



Untersuchung zur europäischen Verbraucherwahrnehmung von Verpackungen

Eine unabhängige Bewertung der Bedeutung von nachhaltigen Verpackungen bei den Einkaufsentscheidungen von Verbrauchern



PRO CARTON
PACKAGING FOR
A BETTER WORLD

Kurzdarstellung der Studie

Für diese von Pro Carton in Auftrag gegebene Studie, die unabhängig von Coleman Parkes Research durchgeführt wurde, wurden 7.000 Verbraucher in sieben Ländern befragt – in **Frankreich, Deutschland, Italien, Polen, Spanien, der Türkei und in Großbritannien.**

Das Ziel dieser Forschung bestand darin, die Ansichten der Verbraucher zu verschiedenen Verpackungsformaten zu erfassen und ihre Einstellungen in Bezug auf die Nachhaltigkeit von Verpackungen zu erforschen.

COLEMAN  **PARKES**
R E S E A R C H



Inhalt

04 Einleitung

Tony Hitchin, Geschäftsführer Pro Carton
Horst Bittermann, Präsident Pro Carton

05 Bewusstseinswandel

Ökologische Nachhaltigkeit steht bei Europäern an erster Stelle

08 Verständnis schaffen

Einstellung der Verbraucher zu verschiedenen Materialien

10 Käufer werden aktiv

Verhaltensänderung

13 Geld zählt

Sind Verbraucher bereit, mehr zu zahlen?

15 Wesentliche Erkenntnisse



Einleitung

Tony Hitchin
Geschäftsführer
Pro Carton



„Wir freuen uns, die Ergebnisse unserer bisher größten Verbraucheruntersuchung vorstellen zu können. Die Studie wurde unabhängig in sieben europäischen Schlüsselmärkten durchgeführt. Sie soll uns dabei helfen, die Haltung von Verbrauchern zum Thema „nachhaltige Verpackungen“ einzuschätzen und festzustellen, inwiefern die aktuelle Medienberichterstattung die Einkaufsentscheidungen von Verbrauchern beeinflusst.“

Die Ergebnisse sprechen für sich. Das Verbraucherverhalten ändert sich in der Tat und immer mehr Menschen sind sich einig, dass Marken und Einzelhändler handeln und notwendige Änderungen herbeiführen müssen – um die Zukunft des Planeten und auch ihrer eigenen Unternehmen zu sichern.

Diese Erkenntnisse sollten uns allen als wichtige Einsicht dienen. Die Umwelt hatte noch nie einen so hohen Stellenwert wie jetzt – und Verbraucher sind bereit, sie aktiv zu schützen, durch verantwortungsvolles Handeln ebenso wie durch finanzielle Beiträge. Es ist höchste Zeit, dass wir alle – Verbände, Marken, Einzelhändler und Hersteller – den Verbrauchern zuhören und dafür sorgen, dass nachhaltige Verpackungen für uns alle zur Priorität werden.

Wir hoffen, dass Sie die Forschungsergebnisse anregend, nützlich und inspirierend finden, um die Veränderungen herbeizuführen, die wir uns wünschen und die wir brauchen, und dass die Industrie durch diese Ergebnisse der von uns angestrebten nachhaltigen Kreislaufwirtschaft einen Schritt näher gebracht wird.“

Horst Bittermann
Präsident
Pro Carton



„Die Stimme des Verbrauchers in der Untersuchung zeigt eindeutig den Paradigmenwechsel in Europa von der Linear- zur Kreislaufwirtschaft. Der Ansatz einer Kreislaufwirtschaft geht über die Verarbeitungs-, Herstellungs- und Wegwerfprozesse bei der Produktion und beim Konsum hinaus hin zu Modellen, die Verpackungsmaterialien zum Bestandteil des Kreislaufs machen, Umweltverschmutzung beseitigen und natürliche Ressourcen schonen.“

Faltschachteln und Karton erhalten die Qualität des abgepackten Produktes, wirken als äußerst aufmerksamkeitsstarkes Medium verkaufsfördernd und schützen die Umwelt – sie sind erneuerbar, wiederverwertbar und biologisch abbaubar.

Es ist erfreulich festzustellen, dass europäische Verbraucher Karton als umweltfreundlichste und am besten wiederverwertbare Verpackungsart anerkennen und schätzen und dass dies ihre Einkaufsgewohnheiten zunehmend beeinflusst.

Ich bin zuversichtlich, dass Karton und Faltschachteln im kommenden Jahrzehnt zum gebräuchlichsten Verpackungsmedium werden und dass Pro Carton in dieser Erfolgsgeschichte eine bedeutende Rolle spielen kann. Marken und Einzelhändler sollten jetzt die Vorteile sowie die in diesem Bericht geschilderten Erkenntnisse berücksichtigen und heute die Veränderungen auf den Weg bringen, von denen wir morgen profitieren werden.“

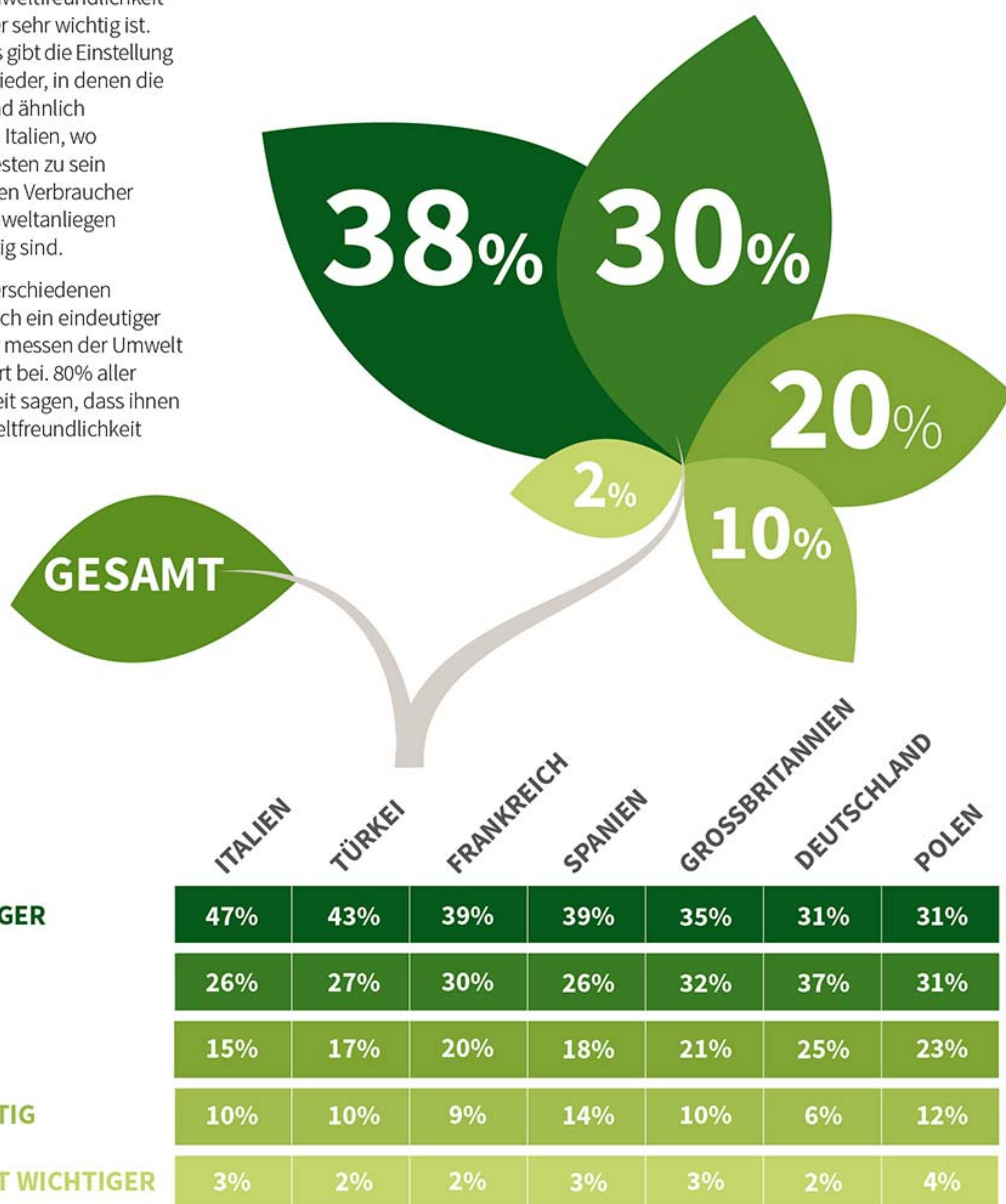
Bewusstseinswandel

Der Umweltschutz gewinnt europaweit zweifellos an Bedeutung. Die intensive Medienberichterstattung, die durch immer dringendere Appelle von Umweltaktivisten vorangetrieben wird, die Welt solle etwas gegen die immer weiter ansteigende Abfallflut unternehmen, übt starken Einfluss auf das Denken von Verbrauchern, auf Industrie und Politik aus.

