

Gut verpackt?

Der Stellenwert nachhaltiger Verpackungen – Eine 360°-Studie

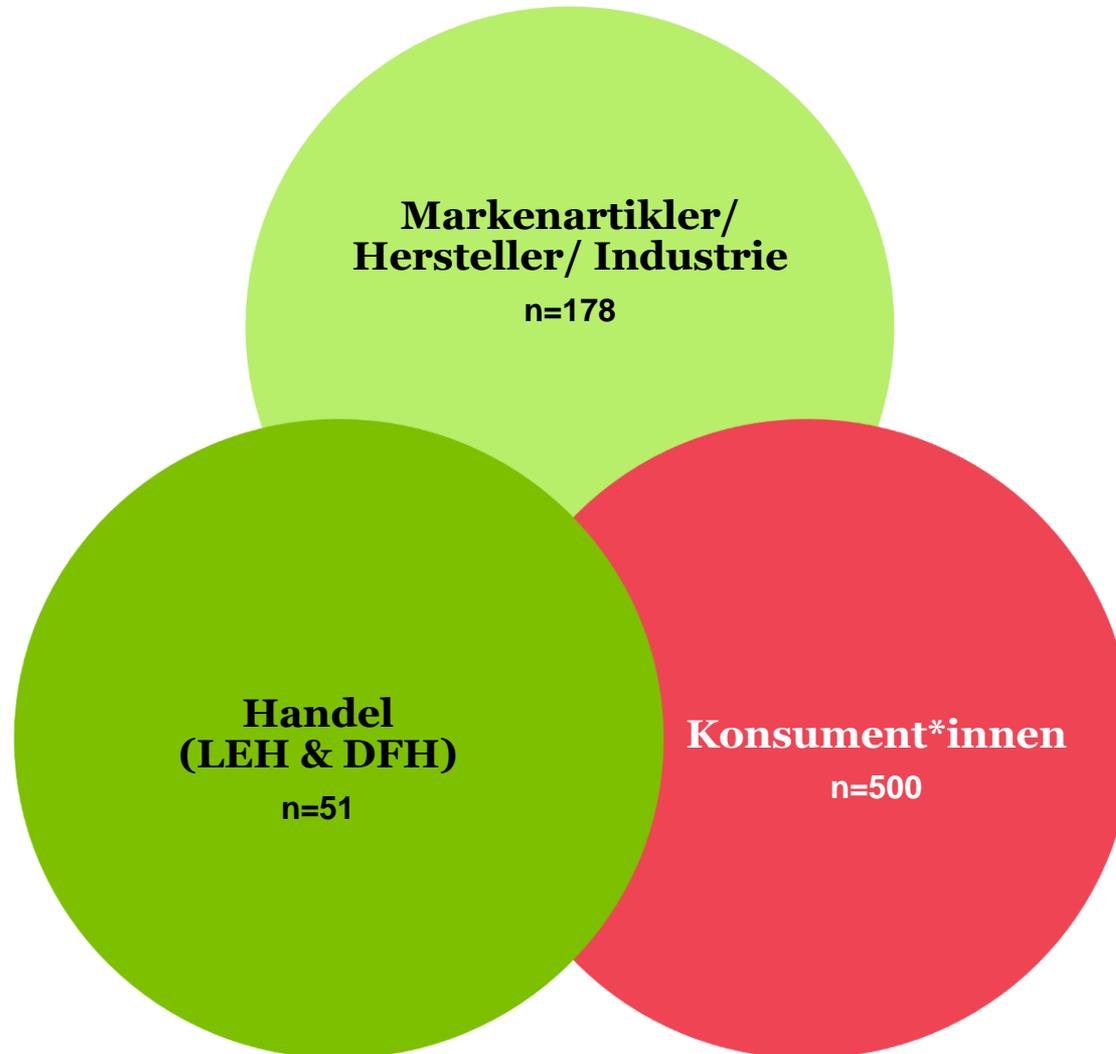


Dezember 2021

PRODUKT

marketagent.

360°-Studie unter Berücksichtigung aller Stakeholder

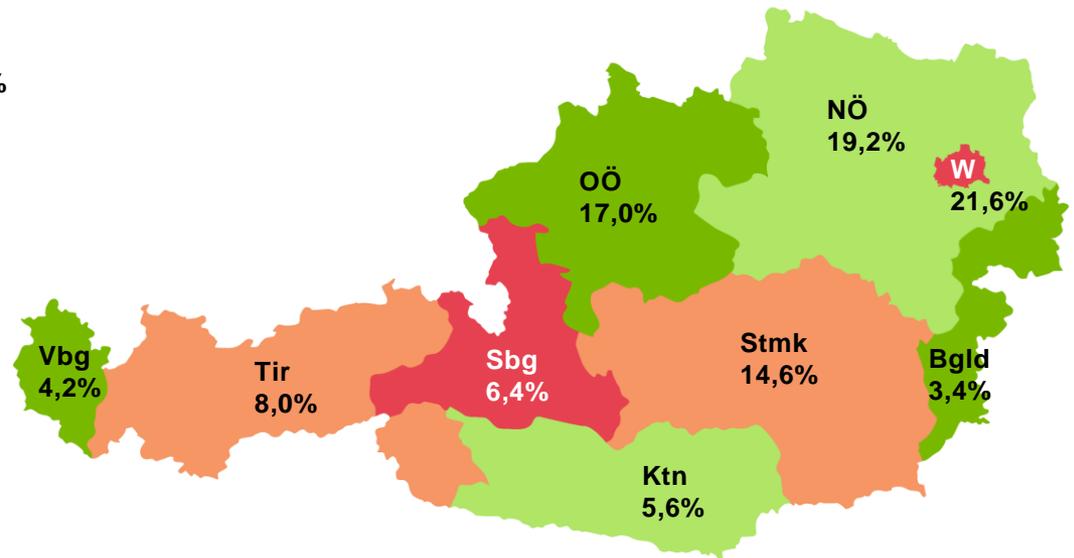
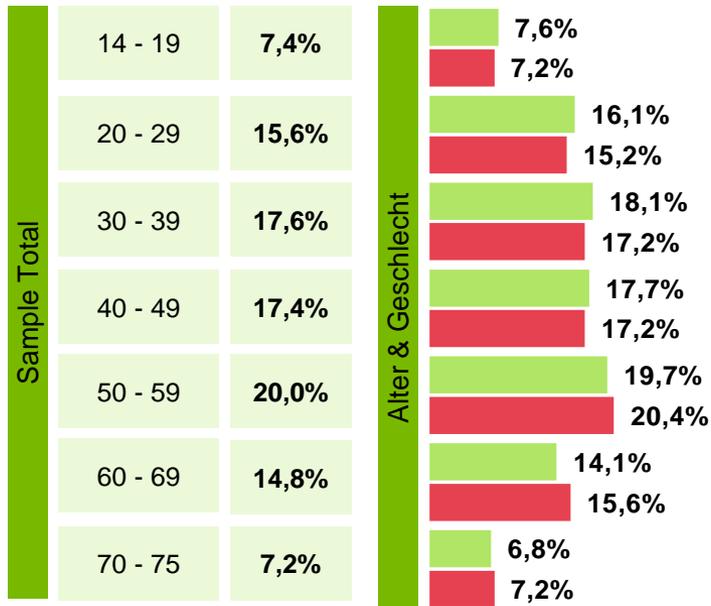


Umfrage-Basics

Auftraggeber	Eigenstudie in Kooperation mit dem Produkt Verlag
Methode	CAWI Marketagent Online Access Panel Leser*innen des Produkt-Magazins
Sample-Größe	Konsument*innen: n=500 MA/Hersteller/Industrie & Handel: n=229
Kernzielgruppe	Konsument*innen: 14 bis 75 Jahre MA/Hersteller/Industrie & Handel
Feldzeit	Konsument*innen: 29.10.2021 – 04.11.2021 MA/Hersteller/Industrie & Handel: 04.10.2021 –04.11.2021
Studienumfang	Konsument*innen: 12 Fragen MA/Hersteller/Industrie & Handel: 19 Fragen
Mobile Teilnahme	Konsument*innen: 56,8% MA/Hersteller/Industrie & Handel: 3,1%
Daten-Cleaning	Konsument*innen: 23 Respondent*innen MA/Hersteller/Industrie & Handel: 0 Respondent*innen

Zusammensetzung des Samples | n = 500

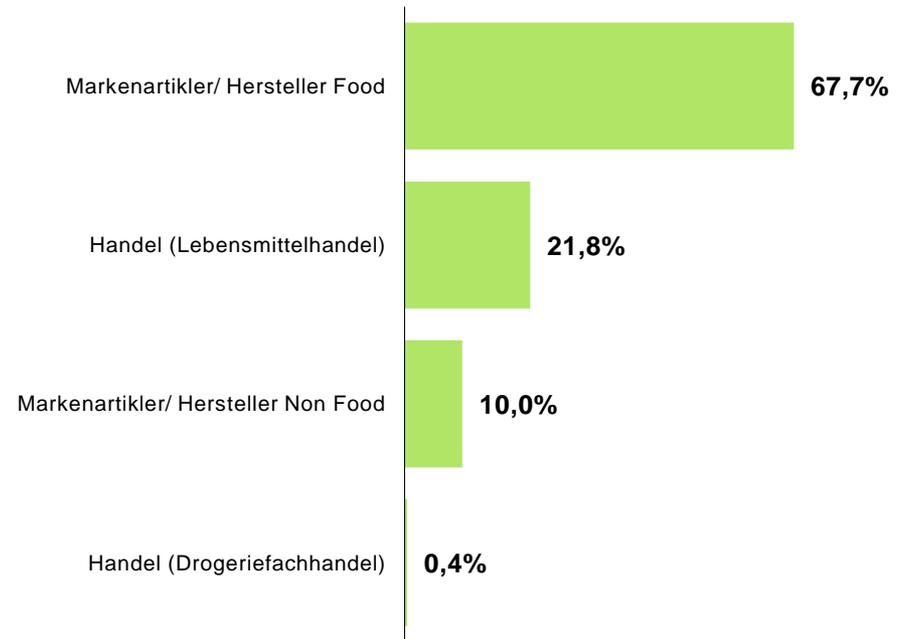
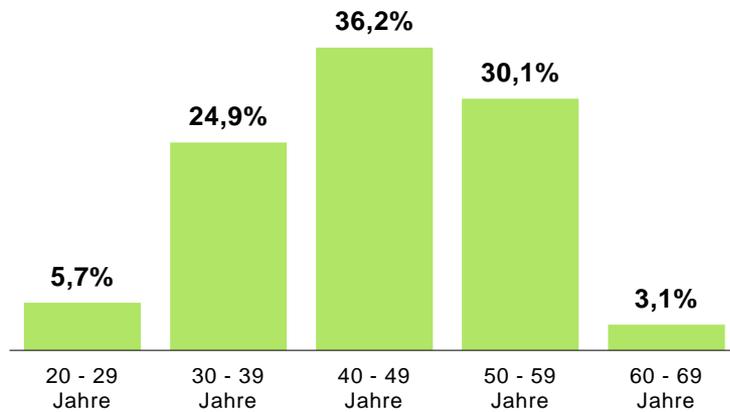
Konsument*innen



