

Für die Tonne

Wieso Lebensmittelhersteller
bei der Verpackung auf
Umweltfreundlichkeit achten
müssen



Deutsche Verbraucher versuchen Verpackungsmüll zu vermeiden

Im März 2019 hat die EU beschlossen, den Verkauf von Wegwerfprodukten aus Kunststoff ab 2021 zu verbieten. Bereits im Dezember, als man sich auf das Verbot einigte, zeigte sich: Es wird von deutschen Verbrauchern mit klarer Mehrheit (79 Prozent) positiv bewertet.

Und auch bei ihrem täglichen Einkauf behalten die Deutschen das Thema Umweltschutz im Hinterkopf. So sagen 72 Prozent, dass sie bevorzugt Produkte kaufen, die wenig Verpackungsmüll verursachen.

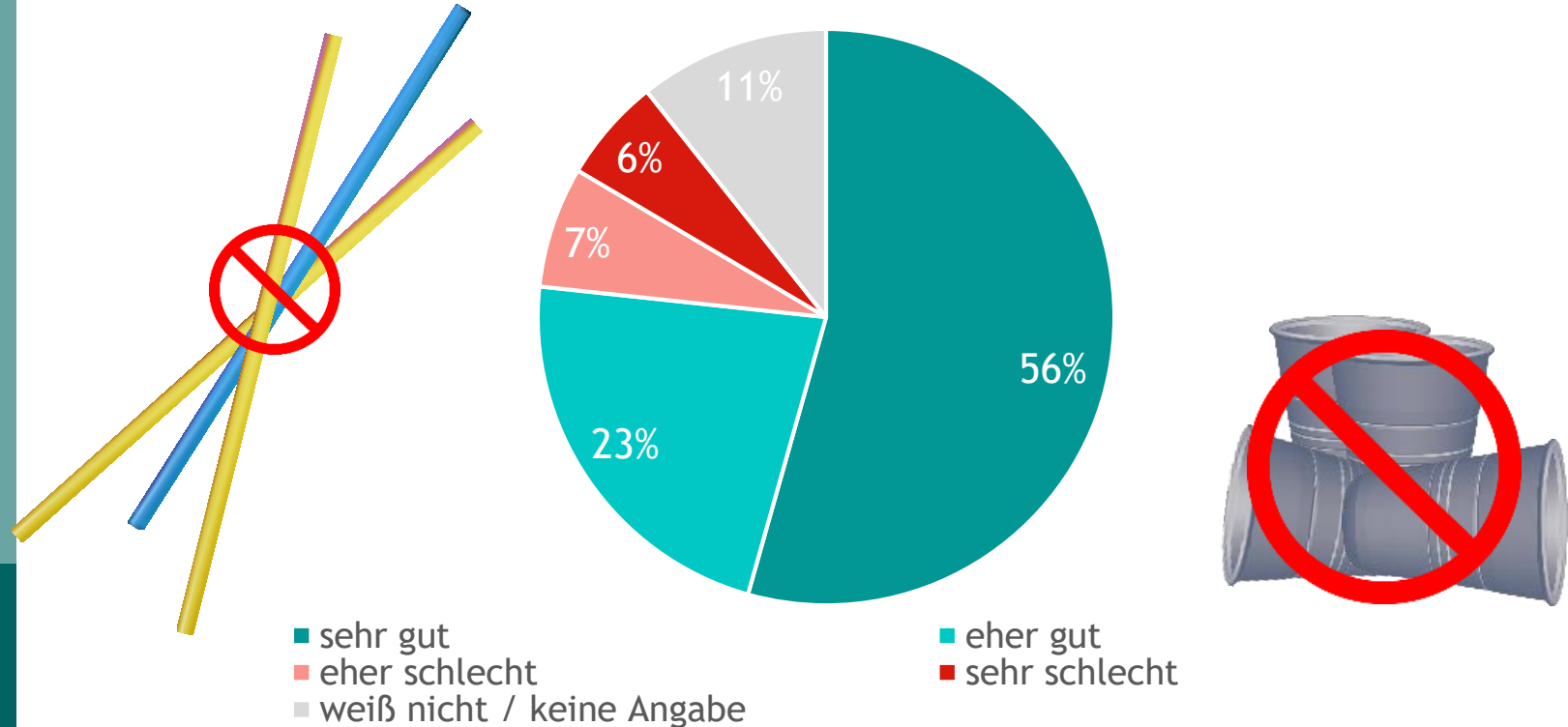
In welchen Produktkategorien sind deutschen Verbrauchern umweltfreundliche Verpackungen besonders wichtig?

