

09.12.2020 – 14:02 Uhr

## **INVERTO-Studie: Verpackungen sollen umweltfreundlicher werden / Mehrheit der Verbraucher würde Mehrkosten akzeptieren**



*Köln (ots) -*

Plastiksteuer, Einwegtütenverbot, CO2-Zertifikate - die Politik lässt sich einiges einfallen, um die Flut des Plastikmülls einzudämmen. Auch immer mehr Konsumenten sehen herkömmliche Verpackungen kritisch. Für Handel, Konsumgüterhersteller und Verpackungsproduzenten haben nachhaltige Lösungen daher hohe Priorität. Allerdings hemmen Komplexität und ein Mangel geeigneter Materialien die Entwicklung, wie eine Studie von INVERTO, der auf Einkauf und Supply Chain Management spezialisierten Tochter der Boston Consulting Group, ergeben hat.

Für die Hälfte aller Befragten und sogar drei Viertel der Verpackungshersteller haben nachhaltige Verpackungen heute schon eine sehr große Bedeutung. 86 % gehen davon aus, dass der Bedarf in den kommenden Jahren weiter steigt. Aktuell beziffern die meisten Studienteilnehmer den Anteil nachhaltiger Verpackungen in ihrem Unternehmen auf maximal 25 %. In fünf Jahren, so die Erwartung, soll mindestens die Hälfte aller Waren umweltschonend verpackt werden. Die Unternehmen geben umso ehrgeizigere Ziele an, je stärker sie davon überzeugt sind, dass nachhaltige Verpackungen Image- und Wettbewerbsvorteile bringen.

**Die Komplexität ist hoch, die Verfügbarkeit niedrig**

Wann eine Verpackung das Prädikat "nachhaltig" verdient, ist jedoch nicht eindeutig geklärt. Auch gehen nicht alle Nachhaltigkeitsziele Hand in Hand - zum Beispiel schonen Mehrwegflaschen Ressourcen, verursachen aber viele CO<sub>2</sub>-Emissionen, wenn sie über hunderte Kilometer transportiert werden. Papier und Pappe bestehen aus nachwachsenden Rohstoffen und lassen sich gut recyceln. Werden Kartonagen allerdings beschichtet, etwa um wasserdicht zu sein, bleibt die nicht verwertbare Plastikfolie übrig und muss verbrannt werden.

Dementsprechend beklagt über die Hälfte der Studienteilnehmer die hohe Komplexität des Themas. Für international agierende Unternehmen steigt die Herausforderung zusätzlich durch unterschiedliche rechtliche Vorgaben. Einen Überblick über alle verfügbaren nachhaltigen Lösungen trauen sich nur 75 % der Verpackungshersteller zu, bei Handel und Konsumgüterproduzenten liegen die Zahlen sogar unter 50 %. Das könnte allerdings auch daran liegen, dass rund zwei Drittel der Befragten in ihren Einkaufsabteilungen über begrenztes Know-how und Kapazitäten verfügen. So überrascht es nicht, dass gut die Hälfte der Teilnehmer bisweilen Probleme hat, ausreichend Rohmaterial für nachhaltige Verpackungen zu bekommen.

### **Wer trägt die Mehrkosten?**

Nachhaltige Verpackungen sind oft teurer als herkömmliche - so kostet etwa Recycling-Kunststoff mehr als Neuware. An der Frage, ob die Verbraucher bereit sind, diese Mehrkosten zu tragen, scheiden sich die Geister: 50 % der befragten Experten aus den Unternehmen glauben das nicht, während 46% darauf vertrauen, dass sie zumindest einen Teil der Kosten weitergeben können.

Tatsächlich sind sehr viele Konsumenten bereit, Mehrkosten für nachhaltige Verpackungen zu tragen, wie eine von INVERTO in Auftrag gegebene repräsentative Kurzumfrage zeigt. So würden 72 % der Teilnehmer einen Preisaufschlag von mindestens 10 % akzeptieren, wenn ein Produkt nachhaltig verpackt ist. Für knapp 30 % wäre sogar eine Steigerung von über 20 % annehmbar.