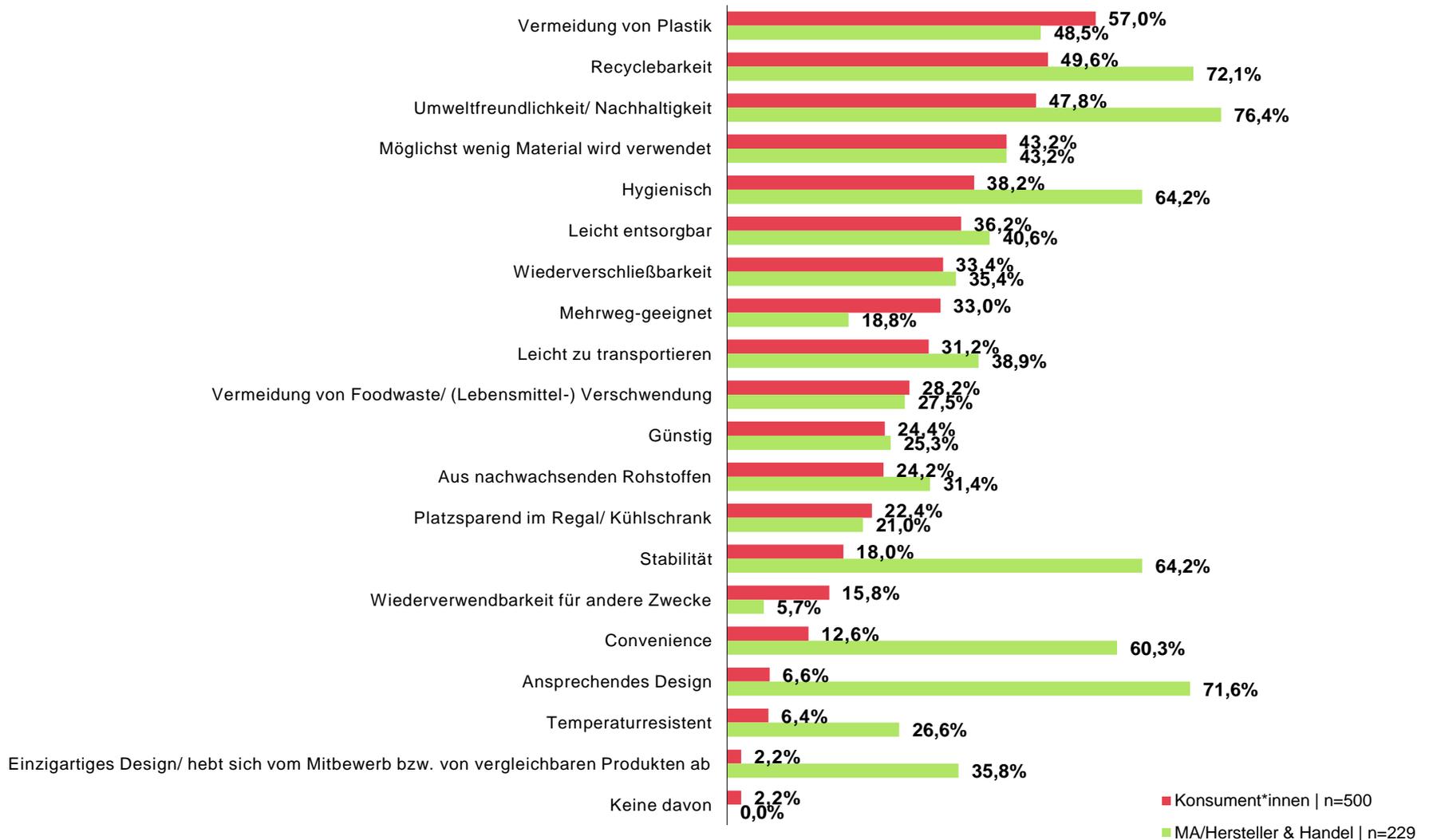
Zusammensetzung des Samples | n = 229

Markenartikler/ Hersteller/ Industrie & Handel

♂ 49,3% ♀ 50,7%

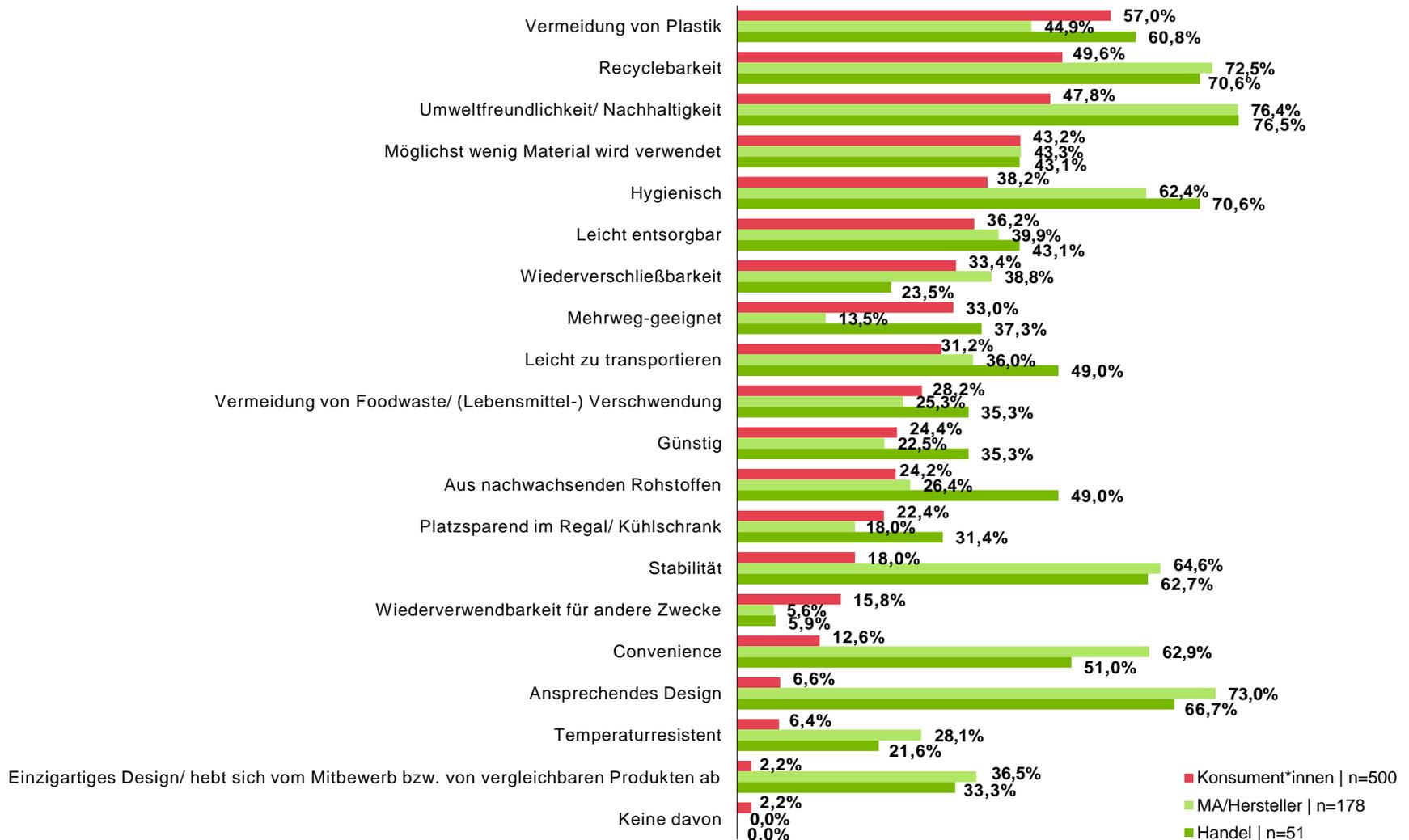


Wichtige Aspekte bei Produktverpackungen



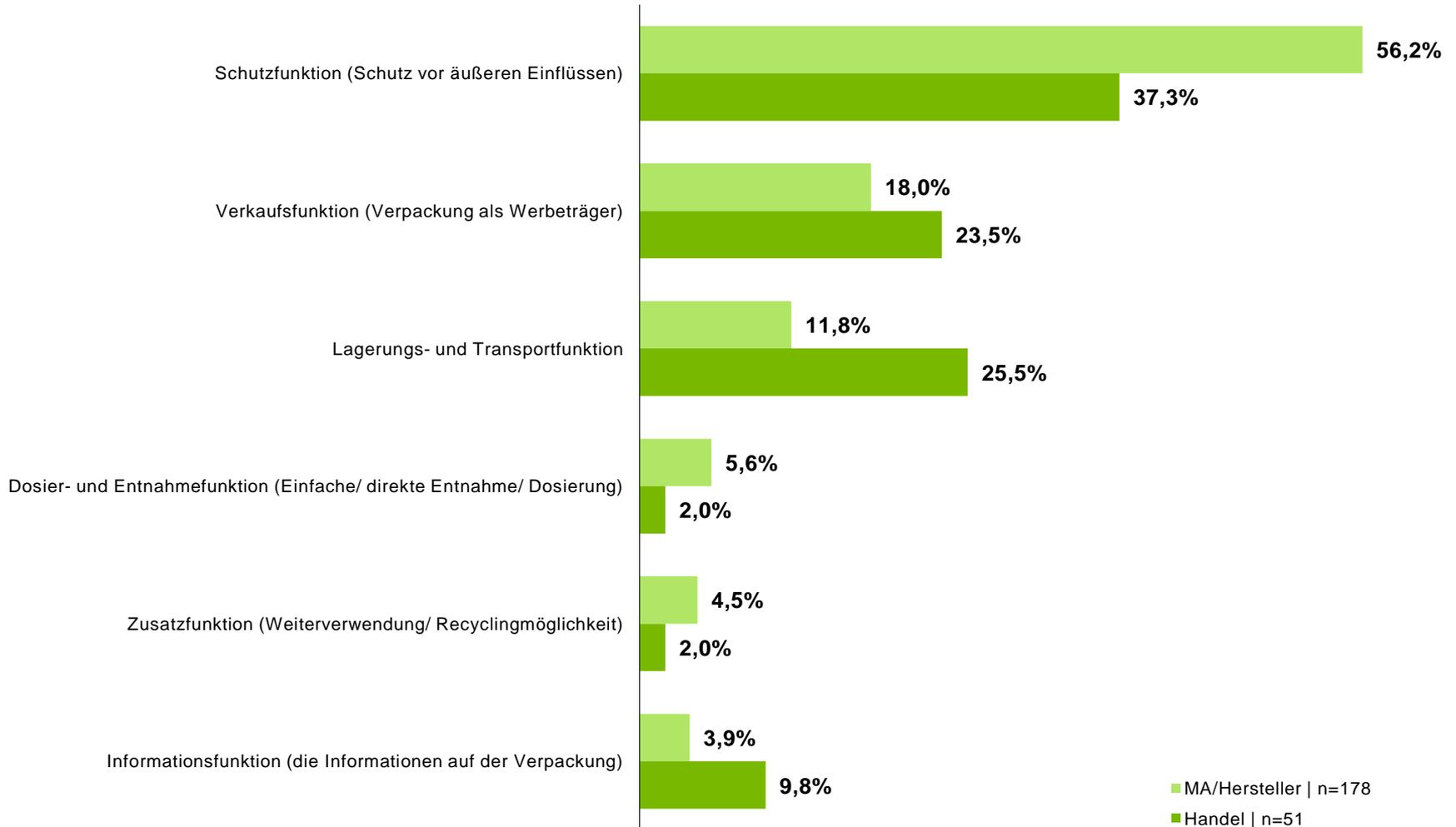
[...] Welche der folgenden Aspekte bei der Verpackung von Produkten (im Lebensmittel- und Drogeriefachhandel) sind Ihnen/ in Ihrem Unternehmen grundsätzlich wichtig? || Mehrfach-Nennung möglich