Inwieweit ist Ihnen und Ihrer Familie in den letzten fünf Jahren Umweltfreundlichkeit wichtiger geworden?

Mehr als zwei Drittel (68%) der Europäer geben an, dass Ihnen Umweltfreundlichkeit inzwischen wichtiger oder sehr wichtig ist. Das europaweite Ergebnis gibt die Einstellung von einzelnen Ländern wieder, in denen die Prozentzahlen weitgehend ähnlich sind – mit Ausnahme von Italien, wo Verbraucher am besorgtesten zu sein scheinen: 73% der dortigen Verbraucher geben an, dass ihnen Umweltsorgen wichtiger oder sehr wichtig sind.

Bei der Einstellung der verschiedenen Altersgruppen zeichnet sich ein eindeutiger Trend ab: Jüngere Käufer messen der Umwelt einen höheren Stellenwert bei. 80% aller 19-29-Jährigen europaweit sagen, dass ihnen und ihren Familien Umweltfreundlichkeit wichtiger geworden ist.



Bitte beachten Sie, dass einige Zahlen im Bericht auf- oder abgerundet wurden, sodass die Summe nicht genau 100% ergibt.



Hat die Medienberichterstattung der letzten Zeit zu Verpackungen, die im Meer landen, Sie dazu veranlasst, Ihr Kaufverhalten zu ändern?

Die intensive Berichterstattung über die Verschmutzung der Weltmeere lässt sich nicht ausblenden. Es ist deshalb nicht verwunderlich, dass 74% der Europäer angeben, dass die Medienberichterstattung über dieses Thema sie dazu gebracht hat, ihr Einkaufsverhalten zu ändern. In diesem Fall geben mehr Verbraucher in Spanien (82%) als solche in den sechs anderen europäischen Ländern an, dass sie ihre Einkaufsgewohnheiten ändern.

Die
Medienberichterstattung
zu Verpackungsmüll hat
das Einkaufsverhalten von
74%
der Europäer beeinflusst.

Welche der folgenden Änderungen haben Sie in den letzten 12 Monaten vorgenommen?

Wenn es darum geht, Konzepte in praktisches Handeln umzusetzen, steht für die Verbraucher die Wiederverwertung von Abfall an erster Stelle.

69% aller Europäer geben an, dass sie mehr Abfall wiederverwerten. Mehr Verbraucher im Großbritannien (78%), in Italien (74%) und in der Türkei (74%) sind sich einig, dass sie mehr Abfall wiederverwerten, während dieser Wert in Deutschland bei 58% liegt – wahrscheinlich, weil Recycling in deutschen Haushalten schon seit Jahren als selbstverständlich gilt. Was die verschiedenen Altersgruppen betrifft, wird Recycling eindeutig mit zunehmendem Alter wichtig: 79% der Über-60-Jährigen haben mehr Recycling als im Vorjahr betrieben – im Vergleich zu 62% der 19-29-Jährigen.

Etwas mehr als die Hälfte (52%) aller Europäer sagen, dass sie Produkte in umweltfreundlichen Verpackungen suchen; dieser Wert steigt auf 55% bei französischen und auf 56% bei türkischen Verbrauchern.

Recycling von mehr Abfall



Kauf von mehr Produkten in umweltfreundlichen Verpackungen



GROSSBRITANNIEN
ITALIEN
TÜRKEI
FRANKREICH
SPANIEN
POLEN
DEUTSCHLAND

Recycling von mehr Abfall

78%	74%	74%	70%	67%	66%	58%
-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----

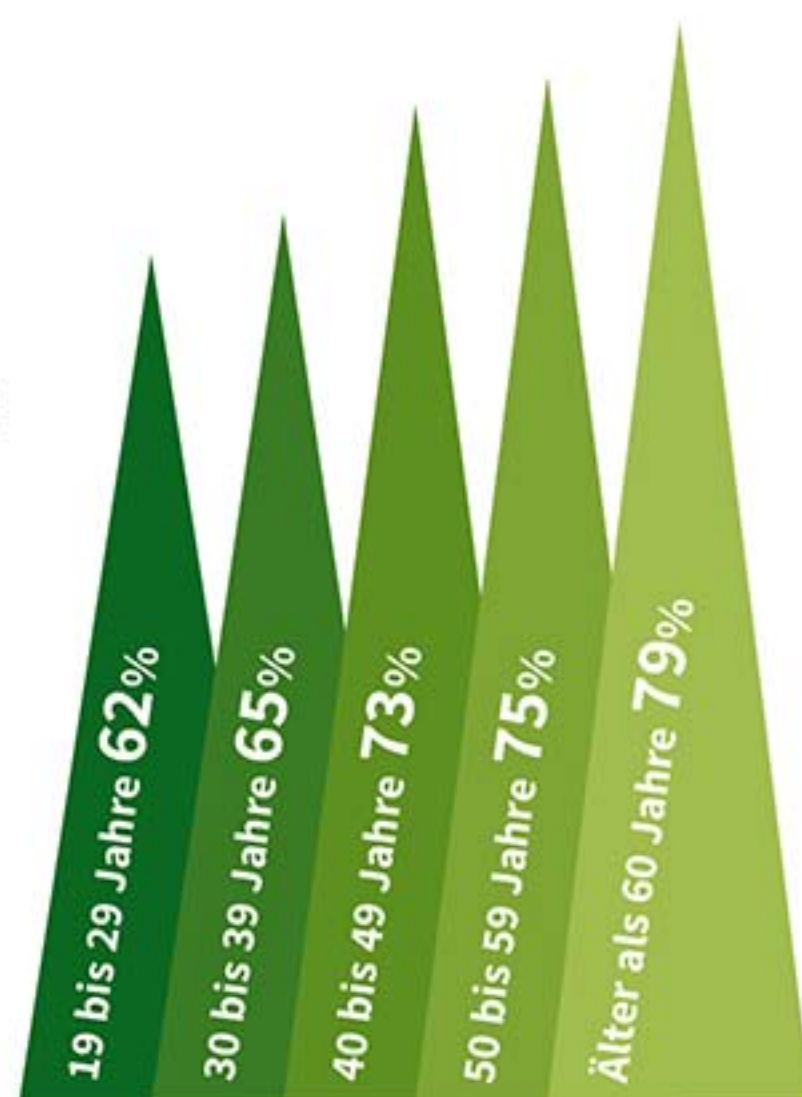
Kauf von mehr Produkten in umweltfreundlichen Verpackungen

55%	49%	56%	55%	51%	53%	52%
-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----