Inwieweit sind die Deutschen bereit ihr eigenes Einkaufsverhalten zu ändern, um Verpackungsmüll einzusparen?

Welche Supermärkte und Marken müssen umweltfreundliche Verpackungen anbieten, um ihre Kunden nicht an die Konkurrenz zu verlieren?

Große Mehrheit der Verbraucher bewertet das Plastik-Verbot der EU positiv. Doch ist das Thema Plastik auch für ihr Einkaufsverhalten wichtig?

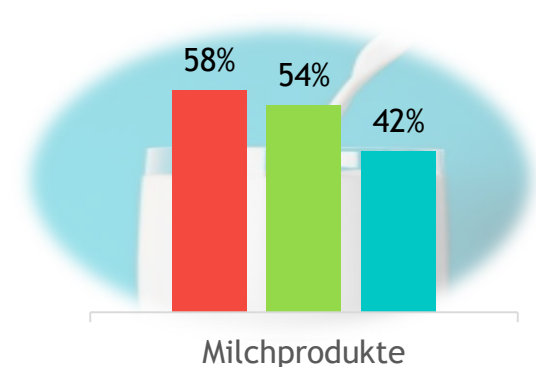
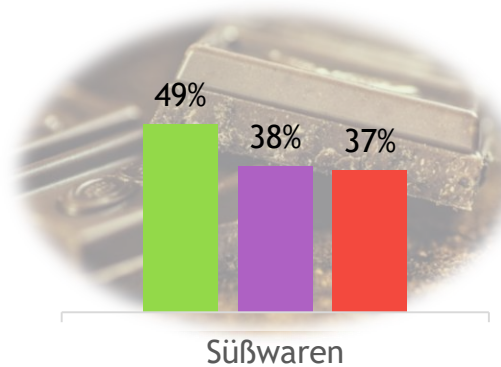
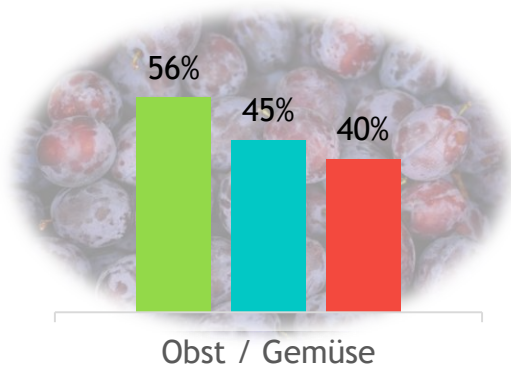
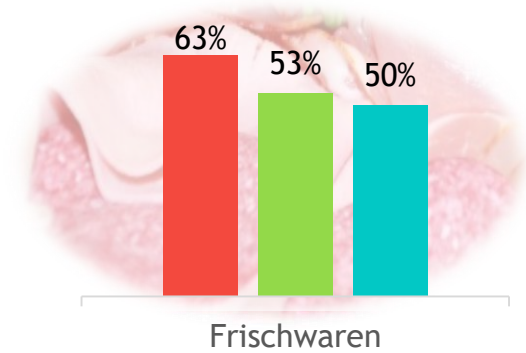
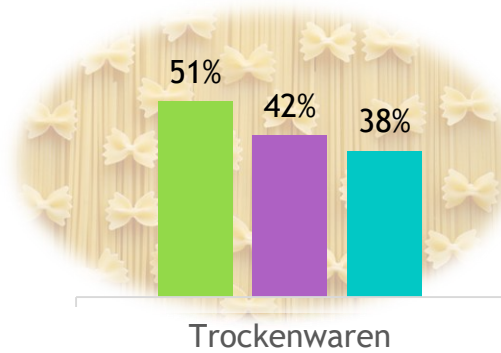
Was halten Sie von dem Beschluss der Europäischen Kommission, bestimmte Einweg-Plastikprodukte zu verbieten, für die es preislich erschwingliche Alternativen gibt (z. B. Plastikgeschirr, Strohhalme, Wattestäbchen)? Finde ich...



