

Oudere drinkers verkiezen schroefdoppen boven kurken, vindt Wine Intelligence-studie

J. Lawrence / Drinksbusiness.com

In tegenstelling tot wat vaak wordt gedacht, zijn het eigenlijk millennials die de voorkeur geven aan flessen met kurken sluiting, waarbij 65-plussers aangetrokken worden tot schroefdoppen, heeft een nieuwe studie gevonden.



Volgens een onderzoek in opdracht van Wine Intelligence zijn oudere consumenten de meest enthousiaste gebruikers van wijnen met een schroefdop.

Lulie Halstead, een senior analist bij Wine Intelligence, vertelde dat de algemeen aanvaarde wijsheid dat jongere drinkers meer open staan voor alternatieve sluitingen, in strijd was met de onderzoeksgegevens. "We hebben een punt bereikt waarop bruikbaarheid en functionaliteit voor consumenten minstens zo belangrijk zijn als traditie; ons bewijs toont aan dat oudere consumenten nu de voorkeur geven aan flessen met schroefdop boven flessen met kurk, omdat ze heel gemakkelijk te openen zijn", aldus Halstead. "Ons onderzoek geeft aan dat de acceptatie van schroefdop onder drinkers ouder dan 65 jaar wijdverbreid is. Volgens ons onderzoek geeft echter een groter percentage van de consumenten van begin twintig de voorkeur aan kurk.

"Gen Z associeert kurk met hogere kwaliteit en beschouwt wijnen met een schroefdop als minder prestigieus. Millennial-respondenten hebben ook een voorkeur getoond voor natuurkurk boven alternatieven zoals plastic stoppen." Meer dan de helft (51%) van alle respondenten van 65 jaar en ouder gaf in de Vinitrac-enquête van Wine Intelligence aan dat ze flessen met schroefdop "ok vonden". Daarentegen sprak 18% van de respondenten in de leeftijd van 18-24 jaar een hekel aan schroefdoppen, vergeleken met slechts 4% van de 65-plussers.

Halstead voegde toe dat de houding ten opzichte van verschillende flessluitsystemen ook aanzienlijk varieerde, afhankelijk van de verschillende markten over de hele wereld.

"De gegevens van Wine Intelligence over de Amerikaanse markt suggereren dat veel oudere Amerikanen terughoudend zijn om wijnen te kopen die niet onder kurk zijn verzegeld", meldde ze. "Dit zet hen op gespannen voet met hun Euro-tegenhangers."

Carlos de Jesus van Amorim gaf vanmorgen commentaar op de bevindingen en vertelde dat het "goed nieuws" was voor natuurlijke kurk, eraan toevoegend dat de voorkeur voor het sluitingstype onder "zo'n gewild cohort als de Gen Z opent een hele reeks nieuwe mogelijkheden".

Hij voegde eraan toe: "We kijken ernaar uit om de jongere consumenten verder te betrekken bij hoe hun voorkeur voor de enige echt 100% duurzame, 100% hernieuwbare en 100% recyclebare wijnsluiting een meetbare, aantoonbare positieve impact heeft op zowel het milieu als de wijn."