Jüngere Befragte zeigen sich dabei aufgeschlossener als ältere: Von den Teilnehmern unter 30 Jahren lehnen nur 11 % einen Preisaufschlag generell ab, während bei der Altersgruppe zwischen 30 und 49 Jahren 27 % und bei den Befragten über 50 gar 37 % nicht bereit sind, für eine nachhaltige Verpackung mehr zu zahlen als für eine herkömmliche. Im Gesamtergebnis zeigt sich damit, dass Hersteller und Händler durchaus die Möglichkeit haben, höhere Kosten an die Verbraucher weiterzugeben, wenn sie die Preissteigerung glaubwürdig begründen können.

### **Ziele definieren und Transparenz schaffen**

Unternehmen, die auf nachhaltige Verpackungen umstellen oder den Anteil erhöhen wollen, sollten zunächst Schwerpunkte festlegen und sich dementsprechend einen Marktüberblick verschaffen. Denn: Je nachdem, ob der Fokus auf nachwachsenden Rohstoffen, Recyclingfähigkeit oder CO<sub>2</sub>-Fußabdruck liegen soll, sieht die Verpackungslösung anders aus. Kostenkalkulationen sollten neben Materialkosten auch Zusatzaufwände berücksichtigen, die etwa durch neue Maschinen oder veränderte Produktionsgeschwindigkeit entstehen.

Wichtig ist aber nicht nur die Kostenseite, betont Rudolf Trettenbrein, Geschäftsführer von INVERTO und Experte für Nachhaltigkeit in Handel und Konsumgüterbranche: "Wer jetzt investiert, sichert sich zukünftig Wettbewerbsvorteile und Imagegewinn. Außerdem werden die Preise für herkömmliche Verpackungen durch die geplanten Steuern und Abgaben weiter steigen. Langfristig zahlt sich Nachhaltigkeit also aus."

### **Studiendesign**

147 Teilnehmer nahmen an der INVERTO-Studie "Nachhaltige Verpackungen" teil. 46 % von ihnen sind in der Konsumgüterindustrie tätig, 34 % im Handel und 20 % bei Verpackungsproduzenten. Etwa die Hälfte der befragten Unternehmen erwirtschaftet einen Umsatz von über 500 Millionen Euro im Jahr.

Für die Konsumentenumfrage befragte das Institut INNOFACT 1.021 Männer und Frauen zwischen 18 und 69 Jahren.

Interessierte können die Studienergebnisse und Handlungsempfehlungen hier herunterladen:  
<https://www.inverto.com/publikationen/studienergebnisse-nachhaltige-verpackungen-2020/>.

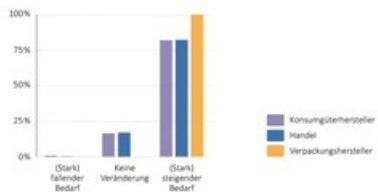
Pressekontakt:

INVERTO GmbH - Lichtstraße 43 i - 50825 Köln  
Melanie Burkard-Pispers - Leitung Marketing & Kommunikation  
Phone: +49 221 485 687 141 - Email: [mburkard@inverto.com](mailto:mburkard@inverto.com) - Web:  
[www.inverto.com](http://www.inverto.com)

## Medieninhalte



Rudolf Trettenbrein, Geschäftsführer von INVERTO und Experte für den Lebensmittelhandel. / INVERTO-Studie: Verpackungen sollen umweltfreundlicher werden / Mehrheit der Verbraucher würde Mehrkosten akzeptieren / Weiterer Text über ots und [www.presseportal.de/nr/70186](http://www.presseportal.de/nr/70186) / Die Verwendung dieses Bildes ist für redaktionelle Zwecke honorarfrei. Veröffentlichung bitte unter Quellenangabe: "obs/Inverto GmbH/(c) INVERTO GmbH"



In der Infografik sind die wichtigsten Ergebnisse der INVERTO-Studie über nachhaltige Verpackungen zusammengefasst. / INVERTO-Studie: Verpackungen sollen umweltfreundlicher werden / Mehrheit der Verbraucher würde Mehrkosten akzeptieren / Weiterer Text über ots und [www.presseportal.de/nr/70186](http://www.presseportal.de/nr/70186) / Die Verwendung dieses Bildes ist für redaktionelle Zwecke honorarfrei. Veröffentlichung bitte unter Quellenangabe: "obs/Inverto GmbH/(c) INVERTO GmbH"

**Begrenzter Marktüberblick und limitierte Verfügbarkeit nachhaltiger Materialien hemmen erfolgreiche Umsetzung**

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100051375/100861507> abgerufen werden.