Wichtige Aspekte bei Produktverpackungen



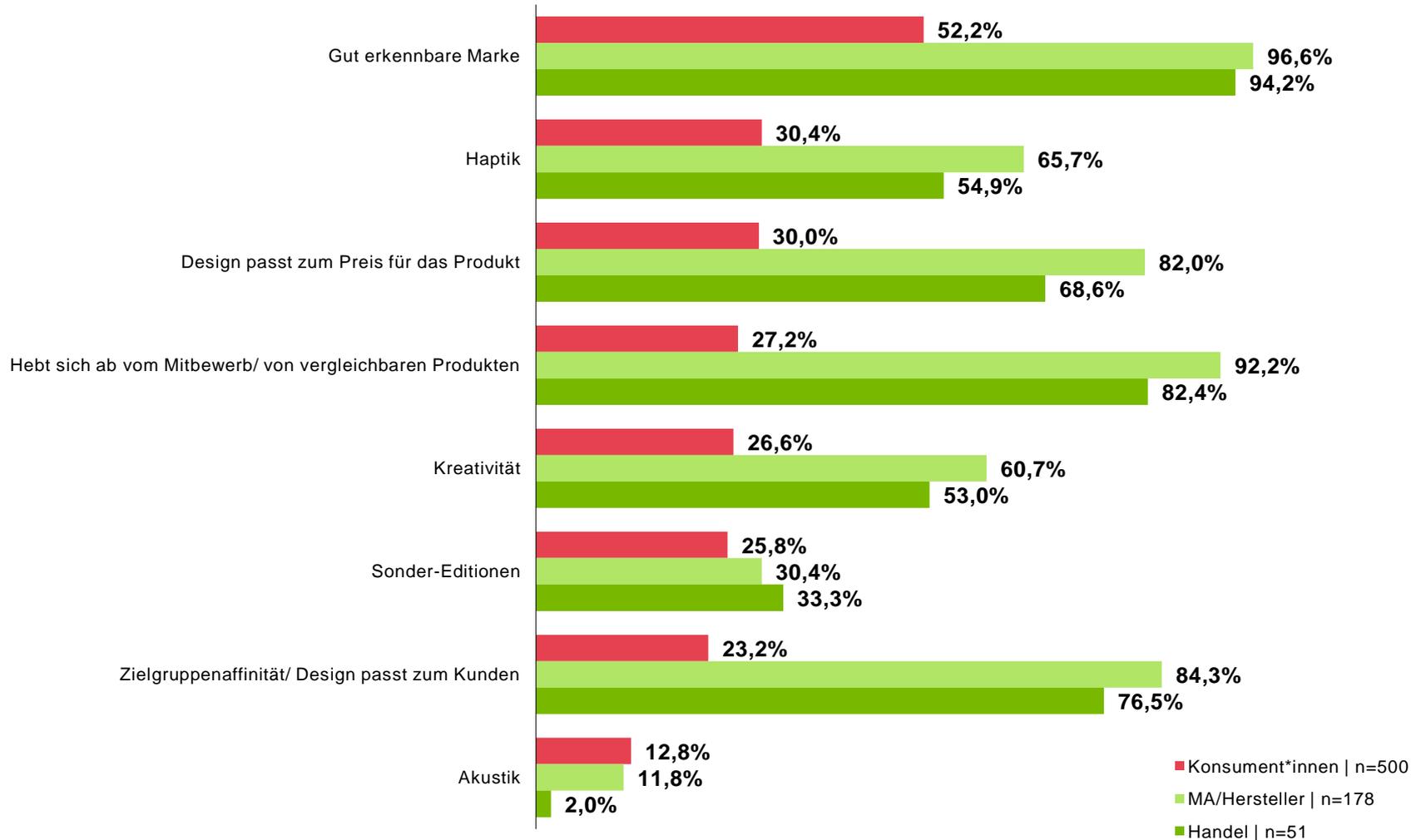
[...] Welche der folgenden Aspekte bei der Verpackung von Produkten (im Lebensmittel- und Drogeriefachhandel) sind Ihnen/ in Ihrem Unternehmen grundsätzlich wichtig? || Mehrfach-Nennung möglich

Wichtige Funktionen bei Verpackungen



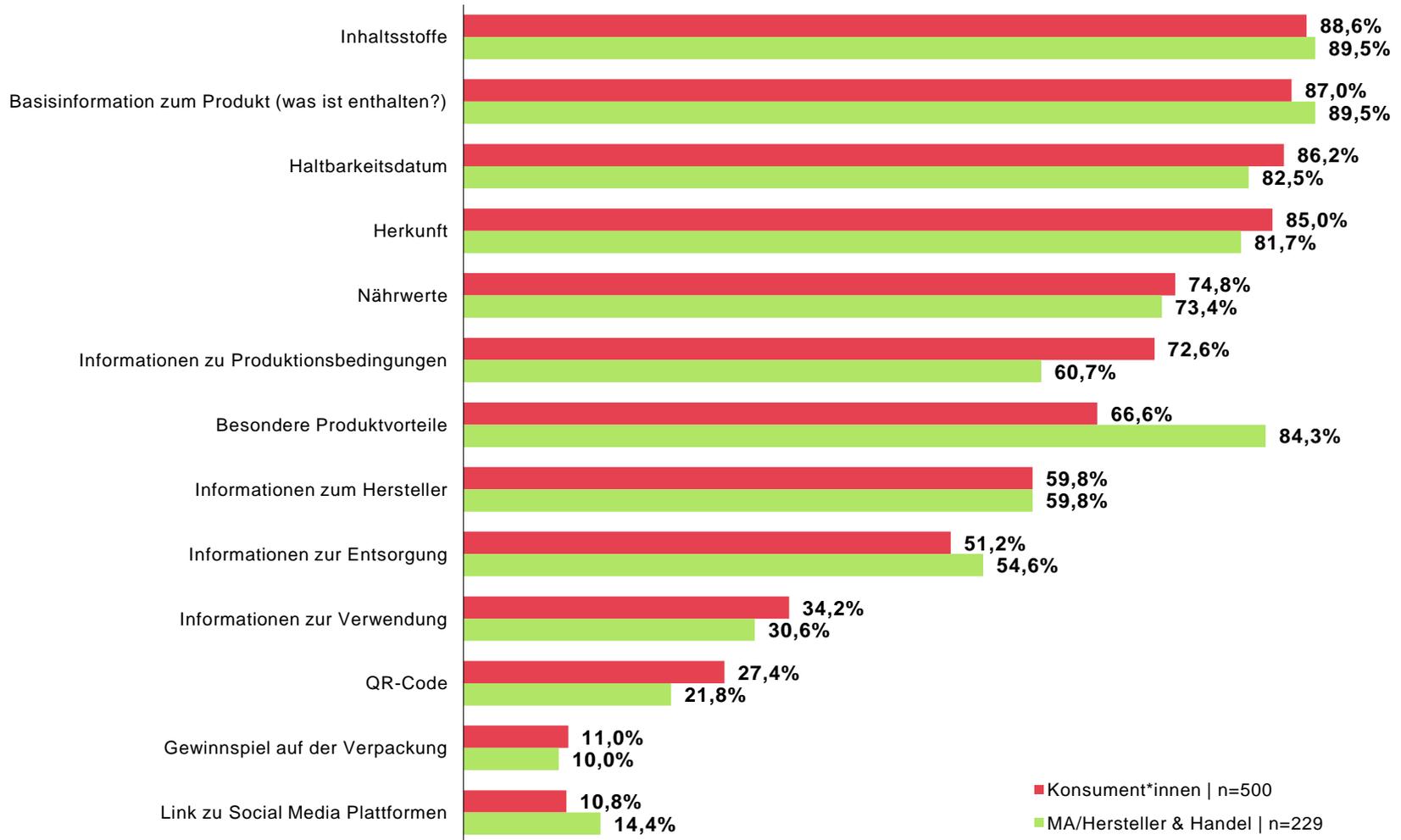
Als wie wichtig erachten Sie die jeweiligen Funktionen von Verpackungen? [...] || Top-Box: 1 = ist am wichtigsten

Wichtige Elemente beim Design von Produktverpackungen



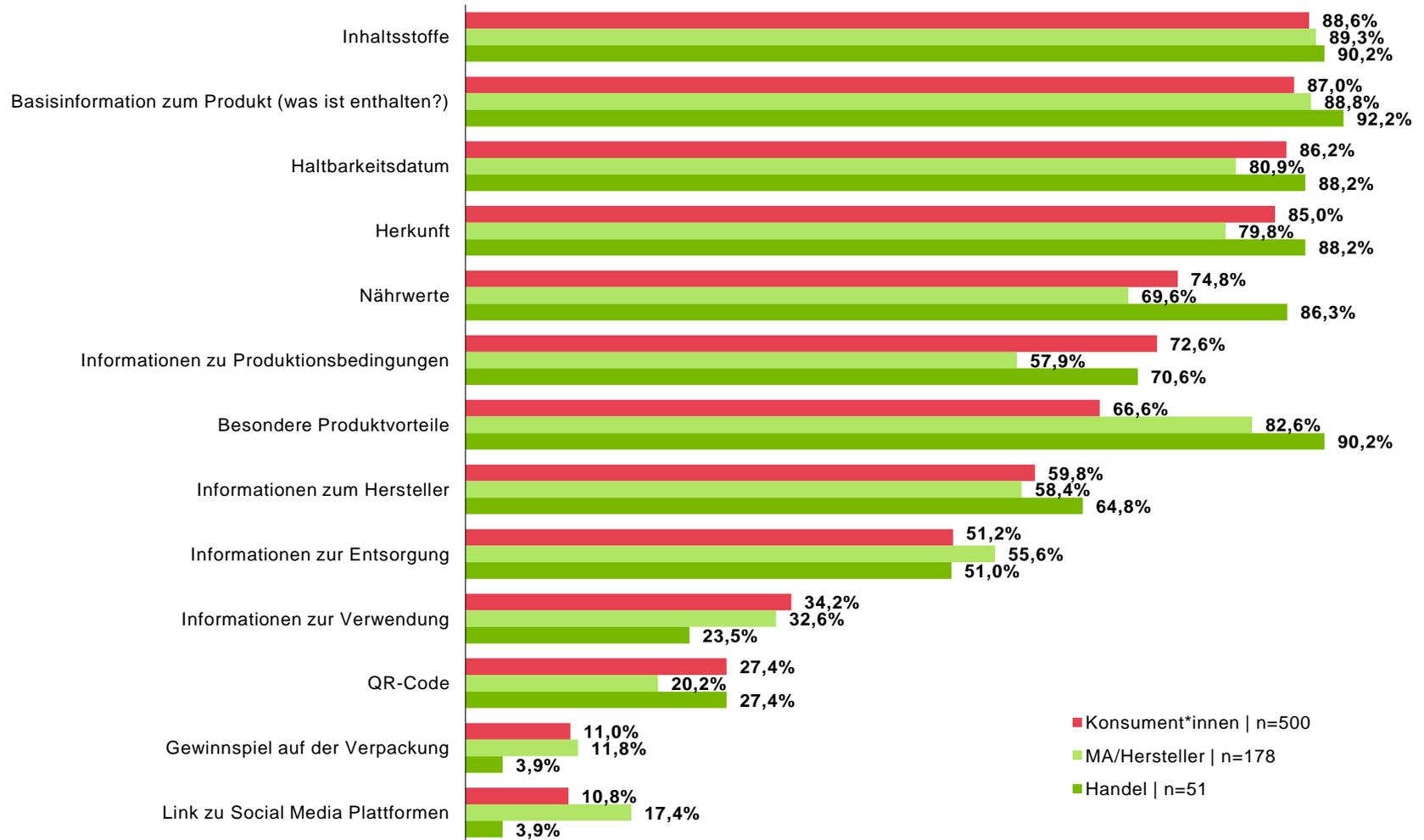
[...] Wie wichtig empfinden Sie die folgenden Elemente bezüglich des Designs von Verpackungen (von Produkten im Lebensmittel- und Drogeriefachhandel)? || Top-2-Box: sehr wichtig / eher wichtig

