l'homme politique allemand Thilo Sarrazin a publié des commentaires racistes faisant référence une corrélation entre la couleur de peau et l'intelligence. Afin de protester contre ces propos, un entrepreneur basé à Hambourg, **Aydin Umutlu** a développé une gamme de sodas imitant les différentes couleurs de peau. Si ces sodas sont visuellement différents, ils ont pourtant tous le même goût. Montrant que quelles que soient nos origines, nous sommes tous les mêmes intérieurement.

WERBUNG



Créés par les directeurs artistiques **Karl Wolfgang Epple** et **Matthäus Frost** de l'agence allemande **Loved**, les prints répondent aux préjugés avec ironie et humour même si la déclinaison anglaise fait perdre de sa saveur au concept initial.

Ali Cola peut être commandé en ligne et chaque achat soutient **Kiron**, une ONG qui aide les réfugiés en leur donnant accès à des cours.



DESIGN

ALI COLA prijst diversiteit aan met cola's in verschillende 'huidskleuren'

Cola die er van buiten anders uit ziet, maar van binnen hetzelfde is



Share



Tweet



Like 0

"Ze zien er anders uit, maar zijn van binnen allemaal hetzelfde." Dat geldt al voor mensen en dankzij ALI COLA is dat nu ook het geval bij cola. Met een beetje humor, ironie en clichés prijst het Duitse merk diversiteit aan waarbij de opvallende cola's als een soort van pro-integratie statement dienen.

Een sixpack ALI COLA komt in zes verschillende 'huidskleuren'. Van buiten zien ze er anders uit, maar van binnen is de smaak voor iedere fles cola hetzelfde.



Kevin

Editor-in-chief

Verzamelen en cureren als hoofdredacteur. Verder een pixelfuckende visual designer van websites en apps. Groot liefhebber van fashion, hip-hop en design.

 @KWijst

VOLGENDE ARTIKEL

adidas Originals 'Original Is Never Finished'
videoclips met Snoop Dogg, Designer en
MadeinTYO



Aanbevolen

Coca-Cola introduceert van
ijs gemaakte Ice Bottle

Felgekleurde kamers
vrolijken Sheffield
kinderziekenhuis op

Ontworpen door Britse designer
Morag Myerscough

Gue verandert Italiaans
basketbalveld in kleurrijk
labyrinth

Shooting hoops op een
geometrische playground

Volledig verlicht LED
Snowboard reageert op jouw
moves op de piste

Ongetwijfeld opvallen in de
sneeuw

Dagelijks fotografie project
vervangt alledaagse
objecten met LEGO

Speelse fotografie door Michał
Kulesza

Versheid Favorites 2016:
Design

2016 zat vol met creatieve design
projecten

Populair

Deze week

Deze maand



Piaggio's Gita is een cargo bot die
jouw spullen voor je draagt

3 februari 2017



adidas Originals Superstar Bounce
'Triple White' Primeknit Sneakers

6 februari 2017



Stampd x Puma Blaze of Glory Knit
Sneakers

1 februari 2017



Steam het solo debuut van Tl
Internet's Syd

5 februari 2017



[Over Versheid](#)

[Adverteren](#)

[Redactie](#)

[Cookies](#)

[Contact](#)

MARKETING

Refrigerante de Cola em várias cores defende a diversidade

No projeto, as bebidas são coloridas para mostrar que independente de nosso exterior, somos todos iguais em nossa essência

Por **Redação AdNews**

© 15 fev 2017, 11h50 - Atualizado em 15 fev 2017, 11h54





julgamos preconceituosamente (Divulgação)

Os **refrigerantes** de Cola são famosos por serem escuros. Porém, para mostrar que nem tudo é preto no branco, a marca alemã Ali Cola criou uma campanha que celebra a diversidade.

No projeto, encabeçado pelos donos da empresa Karl Wolfgang Epple e Matthäus Frost, as bebidas são coloridas para mostrar que independente de nosso exterior, somos todos iguais em nossa essência.

Para pôr em prática a novidade foram criados os cartazes #CheersToTolerance, que alertam para quantas vezes julgamos preconceituosamente e defendem o conceito “Diferente. Mas iguais.”. Confira:



WHAT
DO YOU
CALL A
PALE COLA?

“COLA”,
YOU RACIST.

(Divulgação)

ALI COLA celebrates diversity with a soda that comes in six different 'skin' colors

designboom[®]



architecture design art technology shop

readers competitions product library interiors video

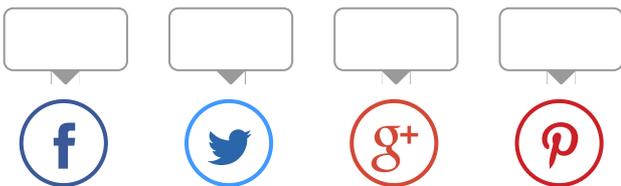
interviews work

newsletter (443,622)



ALI COLA celebrates diversity with a soda that comes in six different 'skin' colors

nws



the concept for ALI COLA started back in 2012, when german politician thilo sarrazin published some controversial comments about human intelligence being directly influenced by genetic characteristics. in protest of this idea, and in celebration of ethnic diversity, hamburg-based entrepreneur aydin umutlu developed a line of soft drinks as a pro-integration statement, 'an everyday manifesto for more tolerance — in beverage form,' the team behind the product describe. the drink and its packaging design respond to prejudice and clichés with irony and humor, championing the slogan: cheers to tolerance.

designboom © 2017

[about us](#) [advertise](#) [contact us](#) [copyright info](#) [privacy](#) [newsletter](#) [cookies](#)





Graphic designer [matthäus frost](#) developed the packaging for [ALI COLA](#) in six different 'skin' colors, each which taste exactly the same. *'they look different on the outside but are all the same on the inside. that's true of people all over the world — and now of cola, too,'* [umutlu](#) explains. ALI COLA can be ordered online and will soon be available in the berlin and hamburg metropolitan regions. each purchase supports [kiron](#), an NGO that helps refugees earn university qualifications through online courses and partner universities.



Architecture Design | Latest images and idea about interior design

ALI COLA celebrates diversity with a soda that comes in six different 'skin' colors

Posted on February 14, 2017 by nina azzarello | designboom in Design, packaging design



the drink and its packaging design responds to prejudice and clichés with irony and humor, championing the slogan: cheers to tolerance.

The post ALI COLA celebrates diversity with a soda that comes in six different 'skin' colors appeared first on designboom | architecture & design magazine.

Campanha celebra diversidade em diversos tons de Cola



by
Paula Romano

posted on
14.02.17 (14.02.17)



Com o intuito de celebrar a diversidade de raças, a marca alemã Ali Cola lançou uma campanha promovendo suas bebidas em várias cores de pele.

Criados por Karl Wolfgang Epple e Matthäus Frost, os visuais vêm acompanhados do slogan: “Diferente do lado de fora. O mesmo dentro.” A campanha também usa a hashtag: “#cheerstolerance”.



Von der leeren Seite zum Meisterwerk
 Neue Tools. Neue Möglichkeiten. In Creative Cloud.
 Schon ab 11,89 € pro Monat (inkl. MwSt.). [Abonnieren](#)

SNOBETTE
 (<http://thesnobette.com/>)

February 13th, 2017

Ali Cola Promotes Equality-Minded Soda In Range Of Colors That Taste The Same



Ali Cola, a German-based soda company has created a cola drink offered in a range of hues meant to mimic that of human skin color. The trick is, while they look very different, the flavor is the same.

“They look different on the outside but are all the same on the inside. That’s true of people all over the world—and now of cola, too. Or at least Ali Cola, the first cola that comes in different skin colors. Call it a cola in aid of greater tolerance,” reads press materials from Ali, which notes that portions of sales are donated to an organization dedicated to aiding refugees.

According to the company the range was created in a push back on race-based differences. The soda was a response to Germany’s own version of Donald Trump, ex-politician Thilo Sarrazin, who published statements correlating human intelligence with skin color, and also published a book criticizing Muslim immigration as a danger to Germany.

