



Storm Communications
T: +44 20 7240 2444
E: procarton@stormcom.co.uk

Deutsche Verbraucher sind bereit, für nachhaltige Verpackungen am tiefsten ins Portemonnaie zu greifen

Trotz Inflation erkennen deutsche Verbraucher zunehmend die Umweltbedrohungen für den Planeten und die Notwendigkeit, nachhaltiger zu leben und zu konsumieren

Deutsche Verbraucher sind bereit, am meisten für Produkte in nachhaltigen Verpackungen auszugeben. Zudem gibt mehr als die Hälfte (59 %) an, dass ein nachhaltiger Lebensstil für sie seit 2019 wichtiger geworden ist.

Das Engagement deutscher Verbraucher für einen nachhaltigen Lebensstil ist offensichtlich: Während 1 von 10 deutschen Verbrauchern bereit ist, 10-20 % mehr für ein Produkt auszugeben, das die Umwelt weniger belastet, würden 2 % sogar 20 % oder mehr ausgeben – die höchsten Werte in ganz Europa. Ein Viertel (25 %) würde 5-10 % mehr ausgeben und 34 % können sich vorstellen, 0-5 % mehr zu bezahlen.

Die im Auftrag von Pro Carton, der Europäischen Vereinigung der Karton- und Faltschachtelindustrie, durchgeführte Untersuchung befragte über 5000 europäische Verbraucher in Deutschland, Frankreich, Italien, Spanien und Großbritannien über ihre Einstellungen zur Umwelt und ihre Wahrnehmung von Verpackungen sowie zu damit zusammenhängenden Themen wie die Abholzung der Wälder, Verkehr und andere globale Probleme wie der Krieg in der Ukraine, Covid-19 und die Wirtschaftskrise.

Nachhaltigkeit ist nicht nur ein wichtiger Faktor bei den Kaufentscheidungen der Verbraucher. Unter den fünf größten Herausforderungen, die von deutschen Verbrauchern genannt wurden, rangiert der Klimawandel (63 %) nach Krieg (74 %) an zweiter Stelle, gefolgt von Lebenshaltungskosten (60 %), Armut



Storm Communications
T: +44 20 7240 2444
E: procarton@stormcom.co.uk

(51 %) und Plastik im Meer (48 %). Lebenshaltungskosten werden von Verbrauchern in ganz Europa als vorrangiges Problem empfunden, und die vergleichsweise größeren Kriegssorgen der deutschen Verbraucher sind mit ziemlicher Sicherheit auf die Nähe zum aktuellen Konflikt zurückzuführen.

Die Studie ergab auch, dass deutsche Verbraucher zunehmend besorgt sind über das Ausmaß von Plastikmüll in den Ozeanen (Anstieg um 64 %), während mehr als die Hälfte (58 %) sich mehr Sorgen über die Auswirkungen von Plastikverpackungen machen. Mehr als drei Viertel (77 %) der Befragten sind der Meinung, dass die Lebenshaltungskosten, der Krieg in der Ukraine und die Folgen der Pandemie einer stärkeren Orientierung auf einen nachhaltigeren Lebensstil im Wege stehen. In der Gruppe der 16- bis 29-Jährigen stieg dieser Anteil auf 84 %, während er bei den über 60-Jährigen auf 73 % sank.

Eindämmung des Klimawandels

Mit Blick auf Möglichkeiten, dem Klimawandel Einhalt zu gebieten, gibt mehr als die Hälfte (54 %) der Befragten an, die Anzahl ihrer in Plastik verpackten Produkte zu reduzieren, während 47 % mehr Abfall recyceln. Europaweit geben sogar 60 % der Befragten an, dass sie mehr recyceln als noch vor zwei Jahren. In Italien sind es 69 %, in Frankreich 60 %, in Spanien 61 % und im Vereinigten Königreich 60 %. Diese Diskrepanz zu Deutschland lässt sich wahrscheinlich dadurch erklären, dass Deutschland bereits ohnehin seit geraumer Zeit einen Vorsprung beim Recycling hat, den seine europäischen Nachbarn nun aufholen. Dies lässt sich daran ablesen, dass der Anteil der deutschen Verbraucher, die angeben, dass sie genauso viel recyceln wie vor zwei Jahren, am höchsten ist (43 %), was die Beständigkeit der Einstellung zum Recycling zeigt.

Entscheidung für Nachhaltigkeit



Storm Communications
T: +44 20 7240 2444
E: procarton@stormcom.co.uk

Die Studie untersuchte auch den Wandel in der Wahrnehmung von Verpackungen unter deutschen Verbrauchern. Mehr als die Hälfte (52 %) gibt an, dass die Umweltauswirkungen von Produktverpackungen für sie in den letzten 12 Monaten wichtiger geworden sind. 40 % haben aufgrund von Bedenken hinsichtlich verwendeter Verpackungen die Marke oder das Produkt gewechselt, wobei nicht wiederverwertbare Verpackungen und unnötige Verpackungen mit 49 % bzw. 48 % zu den wichtigsten Gründen gehören.

Vor die Wahl zwischen zwei verschiedenen Verpackungsformaten gestellt, bekräftigen die Verbraucher ihre Bevorzugung von Kartonverpackungen ein weiteres Mal. Die Präferenz der Deutschen für dieses ökonomisch und ökologisch sinnvolle Verpackungsmedium stieg von 82 % im Jahr 2019 auf 89 % in der Studie 2022. Damit liegt Deutschland bei der Bevorzugung von Karton an zweiter Stelle hinter Spanien mit 90 %. Please check correct figures in all presentations.

Winfried Mühling, Direktor für Marketing & Kommunikation von Pro Carton, äußerte sich zu den Ergebnissen der Untersuchung wie folgt: „Die Erkenntnisse unserer neuesten Verbraucherumfrage belegen eindeutig, dass deutsche Verbraucher entschlossen sind, ihren Beitrag für Recycling und den Schutz des Planeten zu leisten. Die Studie unterstreicht nicht nur die Auswirkungen der aktuellen globalen Krisen, sondern auch die entschlossene Haltung der Verbraucher, seit die Nachhaltigkeitsdebatte in den Vordergrund des öffentlichen Interesses gerückt ist.

Die Ergebnisse zeigen uns, dass Verbraucher bereit sind, ihren Teil beizutragen, aber sie erwarten auch, dass Marken und Hersteller entsprechend handeln. Nicht weniger als 92 % der deutschen Verbraucher glauben, dass Unternehmen und Markeninhaber mehr für die Umwelt tun können. Das Vertrauen der deutschen Verbraucher in das Sammel- und Recyclingsystem für faserhaltige Verpackungsmaterialien ist besonders hervorzuheben. Die hohe Recyclingquote von 82 % für Papier- und Kartonverpackungen in



PRO CARTON
PACKAGING FOR
A BETTER WORLD

Storm Communications
T: +44 20 7240 2444
E: procarton@stormcom.co.uk

Verbindung mit der hohen Widerstandsfähigkeit der für die Herstellung von Karton verwendeten Fasern macht das Material zu einem echten Champion der Kreislaufwirtschaft.“

Weitere Informationen finden Sie im Internet: www.procarton.com.

Ende