

Juli 2020

Alu-Weinverschlüsse gewinnen weitere Anhänger in Europa

Das globale Marktforschungsunternehmen Censurwide* hat eine breite Umfrage unter 5.000 Konsumenten durchgeführt, um die Verbraucherpräferenzen bei Weinverschlüssen zu ermitteln. Die Umfrage bestätigt, dass Aluminiumverschlüsse gegenüber anderen Optionen meist bevorzugt werden.

Die Umfrage fand in fünf großen europäischen Märkten statt (in Frankreich, Deutschland, Italien, Spanien und Großbritannien) und aktualisiert die letzte Befragung aus dem Jahr 2014. Beide Umfragen wurden von der Aluminiumverschluss-Gruppe in Auftrag gegeben: Dabei handelt es sich um die globale Organisation der Hersteller von Aluminiumverschlüssen und ihrer Aluminiumlieferanten innerhalb des Verbandes AMS Europe e.V.

In den ausgewählten Ländern, in denen die Umfrage durchgeführt wurde, gibt es zwar keine deutliche Präferenz für Aluminium (39%) gegenüber Kork (37%), wenn der gleiche Wein mit beiden Verschlussarten verschlossen und zum gleichen Preis verkauft wird. Im 6-Jahres-Vergleich zeigt sich jedoch, dass die Präferenz für Alu-Verschlüsse gestiegen ist, während sie für Korken zurückging (2014: Alu-Verschluss 34%, Kork-Verschluss 41%). Dies lässt darauf schließen, dass Verschlüsse nach wie vor keinen wesentlichen Einfluss auf die Qualitätswahrnehmung haben.

Allerdings haben sich einige Präferenzen bei der Betrachtung jüngerer Altersgruppen im Laufe der Jahre deutlich verschoben. In der Altersgruppe 18-34 Jahre gibt es eine klare Präferenz für Alu-Verschlüsse anstelle von Korken (41,4% vs. 34,8%). Bei den 18-24-Jährigen ist die Präferenz geringer als in der Altersgruppe 25-34 Jahre. Dabei ist zu berücksichtigen, dass diese jüngere Altersgruppe die höchste Rate an unentschlossenen Befragten ohne Präferenz hat, was auf weniger Trink- bzw. Kaufaktivitäten zurückgeführt werden könnte.

Insbesondere in den wichtigsten traditionellen Wein produzierenden Ländern hat die Akzeptanz von Aluminiumverschlüssen erheblich zugenommen. Während in Frankreich und Italien die Vorliebe für Korken stark abgenommen hat, ist Großbritannien das einzige Land, in dem die Popularität von Alu-Verschlüssen leicht zurückgegangen ist (von 40% auf 38%), was hauptsächlich auf die veränderte Einstellung der weiblichen Konsumenten zurückzuführen ist (2014: 47% Präferenz, 2020: 42% Präferenz).

Die Akzeptanz von Aluminiumverschlüssen ist vor allem bei männlichen Verbrauchern gestiegen. Zwischen 2014 und 2020 stieg die Zahl derer, die Alu-Verschlüsse bevorzugen, von 29,5% auf 38,3%. In Deutschland, Italien und Spanien ist diese Präferenz um mehr als 10% gestiegen.

Das umweltfreundliche Image des Aluminiumverschlusses wird von den Konsumenten noch immer nicht vollumfänglich anerkannt: Nur 28,4% aller Befragten in den untersuchten Ländern bewerteten ihn als nachhaltig / umweltfreundlich,

während 34,3% Korken für die umweltfreundlichste Lösung halten. Ein noch höherer Prozentsatz (37,3%) hatte keine Meinung zur Umweltfreundlichkeit von Verschlüssen oder war der Meinung, dass keiner besonders umweltfreundlich sei.

Allerdings glauben 40,5% der befragten Konsumenten in allen fünf Ländern, dass sich Aluminiumverschlüsse langfristig durchsetzen werden, wobei nur 28,9% aller Befragten dies für Korken glauben. Die Zukunft und das Momentum scheinen also den Alu-Verschlüssen zu gehören.

Anja Holthoff-Schlegel, Leiterin Statistik & Marktanalyse und Koordinatorin der Aluminiumverschluss-Gruppe, kommentierte die Umfrageergebnisse wie folgt: „Dies sind bemerkenswert gute Ergebnisse, die die wachsende Beliebtheit von Aluminiumverschlüssen in diesen sehr wichtigen Weinmärkten bestätigen. In fast allen untersuchten Bereichen haben wir Fortschritte erzielt. Besonders bemerkenswert ist der stabile Aufwärtstrend bei der Akzeptanz in traditionelleren Weinländern. Sowohl die kurz- als auch die langfristigen Aussichten für Aluminiumverschlüsse sind sehr ermutigend. Wenn die umweltfreundlichen Aspekte in vollem Umfang erkannt werden, liegen noch größere Chancen vor uns.“

*** Censuswide**

Censuswide wurde 2012 gegründet und ist ein international beratendes Marktforschungsunternehmen mit Sitz in Clerkenwell, London. Censuswide hat Zugang zu einem globalen Netzwerk von Panels in über 65 Ländern, das Verbraucher-, B2B-, Gesundheits- und Bildungspanels umfasst.

Aluminiumverschluss-Gruppe

Die Aluminiumverschluss-Gruppe besteht aus den führenden Herstellern von Aluminiumverschlüssen und deren Lieferanten von Aluminiumbändern und -blechen. Sie repräsentieren etwa 75% der weltweiten Aluminiumverschlussproduktion, die hauptsächlich auf den Märkten für Wein, Spirituosen, Wasser sowie Öl und Essig verwendet wird. Die Kernthemen der Gruppe sind Marktforschung, Nachhaltigkeit und Recycling sowie die Promotion von Aluminiumverschlüssen. Weitere Informationen unter www.aluminium-closures.org

Weitere Infos:

Patrick Altenstrasser, Manager Communications
communications@aluminium-closures.org