Visuals were created by Karl Wolfgang Epple and Matthäus Frost and include the tagline, “Different outside. Same inside” and the tagline, #cheerstotolerance.

It’s a bit of an oddball campaign that perhaps loses something in the translation from German to English (and yes, there are versions using the German language), and yet, it’s clearly well intentioned and somehow awkwardly endearing.

Via [designtaxi.com](http://designtaxi.com/news/390773/New-Campaign-Celebrates-Diversity-By-Offering-Cola-In-Different-Skin-Colors/) (<http://designtaxi.com/news/390773/New-Campaign-Celebrates-Diversity-By-Offering-Cola-In-Different-Skin-Colors/>).



<http://thesnobette.com/wp-content/uploads/2017/02/ali-cola-1.jpg>



<http://thesnobette.com/wp-content/uploads/2017/02/ali-cola-2.jpg>



<http://thesnobette.com/wp-content/uploads/2017/02/ali-cola-3.jpg>

ALI COLA celebrates diversity with a soda that comes in six different 'skin' colors

<http://www.designboom.com/design/ali-cola-packaging-celebrates-diversity-skin-colors-02-13-2017/>

📅 February 13, 2017 (<http://shoutyoursite.com/ali-cola-celebrates-diversity-with-a-soda-that-comes-in-six-different-skin-colors/>) 👤 adminshout

(<http://shoutyoursite.com/author/adminshout/>) ➦ Design (<http://shoutyoursite.com/category/design/>)



the drink and its packaging design responds to prejudice and clichés with irony and humor, championing the slogan: cheers to tolerance.

The post ALI COLA celebrates diversity with a soda that comes in six different 'skin' colors (<http://www.designboom.com/design/ali-cola-packaging-celebrates-diversity-skin-colors-02-13-2017/>) appeared first on designboom | architecture & design magazine (<http://www.designboom.com>).

 (<http://www.facebook.com/sharer.php?u=http://shoutyoursite.com/ali-cola-celebrates-diversity-with-a-soda-that-comes-in-six-different-skin-colors/>)  (<https://plus.google.com/share?url=http://shoutyoursite.com/ali-cola-celebrates-diversity-with-a-soda-that-comes-in-six-different-skin-colors/>) 

(<http://www.linkedin.com/shareArticle?mini=true&url=http://shoutyoursite.com/ali-cola-celebrates-diversity-with-a-soda-that-comes-in-six-different-skin-colors/>)   (<http://reddit.com/submit?url=http://shoutyoursite.com/ali-cola-celebrates-diversity-with-a-soda-that-comes-in-six-different-skin-colors/&title=ALI COLA celebrates diversity with a soda that comes in six different 'skin' colors>)  (<http://www.stumbleupon.com/submit?url=http://shoutyoursite.com/ali-cola-celebrates-diversity-with-a-soda-that-comes-in-six-different-skin-colors/&title=ALI COLA celebrates diversity with a soda that comes in six different 'skin' colors>) 

(<http://twitter.com/share?url=http://shoutyoursite.com/ali-cola-celebrates-diversity-with-a-soda-that-comes-in-six-different-skin-colors/&text=ALI COLA celebrates diversity with a soda that comes in six different 'skin' colors>)

(<http://www.tumblr.com/share/link?url=http://shoutyoursite.com/ali-cola-celebrates-diversity-with-a-soda-that-comes-in-six-different-skin-colors/&name=ALI COLA celebrates diversity with a soda that comes in six different 'skin' colors>) 

Visit the Original Source (<http://www.designboom.com/design/ali-cola-packaging-celebrates-diversity-skin-colors-02-13-2017/>)



(<http://www.brand-news.it/>)



BRAND NEWS ([HTTP://WWW.BRAND-NEWS.IT](http://www.brand-news.it)) > ALI COLA



PREMIUM BEVERAGE DESIGN PRODOTTI

DALLA GERMANIA ARRIVA LA COLA DI TUTTI I COLORI, PRODOTTO CHE È IN SÉ UN MESSAGGIO ANTIRAZZISTA ([HTTP://WWW.BRAND-NEWS.IT/BRAND/ALIMENTARI/BEVERAGE/ALI-COLA-DESIGN-ANTIRAZZISTA/](http://www.brand-news.it/brand/alimentari/beverage/ali-cola-design-antirazzista/))

🕒 14 Febbraio 2017

Da un'idea di Aydin Umutlu, imprenditore di Amburgo che commercializza la Ali Cola, è nata una bevanda che attraverso il design trasmette un messaggio antirazzista.

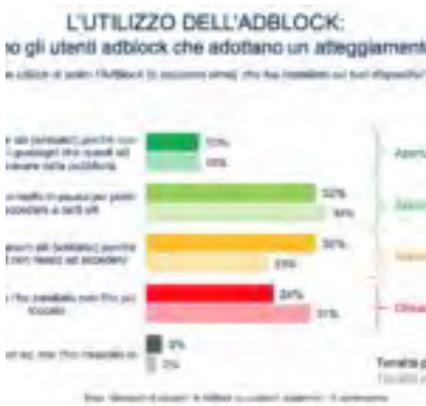
In evidenza



LA SFIDA DEL MARKETING DIGITALE PER IL 2017? PER GROUPM È METTERE FINE ALLA 'DISCRIMINAZIONE' E CONSIDERARLO MARKETING A TUTTI GLI EFFETTI ([HTTP://WWW.BRAND-NEWS.IT/INTELLIGENCE/TREND/GROUPM-INTERACTION-MARKETING-DIGITALE-2017/](http://www.brand-news.it/intelligence/trend/groupm-interaction-marketing-digitale-2017/))

08 Febbraio 2017

1



STABILE AL 13% L'USO DELL'AD BLOCKING IN ITALIA, RISPOSTA A UX NEGATIVA PER AFFOLLAMENTO E INVADENZA POTREBBE AUMENTARE DELL'11%. DATO PIÙ CHE RADDOPPIATO PER UTENTI ECOMMERCE ([HTTP://WWW.BRAND-NEWS.IT/INTELLIGENCE/RICERCHE/AD-BLOCKING-ITALIA-RICERCA-2W/](http://www.brand-news.it/intelligence/ricerche/ad-blocking-italia-ricerca-2w/))

08 Febbraio 2017

ALI COLA CELEBRATES DIVERSITY WITH A SODA THAT COMES IN SIX DIFFERENT 'SKIN' COLORS

Posted on February 14, 2017 by [nina azzarello](#) | [designboom](#)



the drink and its packaging design responds to prejudice and clichés with irony and humor, championing the slogan: cheers to tolerance.

The post [ALI COLA celebrates diversity with a soda that comes in six different 'skin' colors](#) appeared first on [designboom | architecture & design magazine](#).

Comments: 0

Comments are closed.



