

PRESSE-INFORMATION



Verbraucherumfrage zum Comeback der Dose

Aktuelle Nielsen-Studie: Die Getränkedose steht (wieder) auf dem Einkaufszettel

2010 feierte die Getränkedose nicht nur ihr 75-jähriges Bestehen, sondern auch eine Rückkehr in viele Regale. Und was sagt der Verbraucher dazu? Das Marktforschungsunternehmen Nielsen hat bei über 1.000 Konsumenten nachgefragt. Eines der Ergebnisse: Jeder Fünfte würde häufiger Getränke in Dosen kaufen, wenn Dosen besser verfügbar wären. Über 40 Prozent wechseln Sorte, Marke oder sogar das Geschäft, um das gewünschte Getränk in der Dose zu bekommen. Und vor allem beim Gang zu Penny, Netto und Co. ist sie inzwischen sogar Teil des geplanten Einkaufs.

Düsseldorf, 21.12.2010 – Nach wie vor ist die Getränkedose vor allem für den „Durst unterwegs“ äußerst beliebt. So gaben 45 Prozent aller befragten Dosenkäufer an, spontan zu der praktischen, kleinen Verpackung zu greifen. Inzwischen ist die Dose aber für 30 Prozent aller Befragten Teil eines geplanten Großeinkaufs. Dies gilt insbesondere für Käufe im Discounter. 39 Prozent der dort gekauften Getränkedosen waren vorher geplant. Und nicht nur das: 24 Prozent aller Dosenkäufer verzehren sie nicht mehr unterwegs, sondern nehmen sie für den Konsum zu Hause mit. Besonders interessant: Bei im Lebensmitteleinzelhandel gekauften Dosen sind es sogar 35 Prozent. „Die Zahlen zeigen, dass der Verbraucher die Dose auch wieder zunehmend für den Genuss zuhause schätzt oder auf Vorrat besorgt“, sagt Uwe Stoffels, Sprecher des europäischen Verbandes der Getränkedosenhersteller (BCME Deutschland). „Das ist ein weiteres Zeichen dafür, dass sich die Dose beim Konsumenten als Alternative zu anderen Verpackungen etabliert hat – und zwar für jede Situation.“

DIE DOSE – ALLES IST DRIN!

Eine Initiative der BCME - Beverage Can Makers Europe

PRESSE-INFORMATION



Dose schlägt Getränkesorte und Marke

Die Beliebtheit der Dose geht sogar noch weiter: 34 Prozent der befragten Dosenkäufer würden eine andere Marke oder Getränkesorte in der Dose kaufen, wenn das gewünschte Getränk nicht in dieser Verpackung angeboten wird. Acht Prozent würden sogar in ein anderes Geschäft gehen. Und 17 Prozent würden gar kein Getränk kaufen, wenn die Dose in dem Geschäft gerade nicht verfügbar ist. Das heißt: Für rund 60 Prozent der Befragten ist nicht die Getränkesorte oder Marke wichtig, sondern dass das Produkt in der Dose zu haben ist. „Daraus lässt sich schließen, dass es eine nicht unbeträchtliche Zahl von Dosenfans gibt, die gerne noch häufiger zugreifen würden, wenn sie dazu die Gelegenheit hätte“, so Stoffels.

Erfrischung für unterwegs – nicht nur aus der Tankstelle

Ob auf dem Weg zum Fußballspiel, ins Schwimmbad oder einfach, weil sich der Durst meldet – die Getränkedose gilt seit jeher als optimale Verpackung für den Unterwegsverzehr, schließlich ist sie unzerbrechlich, leicht und gut zu transportieren. Zunehmend decken sich die Dosenkäufer dazu im Lebensmitteleinzelhandel oder im Discount (je 11 Prozent) ein, wenn sie ein erfrischendes Getränk aus der Dose genießen wollen. Die Tankstelle, ursprünglich der klassische Ort für Spontankäufe, liegt mit 10 Prozent auf Platz 3.

PRESSE-INFORMATION



Getränkedosen: Gerne mehr

Die Aussichten für die Getränkedose sind jedenfalls gut – zumindest, wenn es nach den Konsumenten geht. Laut Nielsen würden 21 Prozent häufiger ein Getränk in der Dose kaufen, wenn sie überall angeboten würde. 16 Prozent sagen, dass Getränkedosen in mehr Geschäften angeboten werden sollten. Weitere 12 Prozent wünschen sich häufiger gekühlte Dosen und 11 Prozent möchten auch andere Getränke aus der Dose genießen, zum Beispiel Wasser oder Saft. Gründe: Rund die Hälfte aller Befragten findet sie praktisch, für 32 Prozent ist sie Kult und 31 Prozent halten sie für hygienisch. „Die Umfrage zeigt, dass die Verbraucher die Dose konkret nachfragen“, sind sich Stoffels und Jung einig, „Wir sind davon überzeugt, dass sie in Zukunft im Regal wie auf dem Einkaufszettel noch häufiger auftauchen wird.“

Die Pressemitteilung gibt es unter www.die-dose-alles-ist-drin.de.

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.

BCME Deutschland - Press Office:

c/o HERING SCHUPPENER
Unternehmensberatung für Kommunikation GmbH
Kreuzstraße 60
40210 Düsseldorf

Andrejka Hage

Telefon: +49-211-430 79-16
Fax: +49-211-430 79-33
E-Mail: ahage@heringschuppener.com

Silke Lenz

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