

SHOPPING VERBRAUCHER MÖCHTEN VERPACKUNGEN AUF PAPIERBASIS

Verbraucher in Europa senden eine klare Botschaft an den Einzelhandel: Nachhaltige Verpackungen sind wichtig! Der aktuelle *Two Sides Trend Tracker Report*, der die jüngsten Ergebnisse der regelmäßig durchgeführten Verbraucherumfrage präsentiert, zeigt, dass die Nachfrage nach Verpackungen auf Papierbasis online und im Laden groß ist.

Text und Bild: Two Sides

Online-Shopping hat die Art und Weise, wie Verbraucher Waren kaufen, verändert. Mit nur wenigen Klicks lassen sich Bestellungen aufgeben und an die Haustür liefern lassen. Während die Geschwindigkeit, Bequemlichkeit und Einfachheit des E-Commerce weithin geschätzt werden, wird einem weiteren Aspekt zunehmend Aufmerksamkeit geschenkt: der Nachhaltigkeit der verwendeten Verpackungs- und Liefermethoden.

Die Ergebnisse des *Two Sides Trend Tracker Reports 2025* zeigen, dass es 62% der europäischen Verbraucher bevorzugen, wenn online bestellte Produkte in Papierverpackungen geliefert werden. Das verdeutlicht die Erwartungen an einen nachhaltigen E-Commerce seitens der Konsumenten. Weitere 53% geben an, dass sie aktiv Maßnahmen ergreifen, um die Verwendung von Papierverpackungen in ihrem Alltag zu erhöhen und dass sie eher bei einem Einzelhändler kaufen würden, der sich dafür einsetzt, Plastik aus seinen Verpackungen zu verbannen.

Das Einkaufserlebnis im Laden

Wenn es um den physischen Einkauf in einem Store geht, zeichnen sich Einkaufsstätten aus Papier weiterhin durch ihre Umwelt-



Nahezu jede Verpackung kann auf Papier oder Karton basieren.

freundlichkeit aus. 63% der Verbraucher bevorzugen Papiertüten, weil sie kompostierbar und biologisch abbaubar sind, während 56% sie gerne nutzen, weil sie am besten recycelbar sind. Diese Präferenz spiegelt sowohl die praktischen Vorteile von Papier als auch das wachsende öffentliche Bewusstsein für seine Rolle in einer Kreislaufwirtschaft wider.

Papier und Pappe sind die am häufigsten recycelten Verpackungsmaterialien in Europa. Im Jahr 2023 wurden 87% aller Verpackungen auf Papierbasis recycelt, was mehr ist als bei Metallverpackungen (78%), Glasverpackungen (75%) und Kunststoffverpackungen (42%). Für die verschiedenen Label und Händler ist die Präferenz für Verpackungen aus Papier mehr als nur eine Entscheidung im Nachhaltigkeitsbereich, sie ist

auch ein wirtschaftlicher Vorteil. Die Tatsache, dass mehr als die Hälfte der Verbraucher angibt, sie würden mehr bei Einzelhändlern kaufen, die auf Plastik verzichten, zeigt, dass die Wahl der Verpackung einen direkten Einfluss auf die Kaufentscheidung hat.

Das große Ganze: Papier und die Kreislaufwirtschaft

Dies steht im Einklang mit dem allgemeinen Trend zu ethischem Konsum, bei dem Kunden über Preis und Qualität hinaus auch die Umweltbilanz eines Produkts berücksichtigen. In wettbewerbsintensiven Einzelhandelsbranchen können nachhaltige Verpackungen ein wichtiges Unterscheidungsmerkmal sein, das Unternehmen dabei hilft, das Vertrauen in ihre Marke und die Kundenbindung zu stärken.

»Diese Statistiken zeigen eine starke Veränderung im Verbraucherverhalten«, sagt JONATHAN TAME, Geschäftsführer von *Two Sides Europe*. »Die Käufer akzeptieren nicht einfach passiv, was ihnen angeboten wird, sondern treffen bewusste Entscheidungen, um Marken zu unterstützen, die ihren Umweltwerten entsprechen. Für Einzelhändler ist dies eine klare Chance, ihre Verpackungsstrategie an den Erwartungen der Kunden auszurichten.«

Von Online-Lieferungen bis hin zum Einkauf im Laden zeigen europäische Verbraucher eine klare und konsequente Unterstützung für Verpackungen auf Papierbasis. Einzelhändler, die sich hier entsprechend aufstellen, können nicht nur ihre Umweltbilanz beeinflussen, sondern auch die wachsende Zielgruppe von nachhaltig denkenden Kunden erschließen.

»Angesichts der zunehmenden Aufmerksamkeit für Abfallreduzierung und Ressourceneffizienz bieten Verpackungen auf Papierbasis eine praktische, bewährte Lösung«, sagt TAME.

Eine Zusammenfassung des *Trend Tracker Reports 2025* kann online eingesehen und heruntergeladen werden.

> www.de.twosides.info



Drei Plattformen – ein Thema: Programmatic Print.

Th!nk Pr!nt D!fferent!

Print ist für uns kein Massenmedium mehr. Wir setzen auf One-to-One. Selbst bei Millionenauflagen ist für uns jedes einzelne Blatt Papier – ein Unikat. Quasi der flachste Flatscreen der Welt. Den bespielen wir nach dem R.E.A.C.H.-Prinzip*. Damit erzielen wir die höchsten Conversion-Rates aller Kanäle. That's the D!fference. Let's Th!nk Pr!nt auf unsere Art und Weise!

PRESS publiziert

Wir stellen Programmatic Print ins Rampenlicht.



CAMPUS lehrt

Wir vertiefen das Wissen um Programmatic Print.



STAGE begeistert

Wir bieten Marktplatz und Bühne für Programmatic Print.



* Mehr zur
Erfolgsformel
im Program-
matic Print

programmatic-print.org

PPA
Programmatic
Print Alliance