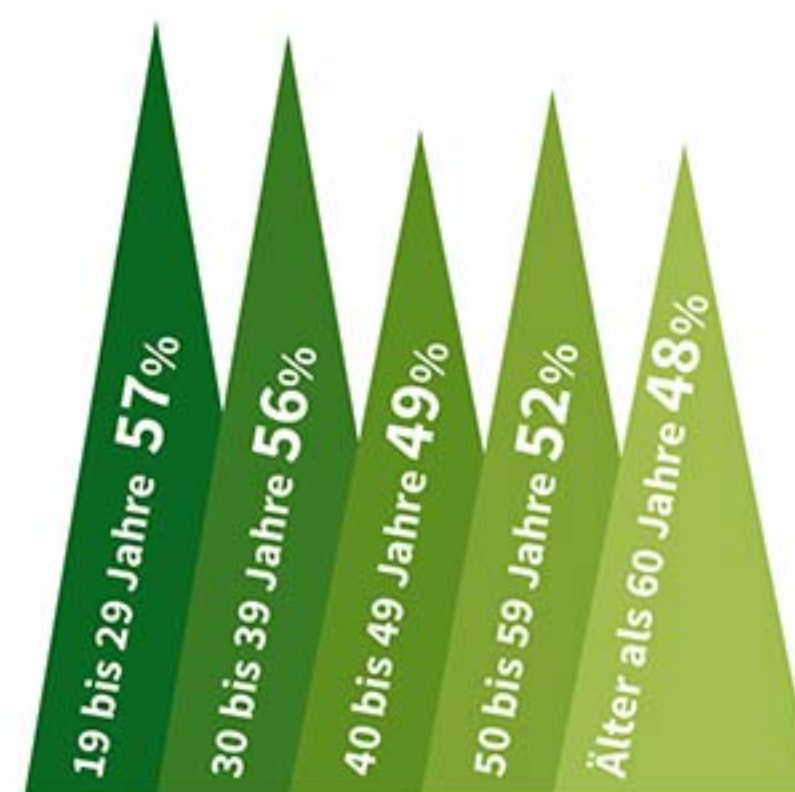
AUFSCHLÜSSELUNG

Altersgruppe (ganz Europa)

- ▲ 19 bis 29 Jahre
- ▲ 30 bis 39 Jahre
- ▲ 40 bis 49 Jahre
- ▲ 50 bis 59 Jahre
- ▲ Älter als 60 Jahre



Anzahl der Kunden, die mehr Abfall recyceln



Anzahl der Kunden, die mehr Produkte in umweltfreundlichen Verpackungen kaufen

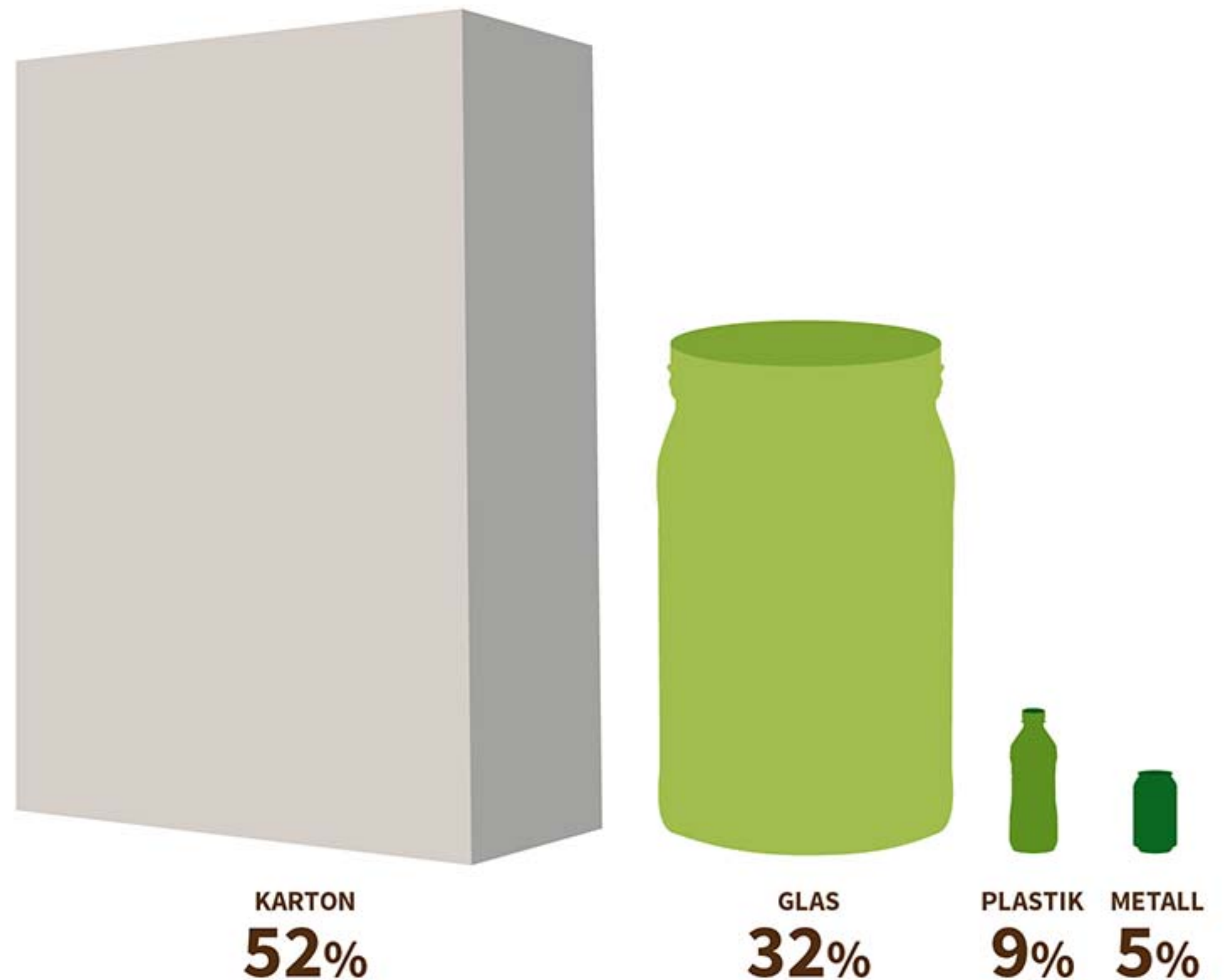
Verständnis schaffen

Obwohl Verbraucher über gute Kenntnisse der unterschiedlichen Verpackungsarten verfügen, gibt es immer noch Verbesserungsbedarf.

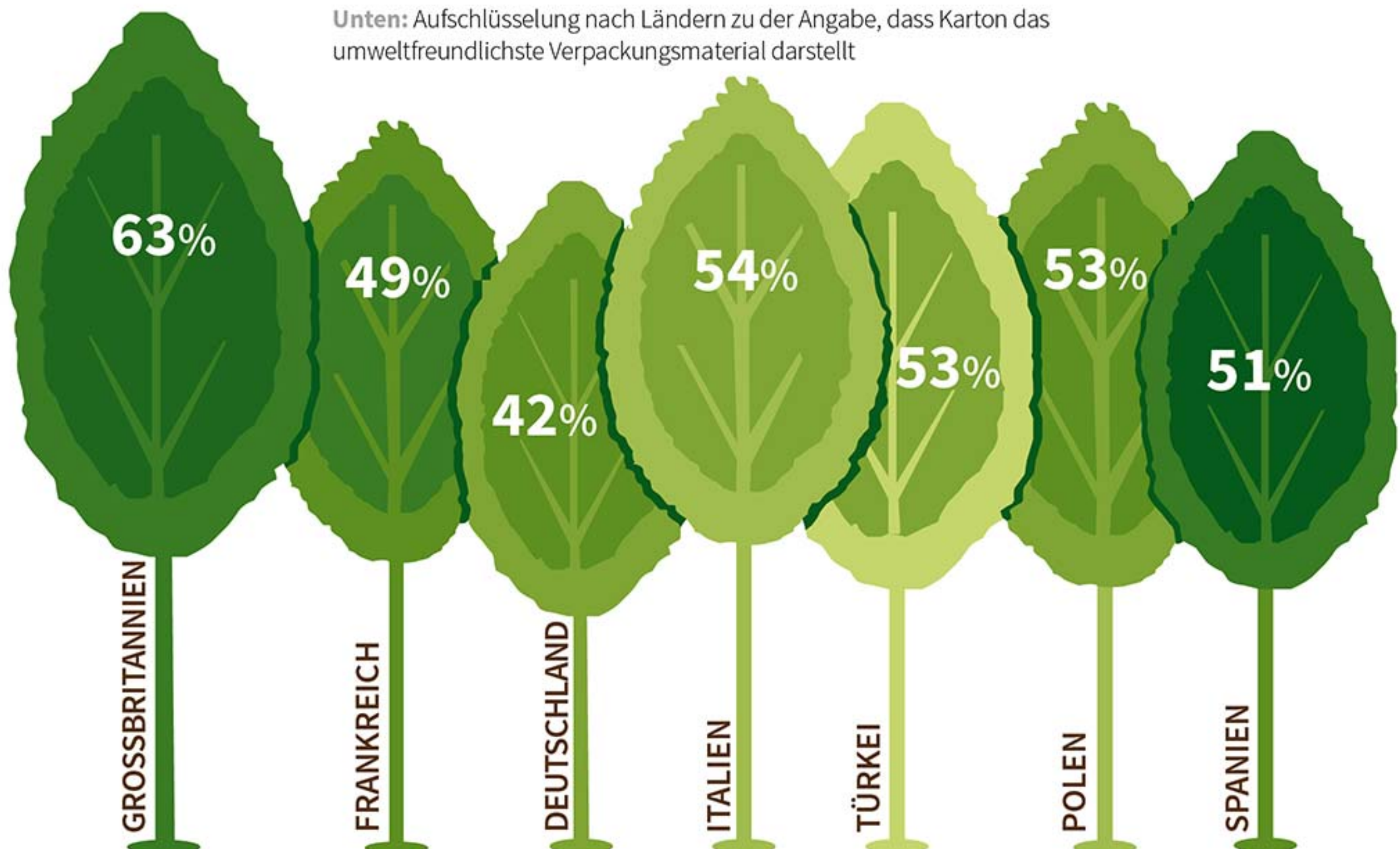
Was ist aus Ihrer Sicht die umweltfreundlichste Verpackungsart?

