

# Medienanlass 2013 der IGORA-Genossenschaft bei Nestlé Suisse SA, Basel

Alutubenmarkt in der Schweiz und international  
Praktischer Alltagsbegleiter – die Alutube



- **Praktisch & Flexibel**
  - Können würzige oder süsse Rezepte enthalten
  - Erlauben eine präzise, angemessene und saubere Dosierung
  - Können in verschiedenen Grössen produziert werden
  - Können überall, sofort und direkt angewendet werden (ohne zusätzliche Utensilien wie Löffel usw.)
  - Sind auf hygienische Weise portionierbar
- **Vertrauenswürdig**
  - Bieten Schutz für Qualität, Geschmack und Würze bzw. Schärfe des Inhalts
  - Bieten eine längere Haltbarkeit (auch bei Lagerung bei Zimmertemperatur)
- **Mobil**
  - Wiegen nicht viel und sind handlich
  - Verkörpern einen nomadischen Lebensstil: kreieren neue Verwendungsmomente
  - Sind unzerbrechlich
- **Ökologisch**
  - minimaler Produktabfall
  - Sind komplett recycelbar (kein „Downcycling“)



# IGORA Medienanlass

## *Alutuben in Europa*



- Europäischer Aluminiumtubenabsatz 4,3 Milliarden Tuben
  - Pharma 40%
  - Kosmetik 35%
  - Haushalt 9%
  - Lebensmittel 16%
- Schweizerische Aluminiumtubenabsatz 210 Millionen Tuben
  - Pharma 45%
  - Kosmetik 20%
  - Haushalt 2%
  - Lebensmittel 37% => **75 mio Tuben**



# 1934

Geburtsstunde der  
berühmten Aluminiumtube





# Mayonnaise

Umsatz CHF 63.1 Million  
68 Produkte (THOMY 23)  
95% vom Markt

# Senf

Umsatz CHF 28.0 Million  
75 Produkte (THOMY 14)  
86% vom Markt



- Drei Formate von Nestlé
  - 30mm Tuben Durchmesser (<~100g): 4%
  - 40mm Tuben Durchmesser (175-200g) : 32%
  - 50mm Tuben Durchmesser (265g-300g): 64%



# IGORA Medienanlass

## Verstärkte Kommunikation