Quelle: YouGov Profiles, bevölkerungsrepräsentatives Sample (n=5.097), Stand: 19.12.2018

Darauf achten Verbraucher bei Produktverpackungen

Umweltfreundlichkeit gehört in Bezug auf die Verpackung in allen Produktkategorien zu den Top 3 Kriterien, auf die Verbraucher achten. Bei **Obst / Gemüse, Trocken- und Süßwaren** ist sie sogar das wichtigste Kriterium. Lediglich bei schnell verderblichen Waren wie Wurst und Käse oder Milchprodukten ist die Vermeidung von Keimbildung noch wichtiger.



Welche der folgenden Aspekte sind Ihnen in Bezug auf die Produktverpackung von Lebensmitteln in den folgenden Produktkategorien besonders wichtig?

Quelle: YouGov Umfrage 2019, bevölkerungsrepräsentatives Sample (n=1.023)

- Umweltfreundlichkeit
- Einfache Entsorgungsmöglichkeiten
- Vermeidung von Keimen
- Sichtbarkeit des Inhaltes / Produktes

Besonders im Bereich Obst und Gemüse können Unternehmen schnell handeln und neue Verpackungskonzepte umsetzen. Oder ganz auf Verpackungen verzichten...



Verbraucher wünschen sich Alternativen: Beispiel Aldi



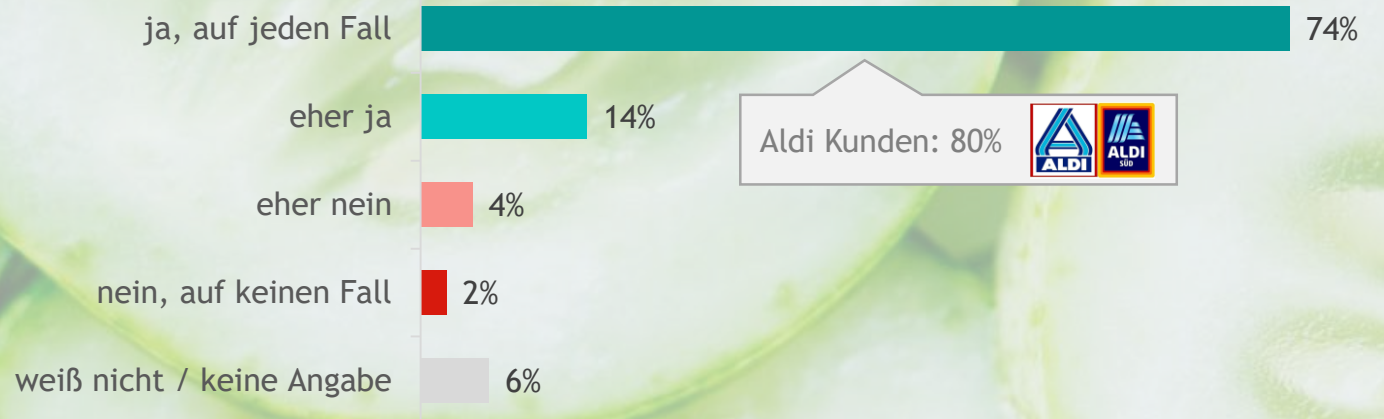
Nur **29%** der deutschen Verbraucher sind der Meinung, dass es bereits **ausreichend umweltfreundliche Verpackungen** gibt.