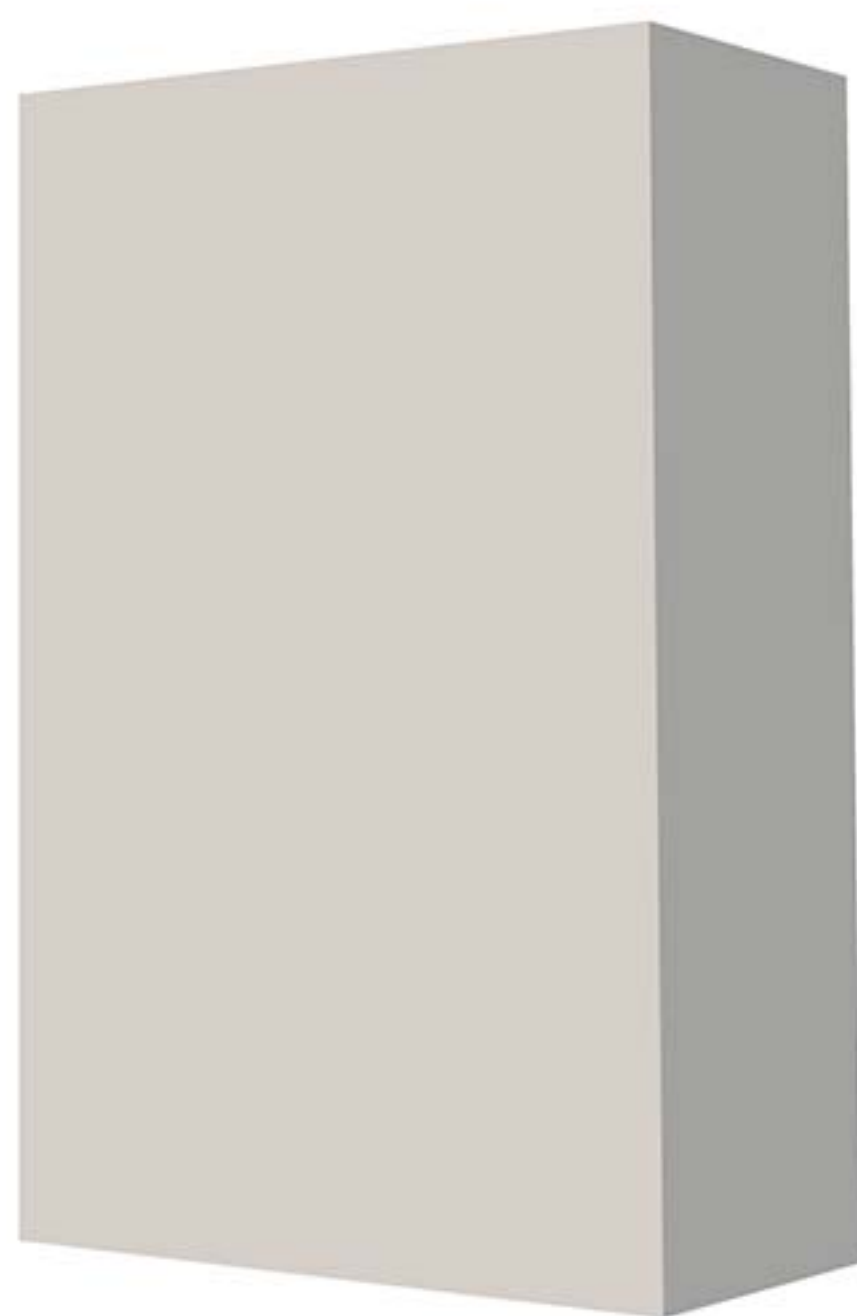
52% aller Europäer glauben, dass Karton die umweltfreundlichste Verpackung ist – eine Ansicht, die in allen Ländern weitgehend geteilt wird, insbesondere aber in Großbritannien, wo 63% der Käufer dieses Material nennen.

Die Teilnehmer unserer Umfrage stuften Glas als zweitumweltfreundlichste Verpackungsart ein – 32% europaweit und 43% in Deutschland. Ca. 9% der Europäer glauben, dass Kunststoff die umweltfreundlichste Verpackungsart sei, während lediglich 5% für Metall stimmten.



Unten: Aufschlüsselung nach Ländern zu der Angabe, dass Karton das umweltfreundlichste Verpackungsmaterial darstellt





KARTON
45%



GLAS
32%



PLASTIK
15%



METALL
9%

Welche Verpackungsart lässt sich Ihrer Ansicht nach am besten recyceln?

Karton steht in der Gunst der Verbraucher auch ganz oben, wenn es um die Wiederverwertbarkeit von Verpackungsarten geht. 45% der Europäer stufen Karton als das am besten recycelbare Material ein, während 32% für Glas stimmen. Verbraucher halten Metall für das am wenigsten recycelbare Material, direkt hinter Kunststoff.

Wie wichtig sind folgende Verpackungseigenschaften?

In Bezug auf aktuelle und künftige Verpackungslösungen zeigt die Studie, dass Nachhaltigkeit und Produktsicherheit als besonders wichtig erachtet werden. Es überrascht nicht, dass Produktschutz als wichtigste Eigenschaft einer Verpackung eingestuft wird – schließlich ist Schutz der Hauptzweck einer jeden Verpackungslösung.

In ganz Europa wird man sich jedoch zunehmend der Bedeutung bewusst, die dem Umweltschutz zukommt. In jedem untersuchten Land wurde „leicht recycelbar“ als zweitwichtigstes Verpackungsmerkmal genannt. Bei 63% der Befragten gehört es zu den drei Hauptmerkmalen. An dritter Stelle folgt die Eigenschaft „Aus natürlichen, wiederverwertbaren Materialien hergestellt“, die am höchsten von Verbrauchern in Deutschland bewertet wird.

Bei den Kaufentscheidungen von Verbrauchern spielt die Umweltfreundlichkeit von Produkten eine immer wichtigere Rolle. Verpackungen, die sowohl recycelbar als auch aus einer natürlichen, erneuerbaren Ressource sind, schneiden bedeutend besser als „leicht zu öffnende“ und „wiederverschließbare“ Verpackungen ab. Dies deutet darauf hin, dass die ökologischen Faktoren wichtiger als funktionelle Vorteile sind.