Wichtige Informationen auf Produktverpackungen



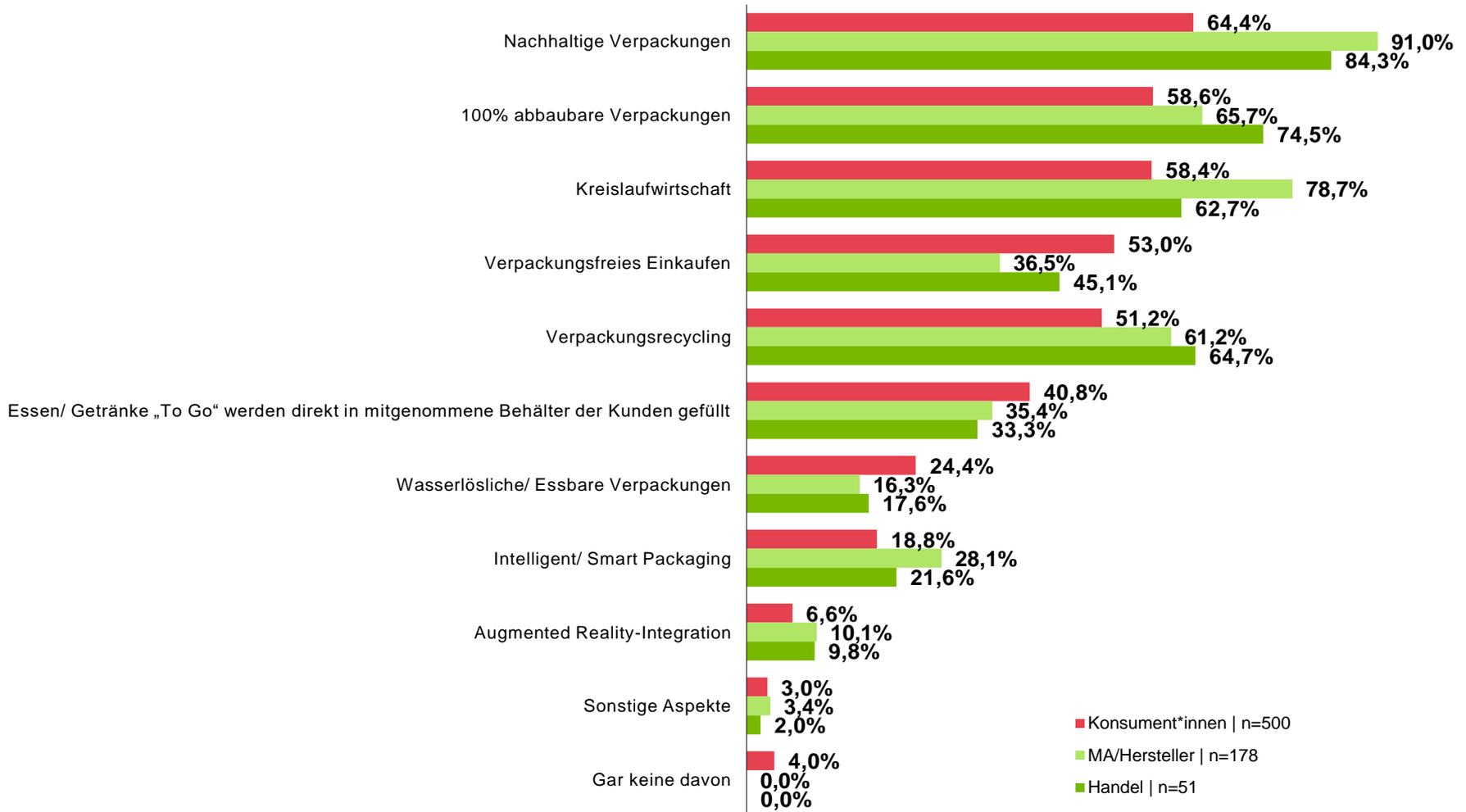
[...] Wie wichtig empfinden Sie die folgenden Informationen auf Verpackungen (von Produkten im Lebensmittel- und Drogeriefachhandel)? || Top-2-Box: sehr wichtig / eher wichtig

Wichtige Informationen auf Produktverpackungen

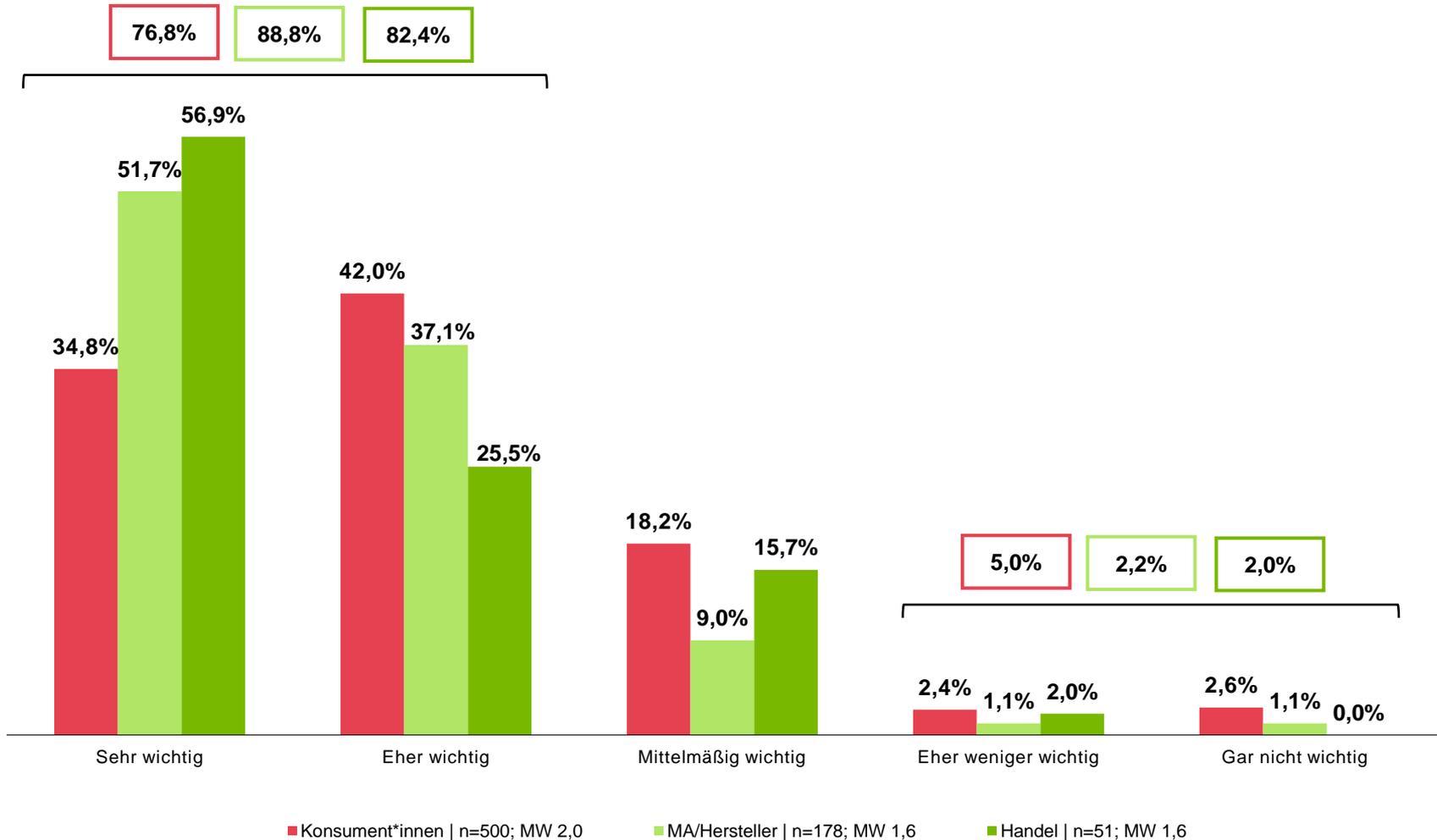


[...] Wie wichtig empfinden Sie die folgenden Informationen auf Verpackungen (von Produkten im Lebensmittel- und Drogeriefachhandel)? || Top-2-Box: sehr wichtig / eher wichtig

Aspekte, die bei Produktverpackungen an Bedeutung gewinnen werden

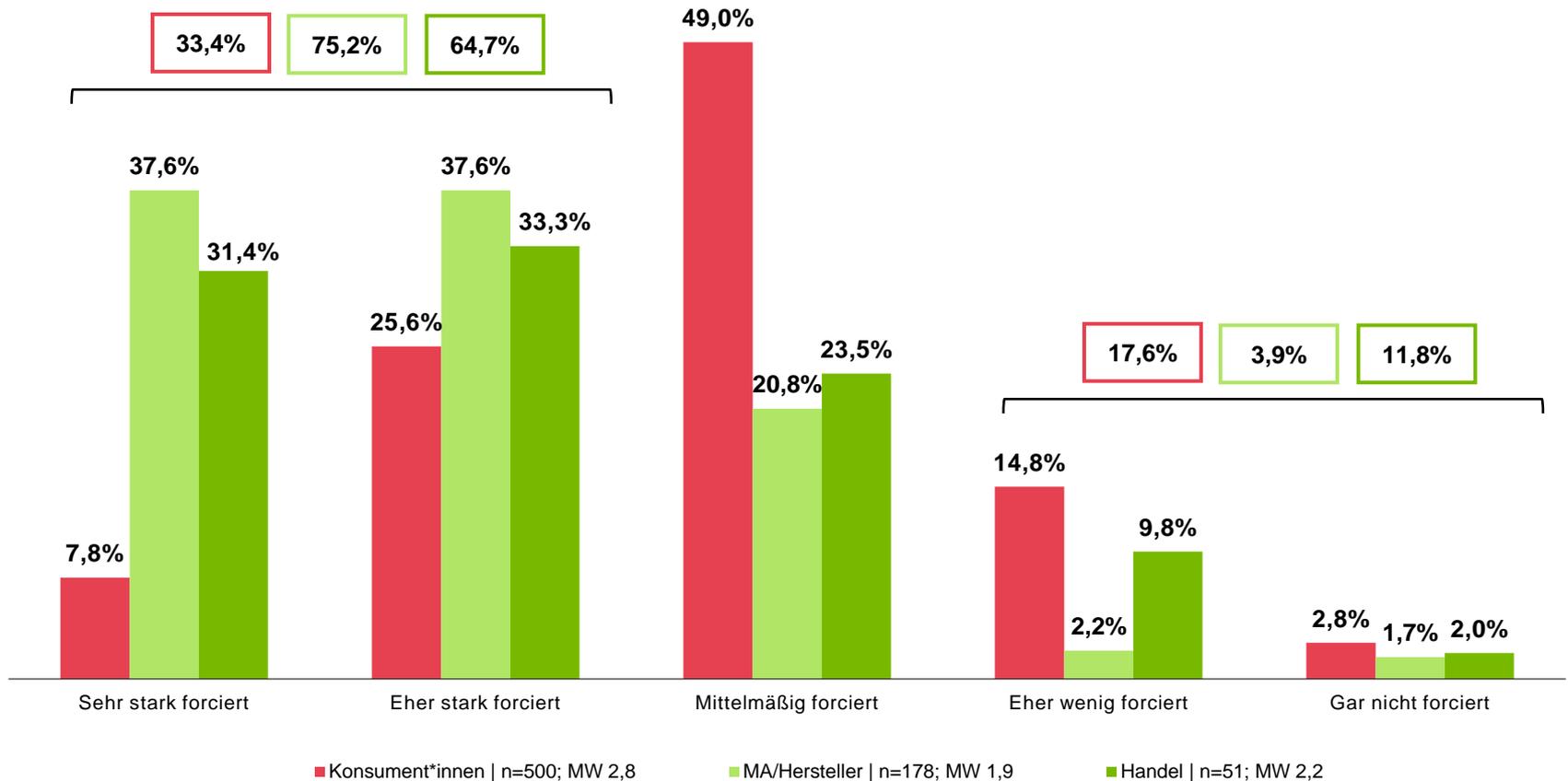


Wichtigkeit von Nachhaltigkeit bei Produktverpackungen



Wie wichtig ist es für Sie beim Kauf von Produkten im Lebensmittel- und Drogeriefachhandel, dass eine Verpackung nachhaltig ist? || Wie wichtig ist Ihrer Meinung nach ein Fokus auf nachhaltige Verpackungen, um sich von Mitbewerbern positiv zu unterscheiden?

