

## PRESSE-INFORMATION



### Fans wollen Getränkedosen in Vereinsfarben

**Aktuelle Fußball-Umfrage zu Trinkgewohnheiten vor dem Spiel zeigt: HSV-Anhänger haben größten Bierdurst, Schalcker sind die Dosenexperten**

Ohne „Wegbier“ zum Stadion? Das ist nichts für HSV-Fans. Unter den Bayern-Anhängern stillt nur die Hälfte den Durst mit Bier – die Münchener trinken aber lieber aus Getränkedosen als aus Glasflaschen. Hertha-Fans mischen mit Drinks in Dosen die Berliner Szene auf: Das sind weitere interessante Erkenntnisse aus einer aktuellen Umfrage unter Fußballfans<sup>1</sup>, die das unabhängige Marktforschungsinstitut CONdata im Auftrag des Verbands der europäischen Getränkedosenhersteller BCME (Beverage Can Makers Europe) ermittelt hat.

*Düsseldorf, 22. September 2009.* Ihr Herz schlägt nur für einen Verein. Doch so groß die Rivalität zwischen den Fans der Bundesligaklubs auch sein mag: Ein Bier gehört für die meisten zum gelungenen Vorspiel. Zwei Drittel der Fußballfans gönnen sich auf dem Weg zum Stadion ein leckeres „Wegbier“, ein Drittel genießt andere Erfrischungsgetränke – das ist das Ergebnis einer aktuellen Umfrage, bei der Hertha BSC-, Schalke 04-, HSV- und Bayern-Fans vor dem Stadion Auskunft über ihre Trinkgewohnheiten gaben. Während sich die Hamburger am trinkfreudigsten zeigen, da über 80 Prozent der HSV-Fans zum Bier greifen, bleiben die Bayern

---

<sup>1</sup> Die Ergebnisse beruhen auf einer Umfrage des Meinungsforschungsinstituts CONdata zum Start der Bundesliga-Saison 2009/2010 unter 504 Fußballfans aller Altersgruppen vor den Stadien von Hertha BSC Berlin, FC Schalke 04, Hamburger SV und Bayern München.

**DIE DOSE – ALLES IST DRIN!**

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

## PRESSE-INFORMATION



halbwegs abstinert: Nur 50 Prozent der Befragten an der Allianz-Arena trinken vor dem Spiel Bier – die andere Hälfte bringt sich mit Limo in Stimmung. Auf Schalke hingegen fahren gut 71 Prozent mit „Wegbier“ in die Veltins-Arena. In Berlin trinken knapp zwei Drittel der Hertha-Anhänger (64,3 Prozent) ein Bier, wenn es Richtung Olympiastadion geht.

### **Bayern greifen lieber zur Getränkedose als zur Glasflasche**

Als praktische und handliche Verpackung für unterwegs hat die Getränkedose viele Anhänger unter Fußball-Fans. In Hamburg und München bevorzugt fast ein Drittel der Befragten ihr Getränk in der Dose – in Bayern liegt die Getränkedose sogar deutlich vor der Glasflasche (31,7 zu 26,2 Prozent). Im Durchschnitt genießt ein knappes Viertel der deutschen Fußballfans (23,6 Prozent) das „Wegbier“ oder andere Erfrischungen in Getränkedosen.

„Der Fußball und die Dose gehören zusammen – das war schon immer so und wird auch so bleiben“, sagt BCME Deutschland-Sprecher Uwe Stoffels. „Denn mit Getränkedosen aus Aluminium oder Weißblech geht auf dem Weg zum Stadion nichts zu Bruch – gefährliche Scherben sind kein Thema. Stattdessen wandern in Deutschland über 90 Prozent der Dosen nach Gebrauch ins Recycling und bleiben damit Teil des Materialkreislaufs. Das ist gut für die Umwelt und prima fürs Klima, wie inzwischen jeder Fan weiß.“ Schließlich sind die deutschen Fußball-Freunde mit der Dosen-Logistik vertraut – auch beim Thema Rückgabe. Vier von fünf Fans (82,5 Prozent) wissen, dass Getränkedosen überall dort zurückgegeben werden können, wo es sie auch zu kaufen gibt. Vor allem Schalke-Anhänger sind gut informiert: Fast alle (97 Prozent) kennen das Prozedere der Getränkedosen-Rückgabe. Unter den Bayern-Fans ist der Anteil der Informierten am geringsten, aber auch

# PRESSE-INFORMATION



in München konnten immerhin zwei Drittel die Frage, ob sie die einfache Rückgabe-Möglichkeit kennen, mit „Ja“ beantworten.

## **Was Dosen-Fans an der Verpackung noch schätzen**

Fußballfans wissen laut Studie um die Vorteile der Getränkedose. Während Berliner und Münchener vor allem zu schätzen wissen, dass Dosen die Marschverpflegung „besser kühl halten“ als Glas- oder PET-Flaschen, legt man in Gelsenkirchen besonderen Wert auf ihr „geringes Gewicht“ und ihre „Handlichkeit“. Für die Hälfte der Berliner und zwei von drei Münchener Fans spricht auch die Unzerbrechlichkeit für die Getränkedose als ideale Verpackung.

Kein Wunder, dass im Schnitt fast 60 Prozent der Befragten die Dose wählen, wenn sie unterwegs sind. Fast ein Drittel der befragten Fans setzt bei Open-Air-Veranstaltungen auf die Dose. Auffällig: In Berlin greifen fast 17 Prozent der Fußball-Fans in Clubs und Diskotheken zur Getränkedose – als coole und durchgestylte Design-Verpackung wird sie bei Nachtschwärmern in der Bundeshauptstadt zum Kultobjekt.

## **Getränkedosen als Fanartikel**

Bleibt nur noch ein Fan-Wunsch, der angesichts der individuellen Gestaltungsmöglichkeiten der Verpackung nahe liegt: Getränkedosen in den Farben des Lieblingsklubs. In jeder der vier Fußballstädte wünschen sich weit über 70 Prozent der Fans eine „Vereins-Dose“, in München sogar über 90 Prozent. Dabei schlägt das Herz für den Verein, weniger für einzelne Spieler: Im Durchschnitt sprechen sich fast 78 Prozent der Fans dafür aus, dass Getränkedosen in den Farben des Klubs glänzen und das Vereinswappen tragen. Nur knapp 23 Prozent möchten die jeweiligen Kicker auf Getränkedosen sehen. Unter den Bayern-Fans allerdings plädiert ein Drittel für Robben, Ribery und Co. als Motiv auf

# PRESSE-INFORMATION



Getränkedosen. Sollte es soweit kommen, kann die Bayern-Stars zumindest in dieser Form niemand mehr für „Flaschen“ halten.

## **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.

## **BCME Press Office - Deutschland:**

HERING SCHUPPENER  
Unternehmensberatung für Kommunikation GmbH  
Kreuzstraße 60  
40210 Düsseldorf

### **Volker Böcking**

Telefon: +49-211-430 79-10  
Fax: +49-211-430 79-59  
E-Mail: [vboecking@heringschuppener.com](mailto:vboecking@heringschuppener.com)

### **Silke Lenz**

Telefon: +49-211-430 79-18  
Fax: +49-211-430 79-59  
E-Mail: [slenz@heringschuppener.com](mailto:slenz@heringschuppener.com)