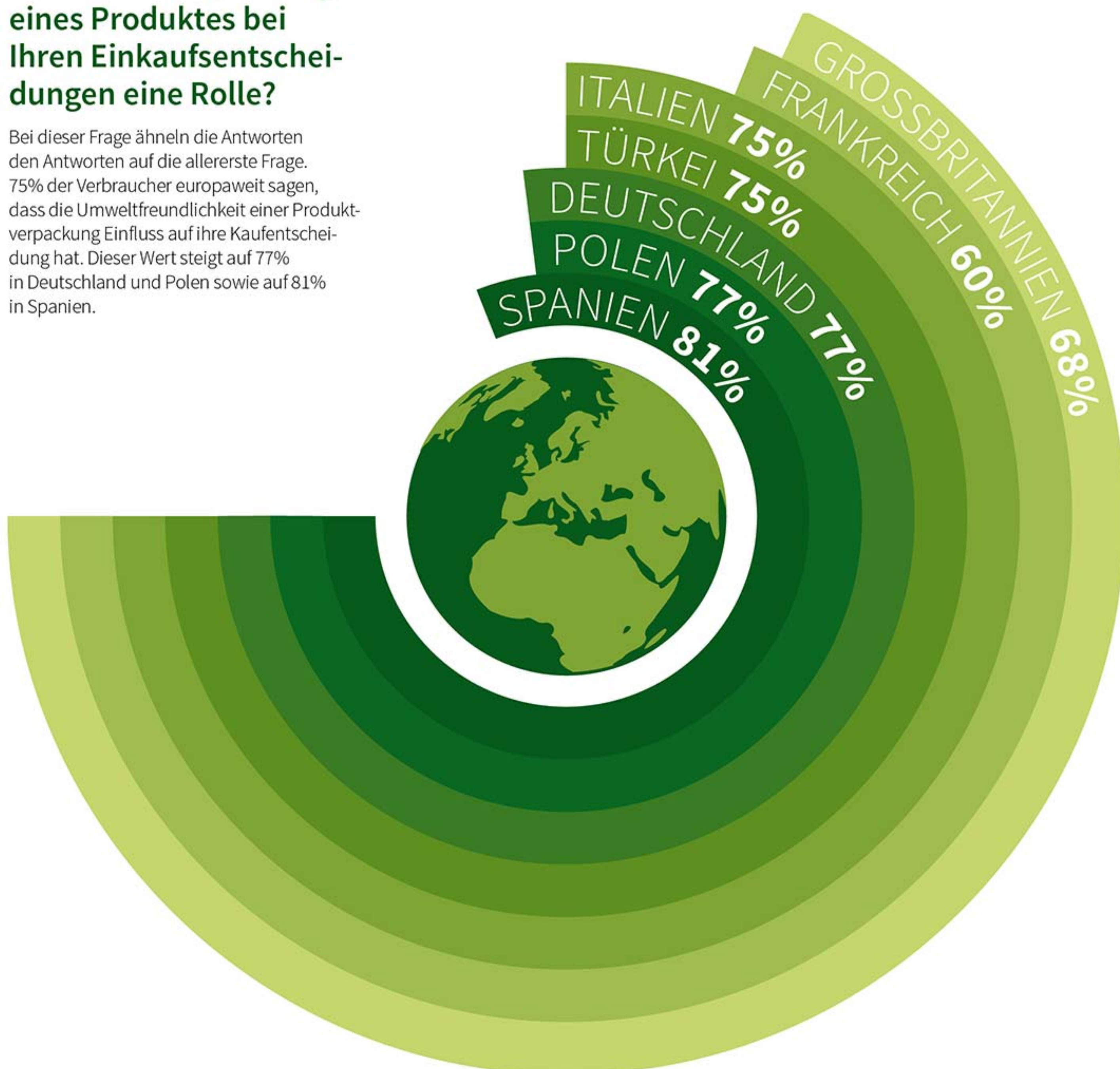


Käufer werden aktiv

Einzelhändler und Markeninhaber sollten berücksichtigen, dass Kunden sehr auf die Verpackung von Produkten achten und beabsichtigen, Artikel zu meiden, deren Verpackung nicht aus nachhaltigen Materialien besteht.

Spielt die Umweltfreundlichkeit der Verpackung eines Produktes bei Ihren Einkaufsentscheidungen eine Rolle?

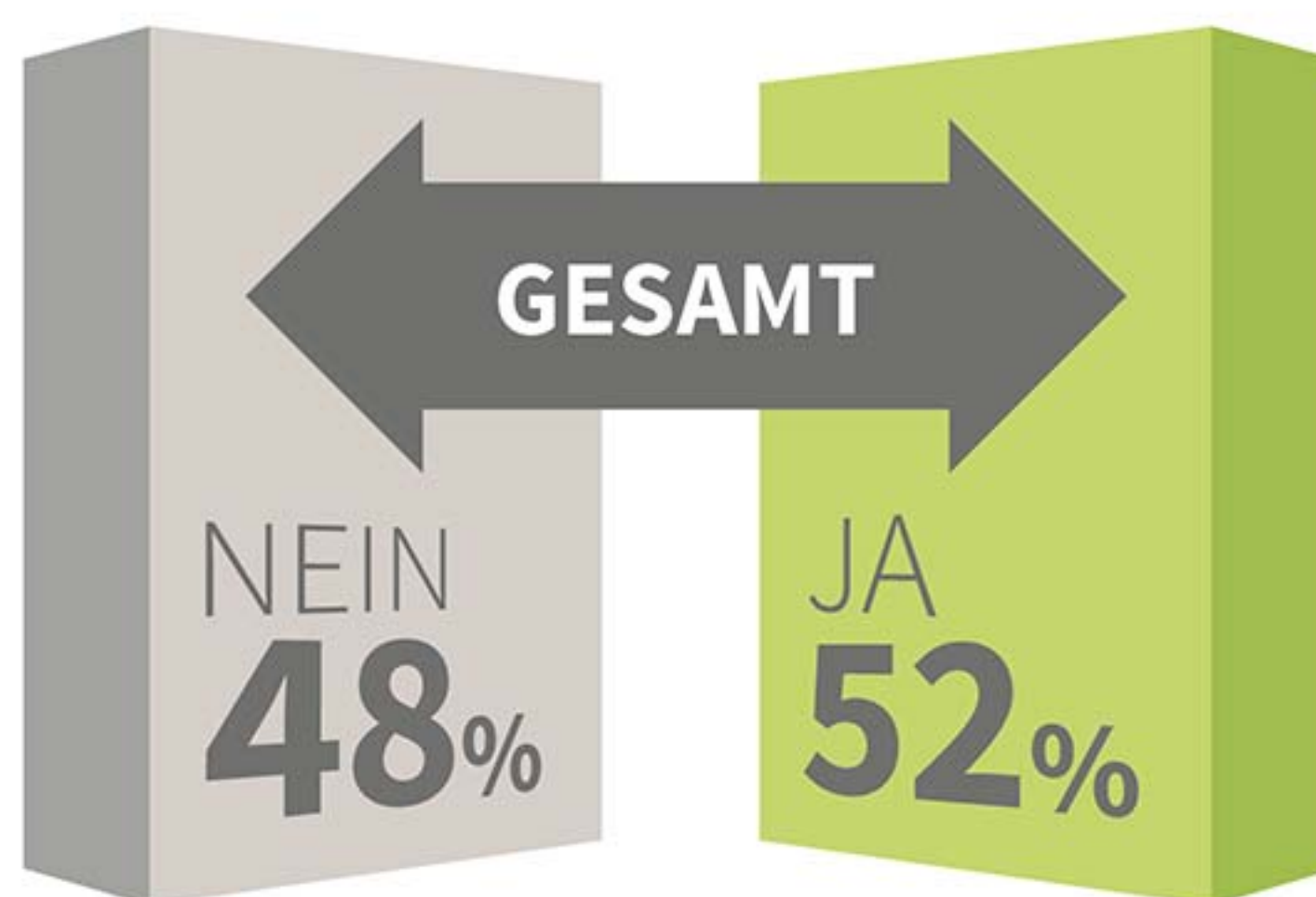
Bei dieser Frage ähneln die Antworten den Antworten auf die allererste Frage. 75% der Verbraucher europaweit sagen, dass die Umweltfreundlichkeit einer Produktverpackung Einfluss auf ihre Kaufentscheidung hat. Dieser Wert steigt auf 77% in Deutschland und Polen sowie auf 81% in Spanien.



Haben Sie schon einmal ein Produkt oder eine Marke gewechselt, weil Sie Bedenken wegen der Verpackung hatten?

