

## PRESSE-INFORMATION



### **Bierdurst und Ästhetik: Verbraucher greifen gern zur Getränkedose**

Der Sommer ist da und damit auch Lust auf ein kühles Bier. Doch wie muss eine gute Verpackung sein? Das Marktforschungsinstitut YouGovPsychonomics hat hierzu Konsumenten befragt.<sup>1</sup> Ergebnis: Die Getränkedose erfüllt bezüglich Temperatur, Frische und Haltbarkeit alle wichtigen Kriterien für den optimalen Trinkgenuss. Auch moderne Optiken reizen besonders jüngere Verbraucher zum Kauf an. Die Getränkedose liegt voll im Trend – und wird immer beliebter.

**Düsseldorf, 19.05.2011** Nicht immer gibt es der Deutschen liebstes alkoholisches Getränk, das Bier, frisch vom Fass. Deshalb ist Verbrauchern wichtig, dass Geschmack und Qualität durch die Verpackung bestmöglich erhalten bleiben. Einer aktuellen Studie des Marktforschungsinstituts YouGovPsychonomics zufolge, im Rahmen derer Verbraucher zum Thema Bierverpackungen diskutierten, überzeugt die Getränkedose vor allem hinsichtlich Faktoren wie Temperatur, Frische und Haltbarkeit. Doch auch was das Image angeht, gehört sie (wieder) zu den Trendsettern.

„Die Befragung bestätigt Erkenntnisse aus einer kürzlich durchgeführten Nielsen-Studie.<sup>2</sup> Sicherlich liegt die neue Popularität der Getränkedose an ihrer praktischen Handhabung, aber auch an konsequenten Weiterentwicklungen im Design, mit denen die Hersteller unterschiedliche Zielgruppen ansprechen“, so Uwe Stoffels, Sprecher des europäischen Verbandes der

---

<sup>1</sup> Grundlagenstudie Bier in Getränkedosen, YouGovPsychonomics, Nov. 2010

<sup>2</sup> Konsumentenbefragung zum Revival der Getränkedose, Nielsen, Dez. 2010

**DIE DOSE – ALLES IST DRINK!**

**Eine Initiative der BCME - Beverage Can Makers Europe**

## PRESSE-INFORMATION



Getränkedosenhersteller BCME (Beverage Can Makers Europe). „Selbst Ältere, die Bier überwiegend aus der Flasche trinken, können sich die Dose inzwischen als Ergänzung für verschiedene Gelegenheiten, beispielsweise Gartenpartys, vorstellen. Jüngere fühlen sich von moderner Optik angesprochen und bevorzugen vor allem für unterwegs die leichte und bruchsichere Getränkedose.“

### **Die Dose: Bitte gut verpackt und gerne mehr**

Ein weiteres Ergebnis aus der Studie: Männer mögen ihr Bier am liebsten aus der komfortablen 0,5-Liter-Dose, während bei Frauen die 0,33-Liter-Sleek-Variante großen Anklang findet. Was die optimale Verkaufsverpackung im Regal angeht, ist das handliche „Sixpack“ klarer Favorit, allerdings wünschen sich Viele generell eine bessere Verfügbarkeit der Dose. „Kunden wollen eine Verpackung, die ihrem Lebensstil und der jeweiligen Situation entspricht. Die Getränkedosenindustrie arbeitet seit Jahren konsequent daran, diesen Bedürfnissen zu entsprechen“, erklärt Welf Jung, ebenfalls BCME-Sprecher. „Uns freut, dass der Handel zunehmend auf den Wunsch der Kunden nach einem größeren Angebot an Getränkedosen reagiert und zudem die Rückgabemöglichkeiten durch entsprechende Automaten deutlich verbessert. Dies bestärkt uns darin, die Getränkedose für den Handel und seine Kunden weiterhin noch attraktiver zu machen.“

### **Hingucker mit Mehrwert: Die Dosen-Highlights auf der Interpack**

Dass die Getränkedose seit ihrer Rückkehr in viele Regale stark nachgefragt wird, liegt auch an der Vielfalt des Angebots, sowohl was den Inhalt als auch die attraktive Optik angeht. Ob frech und unkonventionell oder eher klassisch – die Gestaltungsmöglichkeiten von Getränkedosen sind nahezu unbegrenzt. Die aktuellsten Entwicklungen in Sachen Design gab es auf der eben zu Ende

## PRESSE-INFORMATION



gegangenen weltweit größten Fachmesse Interpack in Düsseldorf zu sehen, so zum Beispiel die aus nur zwei Teilen bestehende Ein-Liter „King Can“. Sie lässt sich je nach Wunsch lackieren und bedrucken. Ebenfalls im Kommen sind thermochrome Druckfarben, die dem Verbraucher die perfekte Trinktemperatur anzeigen. Weitere Innovationen sind fluoreszierende Getränkedosen sowie Prägetechnologien, dank derer beim Trinken alle Sinne angesprochen werden. Damit erhalten Getränkedosen beispielsweise die „Haut“ einer Orange oder Limette, was den Trinkgenuss zusätzlich steigert – und zum Kauf animiert. Was die Getränkedose angeht, kann der Sommer kommen.

**Erster Platz in Umweltfreundlichkeit: Die Getränkedose wurde bei der diesjährigen Wahl zum „Top Produkt Handel 2011“ vom Branchenmedium handelsjournal in der Kategorie Umweltfreundlichkeit mit dem Gold-Preis ausgezeichnet.**



### **Die Getränkedose: Umweltfreundliche Verpackung und wertvoller Rohstoff**

Getränkedosen sind vollständig wieder verwertbar. Die Verwendung recycelten Getränkedosen-Materials spart im Vergleich zur Produktion mit Neumaterial bis zu 95 Prozent Energie – und reduziert so den CO<sub>2</sub>-Ausstoß um bis zu 95 Prozent.

### **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 DRINK!“ 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

**Andreas Thielmann**

Telefon: +49-211-430 79-56

Fax: +49-211-430 79-59

E-Mail: athielmann@heringschuppener.com

**Andrejka Hage**

Telefon: +49-211-430 79-16

Fax: +49-211-430 79-33

E-Mail: ahage@heringschuppener.com

