

## PRESSE-INFORMATION



### **GfK Studie: Popularität der Getränkedose wächst**

**Düsseldorf, 14.05.2012** Die Getränkedose wird in Deutschland immer beliebter. Das belegt eine repräsentative Studie der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK)<sup>1</sup>. Bereits 2007 hatte das Marktforschungsinstitut über 1.000 Konsumenten zu ihren Trinkgewohnheiten befragt. Seitdem hat sich deren Griff zur Getränkedose verdoppelt. Und sie wird von Verbrauchern als moderne, kostengünstige und recycelbare Verpackung geschätzt.

#### **Angebot und Nachfrage steigen**

Vor allem die Hersteller von Bier und Soft Drinks füllen ihre Getränke wieder vermehrt in Dosen ab. Zwischen 2009 und 2010 stieg allein in diesen Segmenten das Angebot um 8,5 Prozent. Hinzu kommen Energy- und Sportgetränke, die den Markt beleben. Laut GfK greift jeder fünfte Deutsche mindestens ein- oder zweimal pro Woche zur Getränkedose, wenn sich der Durst meldet. Damit hat sich der Konsum seit 2007 von neun auf 20 Prozent mehr als verdoppelt. Eine signifikante Steigerung des Absatzes ist vor allem bei Teenagern zu beobachten, die auf die praktische unterwegsversorgung nicht verzichten möchten. Rund jeder zweite Jugendliche holt sich regelmäßig einen Energieschub aus der Dose (47 Prozent).

#### **Positiver Imagewandel**

Was macht die Getränkedose so attraktiv? Die Antwort: ihre besonderen Eigenschaften. Sie hält den Inhalt lange kühl und frisch und lässt sich bruchstark transportieren. Nahmen dies 2007 noch 30

---

<sup>1</sup> Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) im Auftrag von BCME (Beverage Can Makers Europe), Juni 2011

**DIE DOSE – ALLES IST DRINK!**

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

## PRESSE-INFORMATION



Prozent der Deutschen als wichtigen Vorteil wahr, sind es heute schon an die 50 Prozent. Für 35 Prozent der Deutschen ist die Dose der Inbegriff von Convenience, mit genau der richtigen Größe. Der Preis wird von einem Drittel als angemessen oder sogar günstig gesehen, 2007 waren es nur 14 Prozent. Optisch punktet die Dose ebenfalls. 28 Prozent halten sie für „cool“ und „trendy“ und damit mehr als doppelt so viele wie vier Jahre zuvor (13 Prozent).

### **Das Kaufverhalten: spontane Deutsche**

Eine weitere Erkenntnis: 45 Prozent der gesamten Getränkäufe in Deutschland werden spontan getätigt. Interessant: Im Vergleich zu Großbritannien, Spanien und Frankreich sind deutsche Verbraucher besonders spontan beim Kauf von Durstlöschern, vor allem wenn es um Energy- und Sportdrinks geht. Mit 71 Prozent wird beim Spontankauf von Getränken am häufigsten zur Dose gegriffen. In den anderen Ländern liegt der Anteil mit etwa 40 Prozent deutlich niedriger. Hier ist die Getränkedose sehr viel häufiger Teil eines geplanten Einkaufs und wird nicht einzeln, sondern gleich im Multipack mit nachhause genommen.

### **Wichtiges Thema: Recycling**

Umweltbewusstsein wird in Europa und besonders in Deutschland großgeschrieben: Fast 90 Prozent der Bundesbürger versuchen möglichst viel wiederzuverwerten. Für 64 Prozent der Deutschen ist wichtig, dass Getränkedosen vollständig recycelbar sind. Doch was wissen die Deutschen über das Recycling der Dose? Ganze 81 Prozent sind der Meinung, dass Getränkedosen generell recycelbar sind. Dass sie sogar vollständig recycelt werden können, wissen mehr als die Hälfte der deutschen Konsumenten (57 Prozent). Zwei Drittel stimmen zu, dass Getränkedosen nach dem Recycling zu neuen Produkten verarbeitet werden.

