

PRESSE-INFORMATION



Getränkedosen trotzen dem wirtschaftlichen Sturm in Europa – BCME Deutschland veröffentlicht Getränkedosen-Marktstatistik 2009

Laut einer neuen Statistik des Europäischen Verbandes der Getränkedosenhersteller (Beverage Can Makers Europe) trotzte der europäische Getränkedosenmarkt 2009 der Wirtschaftskrise. Insgesamt wurden in Europa 51,5 Milliarden Dosen verkauft, das entspricht einem Rückgang von 2,4 Prozent gegenüber 2008.

Düsseldorf, 04. März 2010. Der leichte Rückgang ist vor allem auf den geringeren Absatz an Dosen in den GUS-Staaten (Gemeinschaft Unabhängiger Staaten) zurückzuführen. Dort sank die Nachfrage nach Getränkedosen aufgrund niedrigerer Einkommen um eine Milliarde (minus 17,5 Prozent). In Westeuropa blieb der Markt bei einem Rückgang von 0,3 Prozent im Jahr 2009 stabil, während in Osteuropa ein Rückgang von 9,3 Prozent bzw. 2,2 Prozent (ohne GUS) zu verzeichnen war. Großbritannien blieb der größte Markt für Getränkedosen, dicht gefolgt von der iberischen Halbinsel, den Benelux-Staaten und der GUS. Allein in Großbritannien und auf der iberischen Halbinsel wurden im Vorjahr 30 Prozent der Getränkedosen verkauft. Die vier größten Märkte zusammen bilden die Hälfte des europäischen Getränkedosenmarkts.

DIE DOSE – ALLES IST DRIN!

Eine Initiative der BCME - Beverage Can Makers Europe

PRESSE-INFORMATION



In Deutschland stieg der Verbrauch von bepfandeten Getränkedosen 2009 um 13,3 Prozent. Der deutsche Markt verzeichnete damit im dritten Jahr in Folge zweistellige Wachstumsraten, wenn auch auf vergleichsweise niedrigem Niveau.

„Getränkedosen bleiben in Europa weiterhin eine beliebte Verpackungsart für eine breite Palette von Getränken und zeigen damit ihre Widerstandsfähigkeit unter schwierigen Marktbedingungen“, fasst BCME Europa-Sprecherin Caroline Archer-Reed die Ergebnisse der Statistik zusammen. 2009 fiel der Absatz von Dosen mit Erfrischungsgetränken in Europa gegenüber 2008 um 0,3 Prozent auf 24,5 Milliarden, während der Absatz von Bierdosen um 4,2 Prozent auf 26,5 Milliarden zurückging. Ohne Berücksichtigung der GUS-Zahlen weisen sowohl der Erfrischungsgetränke- als auch der Biermarkt eine positivere Bilanz auf: Dann ergibt sich bei Dosen mit Erfrischungsgetränken ein Plus von 0,9 Prozent auf 24 Milliarden und ein Rückgang von nur zwei Prozent auf 23,2 Milliarden bei Bierdosen. Das Plus im Erfrischungsgetränkemarkt geht vor allem auf das Konto der gestiegenen Nachfrage in Frankreich und Großbritannien, während sich der Bierdosenmarkt nur in den skandinavischen Ländern positiv entwickelte.

„Obwohl die Wirtschaftskrise zu einem Rückgang beim Verbrauch aller Verpackungsarten geführt hat, blieb der Getränkedosenmarkt erfreulicherweise relativ stabil“, sagt Uwe Stoffels, Sprecher BCME Deutschland. „Auf dem Biermarkt haben der anhaltende Trend zum Konsum in den eigenen vier Wänden, das günstige Preis-/Leistungsverhältnis und die Convenience-Eigenschaften zur Beliebtheit der Getränkedose beigetragen. Auch das Wachstum der Eigenmarken hat sich positiv auf den Bierdosenabsatz ausgewirkt.“

PRESSE-INFORMATION



Auf dem Markt für Erfrischungsgetränke war die Kosteneffizienz der Getränkedose Wachstumstreiber, insbesondere beim Absatz von Multipacks. Erfrischungsgetränkedosenschnitten 2009 hauptsächlich durch Megabrands stark; traditionelle Getränke schnitten unter den aktuellen Marktbedingungen besser ab als Premium-Getränke.

Der Ausblick für 2010 ist aus verschiedenen Gründen vielversprechend. „Highlight des Jahres ist die bevorstehende Fußball-WM, die sich positiv auf den Getränkedosenverbrauch auswirken wird. Dies gilt insbesondere für Bierdosen, da sie für den Verbraucher, der sich zu Hause mit Freunden trifft, sehr bequem sind. Außerdem ist die Dose ein guter Werbeträger und damit ideal für WM-Werbekampagnen“, lautet die Prognose von BCME Deutschland-Sprecher Welf Jung. „Auch die Nachfrage von Herstellern nach neuen Abfülllinien in Europa wird eine positive Wirkung auf den Markt zeigen.“

Getränkedosens bieten Abfüllern, Händlern und Verbrauchern Vorteile wie Convenience, Supply-Chain-Effizienz und herausragende Produktintegrität. Sie bieten darüber hinaus einzigartige Nachhaltigkeitseigenschaften, da Metall unendlich oft und ohne Materialverlust recycelbar und wiederverwertbar ist. „Die Getränkedose ist die am häufigsten recycelte Getränkeverpackung der Welt. Die Wiederverwertung des Materials führt zu erheblichen CO₂-Einsparungen“, betont Uwe Stoffels. Und Welf Jung fügt hinzu: „Durch Verbesserungen der Infrastruktur und Initiativen zur Verbesserung der Recycling-Gewohnheiten der Verbraucher werden die europäischen Getränkedosenhersteller weiterhin einen wichtigen Beitrag zum Anstieg der Recyclingraten in Europa leisten.“

PRESSE-INFORMATION



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 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 SCHUPPENER

Unternehmensberatung für Kommunikation GmbH

Kreuzstraße 60

40210 Düsseldorf

Andrejka Hage

Telefon: +49-211-430 79-16

Fax: +49-211-430 79-59

E-Mail: ahage@heringschuppener.com

Silke Lenz

Telefon: +49-211-430 79-18

Fax: +49-211-430 79-59

E-Mail: slenz@heringschuppener.com