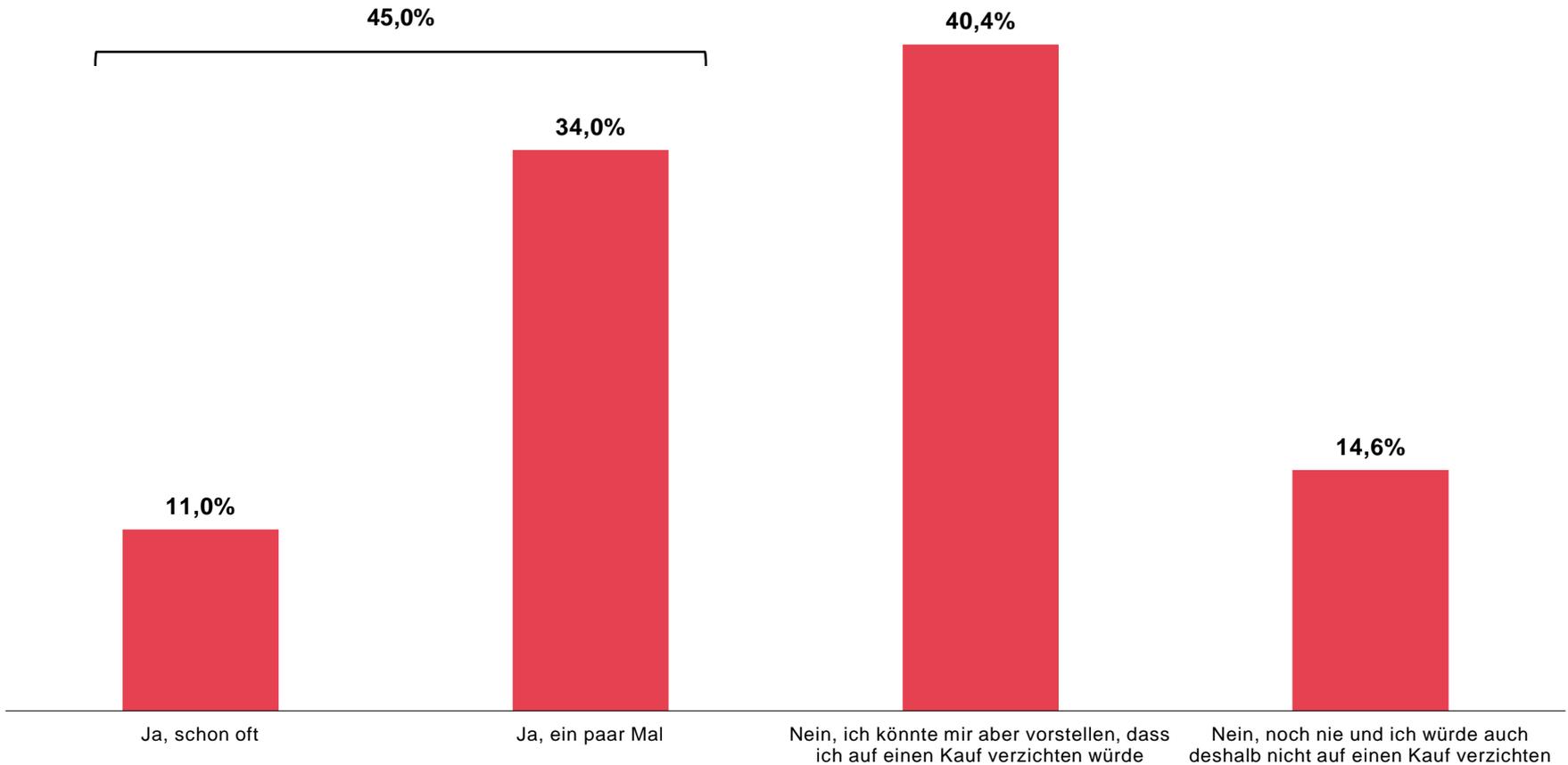
Wahrnehmung aktiver Forcierung auf nachhaltige Verpackungen



Inwiefern wird im Lebensmittel- und Drogeriefachhandel der Umstieg auf immer mehr nachhaltige Verpackungen Ihrer Meinung nach aktiv forciert? || Wird das Thema nachhaltige Verpackungen in Ihrem Unternehmen derzeit aktiv forciert [...]?

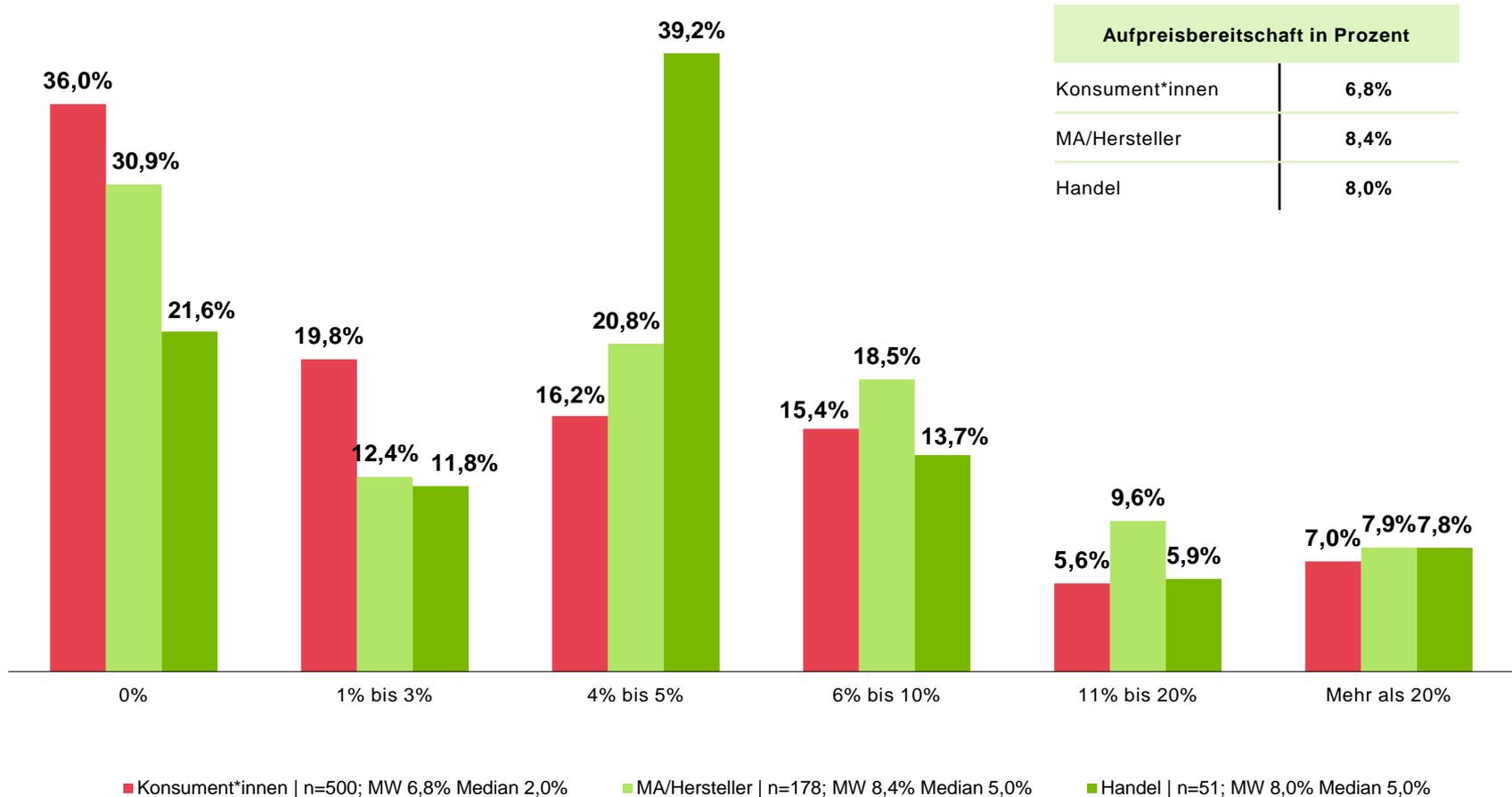
Verzicht auf Produkte, weil sie nicht nachhaltig verpackt waren

Konsument*innen || n=500



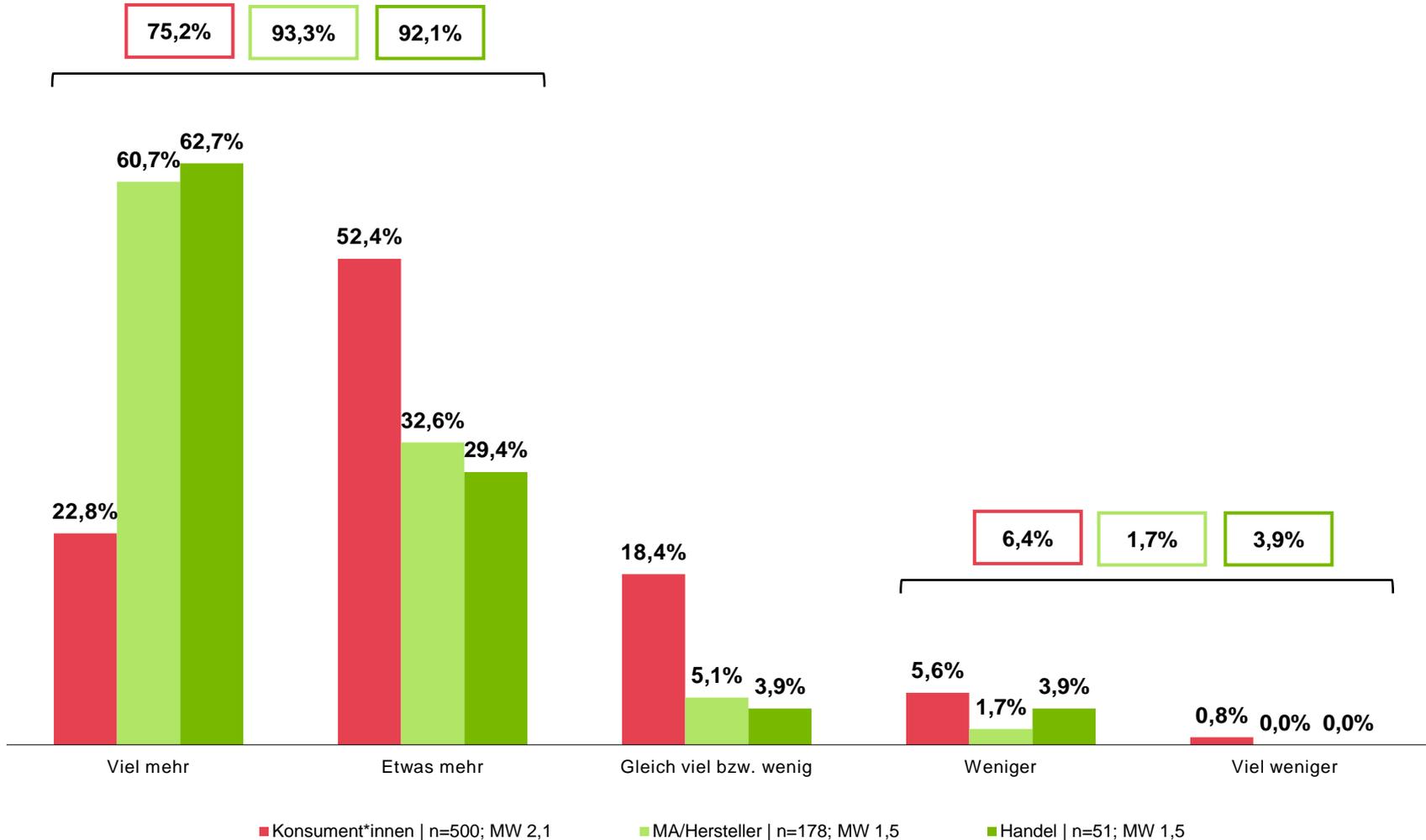
Haben Sie schon einmal auf den Kauf von Lebensmitteln oder Drogerieprodukten verzichtet, weil diese Ihrer Meinung nach nicht nachhaltig verpackt waren?