Wenn es um die Verpackung geht, sind Käufer in Spanien besonders engagiert: 66% geben an, dass sie auf Grund von Umweltbedenken bezüglich der Verpackung eine Marke oder ein Produkt gewechselt haben. Dies steht im Gegensatz zu Großbritannien, wo lediglich 36% der Verbraucher sagen, dass sie aus ähnlichen Gründen ihr Einkaufsverhalten geändert hätten. In allen sieben Ländern geben mehr als 52% (mehr als die Hälfte) der Verbraucher an, dass Umweltbedenken einen derartigen Wechsel veranlasst haben.

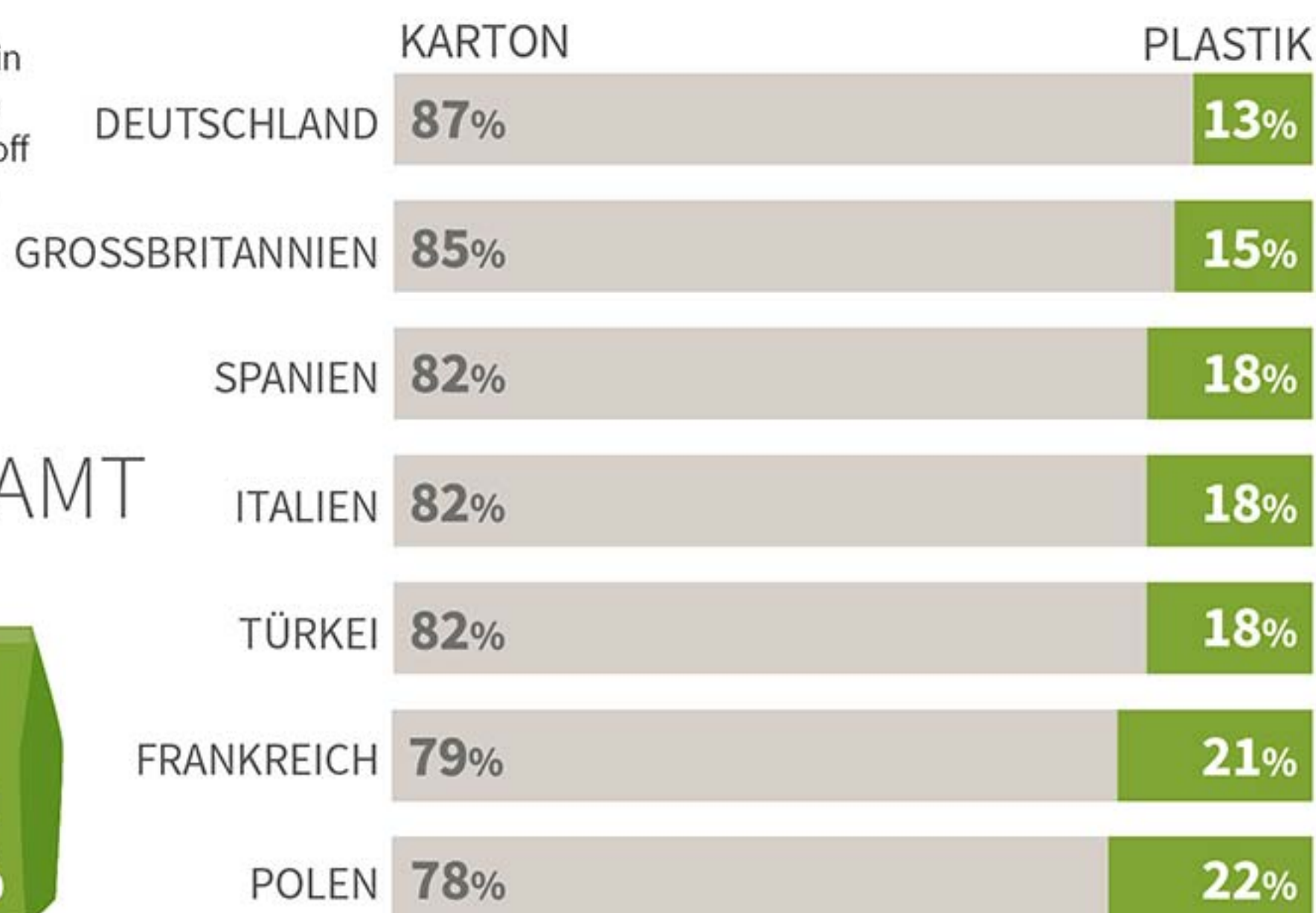
Die Antworten auf diese Frage zeigen einen Unterschied zwischen den Altersgruppen, was positive Reaktionen betrifft: 62% der 19-29-Jährigen sagen, dass sie auf Grund von Verpackungsbedenken Marken gewechselt haben – im Vergleich zu lediglich 35% bei den über 60-Jährigen.



Wenn man nach den Gründen fragt, warum Käufer Marken oder Produkte gewechselt haben, geben 52% aller Befragten als Begründung an, dass die Verpackung sich nicht recyceln lässt, während 45% zu viel zusätzliches/unnötiges Verpackungsmaterial nennen.

Wenn das gleiche Produkt in zwei unterschiedlichen Verpackungsarten – Kunststoff und Karton – verfügbar wäre, welche Option würden Sie wählen?

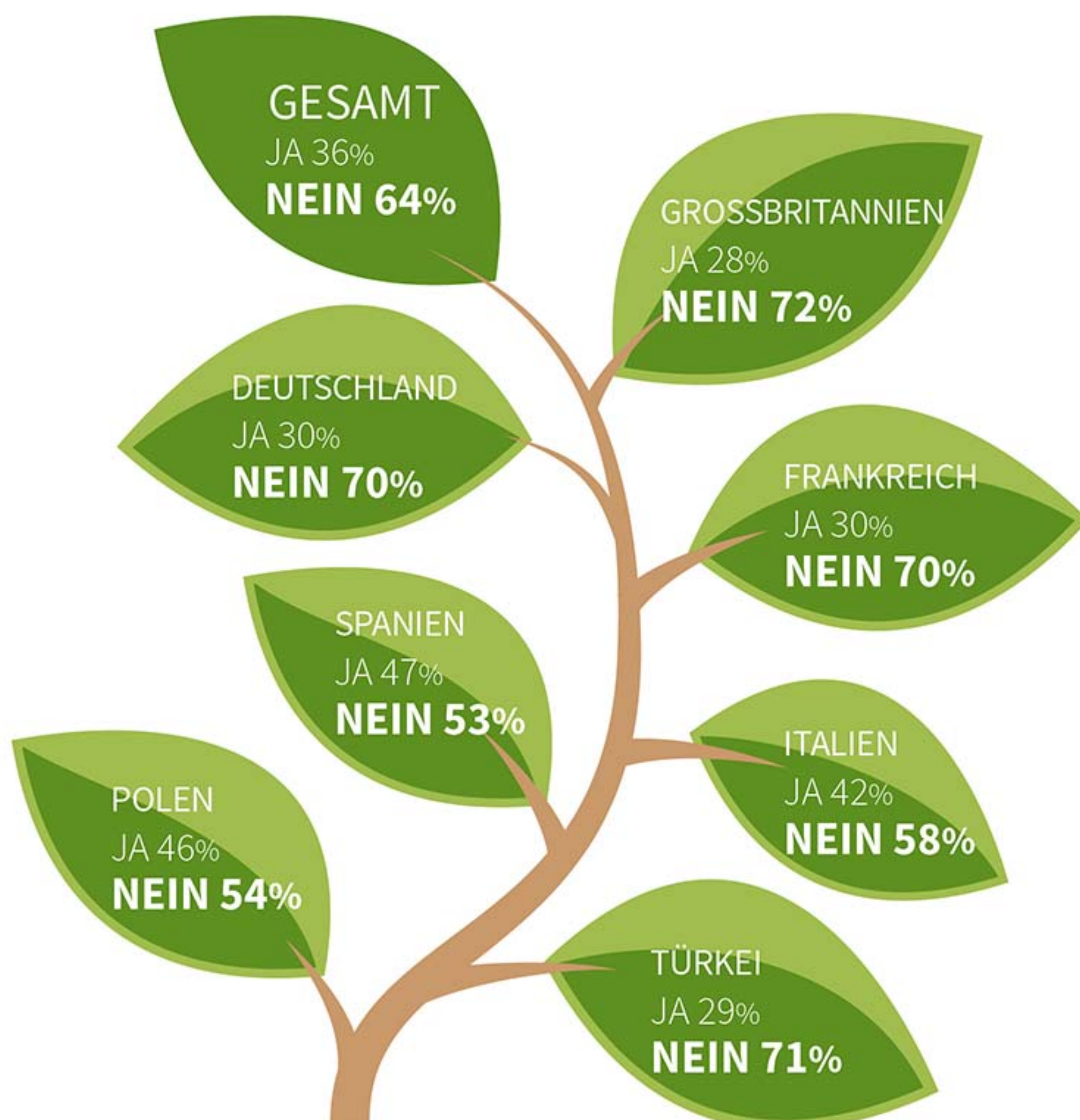
Vier von fünf Verbrauchern sagten, dass sie Karton den Vorzug vor Kunststoff geben würden, wenn sie die Wahl hätten. Käufer in Deutschland (87%) und in Großbritannien (85%) würden am ehesten Karton Kunststoff vorziehen, aber auch in Ländern, in denen die Prozentzahlen nicht ganz so hoch sind, ist Karton immer noch der eindeutige Gewinner.