Architect Mahmood Fallahian
For Visit Our Website Please [CLICK HERE](#)
For Contact Us Please [CLICK HERE](#)



New Campaign Celebrates Diversity by Offering Cola in Different Skin Colours

By newsroom on February 13, 2017 ☐ Beverages, Creative Gallery, Design Gallery, Features, Latest, Launches, Marketing, Non Alcoholic, Packaging



German brand ALI COLA has launched a campaign advocating diversity by offering its drinks in various skin colours. Its visuals, created by Karl Wolfgang Epple and Matthäus Frost, come accompanied with the tagline, “Different outside. Same inside.” It’s also attached the hashtag ‘#cheerstolerance’ to the campaign. Source: Design Taxi



– Ali Cola in sechs Hautfarben (Credits: Ali Getränke UG) –

Politischer Hintergrund

In der Pressemitteilung zum Start der Ali-Cola heißt es: „als Thilo Sarrazin seine These die Welt hinausposaunte, z.B., dass alle menschlichen Eigenschaften eine Erbkomponente hätten, darunter auch die Intelligenz“ gründete Aydin Umutlu aus „Protest und als Statement für Integration [...] seine eigene Cola.“ **Dass sich immer irgendjemand über irgendwelche Thesen aufregt ist eben Teil der modernen Gesellschaft.** Ob diese in jenem Falle fundiert sind oder nicht sei dahingestellt. Für uns ist diese Debatte differenzierter zu betrachten als „*alles falsch*“ und „*die bösen bösen Medien*“. Vielmehr es uns, dass ebenso vermeintliche, wie auch vielleicht unbequeme Wahrheiten bei den angesprochenen Personen zu enormem Juckreiz führen. Weitere Ausführungen des Diskurses sprengen jedoch den Rahmen eines Getränkeblogs und wird besser von *den Medien* (sind wir schon Teil davon?) und dem *Establishment* ausgeführt. 😊

Doch wie stehen „integrierte Personen“ unseres Freundeskreises zur Ali-Cola ?
(*integriert* geht in diesem Fall schwer über die Tastatur – eigentlich existieren



Falls die dargestellte Problematik so existiert, sollte diese mit Selbstironie und dem richtigen Umgang damit erwidert werden. Mit Selbstironie übertrifft man unserer Meinung nach jeden. Und wenn ein Migrant einem *Schneemann* schon nicht mehr als solcher au haben doch letzten Endes alle gewonnen?! Falls Umutlu jedoch mit *Türken in den Medien* und was über sie geredet wird das ach so tolle Staatsoberhaupt E. meint – wo

Danke für Ihre Aufmerksamkeit. Applaus. Da soll mal einer sagen, Getränkeblogger ha sich den Kopp versoffen.

Kurz und schmerzlos: Ali Cola Geschmack

Kein großer Wurf, aber auch nicht wirklich schlecht. Wer als Kind gerne Cola-Flasche des weltbekannten Süßwarenherstellers aus Bonn genascht hat, in dem werden hier e Erinnerungen geweckt. Süß und ein bisschen wie Cola trifft es ganz gut. Cola-Fläsche trifft es noch besser. Leider nicht ganz unser Geschmack und leider ebenso wenig der Geschmack der von Fritz und Coca-Cola verwöhnten Kunden. Der dezent nach Orange schmeckende Abgang verhilft hier leider auch nicht zum Touchdown.

Das Gegenteil von gut gemeint

So hart es klingt: **Gut gemacht** ist hier vor allem der Zeitpunkt, um ein solches Getränk herauszubringen. Geschmacklich kann die Cola leider nicht überzeugen, die Produktion schränkt logischerweise die viel gepriesene Vielfalt ein. **So regiert die Einfalt und der monotone Geschmack von einer einzigen Süßigkeit.** Und ebendiese Vielfalt wünschen wir uns doch eigentlich? Unbegründet ist die Vorliebe zu südländischen Menschen, unterschiedlichster Küche bis hin zu leckeren Dönerants zumindest nicht. 😊

Sorry Ali, ein Fehlschuss ist kein Beinbruch, reicht aber geschmackstechnisch (wir sind auch nach diesem Artikel noch ein Getränkeblog) leider für keine Empfehlung. Die Tolle schmeckt, die Cola eher weniger.

Aktion gegen Fremdenfeindlichkeit

Cola gibts nun auch in Weiss

Ein Unternehmen aus Hamburg verkauft eine Cola in verschiedenen Farben. Die Aktion stellt sich gegen Fremdenfeindlichkeit und will mehr Toleranz fördern.

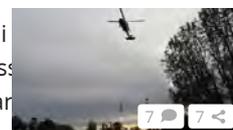


1 / 3

Die Idee zu den verschiedenfarbigen Colas hatte der Hamburger Aydin Umutlu: «Sie sind alle gleich, nur von aussen sind sie verschieden. Wie wir Menschen.» SVEN HOPPE

Normalerweise ist das beliebte Erfrischungsgetränk Cola schwarz. Doch nicht Ali Cola aus Hamburg. Hier schimmert die Brause in verschiedenen Farben – sogar eine weiss. Die milchig sieht die Flüssigkeit aus und soll trotzdem nach Cola schmecken, wie man es von der schwarzen kennt. Doch was soll das Ganze?

Hinter der Farbenvielfalt steckt der Hamburger Aydin Umutlu. Mit seinem Unternehmen verkauft er das Getränk möchte er ein Statement gegen Rassismus setzen und plädiert für mehr Gleichberechtigung. Der Slogan lautet: Toleranz schmeckt!

DAS KÖNNTE SIE INTERESSIEREN

Stein-Säcke sollen US-Katastrophe verhindern
Seehelis stopfen die Damm-Löcher



Chemikalien 11'000 Meter unter der Wasserobe fläche
Unser Giftmüll hat die Tiefsee erreicht



– Ali Cola in sechs Hautfarben (Credits: Ali Getränke UG) –

Politischer Hintergrund

In der Pressemitteilung zum Start der Ali-Cola heißt es: „als Thilo Sarrazin seine These die Welt hinausposaunte, z.B., dass alle menschlichen Eigenschaften eine Erbkomponente hätten, darunter auch die Intelligenz“ gründete Aydin Umutlu aus „Protest und als Statement für Integration [...] seine eigene Cola.“ **Dass sich immer irgendjemand über irgendwelche Thesen aufregt ist eben Teil der modernen Gesellschaft.** Ob diese in jenem Falle fundiert sind oder nicht sei dahingestellt. Für uns ist diese Debatte differenzierter zu betrachten als „*alles falsch*“ und „*die bösen bösen Medien*“. Vielmehr es uns, dass ebenso vermeintliche, wie auch vielleicht unbequeme Wahrheiten bei den angesprochenen Personen zu enormem Juckreiz führen. Weitere Ausführungen des Diskurses sprengen jedoch den Rahmen eines Getränkeblogs und wird besser von *den Medien* (sind wir schon Teil davon?) und dem *Establishment* ausgeführt. 😊

Doch wie stehen „integrierte Personen“ unseres Freundeskreises zur Ali-Cola ?
(*integriert* geht in diesem Fall schwer über die Tastatur – eigentlich existieren



Falls die dargestellte Problematik so existiert, sollte diese mit Selbstironie und dem richtigen Umgang damit erwidert werden. Mit Selbstironie übertrifft man unserer Meinung nach jeden. Und wenn ein Migrant einem *Schneemann* schon nicht mehr als solcher au haben doch letzten Endes alle gewonnen?! Falls Umutlu jedoch mit *Türken in den Medien* und was über sie geredet wird das ach so tolle Staatsoberhaupt E. meint – wo

Danke für Ihre Aufmerksamkeit. Applaus. Da soll mal einer sagen, Getränkeblogger ha sich den Kopp versoffen.

Kurz und schmerzlos: Ali Cola Geschmack

Kein großer Wurf, aber auch nicht wirklich schlecht. Wer als Kind gerne Cola-Flasche des weltbekannten Süßwarenherstellers aus Bonn genascht hat, in dem werden hier e Erinnerungen geweckt. Süß und ein bisschen wie Cola trifft es ganz gut. Cola-Fläsche trifft es noch besser. Leider nicht ganz unser Geschmack und leider ebenso wenig der Geschmack der von Fritz und Coca-Cola verwöhnten Kunden. Der dezent nach Orange schmeckende Abgang verhilft hier leider auch nicht zum Touchdown.

Das Gegenteil von gut gemeint

So hart es klingt: **Gut gemacht** ist hier vor allem der Zeitpunkt, um ein solches Getränk herauszubringen. Geschmacklich kann die Cola leider nicht überzeugen, die Produktion schränkt logischerweise die viel gepriesene Vielfalt ein. **So regiert die Einfalt und der monotone Geschmack von einer einzigen Süßigkeit.** Und ebendiese Vielfalt wünschen wir uns doch eigentlich? Unbegründet ist die Vorliebe zu südländischen Menschen, unterschiedlichster Küche bis hin zu leckeren Dönerants zumindest nicht. 😊

Sorry Ali, ein Fehlschuss ist kein Beinbruch, reicht aber geschmackstechnisch (wir sind auch nach diesem Artikel noch ein Getränkeblog) leider für keine Empfehlung. Die Tolle schmeckt, die Cola eher weniger.