Damit ergibt sich für Handel und Produzenten klar der Auftrag, hier weitere Alternativen zu entwickeln bzw. anzubieten. Wer hier als Erstes innovative Ideen hat, punktet beim Verbraucher.

Eine aktuelle Analyse zeigt jedoch: Nicht immer muss es eine umweltfreundlichere Verpackung sein - manchmal kann die Verpackung genauso gut einfach gänzlich weggelassen werden.

So würde kaum ein Kunde den Kauf einer Gurke ohne Plastikfolie, wie ihn aktuell beispielsweise Aldi ankündigt, ausschließen - selbst wenn sich die Haltbarkeit dadurch um ein paar Tage verringert.

Kaufbereitschaft Gurke ohne Plastikfolie

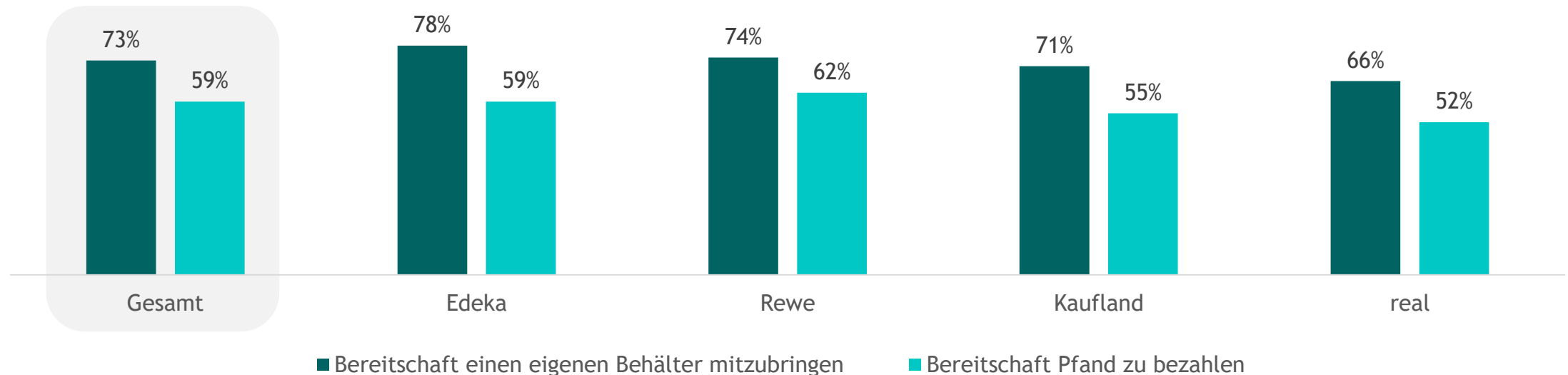


Der Discounter ALDI hat angekündigt ab April seine Gurken nicht mehr in Plastikfolie zu verkaufen und will dadurch etwa 120 Tonnen Kunststoff im Jahr einsparen. Durch eine Plastikfolie an der Gurke hält diese im Schnitt drei Tage länger als eine unverpackte. Würden Sie die Gurke ohne Plastikfolie kaufen, obwohl diese dadurch eventuell kürzer haltbar ist?

Mehrwegbehälter an der Frischetheke?

Speziell im Bereich Frischwaren müssen Supermärkte gar nicht unbedingt selbst eine umweltfreundliche Verpackungsart anbieten. Deutsche Verbraucher weisen bereits eine hohe Bereitschaft auf, für den Einkauf an der Frischetheke selbst einen wiederverwendbaren Behälter von zu Hause mitzubringen. Die Möglichkeit, für einen direkt im Supermarkt erhältlichen Mehrwegbehälter Pfand zu bezahlen, kommt hingegen weniger gut an.

Vor allem Edeka-Kunden haben eine hohe Bereitschaft, einen eigenen Behälter mitzubringen. Das Pfandsystem wird noch am ehesten von Rewe-Kunden akzeptiert. Kunden von Kaufland und real stehen beiden Optionen eher skeptisch gegenüber.