Aufpreis für Produkte in nachhaltigen Verpackungen



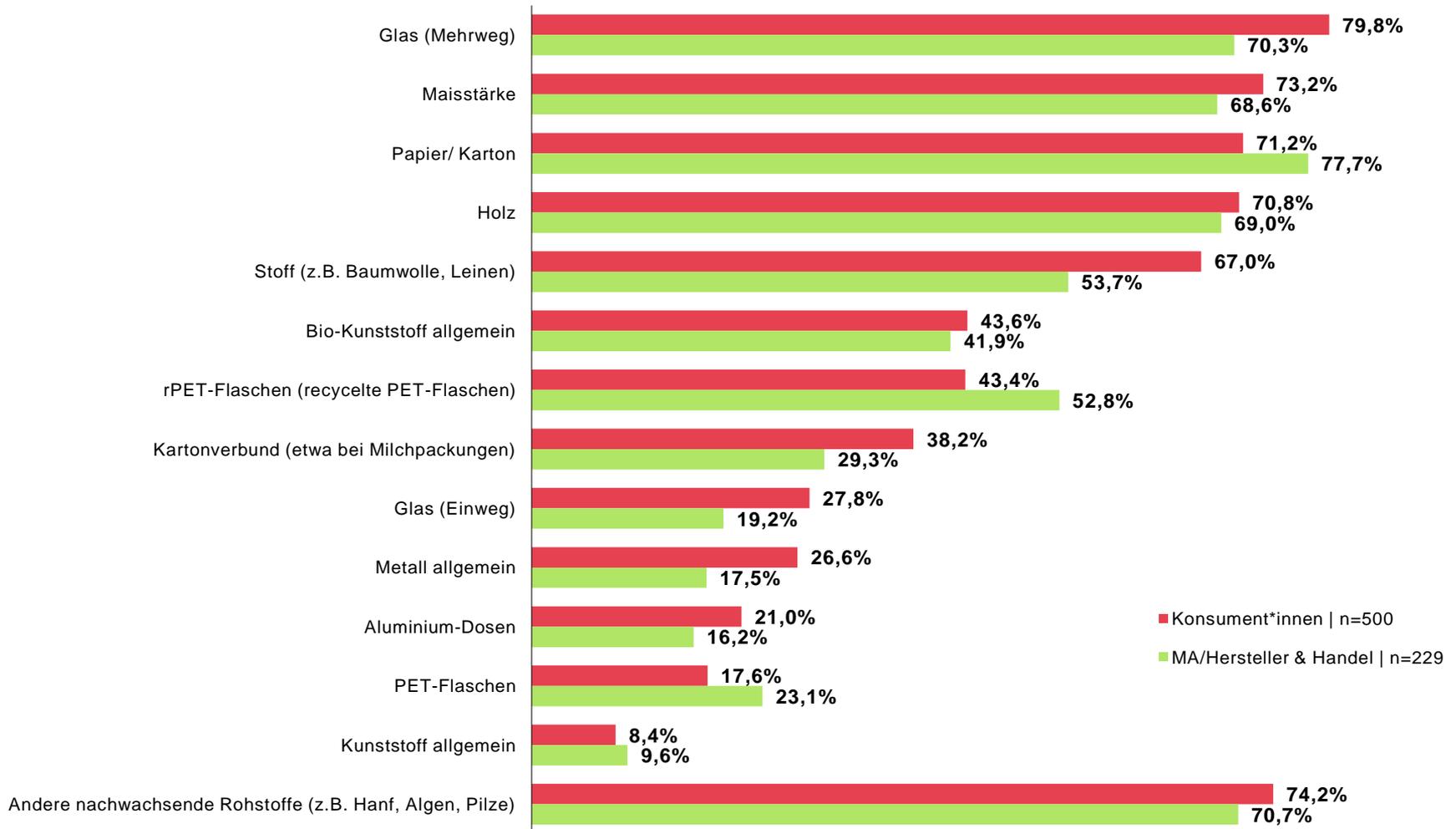
Wie viel wären Sie bereit für Produkte im Lebensmittel- oder Drogeriefachhandel in nachhaltiger Verpackung mehr zu bezahlen im Vergleich zu konventionell verpackten Produkten? [...] || Was schätzen Sie, wie hoch ist die Aufpreisbereitschaft der österreichischen Konsumenten für nachhaltige Verpackungen? [...]

Nachhaltige Verpackungen in 5 Jahren

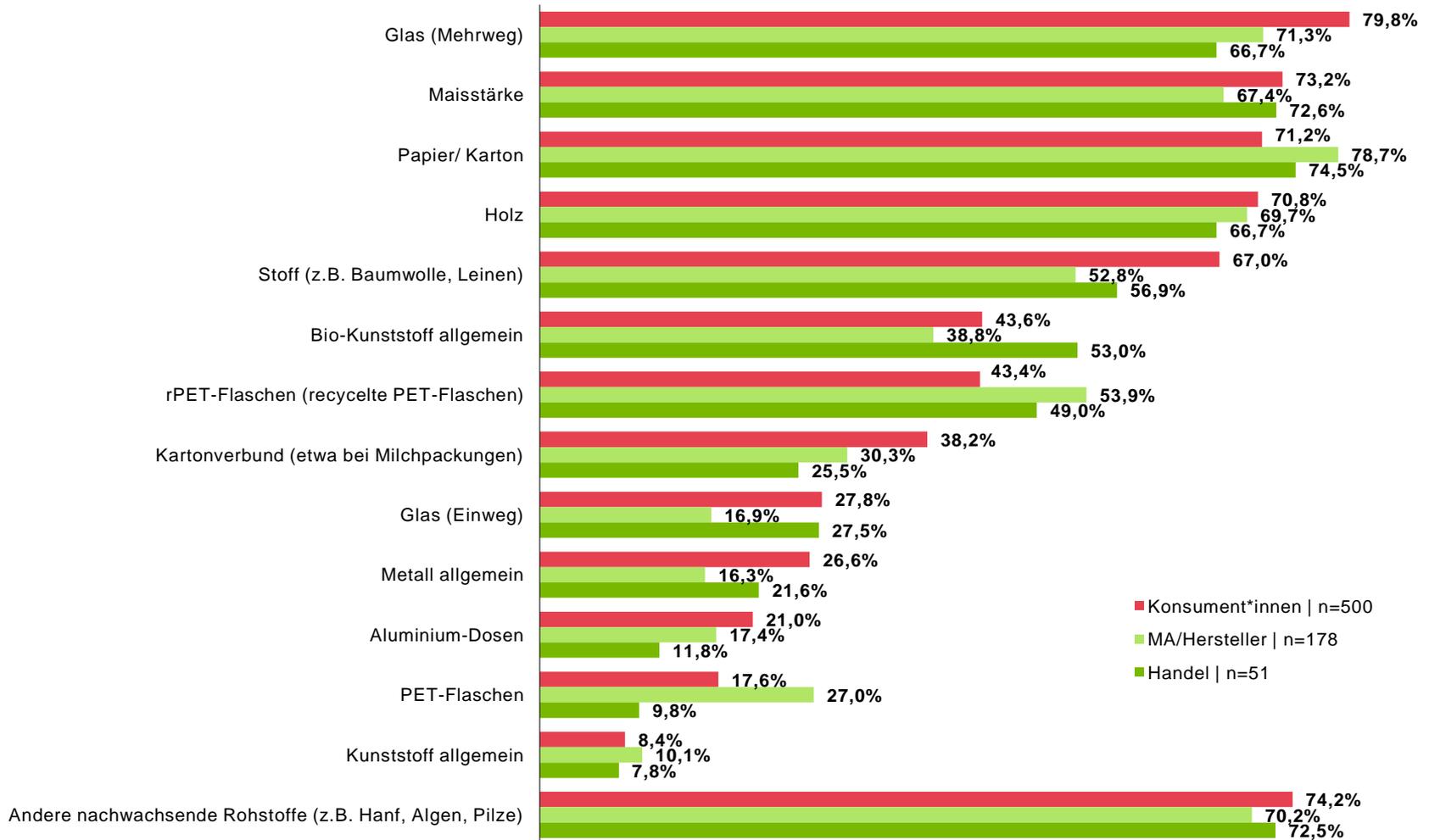


[...] Werden Ihrer Meinung nach (in Ihrem Unternehmen) in 5 Jahren mehr, gleich viele oder weniger nachhaltige Verpackungen verwendet werden als heute?

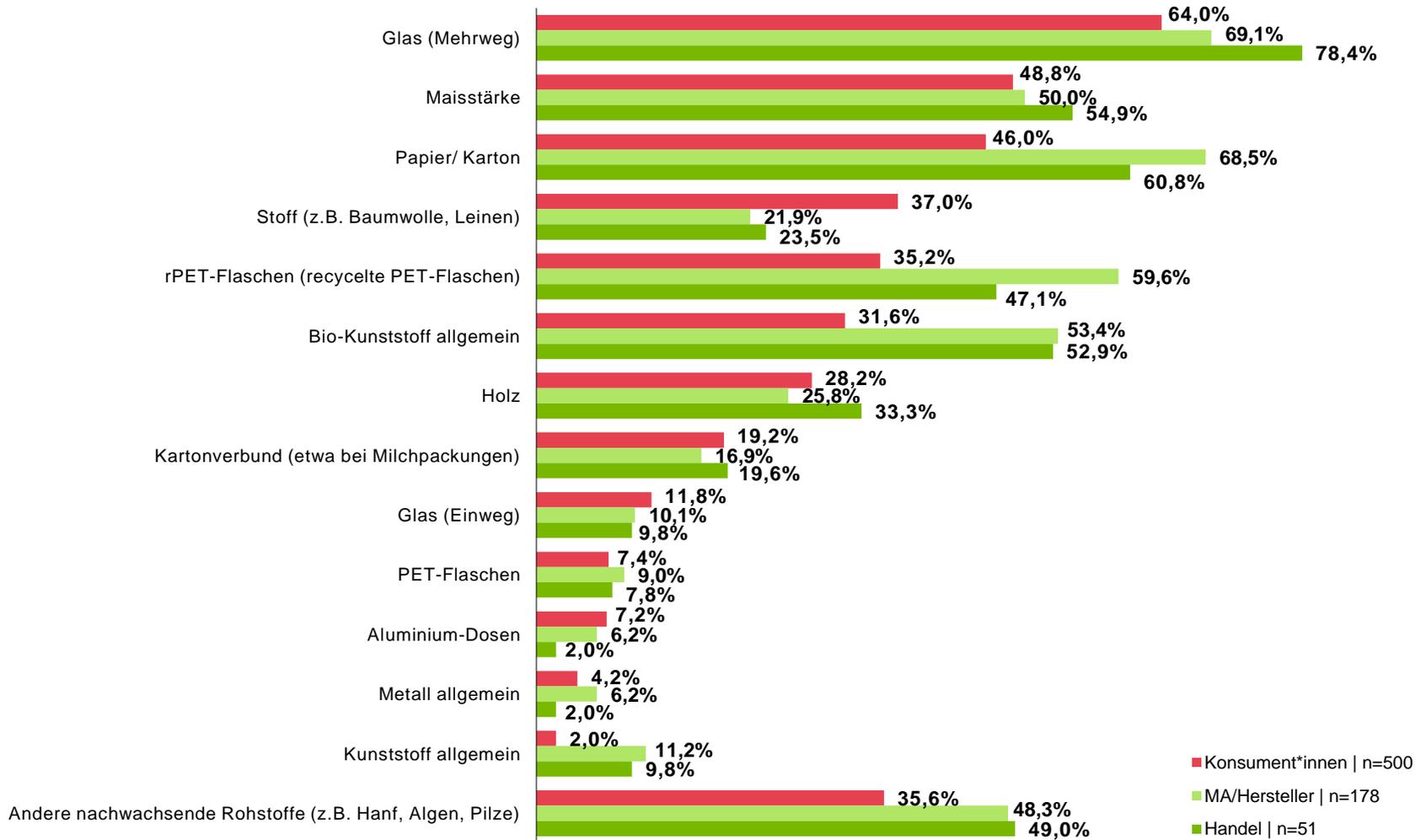
Nachhaltige Verpackungsmaterialien/-arten