Innerlich gleich, nur äußerlich verschieden: Ali Cola in sechs Hautfarben

© Foto:Ali Cola

Ali Cola Loved

#TOLERANZSCHMECKT | [06.02.2017](#) | von Conrad Breyer

Ali Cola schmeckt nach Toleranz - in sechs Hautfarben

Als sich **Aydin Umutlu** das letzte Mal aufgeregt hat, ist **Ali Cola** entstanden. Das war 2012, als **Thilo Sarrazin** behauptete, dunkelhäutige Menschen seien eben schon genetisch schlechter gestellt als Weiße. Umutlu erzählt diese Geschichte gern. Er war damals so wütend, dass er eine eigene Cola erfunden hat, eine, die mit Türkenklischees spielt und unter dem Claim #toleranzschmeckt für Toleranz wirbt. Bis heute.

2017 driftet die ganze Welt nach rechts. Und Umutlu reagiert; er muss ziemlich sauer sein. Denn dieses Mal hat er gleich sechs Cola-Sorten in unterschiedlichen Hautfarben produzieren lassen. "Sie sind alle gleich, nur von außen sind sie verschieden. Wie wir Menschen." Ali Cola punktet vor allem im Netz (Agentur: **Loved**). Motive mit frechen Sprüchen ("Hautfarbene Cola? Warte, bis wir die schwule Cola rausbringen.") kommen bei den Fans gut an.

Die neue Ali Cola kommt zunächst in Berlin und Hamburg auf den Markt und kann über alicola.de auch online bestellt werden. Und die Marke engagiert sich auch ganz direkt. Ali Cola unterstützt die NGO **Kiron**, die Flüchtlingen über Onlinekurse und Partneruniversitäten eine Hochschulbildung ermöglicht.



(2) LESERKOMMENTARE

vor 21 Minuten von **Hannes**

Endlich bekommt der Arier auch seine weisse Cola. Danke Ali.

vor 21 Minuten von **Hannes**

Endlich bekommt der Arier auch seine weisse Cola. Danke Ali.



Heldisch macht Pfleger zu Helden

Johanniter-Unfall-Hilfe NRW Pflegenotstandsland Deutschland. Und wer tut etwas dagegen? Die Johanniter in Nordrhein-Westfalen. Die Agentur Heldisch hat in ihrer Kampagne Pfleger der Sozialstationen wie Helden inszeniert, mit Superman-Cape und klaren Ansagen.

Zugegeben: Neu ist der Ansatz mit den echten Mitarbeitern nicht. Aber er trifft. Denn die Johanniter wissen genau, was sie jeden Tag leisten: Die Gesellschaft altert, der Personalstand schrumpft, und gut bezahlt werden Fachpflegekräfte in Deutschland auch nicht gerade. „Unsere Protagonisten sehen sich als Helden und haben gern mitgemacht“, sagt Jörn Kriebel, Geschäftsführer von Heldisch in Berlin. Kommen keine neuen Pfleger, müssen Sozialstationen schließen. Die Lage ist ernst.

Die regionale Streuung der Kampagne hat Posterselect aus Baden-Baden übernommen. Die 18/1-Plakate sind in jeder Stadt zu sehen, in der eine Pflegestation sitzt. **cob**

Verantwortlich: Marco Schauff, Leiter Marketing und Kommunikation, Köln
Agentur: Heldisch, Berlin
Kreation: Michael Oskarsson
Fotograf: Oliver Haupt
Beratung: OoH, Radio, Online, Social Media u. a.



Cola in sechs Hautfarben

Ali Cola Als sich Aydin Umutlu das letzte Mal aufgeregt hat, ist Ali Cola entstanden. Das war 2012, als Thilo Sarrazin behauptete, dunkelhäutige Menschen seien eben schon genetisch schlechter gestellt als Weiße. Umutlu erzählt diese Geschichte gern. Er war damals so wütend, dass er eine eigene Cola erfunden hat, eine, die mit Türkenklischees spielt und für Toleranz wirbt. Bis heute.

2017 driftet die ganze Welt nach rechts. Und Umutlu reagiert; er muss ziemlich sauer sein. Denn dieses Mal hat er gleich sechs Cola-Sorten in unterschiedlichen Hautfarben produzieren lassen. „Sie sind alle gleich, nur von außen sind sie verschieden. Wie wir Menschen.“ Ali Cola punktet vor allem im Netz. Motive mit frechen Sprüchen („Hautfarbene Cola? Warte, bis wir die schwule Cola rausbringen.“) kommen bei den Fans gut an. **cob**



Verantwortlich: Aydin Umutlu, Gründer und Geschäftsführer, Hamburg
Agentur: Loved, Hamburg
Kreation: Matthäus Frost, Karl Wolfgang Epple
Fotografie: Dirk Weyer
Medien: Print, Social Media



VIDEO: Burger, Fritten und Cola aus dem Entsafter



St. Stefanus – Ein Bier mit unterschiedliche...



Umele TV verwandelt eine Flasche Cola in flaschen...

18.5K FANS	1.8K FOLLOWERS	2.6K FOLLOWERS
1.5K SUBSCRIBERS	20.8K COMMENTS	45.2K FANS LOVE US

f bunte Ali Cola für mehr Toleranz

- 6. Feb. 2017 // Kommentare

-
-
-
-
-
-
-
-



Cola ist immer braun, daran haben wir uns gewöhnt, und das wird sich wohl auch nicht ändern. Das Hamburger Unternehmen **Ali Cola** bietet das Getränk jetzt aber in sechs verschiedenen Färbungen an – wobei der Geschmack bei allen der gleiche ist. Mit seiner bunten Produktpalette will Aydin Umutlu, der Gründer von Ali Cola, ein Zeichen gegen die fortschreitende Fremdenfeindlichkeit setzen.

Auf die Idee kam Umutlu im Jahr 2012, als er die üblen Thesen von Thilo Sarazin hörte, nach denen beispielsweise die Intelligenz eines Menschen von seinem Erbgut abhängig sei. Also ließ Umutlu Cola in sechs Farben entwickeln, um damit die Vielfalt menschlicher Hautfarben widerzuspiegeln. Mit den Einnahmen aus dem Verkauf der Getränke soll das Projekt Kiron unterstützt werden, das Flüchtlingen ermöglicht, online zu studieren. Zu haben ist Ali Cola zunächst in Berlin und Hamburg sowie auf der Homepage des Unternehmens.

Werbung

-40%	-40%	-50%
Hackett London Jacke	FreedomDay Jacke	Courage & Kind Jacke Camo
€ 119	€ 209	€ 54
Zum Shop	Zum Shop	Zum Shop

Sponsoren & Partner

KOSTENLOSE
LIZENZFREIE BILDER

[exali.de](#)

COPYRIGHT VERLETZUNG
Sicherheit für Kreative

[exali.de](#)

viaprinto

Meine Art zu drucken.

PART OF **VICE** CONTENT NETWORK | DESIGN

Weitere Projekte von uns

- [aboutpixel.de](#) - lizenzfreie Bilder für alle
- [wildcrumbs.de](#) - ITS GOOD TO BE OUT.
- [dailybri.com](#) - Lifestyle- and Designblog
- [grafiker.de](#) - das Kontaktnetzwerk für kreative

Sponsor



>> <http://www.yumda.de/news/150428/>

Die Cola in Hautfarben - ALI COLA

#toleranzschmeckt

06.02.2017 - Außen sind sie verschieden, innen alle gleich. Was für Menschen auf der ganzen Welt gelten sollte, gilt jetzt schon für Cola. Genauer gesagt: für ALI COLA – die erste Cola in sechs verschiedenen Hautfarben.



