PRESSE-INFORMATION

Leichter ins neue Jahr – mit der Getränkedose

Abnehmen gehört zu den Klassikern, wenn Frauen nach ihren Vorsätzen fürs kommende Jahr gefragt werden. Doch nicht immer betrifft dieser Wunsch das eigene Körpergewicht: Auch eine Getränkeverpackung sollte nach Meinung von Verbraucherinnen möglichst leicht sein, wie eine neue GfK-Studie zeigt. Gleichzeitig muss eine Verpackung etwas aushalten und den Inhalt lange frisch halten. Schwer zu erreichen, diese Vorstellungen? Im Gegenteil – einfach im Regal zur Getränkedose greifen.

Düsseldorf, 06.12.2011 - Beruf, Sport, Freunde treffen – viele Frauen sind den ganzen Tag unterwegs. Statt Getränke in großen, schweren Flaschen in der Handtasche herumzutragen oder in Kisten nach Hause zu transportieren, bevorzugen sie eine Verpackung, die den Alltag einfacher macht: Ob Espresso-Spezialität, Soft-Drink oder prickelnder Prosecco zum Anstoßen – zwei Drittel der Frauen in Deutschland (61 Prozent) möchten eine Getränkeverpackung, die leicht ist. Im Vergleich dazu ist das nur für 35 Prozent der Männer wichtig. Im Rahmen einer Studie hatte die Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) über 1.000 Verbraucher zu ihren Trinkgewohnheiten und -vorstellungen befragt. Weiteres Ergebnis: Für 63 Prozent der Frauen ist Robustheit ein wesentlicher Faktor und auch was den Inhalt angeht, haben sie ihre Ansprüche. So spielt für neun von zehn Frauen der Erhalt des Geschmacks und für 85 Prozent die Frische eine wesentliche Rolle.

„Frauen sind mobiler denn je und wollen eine Getränkeverpackung, die zu diesem aktiven Lebensstil passt, also klein, leicht und bruchsicher ist. Und das, ohne auf Qualität oder Genuss verzichten zu müssen“, wissen Uwe

PRESSE-INFORMATION

Stoffels und Welf Jung, Sprecher des europäischen Verbandes der Getränkedosenhersteller. „Die Dose bietet all diese Vorteile, deshalb wächst auch das Angebot ständig weiter. Sogar Wein gibt es inzwischen in der Getränkedose, was viele Frauen wegen der guten Portionierbarkeit schätzen."

Dafür, dass sie heute so rank und schlank ist, hat sich die Getränkedose. in den vergangenen Jahren einer straffen Diät unterzogen. Mit dem Ergebnis, dass sie je nach Format nur noch bis zu einem Zehntel ihres Anfangsgewichts von vor 75 Jahren auf die Waage bringt. Die Dosenwand ist mit 0,06 Millimeter dünner als ein menschliches Haar. Dabei schützt sie den Inhalt zuverlässig vor Licht und Sauerstoff und sorgt so für lange Frische und Geschmack. Ein guter Tipp lautet also: Bereits für Silvester zu Getränkedosen greifen und um Mitternacht mit einer leichten und bruchsicheren Verpackung anstoßen. Dann beginnt das neue Jahr gleich viel unbeschwerter.

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_2-Ausstoß um bis zu 95 Prozent.

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.

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

Nadine Przybilski
Telefon: +49-211-430 79-52
Fax: +49-211-430 79-59
E-Mail: nprzybilski@heringschuppener.com

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