Fragestellung: Einmal angenommen, Sie möchten im Supermarkt Ware von der Frischetheke (z.B. Wurst, Fleisch, Käse) kaufen: Käme es für Sie generell in Betracht, einen Behälter (z.B. eine Plastikdose) von zu Hause mitzubringen, in den Ihre Waren dann eingepackt werden?

Und käme es für Sie generell in Betracht, für einen Behälter (z.B. eine Plastikdose) in den Ihre Waren dann eingepackt werden und den Sie an der Frischetheke erhalten Pfand zu bezahlen?

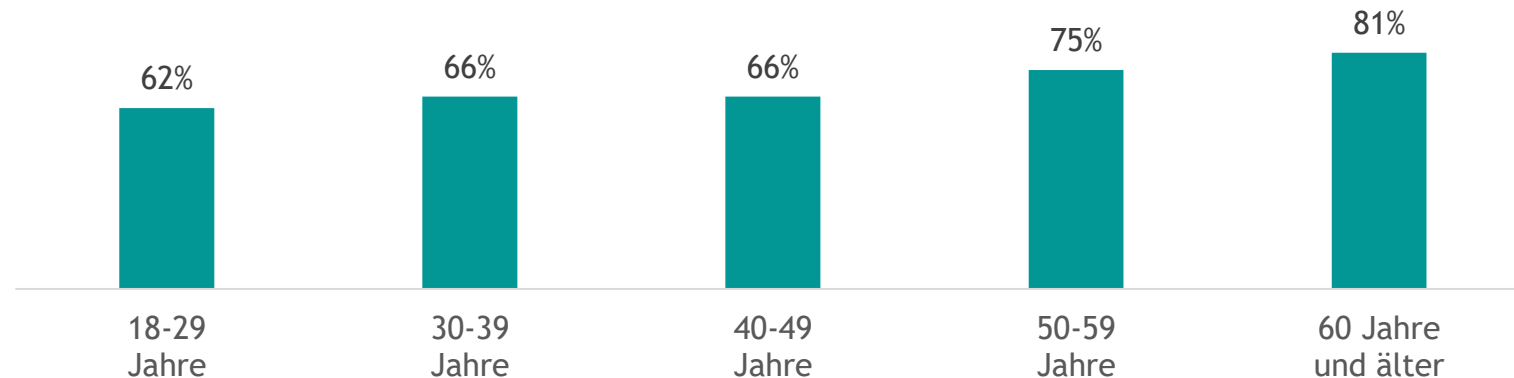
Quelle: YouGov Umfrage 2019, bevölkerungsrepräsentatives Sample (n=1.023); Kundenstatus: YouGov Profiles

Die Mehrheit versucht Verpackungsmüll zu vermeiden



72% der Deutschen wählen beim Einkauf bevorzugt Produkte, die **möglichst wenig Verpackungsmüll** verursachen.

Vor allem Älteren ist es ein Anliegen, Müll bereits bei der Produktauswahl im Supermarkt zu vermeiden. Jüngere Verbraucher achten vergleichsweise weniger auf den Verpackungsmüll.



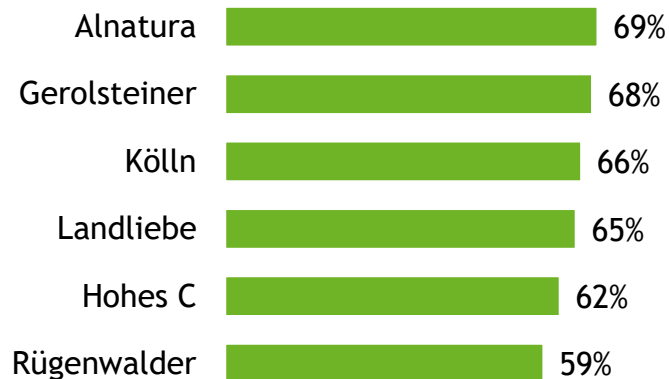
Quelle: YouGov Umfrage 2019, bevölkerungsrepräsentatives Sample (n=1.023)

Viele sind sogar bereit dafür höhere Preise zu bezahlen



52% der Deutschen sind bei umweltfreundlicher Verpackung **bereit, mehr** für ein Produkt zu bezahlen.