Angefangen hat alles 2012: Als Thilo Sarrazin seine Thesen in die Welt hinausposaunte, z.B., dass alle menschlichen Eigenschaften eine Erbkomponente hätten, darunter auch die Intelligenz, diskutierte ganz Deutschland. Und ein Mann produzierte: Als Protest und als Statement für Integration erfand der Hamburger Aydin Umutlu seine eigene Cola. Die ALI COLA war geboren. Ein alltägliches, trinkbares Manifest für mehr Toleranz. Eine Cola, die mit Ironie auf Vorurteile antwortet und bereits im eigenen Namen Klischees mit einem Schmunzeln vorführt. Der Claim: Toleranz schmeckt.

2017 wird wieder ein Rechtsruck spürbar – und ALI COLA deshalb noch vielfältiger: Statt der Cola im üblichen Schwarz gibt es sie nun sechs unterschied-

lichen Hautfarben. Der Geschmack: Immer derselbe.

„Sie sind alle gleich, nur von außen sind sie verschieden. Wie wir Menschen“, sagt Aydin Umutlu.

ALI COLA unterstützt Kiron. Die NGO hat einen unbürokratischen Weg gefunden, Flüchtlingen eine Hochschulbildung zu ermöglichen – über Onlinekurse und Partneruniversitäten.

ALI COLA kann online über alicola.de bestellt werden und erscheint zunächst in den Metropolregionen Berlin und Hamburg.

In verschiedenen Farben

Jetzt kommt Anti-Diskriminierungscola "Ali Cola"

Erfinder stellt Cola in Hautfarben her.



© oe24

Ist es rassistisch, sein Cola in Braun zu genießen? Zumindest machen sich manche Menschen darüber Gedanken.

So auch der Hamburger Getränkehersteller Aydin Umutlu – er bringt jetzt sein "Ali Cola" in verschiedenen Farben heraus, entsprechend den Hautfarben verschiedener Rassen.

So gib es gelbes, schwarzes, rotes und weißes Cola . Ungewöhnlich, aber wem´s schmeckt...

Ungewöhnliche Werbebotschaften

Ungewöhnlich auch die Werbesprüche, die sich auf den Flaschen finden. Einer von ihnen lautet: "Wie nennt man eine helle Cola?" - ""Cola", du Rassist".

to search type and hit enter

AKTUELLSTE BEITRÄGE

 Heiliges Bauklotz-Spektakel, Batman! The LEGO Batman Movie
🕒 7. Februar 2017

 Ali Cola – Die Cola in verschiedenen Hautfarben
🕒 3. Februar 2017

 Jan Böhmermann und das Neo Magazin Royale sind zurück
🕒 2. Februar 2017

 Mondstein, flieg und sieg... – Sailor Moon feiert Comeback
🕒 2. Februar 2017

 Rings: gruselige Viralkampagne zu neuem Rings-Film
🕒 25. Januar 2017

FACEBOOK

 **raufgeklickt.de**
105 „Gefällt mir“-Angaben

Seite gefällt mir

Teilen

Sei der/die Erste deiner Freunde, dem/der das gefällt



🏠 Home ... Food ... Ali Cola – Die Cola in verschiedenen Hautfarben



Ali Cola - Die Cola in verschiedenen Hautfarben | Bild: Ali Cola

Ali Cola - Die Cola in verschiedenen Hautfarben

Wenn man es ganz genau nimmt, dann ist eine Cola eigentlich ein wenig diskriminierend. Cola schmeckt so lecker, ist aber nur braun – mit Ausnahme der Crystal Pepsi von früher eventuell. Ist das nicht anderen Hautfarben gegenüber unfair? Diese Frage klingt abstrus, doch ein Hamburger Getränkehersteller bringt nun die Cola für jeden Hauttyp auf den Markt. Die Ali Cola steht für mehr Toleranz unter den Menschen verschiedenster Couleur. „Außen sind sie verschieden. Innen alle gleich. Was für Menschen auf der ganzen Welt gelten sollte, gilt jetzt schon für Cola“ – so das Credo der Ali Cola. Klar, denn obwohl die Cola braun, gelb, rot, weiß...eine Cola in allen Hautfarben.

Ali Cola – die Cola für mehr Toleranz

Gegründet wurde Ali Cola, die Cola für mehr Toleranz von Aydin Umutlu. Er nahm sich einfach Thilo Sarrazins Buch „Deutschland schafft sich ab“ zum Anlass, hier ein Zeichen gegen Fremdenfeindlichkeit zu setzen. Unter anderem nahm er die Aussage, dass Ausländer sich nicht integrieren wollten zum Anlass und gründete die Cola-Firma. Schon damals brachte er eine Cola auf den Markt, die einen typischen Türken mit Schnurrbart zeigt. Diese Cola wurde dann in diversen Läden verkauft und auch die bunte Cola soll es bald in ganz Deutschland geben. Mit jeder verkauften Flasche wird dabei „Kiron“, eine Online-Universität für Flüchtlinge, unterstützt.



Schönes Projekt, dass Aydin Umutlu dort ins Leben gerufen hat. Denn genauso, wie eine rote oder gelbe Cola weiterhin wie eine Cola schmeckt, ist auch in einem Menschen mit gelber, schwarzer oder roter Hautfarbe eins drin: ein Mensch. So und nun möchte ich selber einmal Ali Cola testen und trinken!

Diesen Beitrag teilen



⏪ Previous:
Jan Böhmermann und das Neo Magazin Royale sind zurück

Next: ⏩
Heiliges Bauklotz-Spektakel, Batman! The LEGO Batman Movie

ABOUT ADMIN

Als Digital Native, Early Adopter und Kind der Neunziger muss ich alles aufsaugen, was im Fernsehen läuft und auf jede interessante Headline im Internet klicken...und es hier auf raufgeklickt.de mit allen Lesern teilen!



META

Anmel
Beitrag
Komm
WordP



ALI COLA «DIE COLA IN HAUTFARBEN»

4. Februar 2017 Diverses und Berichte



#toleranzschmeckt: ALI COLA. Die Cola in Hautfarben.

Aussen sind sie verschieden, innen alle gleich. Was für Menschen auf der ganzen Welt gelten sollte, gilt jetzt schon für Cola. Genauer gesagt: für ALI COLA – die erste Cola in sechs verschiedenen Hautfarben.

Als Thilo Sarrazin seine Thesen in die Welt hinausposaunte, z.B., dass alle menschlichen Eigenschaften eine Erbkomponente hätten, darunter auch die Intelligenz, diskutierte ganz Deutschland. Und ein Mann produzierte: Als Protest und als Statement für Integration erfand der Hamburger Aydin Umutlu seine eigene Cola. Die ALI COLA war geboren. Ein alltägliches, trinkbares Manifest für mehr Toleranz. Eine Cola, die mit Ironie auf Vorurteile antwortet und bereits im eigenen Namen Klischees mit einem Schmunzeln vorführt. Der Claim: Toleranz schmeckt.



2017 wird wieder ein Rechtsruck spürbar – und ALI COLA deshalb noch vielfältiger: Statt der Cola im üblichen Dunkelbraun gibt es sie nun sechs unterschiedlichen Hautfarben. Der Geschmack: Immer

[Auf Seite suchen ...](#)

medienjobs.ch

Polygraf/in

Druckerei Appenzeller Volksfreund / Appenzell

Polydesigner/in 3D Dekorationsge...

delighted gmbh / Thalwil und weitere je nach Einsatz

Polygraf mit gestalterischem Flair...