Nachhaltige Verpackungsmaterialien/-arten



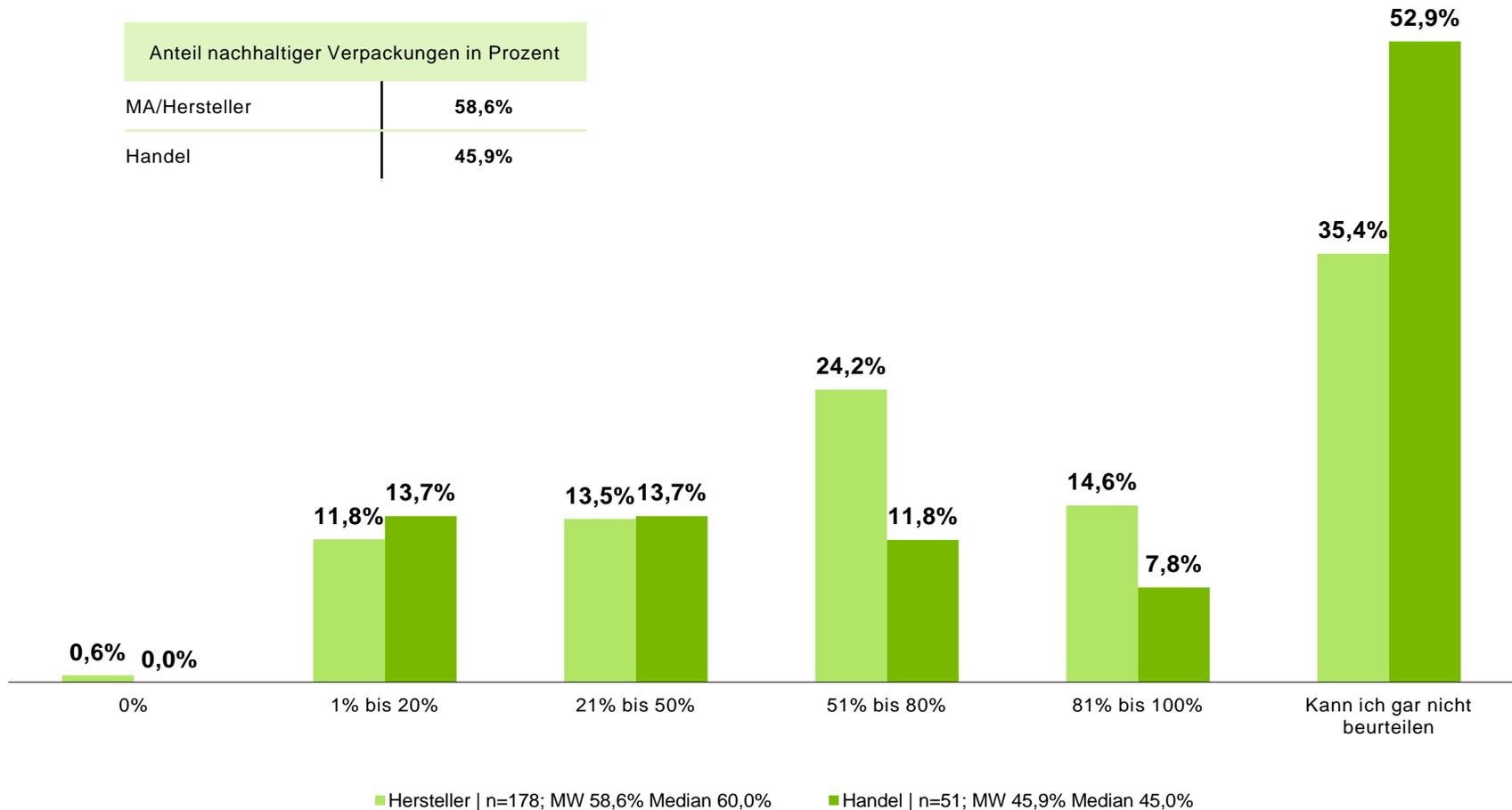
Verpackungsmaterialien/-arten, die an Bedeutung gewinnen werden



Und welche Verpackungsmaterialien/-arten werden Ihrer Meinung nach in Zukunft an Bedeutung gewinnen? || Mehrfach-Nennung möglich

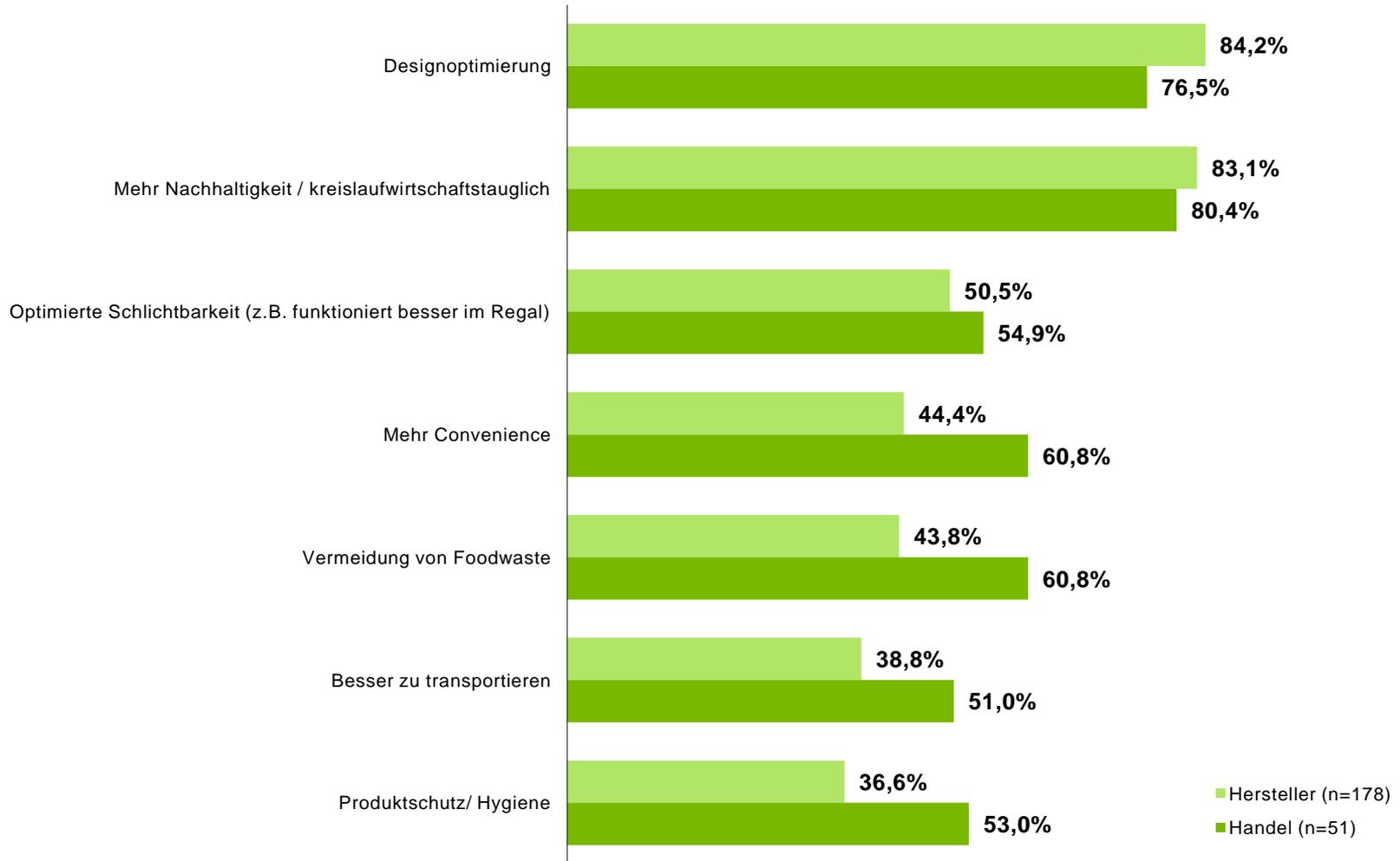
Anteil der nachhaltigen Verpackungen im Unternehmen

Anteil nachhaltiger Verpackungen in Prozent	
MA/Hersteller	58,6%
Handel	45,9%



Wieviel Prozent der Verpackungen in Ihrem Unternehmen würden Sie als nachhaltig bezeichnen?

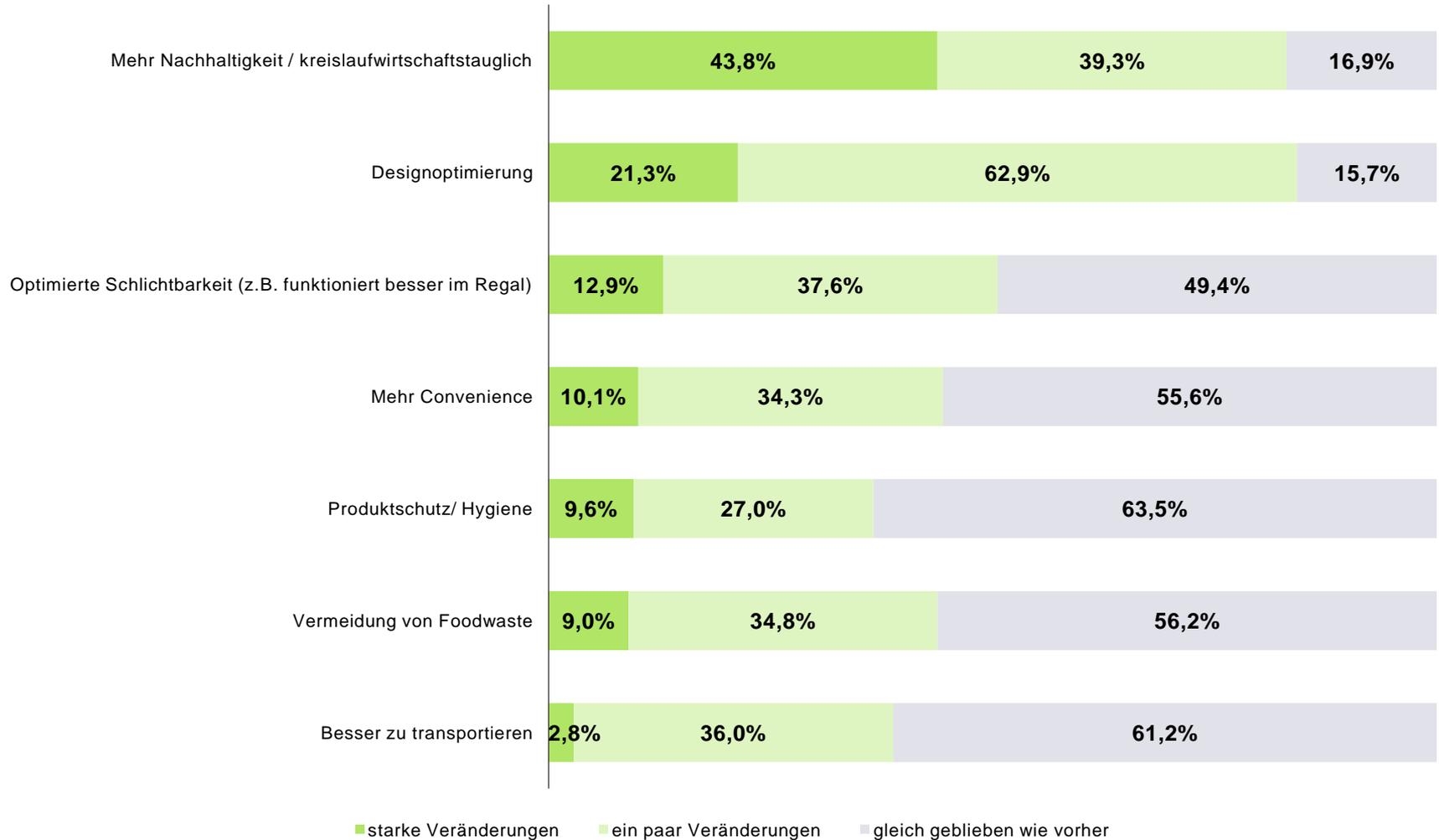
Umstellungen bzgl. Verpackungen im letzten halben Jahr



[...] Gab es im letzten halben Jahr in Ihrem Unternehmen in den folgenden Bereichen Umstellungen bezüglich der Verpackungen? || Top-2-Box: starke/ ein paar Veränderungen