Vor allem Kunden folgender Marken zeigen die Bereitschaft, für eine umweltfreundliche Verpackung einen höheren Preis zu bezahlen:



Wohingegen Kunden der folgenden Marken eine besonders **geringe Zahlungsbereitschaft** für umweltfreundliche Verpackungen aufweisen:



Quelle: YouGov Umfrage 2019, bevölkerungsrepräsentatives Sample (n=1.023); Kundenstatus: YouGov Profiles

Deutsche Verbraucher wünschen sich in allen Produktkategorien mehr umweltfreundliche Verpackungslösungen - und lassen sich dafür auch selbst in die Pflicht nehmen.

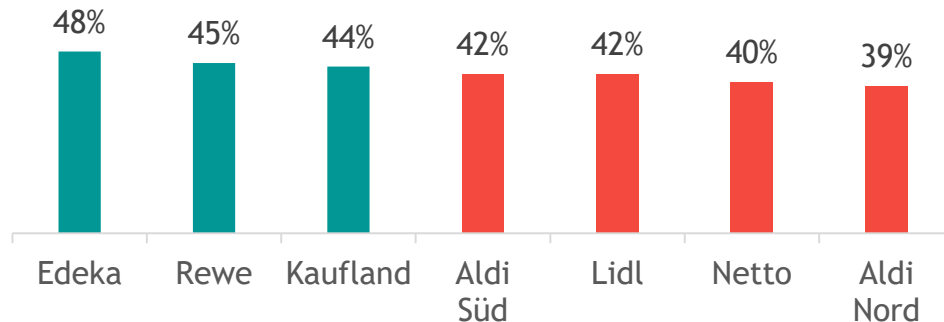


Über die Hälfte würde für umweltfreundlichere Verpackungen sogar den Supermarkt wechseln



46% haben im Supermarkt schon einmal auf einen **Kauf verzichtet**, weil das gewünschte Produkt in Plastik verpackt war.

Für Discounter ist die Gefahr, dass ihre meist preissensiblen Kunden ein Produkt aufgrund einer Plastikverpackung liegen lassen, etwas geringer:



53% der Deutschen würden sogar ihre **Haupteinkaufsstätte wechseln**, wenn ein anderer Supermarkt in der Nähe eine umweltfreundlichere Verpackung für ihre Produkte anbietet.

Vor allem Edeka und Penny müssen eine Abwanderung Ihrer Kunden fürchten, wenn Wettbewerber in der näheren Umgebung umweltfreundlichere Produktverpackungen anbieten.



58%



58%

Quelle: YouGov Umfrage 2019, bevölkerungsrepräsentatives Sample (n=1.023); Kundenstatus: YouGov Profiles

Klarer Anspruch der Verbraucher an Einzelhandel

Deutsche Verbraucher sind für das Thema **Verpackungsmüll sensibilisiert** und versuchen bereits bei ihrem Einkauf aktiv **Verpackungsabfälle zu vermeiden**. Viele sind sogar bereit, aufgrund einer umweltschädlichen Verpackung ganz auf den Kauf eines Produktes zu verzichten oder ihren Stamm-Supermarkt zu wechseln, wenn ihnen ein anderer Händler umweltfreundlichere Verpackungen bietet. Und: Nur wenige sind mit dem derzeitigen Angebot in diesem Aspekt bereits zufrieden.

Daraus ergibt sich an Einzelhändler und Unternehmen über alle Produktkategorien hinweg klar der Anspruch der Verbraucher, bei ihren Angeboten in Punkto Umweltfreundlichkeit nachzubessern.

Es gibt nicht die eine perfekte Verpackung



Während bei leicht verderblichen Waren neben der Umweltfreundlichkeit erwartungsgemäß **Hygieneaspekte**, wie die Vermeidung von Keimen, im Fokus der Verbraucher stehen, ist ihnen bei Obst / Gemüse die direkte **Sichtbarkeit** der Produkte besonders wichtig.