Unternehmen Einzelhändler und Marken Ihrer Meinung nach genug, um umweltfreundlichere Verpackungsarten einzuführen?

Hier zeigen die Antworten eindeutig die Umweltverantwortung auf, die Verbraucher von Marken und Einzelhändlern erwarten. Lediglich ein Drittel (36%) der Europäer glauben, dass Marken und Einzelhändler genug unternehmen, um nachhaltigere Verpackungen einzuführen, wobei dieser Wert in Großbritannien sowie in der Türkei unter 30% liegt. Auch in Ländern, in denen Verbraucher die Bemühungen der Marken und Einzelhändler positiver einschätzen – wie Spanien (47%) und Polen (46%) – gab es keine Ergebnisse über 50%.

Vor allem ältere Verbraucher neigen dazu, zu glauben, dass Marken und Einzelhändler nicht genug unternehmen: 82% der über 60-Jährigen sind der Meinung, dass man umweltfreundlichere Verpackungsarten einführen sollte.



Würden Sie einen Supermarkt oder einen Laden vorziehen, der Lieferanten proaktiv ermutigt, auf umweltfreundlichere Verpackungsarten umzustellen?

Die Ergebnisse unserer Untersuchung zeigen, dass Einzelhändler mit einer umweltfreundlichen Ausrichtung die besten Optionen haben. Sage und schreibe 91% der europäischen Verbraucher meinen, dass sie ihr Geld lieber in einem Supermarkt oder Laden ausgeben würden, der Lieferanten proaktiv ermutigt, auf umweltfreundlichere Verpackungsarten und Programme umzustellen. Italienische Käufer votieren am stärksten dafür: 96% äußern sich hier positiv.



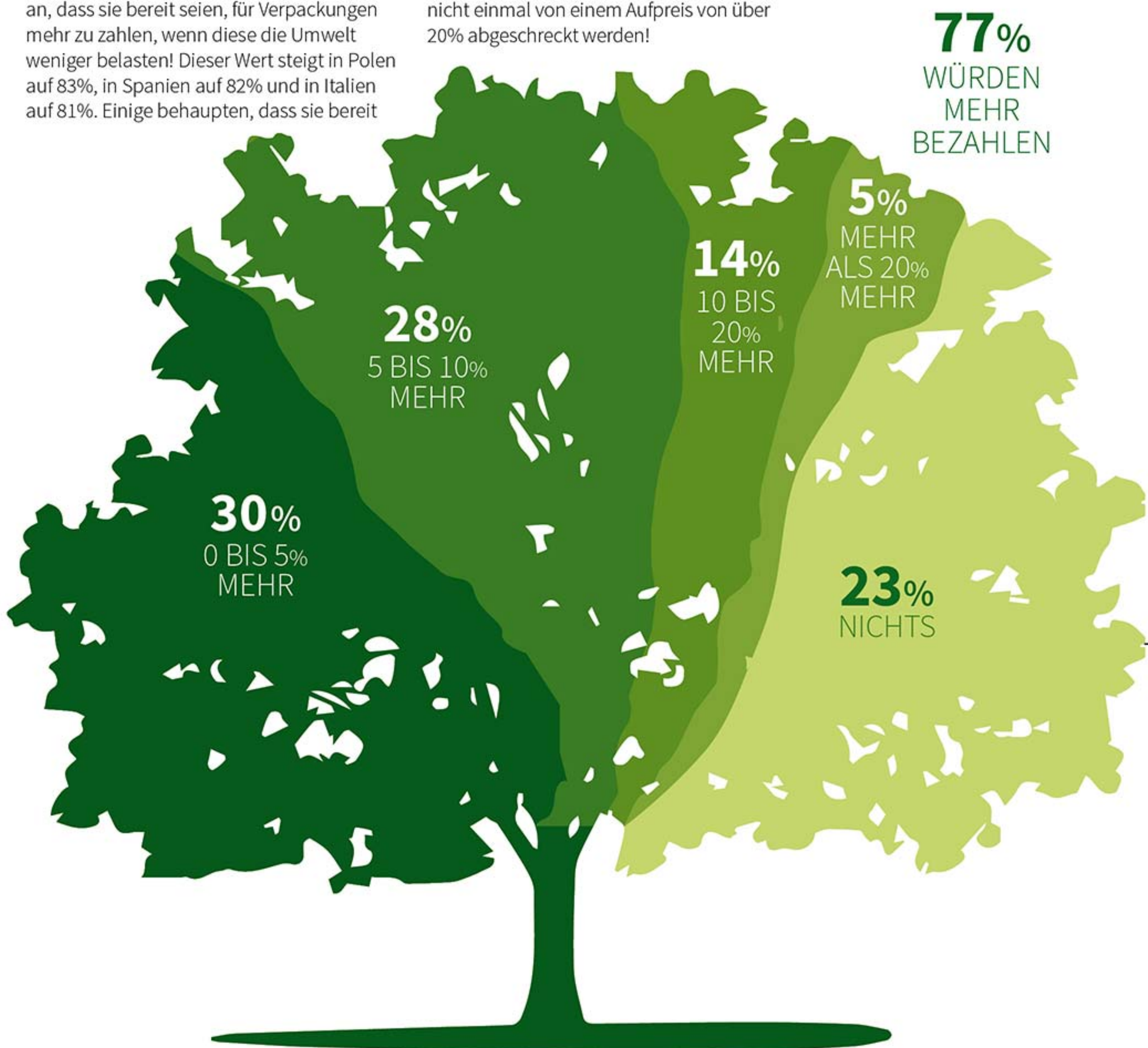
Geld zählt

Eine beträchtliche Anzahl der Befragten gab an, dass sie bereit seien, mehr für umweltfreundliche Verpackungen zu bezahlen. Die Mehrzahl befürwortet sogar eine Steuer, sodass Einzelhändler und Marken gezwungen sind, zu handeln. Sie treten auch stark für staatliche Eingriffe ein, um mehr Informationen über die ökologischen Eigenschaften der Verpackung einer Marke oder eines Produktes zu erhalten.

Wie viel mehr würden Sie für ein Produkt zahlen, wenn dies bedeutet, dass die Verpackung des von Ihnen gewünschten Produktes die Umwelt weniger belastet?