Umstellungen bzgl. Verpackungen im letzten halben Jahr

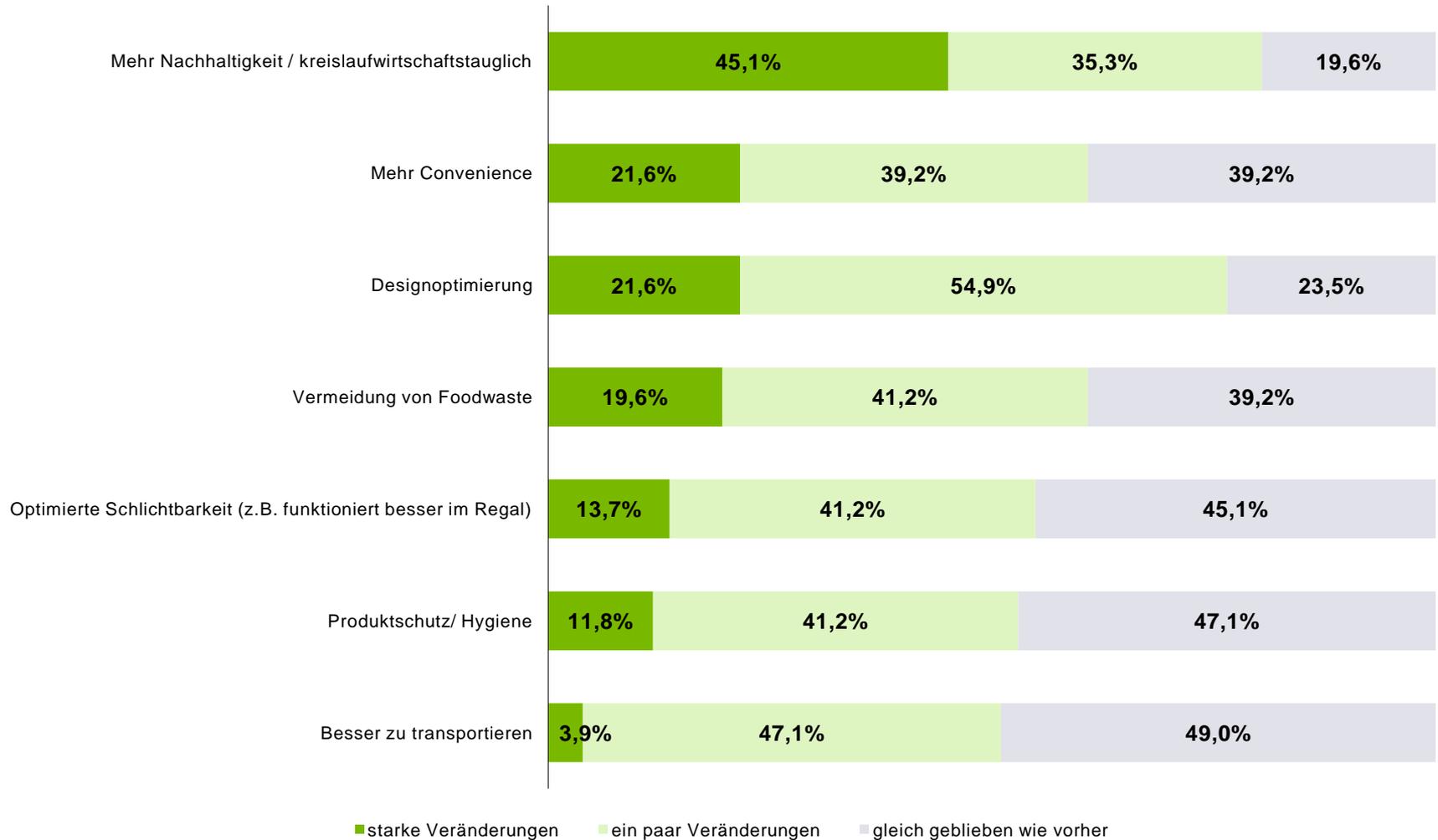
MA/Hersteller || n=178



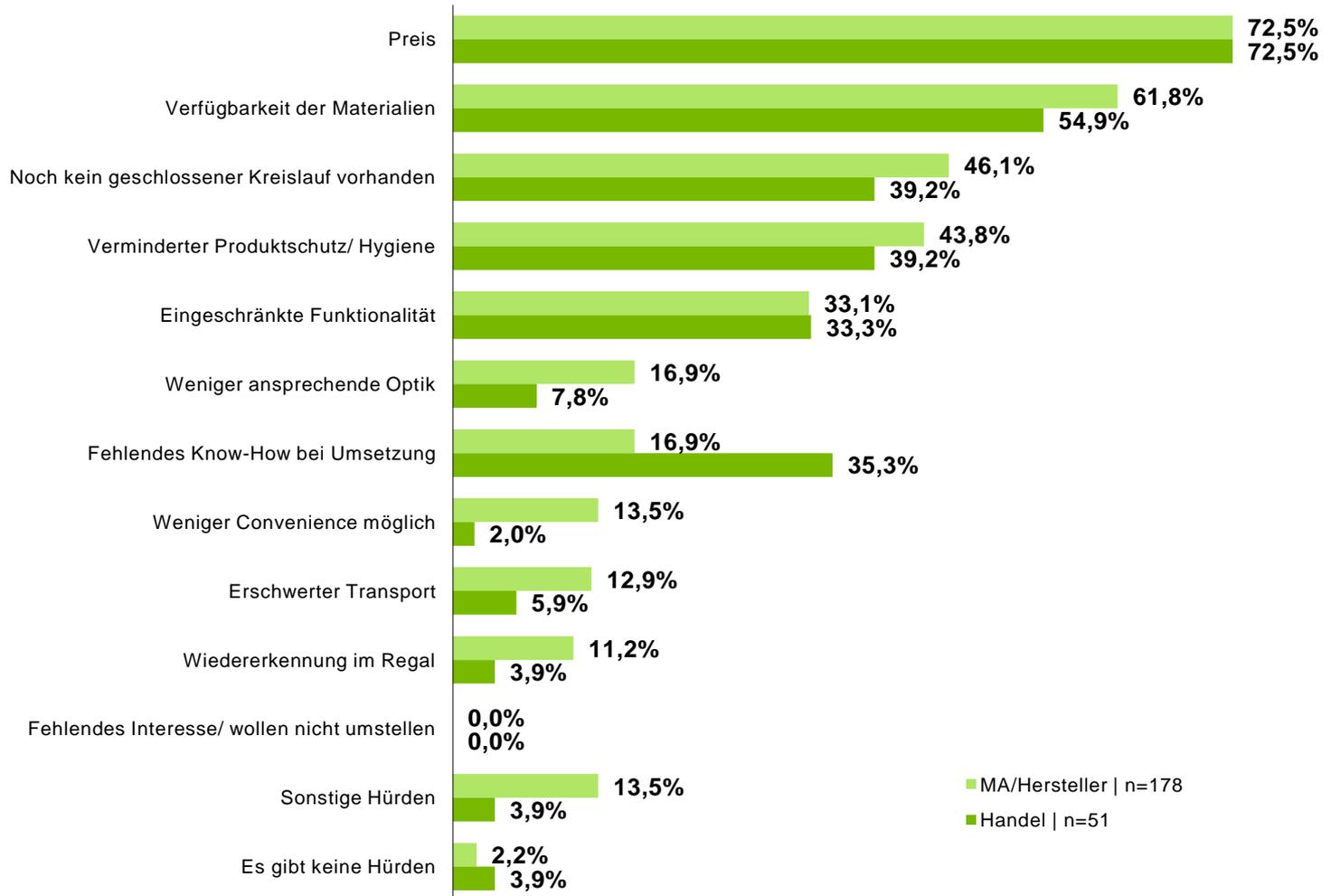
[...] Gab es im letzten halben Jahr in Ihrem Unternehmen in den folgenden Bereichen Umstellungen bezüglich der Verpackungen?

Umstellungen bzgl. Verpackungen im letzten halben Jahr

Handel || n=51

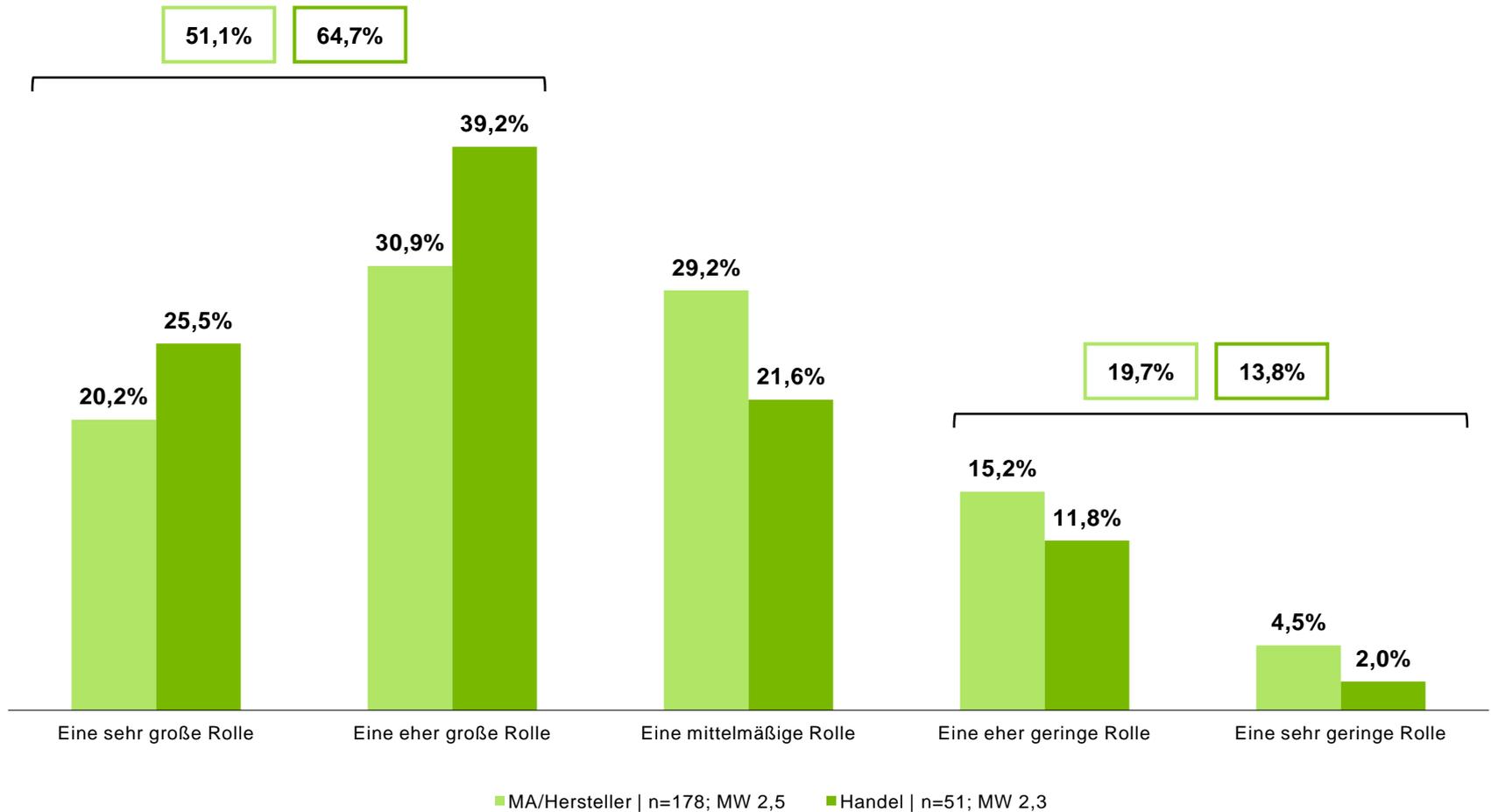


Die größten Hürden bei der Umstellung auf nachhaltige Verpackungen



[...] Was sind Ihrer Meinung nach die größten Hürden bei der Umstellung auf nachhaltige bzw. nachhaltigere Verpackungen? || Mehrfach-Nennung möglich

Rolle von nachhaltigen Verpackungen in der Kommunikation/ Werbung



Welche Rolle spielen nachhaltige Verpackungen in Ihrer Kommunikation/ Werbung? [...]

**einfach
schnell
fragen.**

Lisa Patek

Marketing & PR | Marketagent

l.patek@marketagent.com

02252 909 009 28

www.marketagent.com

Brigitte Drabek

Geschäftsführung | Produkt

b.drabek@produkt.at

02262 71746 17

www.produkt.at



PRODUKT

m.