Repro Schicker AG / Baar / Kanton Zug

www.medienjobs.ch

AKTUELLE BEITRÄGE



#everysecondcounts

5. Februar 2017



Open Air Gampel «Weltklasse aus dem Wallis»

4. Februar 2017



Hyundai «Boxes»

4. Februar 2017



TOP GEKLIKT



Ginetta «Simon Raess im Interview»

29. Januar 2017



Diego Bernardini «Ich will heute nicht leben»

29. Januar 2017

Skin Tone-Colored Sodas



PREVIOUS

NEXT

ALI COLA's Soda Collection Aims to Promote Tolerance

By: Laura McQuarrie - Feb 4, 2017

References: alicola.de & packagingoftheworld

The use of special flavors, ingredients or packaging are just a handful of ways that beverage brands can make themselves stand out from others on the market, but ALI COLA is taking an entirely different direction with its soda collection. Rather than aiming to distinguish itself using any of the aforementioned tactics, the brand is producing "the first cola that comes in different skin colors."

einfachstars

Aktuelles über Stars in Leichter Sprache

Cola mit verschiedenen Haut-Farben

4. FEBRUAR 2017 | EINFACHSTARS | 2017 | HINTERLASSE EINEN KOMMENTAR

Es gibt eine neue Cola-Sorte.

Sie heißt Ali-Cola.

Ali-Cola sieht anders aus als andere Cola.

Nämlich so:



6 Flaschen Ali-Cola, Bild: Ali Cola (<https://www.alicola.de/de/home/>)

Warum gibt es die Ali-Cola in verschiedenen Farben?

Die Farben stehen für Menschen mit verschiedenen Haut-Farben.

Der Werbe-Spruch für Ali-Cola ist:

„Müssen Menschen weiß und Colas schwarz sein?“

Aydin Umutlu hat Ali-Cola erfunden.

Er wünscht sich mehr Toleranz.

Das heißt:

Er weiß: Alle Menschen sind unterschiedlich.
Seine Cola ist auch unterschiedlich.
Er wünscht sich, dass die Menschen mehr darüber nach-denken.
Und dass mehr Menschen Unterschiedlichkeit gut finden.

Aydin Umutlu erklärt:

„Außen sind sie verschieden, aber innen alle gleich – genau wie die Menschen auf der ganzen Welt.
Ich will damit zeigen, dass Rassismus fehl am Platz ist.
Vielleicht kann ich damit meinen Teil dazu beitragen, dass es hierzulande in Zukunft ein friedliches
Miteinander der Mehrheits-Gesellschaft mit Migrant*innen und Flüchtlingen gibt.“



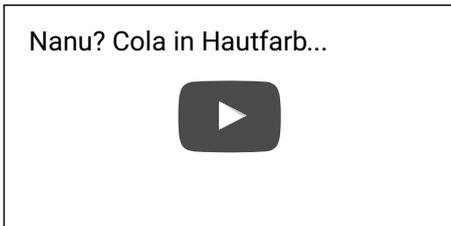
2 Menschen stoßen mit Ali-Cola an, Bild: [Ali-Cola \(https://www.alicola.de/de/home/\)](https://www.alicola.de/de/home/)

Alle Cola-Sorten schmecken gleich.
Auch wenn sie anders aus-sehen.
Damit will Aydin Umutlu sagen: Auch alle Menschen sind gleich.
Auch wenn sie andere Haut-Farben haben.

Ali-Cola kann man in Hamburg und Berlin kaufen.
Am Kiosk, an der Döner-Bude, im Super-Markt oder im Internet
(<https://www.alicola.de/de/warenkorb/?continue=ZGUvaG9tZS8=>).

Brause aus Hamburg: Nanu? Jetzt gibt's Cola in Hautfarben

Von Felix Seifert | Janna Mansfeld | 03.02.17, 22:12 Uhr



Die Brause heißt „Ali Cola“ – und die gibt's neuerdings in sechs verschiedenen Farben. In manchen Flaschen ist die Cola sogar weiß. Die Idee zu den unterschiedlichen Färbungen kam dem Deutsch-Türken Aydan Umutlu. „Jede Farbe soll für einen anderen Hauttyp stehen“, so der 43-Jährige. Menschen haben nicht alle die gleiche Hautfarbe. Deswegen soll auch jede Cola der 6er-Packs anders aussehen.

Der Geschmack der Getränke ist allerdings bei jeder Farbe gleich.

Das ist Teil von Umutlus Idee: „Menschen sind auch nur auf den ersten Blick verschieden. Erst wenn man hinter die Fassade blickt oder die Colas probiert, stellt man fest, dass alle gleich sind“, so Aydan. Sein Motto: „Toleranz schmeckt!“

Die MOPO machte den Geschmacks-Test. Das Ergebnis: Auch Cola, die aussieht wie Zitronenlimonade, schmeckt wie die traditionell braun gefärbte Brause.

Sechs Flaschen der bunten Cola kosten 4,80 Euro, es gibt sie in ausgewählten Getränkemärkten.

Teile des Erlöses von „Ali Cola“ werden an die Flüchtlingshilfe gespendet. Unterstützt wird die Organisation „Kiron“, die vielen Flüchtlingen eine Hochschulausbildung in Deutschland ermöglicht.

IHRE REAKTION



Wütend
135



Love
78



Haha
21



Wow
2



Traurig
5

Hamburger kämpft mit Ali-Cola gegen Rassismus

Von Carsten Dierig, Düsseldorf | Stand: 03.02.2017 | Lesedauer: 5 Minuten



Ali-Cola: Das Erfrischungsgetränk gibt es jetzt in sechs verschiedenen Hautfarben. Motto der Geschäftsidee: "Toleranz schmeckt"

Quelle: Ali-Cola

Aydin Umutlu verkauft Cola in allen Hautfarben, um für mehr Toleranz zu werben. Aus dem eigenen Kombi versorgt er Kioske, Döner-Buden und die Szenegastronomie. Die Konkurrenz ist allerdings hart.

Der erste Schluck ist komisch. Denn der Geschmack im Mund passt so gar nicht zur Optik des Getränks. Milchig-weiß ist die Flüssigkeit in der durchsichtigen Drittelliterflasche. Trotzdem handelt es sich um eine Cola. Ganz eindeutig sogar. Das bestätigt nach und nach jeder weitere Schluck. Aber warum dieser Gegensatz?

Die Lösung findet sich auf dem kleinen Etikett am Flaschenhals: „Müssen Menschen weiß und Colas schwarz sein?“, steht dort geschrieben. Und dazu der Slogan #toleranzschmeckt.

Dahinter steckt Aydin Umutlu. Der Unternehmer aus Hamburg will mit einer „Cola in Hautfarben“ die Gesellschaft aufrütteln. Sechs verschiedene Schattierungen haben die Colas im klassischen Sixpack, darunter neben Weiß auch Schwarz, Hellbraun oder ein Gelbton. „Außen sind sie verschieden, aber innen alle gleich – genau wie die Menschen auf der ganzen Welt“, erklärt Umutlu.

Und tatsächlich schmecken die andersfarbigen Colas von schwarz bis weiß allesamt einheitlich. „Ich will damit zeigen, dass Rassismus fehl am Platz ist“, sagt der 43-Jährige. „Vielleicht kann ich damit meinen Teil dazu beitragen, dass es hierzulande in Zukunft ein friedliches Miteinander der Mehrheitsgesellschaft mit Migranten und Flüchtlingen gibt.“

Zielgruppe sind auch die Trump-Gegner

Die Cola in Hautfarben ist für Umutlu die Weiterentwicklung seines Protests gegen aufkommenden Rassismus in Deutschland und der Welt. Begonnen hat er seine Mission im Jahr 2012. „Damals haben mich die Thesen von Thilo Sarrazin, vor allem aber die große Zustimmung, die er dafür bekommen hat, ziemlich wütend gemacht“, erzählt Umutlu, der als Baby aus der Türkei nach Deutschland gekommen ist und längst einen deutschen Pass besitzt. „Dem wollte ich etwas entgegensetzen.“ Und weil Fladenbrot oder Kaugummi vergleichsweise unsexy sind für derlei Botschaften, hat sich Umutlu für ein Lifestyle-Getränk entschieden.

Seither verkauft er unter dem Namen Ali-Cola Limonade, bislang mit dem Abbild eines stilisierten Türken auf dem Etikett, also mit Schnurrbart, kräftigen Augenbrauen, einem kantigen Gesicht und dem Schirm einer Mütze auf der Stirn. Mit den neuen Farbvarianten wird der alte Ali nun aber eingemottet.

