

PRESSE-INFORMATION



Europäer greifen immer öfter zur Getränkedose

Der Markt für Getränkedosen wächst weiter: 2008 wurden in Europa über 52 Milliarden Dosen verkauft, fünf Prozent mehr als im Jahr davor. Auch in Deutschland gewinnt die Getränkedose wieder an Akzeptanz – und das nicht nur, wenn sie mit Bier befüllt ist.

Düsseldorf, 10.03.2009 – Die Getränkedose bleibt europaweit auf dem Vormarsch: Nach dem Rekordzuwachs in 2007 (10,2 Prozent) wuchs der europäische Markt für Getränkedosen in 2008 abermals um fünf Prozent. Treibende Kraft war dabei vor allem der osteuropäische Markt: In Tschechien legte die Getränkedose 2008 im Vergleich zum Vorjahr um 18,3 Prozent zu. In Westeuropa lag das Wachstum im Durchschnitt bei knapp vier Prozent. Vor allem Niederländer, Belgier und Luxemburger griffen verstärkt zur Dose: In den Beneluxländern betrug die Wachstumsrate im Vergleich zum Vorjahr satte 9,5 Prozent. Größter Absatzmarkt innerhalb Europas bleibt Großbritannien vor Spanien: Allein im Vereinigten Königreich wurden 2008 8,5 Milliarden Getränkedosen verkauft.

In Deutschland hat es die Getränkedose aufgrund des Einwegpfands schwerer als in den Nachbarländern – dennoch ist die Tendenz auch hierzulande positiv: Die drei führenden und größten Getränkedosen-Hersteller in Europa, Ball, Rexam und Crown, verkauften 2008 hierzulande 4,1 Prozent mehr als 2007. „Es macht sich bemerkbar, dass die Zahl der Marken, die Produkte in Getränkedosen anbieten, seit 2006 stark gestiegen ist und die Verbraucher dieses Angebot gut annehmen“, sagt Uwe Stoffels, Sprecher von BCME Deutschland,

DIE DOSE – ALLES IST DRIN!

Eine Initiative der BCME - Beverage Can Makers Europe

PRESSE-INFORMATION



dem Verband der Getränkedosenhersteller. Immer mehr Anbieter wissen die Vorteile der Verpackung zu schätzen – zum Beispiel den Platz für Werbung und Aufdrucke oder den geringeren Aufwand bei Transport und Lagerung, der auch der Umwelt zugute kommt.

Vor allem Brauereien setzen wieder verstärkt auf die Getränkedose, denn Bier in Dosen schmeckt den Deutschen: An Tankstellen, Kiosken und in kleineren Geschäften reichen die Verkäufer durchschnittlich jedes fünfte Bier in einer Getränkedose über die Ladentheke. Aber auch in den Super- und Verbrauchermärkten der beiden größten deutschen Handelsketten steigt die Akzeptanz von Bier in Dosen: 2008 lag der Dosenanteil beim Bierabsatz in Filialen mit entsprechendem Angebot zeitweilig bei über vier Prozent, bei einzelnen Vollsortimentern sogar das ganze Jahr über bei fast sieben Prozent. Dabei stieg die Nachfrage zumeist ohne Sonderaktionen oder spezielle Verkaufsförderung – die Verbraucher greifen auch so vermehrt zu Bier in Getränkedosen.

Der Absatz von alkoholfreien Erfrischungsgetränken in Dosen stieg 2008 ebenfalls, unter anderem durch die Einführung der neuen RED BULL Cola, deutlich – und das nicht nur an Tankstellen. „Die Getränkedose hat auch außerhalb der Convenience Stores wieder viel Potenzial“, weiß Uwe Stoffels. Die Chancen auf weiteres Wachstum stehen gut: „Der Dosenanteil wird bei zunehmender Distribution weiter steigen – es gibt noch viel Luft nach oben.“

Über BCME:

BCME – BEVERAGE CAN MAKERS EUROPE – ist die europäische Vereinigung der drei Getränkedosenhersteller Ball Packaging Europe, Crown Bevcan Europe & Middle East und Rexam Beverage Can Europe & Asia. Der Verband versteht sich als Bindeglied zwischen Industrie, Handel und Verbrauchern. Die Zielsetzung der 2008 gegründeten Initiative „DIE DOSE – ALLES IST DRIN!“ ist die Förderung und die kommunikative Unterstützung der Getränkedose in Europa.

PRESSE-INFORMATION

BCME Press Office - Deutschland:

HERING SCHUPPENER
Unternehmensberatung für Kommunikation GmbH
Kreuzstraße 60
40210 Düsseldorf

Volker Böcking

Telefon: +49-211-430 79-10
Fax: +49-211-430 79-59
E-Mail: vboecking@heringschuppener.com

Silke Lenz

Telefon: +49-211-430 79-18
Fax: +49-211-430 79-59
E-Mail: slenz@heringschuppener.com

