

Neue Anforderungen an Verpackungen:

Nachhaltig Innovativ Informativ



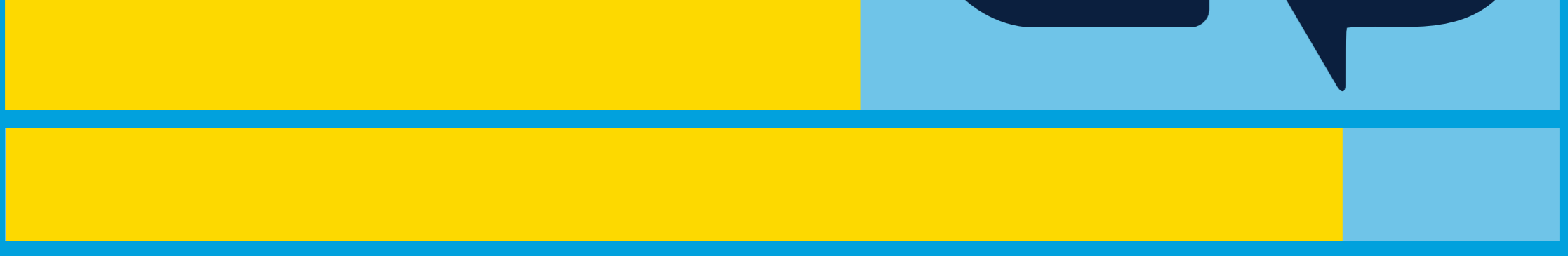
„Im Augenblick wird das Thema Nachhaltigkeit mehr denn je von Verbrauchern vorangetrieben.“

ARCO BERKENBOSCH
Vice President of Innovation and Development
Smurfit Kappa

Nachhaltigkeit ist inzwischen ein treibender Faktor für Kaufentscheidungen – die Verpackung steht dabei ganz oben

55 %

der Verbraucher haben in den vergangenen sechs Monaten ein Produkt speziell deshalb gekauft, weil es eine wiederverwendbare oder biologisch abbaubare Verpackung hatte



Marken schließen sich an

86 %

der Unternehmen haben in den letzten zwei Jahren recycelte Materialien bei ihren Produkten und Verpackungen genutzt

Aber bekommen die Kunden auch, was sie sich wünschen?

68 %

der Unternehmen nennen Verpackungsmaterial als größte Herausforderung

Einige stellen fest, dass Nachhaltigkeit die Türen für Innovation öffnet

1/3

Etwa der Unternehmen sieht Nachhaltigkeit als Treiber für die FuE sowie die Entwicklung neuer Produkte



„Innovation und Nachhaltigkeit sind zwei Seiten derselben strategischen Medaille.“

IOANNIS IOANNOU
Associate Professor of Strategy and Entrepreneurship
London Business School

Aber gute Absichten und mehr Innovation reichen nicht aus, wenn der Verbraucher nicht weiß, welche Marken nachhaltig sind

69 %

der Verbraucher wissen nicht, welche Marken sich der Nachhaltigkeit verschrieben haben



Deshalb müssen die Marken besser darin werden, ihr Engagement in diesem Bereich zu kommunizieren

61 %

der Verbraucher erwarten, dass Marken, die sie kaufen, klare Nachhaltigkeitspraktiken anwenden

Mit der richtigen Umsetzung werden die Verbraucher zufriedener

90 %

der Unternehmen sagen, dass Nachhaltigkeitspraktiken eine positive Wirkung auf die Kundenzufriedenheit haben