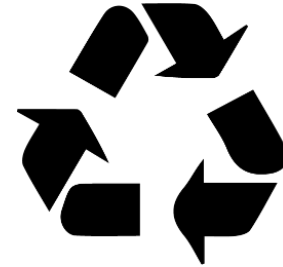


Auch das **Markenimage** beeinflusst die mögliche Verpackungsalternative: Es gibt Marken, die durch einen stark naturbezogenen Produktauftritt einen Kundenkreis ansprechen, der besonders natur- und umweltaffin ist und für umweltfreundlichere Verpackungen bereit ist, mehr zu zahlen. Auf der anderen Seite gibt es Marken, die vermeiden sollten, auf Alternativen umzusteigen, die für den Kunden einen höheren Einkaufspreis mit sich bringen.



Manchmal ist weniger Verpackung mehr

Doch nicht immer müssen sich die Anbieter um eine tatsächliche Alternative bemühen: Verbraucher sind durchaus bereit, beispielsweise für den Einkauf an der Frischetheke, auch eigene **Mehrwegbehälter** mitzubringen. Auch indem Supermärkte ihre Kunden in diese Richtung ermutigen, können sie also Pluspunkte in Sachen Umweltschutz sammeln.



Und manchmal ist auch die umweltfreundlichste Variante die Lösung: Nämlich die **Verpackung einfach ganz weg lassen**, wie es derzeit z.B. Rewe und Aldi mit dem Verzicht der Folienverpackung um die Gurke vormachen.

Methode

Tiefere Erkenntnisse durch Connected Data

YouGov Custom Research

Kurzumfrage: „Plastikverpackungen“

- Repräsentative Bevölkerungsbefragung (ab 18 Jahren) über das YouGov Online-Panel
- Stichprobenumfang: n=1.023
- Datenerhebung vom 11.03.-13.03.2019

<https://yougov.de/loesungen/custom-research/>

verknüpft mit

YouGov Profiles

Unsere Datenbank

- Mehr als 120.000 Variablen zu:
- Demographie
- Markennutzung und -wahrnehmung
- Verbraucher & Lifestyle
- Interessen, Einstellungen & Persönlichkeit
- Mediennutzung uvm.

<https://yougov.de/loesungen/profiles>

verknüpft mit

YouGov BrandIndex

Unser Marken-Tracking-Tool

- Tägliche Erhebung
- n>2.500 Interviews pro Tag
- Mehr als 1.200 Marken aus 36 Branchen
- Informationen zu 16 Dimensionen, darunter: Markenbekanntheit, Buzz, Werbewahrnehmung, Mundpropaganda, Zufriedenheit, Empfehlungsbereitschaft, Preis-Leistungs-Verhältnis, Kundenstatus, Kaufabsicht

<https://yougov.de/brandindex/>

verknüpft mit

YOUGOV IN ZAHLEN

Mehr als

6 MILLIONEN

PANEL-MITGLIEDER WELTWEIT

24 MILLIONEN

ABGESCHLOSSENE UMFRAGEN IM LETZTEN JAHR

>42000

PRESSENENNUNGEN IM LETZTEN JAHR

>2000

KUNDENBEZIEHUNGEN IM LETZTEN JAHR

Gegründet in **2000**

35

YOUGOV
STANDORTE
WELTWEIT

900

MITARBEITER
AUF DER
GANZEN WELT

42

YOUGOV -
PANELS
WELTWEIT

Eines der
Top 10

Marktforschungs-
netzwerke
weltweit

Ihr Kontakt bei YouGov



Daniela Loeck

Senior Consultant

T +49 221 42061 - 264
Daniela.Loeck@yougov.de



Kathrin Alt

Consultant

T +49 221 42061 - 463
Kathrin.Alt@yougov.de



Lisa Inhoffen

Data Journalist

T +49 221 42061 - 236
Lisa.Inhoffen@yougov.de