Erhältlich ist die vom Husumer Mineralbrunnen abgefüllte Brause in Hamburg und Berlin, vorrangig an Kiosken, in Shisha-Läden und Döner-Buden, aber auch in der Szenegastronomie und im Supermarkt – oder über das Internet. Gut 100.000 Flaschen Ali-Cola hat Umutlu im Jahr 2016 ausgeliefert. Von der Umstellung auf die Hautfarben-Cola, bei deren Entwicklung und Vermarktung er von der Hamburger Agentur Loved unterstützt wird, verspricht er sich noch mal einen zusätzlichen Schub. „Auch wegen Herrn Trump.“

Ausgeliefert wird das Protestgetränk ab dem 6. Februar. Dann beginnt für das Ein-Mann-Unternehmen auch wieder das Klinkenputzen bei Getränkehändlern in ganz Deutschland in der Hoffnung auf eine Listung – so wie schon vor fünf Jahren beim Start der Ali-Cola. Langfristig träumt Umutlu, der sein Getränk in Hamburg noch selbst per Kombi ausliefert, sogar von einer internationalen Distribution. Daher auch der Name Ali, der sowohl in Europa als auch in Asien, Afrika und Amerika bekannt und aussprechbar ist.

Das Rezept für Ali-Cola ist am heimischen Küchentisch entstanden. „Man ruft einen Grundstoffproduzenten an, bekommt dann verschiedene Geschmacksmuster zugeschickt und kann damit experimentieren“, beschreibt Umutlu, der gelernter Bäcker ist und darüber hinaus viel in der Gastronomie gearbeitet hat.

In seinem Fall hat dieses Experimentieren rund drei Wochen gedauert. Seither ist an der Rezeptur nichts verändert worden, auch nicht für die Hautfarben-Cola. „Der Geschmack ist gleich geblieben“, versichert der Unternehmer. Das andere Aussehen werde allein über einen geschmacksneutralen Farbstoff gesteuert, von dem je nach Ausprägung mehr oder weniger enthalten ist.

Nicht verzichten kann Ali-Cola auf Zucker. Zwar ist in der politisch korrekten Brause Umutlu zufolge weniger Süßmacher enthalten als in den Limonaden der großen Weltkonzerne. Trotzdem steht Zucker an zweiter Stelle der Zutatenliste, gleich hinter natürlichem Mineralwasser. Den Vergleich mit der Konkurrenz scheut der 43-Jährige nicht. Wobei selbstredend jeder Erfinder felsenfest von Geschmack und Qualität seines Produkts überzeugt ist.

Um auch die Kunden zu begeistern, braucht Umutlu Bekanntheit. Denn Ali-Cola reiht sich ein in eine Vielzahl von Cola-Alternativen am Markt. Dominiert wird das Segment von den übermächtigen US-Konzernen Coca-Cola und Pepsi. In deren Schatten aber tummeln sich mittlerweile Dutzende Alternativmarken, in Deutschland zum Beispiel Afri und Vita oder Fritz und Dr. Pepper. Selbst Bionade hat sich an einer Cola versucht.

Zwar sind die Stückzahlen jeweils überschaubar. Dr. Pepper etwa, die vom Brauereiriesen Krombacher produziert und vertrieben wird, kam im vergangenen Jahr gerade mal auf ein Produktionsvolumen von rund 52.000 Hektolitern. Trotzdem spüren die Branchen-Goliaths die kleinen Herausforderer, sagen Experten. Denn größer wird der Markt nicht. Und gerade

jüngere Verbraucher suchten ganz bewusst nach geschmacklichen Alternativen, heißt es etwa von den Konsumforschern der GfK.

Ali-Cola bringt nun mit seinem Anti-Rassismus-Getränk noch eine politische Komponente ein, was durchaus Kunden anspricht. Wobei auch das nicht neu ist. Französische Muslime zum Beispiel haben schon zu Beginn der Nullerjahre Mecca-Cola entwickelt, um gegen die „Unterdrückung der arabischen Länder durch die USA“ zu kämpfen. In den arabischen Ländern wurde daraus auch ein Erfolg, wohl nicht zuletzt durch den Namen, der sich an die heiligste Stätte des Islam anlehnt. In Deutschland aber war der Erfolg eher bescheiden. Eine weitere Zielgruppe bedient Haji-Cola aus Hamburg, die nach der muslimischen Reinheitslehre als „halal“ – das Wort bedeutet in der Übersetzung „erlaubt“ – zertifiziert ist.

Solche Experimente plant Aydin Umutlu nicht. Ihm reicht schon das Thema Toleranz. Und da geht es ihm nicht allein um Ausländer und Migranten. Das jedenfalls zeigt der Spruch auf einer anderen Flasche aus dem Sixpack. „Hautfarbene Cola? Warte, bis wir die schwule Cola rausbringen.“

ANZEIGE



Die neue Finanzierungsart

Jetzt noch weniger als keine Zinsen zahlen: QASHQAI mit 0% finanzieren und Gutschrift kassieren



Ab dem 06.02. bei Lidl:

Trekking! Günstige Outdoorbekleidung und Ausrüstung - jetzt entdecken!



Reich dank Biotech!

Diese 1900%-Biotech-Aktie ist Ihre Chance, in 2017 ein gigantisches Vermögen zu machen!

Ein Angebot von WELT und N24.

© WeltN24 GmbH

Die WELT als ePaper: Die vollständige Ausgabe steht Ihnen bereits am Vorabend zur Verfügung – so sind Sie immer hochaktuell informiert. Weitere Informationen: <http://epaper.welt.de>



SHOWCASE AND DISCOVER CREATIVE PACKAGING

GALLERY FEATURED DIRECTORY SHOP

CATEGORIES

FEATURES

COUNTRIES

SUBMIT

The Cola in Skin Colors

Derrick Lin Packaging of the World Chief Curator

2/03/2017 12:09:00 PM

Beverages , Europe , The Netherlands



Creative Agency: **loved**

Project Type: Produced, Commercial Work

Client: **ALI COLA**

Location: Deutschland

Packaging Contents: Cola

Packaging Substrate / Materials: Glas

They look different on the outside but are all the same on the inside. That's true of people all over the world—and now of cola, too. Or at least ALI COLA, the first cola that comes in different skin colors. Call it a cola in aid of greater tolerance. #cheerstolerance