Der unglaubliche hohe Satz von 77% aller Befragten, d.h. weit mehr als 5.000 der 7.000 Befragten in unserer Untersuchung, gaben an, dass sie bereit seien, für Verpackungen mehr zu zahlen, wenn diese die Umwelt weniger belasten! Dieser Wert steigt in Polen auf 83%, in Spanien auf 82% und in Italien auf 81%. Einige behaupten, dass sie bereit

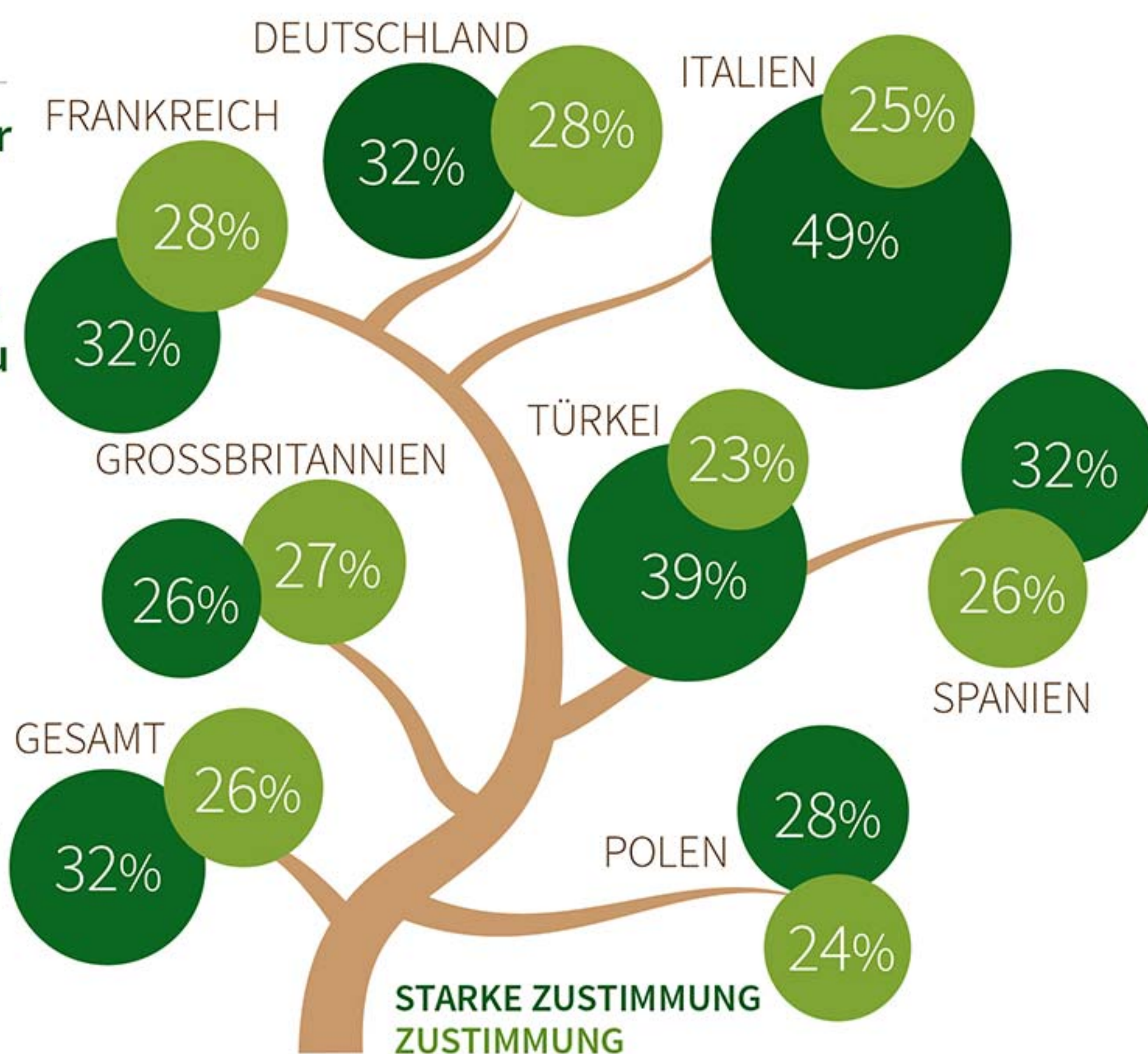
seien, bedeutend mehr zu zahlen: Fast 20% aller Befragten glauben, dass ein Aufpreis von über 10% annehmbar ist, während 5% nicht einmal von einem Aufpreis von über 20% abgeschreckt werden!



Inwieweit stimmen Sie der folgenden Aussage zu: Eine Steuer sollte eingeführt werden, um Marken und Einzelhändler dazu zu zwingen, auf umweltfreundlichere Verpackungsarten umzustellen?

Die Unterstützung für eine ‚Steuer‘ oder ‚Abgabe‘ auf Marken und für Einzelhändler, um sie dazu zu zwingen, auf nachhaltigere Verpackungsansätze umzustellen, ist erheblich.

58% aller Umfrageteilnehmer stimmen dieser Aussage grundsätzlich oder in hohem Maße zu, während 28% sich nicht sicher sind. In Italien stimmen 74% der Aussage grundsätzlich oder in hohem Maße zu. Insgesamt votierten lediglich 17% der Verbraucher gegen den Grundsatz; in keinem Land waren mehr als 20% gegen den Vorschlag.



Inwiefern stimmen Sie der folgenden Aussage zu: Die öffentliche Hand sollte mehr Informationen über umweltfreundliche Verpackungen zur Verfügung stellen?

Es überrascht nicht, dass sich Verbraucher Orientierungshilfen von der öffentlichen Hand wünschen, um Hilfe bei der Entscheidungsfindung zu erhalten. 71% der Verbraucher

in den befragten Ländern stimmen dieser Aussage grundsätzlich oder in hohem Maße zu. Dieser Wert steigt in Italien und Türkei auf jeweils 74% und 75%.



71%
sind der Meinung,
dass die öffentliche Hand
mehr Informationen zu
umweltfreundlichen
Verpackungen
bereitstellen sollte

29%
stimmen nicht zu

	STARKE ZUSTIMMUNG	ZUSTIMMUNG
TÜRKEI	52%	23%
ITALIEN	50%	24%
SPANIEN	46%	23%
FRANKREICH	43%	28%
DEUTSCHLAND	39%	34%
POLEN	39%	26%
GROSSBRITANNIEN	38%	31%



Würden Sie es befürworten, wenn die öffentliche Hand oder Marken Informationen auf Verpackungen einführen, um deutlich zu machen, wie umweltfreundlich das Verpackungsformat ist?

Die Befragten in der Untersuchung verlangen bessere Orientierung, was die von ihnen gekauften Verpackungen betrifft. Sage und schreibe 90% der Käufer in allen befragten Ländern sagen, dass sie Informationen über die Umweltfreundlichkeit von Verpackungen wünschen. In der Tat eine sehr starke Botschaft!

Wesentliche Erkenntnisse

- 68% der europäischen Verbraucher geben an, dass ihnen in den vergangenen fünf Jahren umweltfreundliche Entscheidungen wichtiger geworden sind.
- Das Recycling nimmt zu. 69% aller Verbraucher haben in den letzten 12 Monaten mehr Abfall recycelt.
- Drei Viertel (75%) geben an, dass die Umweltbelastung der Verpackung eines Produktes ihre Einkaufsentscheidungen beeinflusst.
- Die Medienberichterstattung über Verpackungen hat die Einkaufsentscheidungen von drei Vierteln aller Verbraucher beeinflusst.
- Mehr als die Hälfte aller Verbraucher bezeichnet Karton als umweltfreundlichstes und am besten recycelbares Verpackungsmaterial.
- 64% der Verbraucher denken, dass Einzelhändler und Marken nicht genug unternehmen, um auf umweltfreundlichere Verpackungsarten umzustellen.
- 91% der Verbraucher würden sich entscheiden, in einem Laden oder Supermarkt einzukaufen, der seine Lieferanten proaktiv ermutigt, auf umweltfreundlichere Verpackungsarten umzustellen.
- 77% der Verbraucher würden für umweltfreundlichere Verpackungen einen Aufpreis zahlen.
- Mehr als die Hälfte aller Verbraucher hat auf Grund der Verpackung bereits die Marke gewechselt – nicht recycelbare und unnötige Verpackungen sind die häufigsten Gründe für einen Wechsel.
- Über die Hälfte aller Verbraucher unterstützt die Einführung einer Steuer, um Marken und Einzelhändler dazu zu zwingen, auf umweltfreundlichere Verpackungen umzustellen – lediglich 17% stimmten hier nicht zu.
- 90% der Verbraucher befürworten Umweltfreundlichkeitsangaben auf Verpackungen, während 71% Orientierungshilfen von der öffentlichen Hand wünschen.



PRO CARTON
PACKAGING FOR
A BETTER WORLD

Veröffentlicht von Pro Carton 2018.
info@procarton.com

Bei Pro Carton handelt es sich um den Verband
der europäischen Hersteller von Karton und Faltschachteln.

Weitere Informationen finden Sie auf
www.procarton.com