

PRESSE-INFORMATION



Die Getränkedose – zukunftsorientiertes Kultobjekt

Andenken, Sammlerstück, Begleiter bei jeder Gelegenheit – die Getränkedose ist viel mehr als nur eine Verpackung. Sie ist ein Kultobjekt.

Düsseldorf, 12.12.2013 – Wer hat sie nicht, seine persönliche Dosen-Erinnerung? An Fußballspiele mit plattgedrückten Dosen auf dem Schulhof. An die Liebeserklärung auf der Klassenfahrt, die mit dem Ring des traditionellen Abreißverschlusses besiegelt wurde. An die Sonderedition mit dem Bild des Lieblingsstars, die noch Jahre später gehütet wurde wie ein Schatz. Oder an die Olympia-Kollektion, bei der kein Exemplar des Sammelsets fehlen durfte.

Besonders Erfolgs-Marken wie Coca-Cola haben dazu beigetragen, dass die Getränkedose für viele mehr ist, als nur ein Trinkbehälter. Sie ist Kult – und das schon seit Jahrzehnten. So verwundert es auch nicht, dass Coca-Cola in diesem Jahr bereits sein 50-jähriges Dosenjubiläum feiert.

Zum Jubiläumsvideo gelangen Sie über [diesen Link...](#)

1963 kommt der bekannteste Softdrink der Welt erstmals im Metallzylinder in die deutschen Läden und trifft den Nerv der Zeit. Denn die Wirtschaft boomt und die Deutschen entdecken neue Freizeitaktivitäten, wie Wochenendausflüge und den Urlaub am Mittelmeer. Da kommt ihnen die handliche Getränkedose mit der prickelnden Erfrischung gerade recht. Schnell wird sie zum Inbegriff von Freiheit und Wohlstand sowie zum Symbol für das amerikanische Lebensgefühl.

DIE DOSE – ALLES IST DRIN!

Eine Initiative der BCME - Beverage Can Makers Europe

PRESSE-INFORMATION



Getränkeverpackung mit Geschichte

Aber ihre Erfolgsgeschichte beginnt schon viel früher. Die erste Dose kommt 1935 in den USA auf den Markt. Sie ist mit Bier gefüllt und ungefähr fünfmal so schwer wie heute. Die ersten Exemplare bestehen aus drei Teilen und haben seitlich eine Lötnaht. Geöffnet werden sie mit einem sogenannten Dolch. Anfang der 50er Jahre kommt diese moderne Errungenschaft auch nach Deutschland. Zunächst ebenfalls als Bierdose, dann ab 1963 dank Coca-Cola auch mit Softdrinks. Und die Entwicklung der Dose geht weiter: Mit dem ersten Aufreißdeckel, der ein Jahr später eingeführt wird, wird die Handhabung gerade unterwegs noch praktischer. Kurze Zeit später setzt sich dann das Ring-Pull-System durch. Der Ring mit der Metallasche zum Abreißen ist noch bis in die 90er Jahre hinein weit verbreitet. Abgelöst wird er vom heutigen Stay-On-Tab-Verschluss, der nach dem Öffnen am Dosendeckel bleibt – und so auch nicht in der Umwelt landet.

Zu begehrten Sammelobjekten werden Getränkedosen dann endgültig in den 80er Jahren, als die Hersteller zu besonderen Ereignissen Spezialausgaben herausbringen. Ob Wappen von Sportvereinen, Logos von Pop- und Rock-Bands oder Filmmotive – die Dose regt die Sammelleidenschaft der Fangemeinden an. Damit wurde sie zum Zeitzeugen der vergangenen Jahrzehnte und prägte den Lifestyle von Generationen mit.

PRESSE-INFORMATION



Verpackung der Zukunft

Auch wenn die Getränkedose aktuell schon bald ihren 80. Geburtstag feiert, ist sie mit den Jahren nicht älter geworden, sondern jünger. Dank neuer Techniken und Materialien wurde sie immer leichter, schlanker und vielfältiger. Und ihr Innovationspotenzial ist noch längst nicht ausgeschöpft. Die Hersteller sorgen mit immer neuen Entwicklungen dafür, dass die Getränkedose ihren Inhalt noch besser schützt und für den Verbraucher noch attraktiver wird. So ist sie nicht nur Kultobjekt, sondern auch Verpackung der Zukunft.

Die Getränkedose: Umweltfreundliche Verpackung und wertvoller Rohstoff

Getränkedosen sind vollständig wiederverwertbar. Das Recycling von Getränkedosen spart im Vergleich zur Primärproduktion mit Metallen bis zu 95 Prozent Energie – und reduziert so den CO₂-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 DRIN!“ ist die Förderung und die kommunikative Unterstützung der Getränkedose in Europa.

BCME Press Office - Deutschland:

HERING SCHUPPENNER
Unternehmensberatung für Kommunikation GmbH
Kreuzstraße 60
40210 Düsseldorf

Marius Strasdat

Telefon: +49-211-430 79-21
Fax: +49-211-430 79-59
E-Mail: mstrasdat@heringschuppener.com

Andrejka Hage

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