READY

FREE ITEMS

LOCOS



Adobe Ink & Stylus



designnojo.com

GLUBOOST



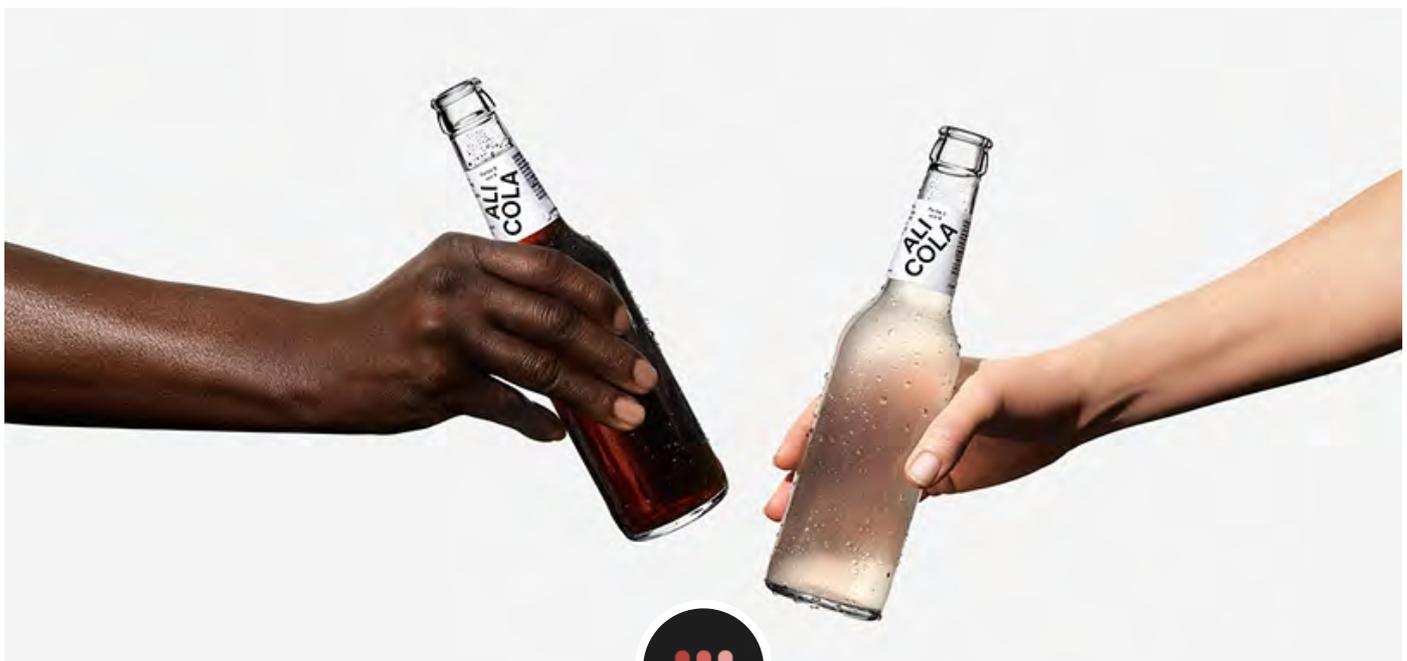
WAYFARE

BLUEBERRY CHEESE

🏠	Actualité créative ▾	Inspiration ▾	Créateurs d'idées	Challenges	Nos offres	🔍	
-------------------	--------------------------------------	-------------------------------	-----------------------------------	----------------------------	----------------------------	-------------------	--

Des bouteilles de soda qui luttent contre le racisme

3 février 2017



Écrit par [Creapills](#)

Un projet créatif étonnant qui détourne des bouteilles de soda pour lutter contre le racisme.

Lutter contre les discriminations avec des packagings, ça paraît improbable mais c'est possible. En Allemagne, l'agence [loved](#) a imaginé des bouteilles de soda surprenantes pour la marque [Ali Cola](#). L'idée : créer des bouteilles minimalistes et transparentes qui illustrent les différentes couleurs de peau à travers la boisson.

// ALI COLA

**EINE COLA FÜR JEDE
HAUTFARBE. "ALI COLA"
SETZT EIN ZEICHEN GEGEN
FREMDENFEINDLICHKEIT**



ALI COLA

([/#facebook](#)) ([/#twitter](#))
([/#google plus](#)) ([/#xing](#)) ([/#email](#))
([/#linkedin](#))



[BUSINESS PUNK REDAKTION \(HTTP://WWW.BUSINESS-](http://www.business-punk.com/author/redaktion/)

[PUNK.COM/AUTHOR/REDAKTION/\)](http://www.business-punk.com/author/redaktion/)

“ALI COLA“ macht Budder bei die Fische: Mit der ersten Cola in verschiedenen Hautfarben setzt sich der Hamburger Getränkehersteller für mehr Toleranz ein. “Außen sind sie verschieden. Innen alle gleich. Was für Menschen auf der ganzen Welt gelten sollte, gilt jetzt schon für Cola“, heißt es auf der Website. Mit jeder verkauften Flasche wird dabei “Kiron“, eine Online-Universität für Flüchtlinge, unterstützt.



<http://www.business-punk.com/wp-content/uploads/2017/02/alicola.jpg>

DRESSED LIKE MACHINES

HOME MUSIC VIDEO ART & DESIGN WEB FASHION THE MACHINE CAST

Suche hier

ALI COLA – die erste Cola in sechs verschiedenen Hautfarben

02.2.2017 / DENNIS JUNGFLEISCH / FOOD & DRINKS

[KOMMENTAR SCHREIBEN](#)



ALI Cola will ein Zeichen gegen den aktuellen Rechtsdruck setzen und stellt seine Cola deshalb ab sofort in sechs verschiedenen Farben her, wobei der Geschmack bei allen gleich ist. Die kleine Getränkefirma unterstützt außerdem Kiron. Die NGO hat einen unbürokratischen Weg gefunden, Flüchtlingen eine Hochschulbildung zu ermöglichen – über Onlinekurse und Partneruniversitäten. ALI Cola wird man vorerst aber nur in Hamburg und Berlin finden. Trotzdem eine gute Sache!

Außen sind sie verschieden, innen alle gleich. Was für Menschen auf der ganzen Welt gelten sollte, gilt jetzt schon für Cola.

TEILEN 34 TWITTERN 2 E-MAIL TEILEN 0 PINNEN TEILEN



Über den Autor

Rap. Caps. Sneaks. Pfeffi. Und Alba Berlin Groupie.

More at

ANZEIGE

... für Ihren Erfolg!

Zu Ihrem ErfolgsPaket 2017

precon DIÄT

SUCHE



Wir verwenden Cookies, um Inhalte und Anzeigen zu personalisieren, Funktionen für soziale Medien anbieten zu können und die Zugriffe auf unsere Website zu analysieren. Außerdem geben wir Informationen zu Ihrer Nutzung unserer Website an unsere Partner für soziale Medien, Werbung und Analysen weiter. Details ansehen

Hinweis ausblenden X

Startseite > Lifestyle > Food & Drinks > Anti-Rassismus-Cola: Toleranz schmeckt in allen Farben!

LIFESTYLE

Anti-Rassismus-Cola: Toleranz schmeckt in allen Farben!

Von [Martyna](#) am Donnerstag, 2. Februar 2017 um 16:09 Uhr

"Jetzt eine eiskalte Cola." Das zuckrige Getränk ist seit Jahren ein Dauerbrenner, der zu diesen turbulenten Zeiten ein längst überfälliges Update bekommt. Hier kommt die Cola für mehr Toleranz!



© ALI COLA

Cola gibt es jetzt in allen Hautfarben!

"Cola in Hautfarbe gab es schon immer – nur eben nicht in deiner." Das ist einer der kecken Slogans der Marke Ali Cola, der auch den Flaschenhals des Erfrischungsgetränks schmückt. Mit ihrer Cola, die ein breites Farbspektrum abdeckt, sendet das junge Brand eine klare Message: **Toleranz schmeckt!** Von außen unterscheiden sich die Getränke farblich, **der Inhalt schmeckt aber exakt gleich.** Die Idee zu einer **politisch-gesellschaftskritischen Cola** hatte der Hamburger Aydin Umutlu im Jahr 2012. Die Ursprungsidee zu der Millennial-Coke kam dem Jungunternehmer eigentlich wegen des **ehemaligen Politikers Thilo Sarrazin**, der mit seiner Behauptung im selben Jahr, **dass Intelligenz vererbt werden würde und Weiße eben schlauer wären als Schwarze**, das ganze Land in Aufruhr brachte. Aus Protest entstand die Ali Cola.

Anzeige

congstar wie ich will
z.B. mit dem Huawei P8 lite

Congstar wie ich will
Mix dir MB, Minuten und SMS – wie du willst, z.B. mit dem Huawei P8 lite!

sheego
MODE AB GRÖSSE 40

Gratis-Versand
Der Winter-Schlussverkauf hat begonnen. Jetzt reduzierte Styles sichern.

HSE24
Exklusive Keypieces & angesagte Outfits für jeden Typ! Jetzt bei HSE24.de!

adyard

MEHR ZUM THEMA



Vor Fake-News schützen – so geht es!



Women's March gegen Trump: Diese Stars sind in Washington dabei



Trendwatch: Netzstrumpfhosen



LIFESTYLE

Happy Coffee-Day! Das sind die

Erlebe eine neue Dimension der Feuchtigkeitspflege.