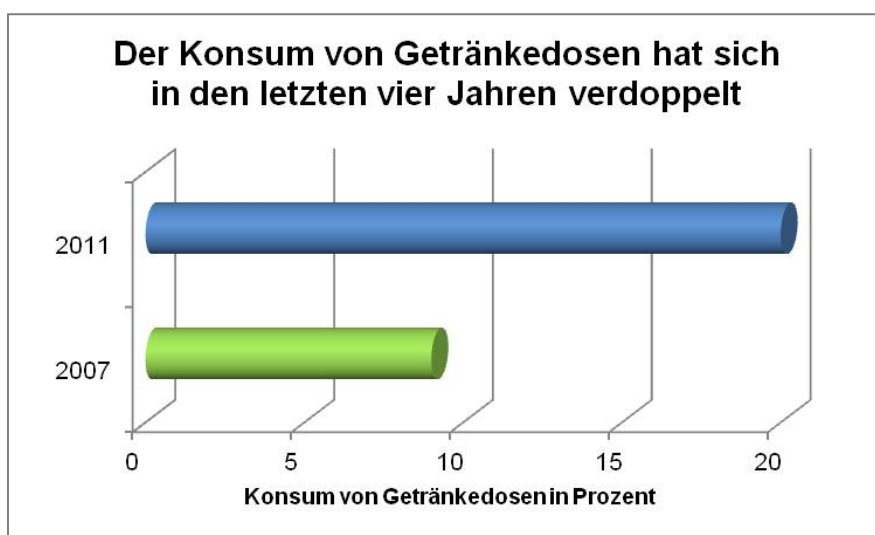
# PRESSE-INFORMATION



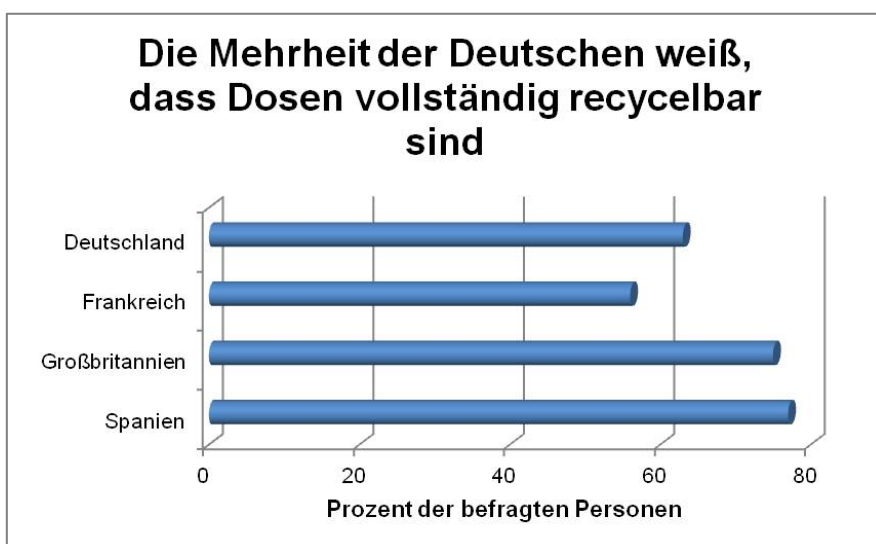
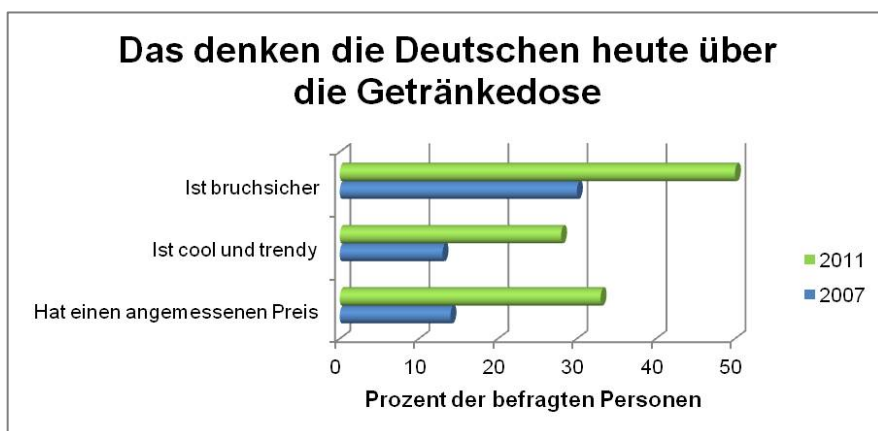
## Fazit

Mit der Popularität der Getränkedose steigt auch der Absatz. Vor allem junge Verbraucher sehen in ihr eine moderne Verpackung und die optimale Möglichkeit der Erfrischung unterwegs. Zudem besteht eine hohe Sensibilität beim Thema Recycling. Die Mehrheit der Deutschen weiß, dass die Dose vollständig wiederverwertet werden kann. Zudem ist sie unendlich oft recycelbar und erzielt als einzige Getränkeverpackung durch das Recycling Energieeinsparungen von bis zu 95 Prozent. Dennoch sind diese Informationen noch nicht bei allen Konsumenten angekommen, die befragten europäischen Nachbarn weisen hier einen leichten Wissensvorsprung auf. Eines ist nach der aktuellen Studie der GfK aber ersichtlich: Die Getränkedose ist in Deutschland inzwischen im Regal wie auch beim Verbraucher angekommen.

## Grafiken zum Text



## PRESSE-INFORMATION



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

Getränkedosen sind vollständig wiederverwertbar. Die Verwendung von recyceltem Metall aus Getränkedosen 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 Bevecan 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

**Nadine Przybilski**

Telefon: +49-211-430 79-52  
Fax: +49-211-430 79-59  
E-Mail: [nprzybilski@heringschuppener.com](mailto:nprzybilski@heringschuppener.com)

**Andrejka Hage**

Telefon: +49-211-430 79-16  
Fax: +49-211-430 79-33  
E-Mail: [ahage@heringschuppener.com](mailto:ahage@heringschuppener.com)

