

# *Verpackungsfreie Lebensmittel – Nische oder Trend?*

Verbraucherbefragung, Januar 2015



# Zusammenfassung

In deutschen Städten eröffnen zunehmend Supermärkte, die Lebensmittel ohne jegliche Umverpackung anbieten. Kunden bringen zum Einkauf ihre eigenen Behälter mit, in die die Ware dann abgefüllt wird. Ein Trend, der ankommt: **Acht von zehn Kunden wären bereit, beim Kauf von Lebensmitteln auf Verpackungen zu verzichten.**

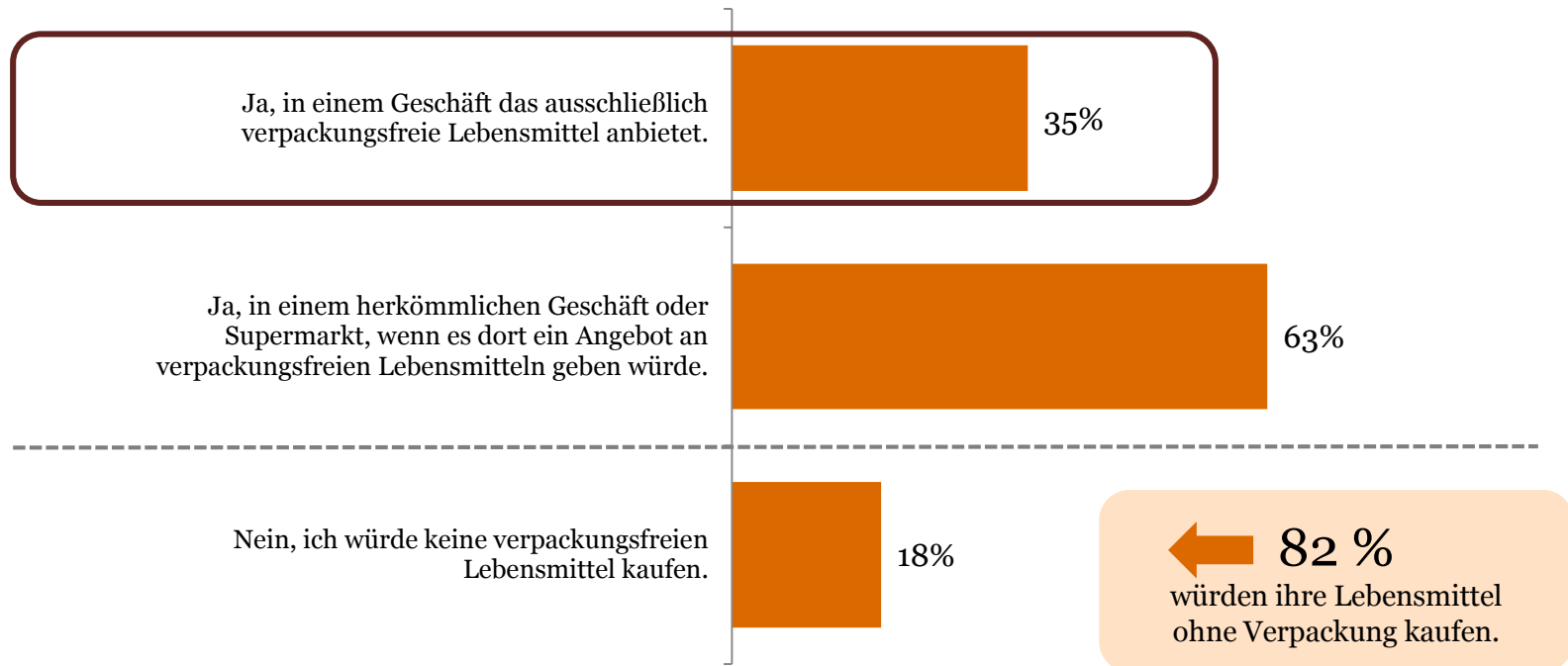
**Das entscheidende Motiv für den Trend zum eigenen Transportbehälter ist der Umweltschutz.** Mehr als 60 Prozent der Deutschen glauben, so Verpackungsmüll zu reduzieren und die Umwelt zu schonen. Zweitwichtigster Grund (54 Prozent) ist, die eingekauften Mengen besser portionieren zu können.

Am ehesten würden die Kunden bei Obst und Gemüse sowie bei Backwaren auf Umverpackungen verzichten. Rund **70 % der Kunden würden auch bei Trockenprodukten wie Reis, Mehl und Teigwaren den Aufwand nicht scheuen.** Bei Molkereiprodukten oder flüssigen Lebensmitteln wie Essig, Öl oder Saft sind die Verbraucher dagegen skeptisch. Nicht einmal die Hälfte würde diese Produkte beim Kauf in eigene Behälter abfüllen.

**Knapp jeder Dritte (31 Prozent) wäre bereit, für verpackungsfreie Lebensmittel einen höheren Preis zu zahlen.** Auf den herkömmlichen Supermarkt wollen die meisten Verbraucher dennoch nicht verzichten. Nur etwa jeder dritte Kunde würde verpackungsfreie Lebensmittel in einem speziellen verpackungsfreien Lebensmittelgeschäft kaufen. Allerdings würde die Hälfte der Kunden für das Angebot, Lebensmittel ohne Verpackung kaufen zu können, einen weiteren Weg in Kauf nehmen.

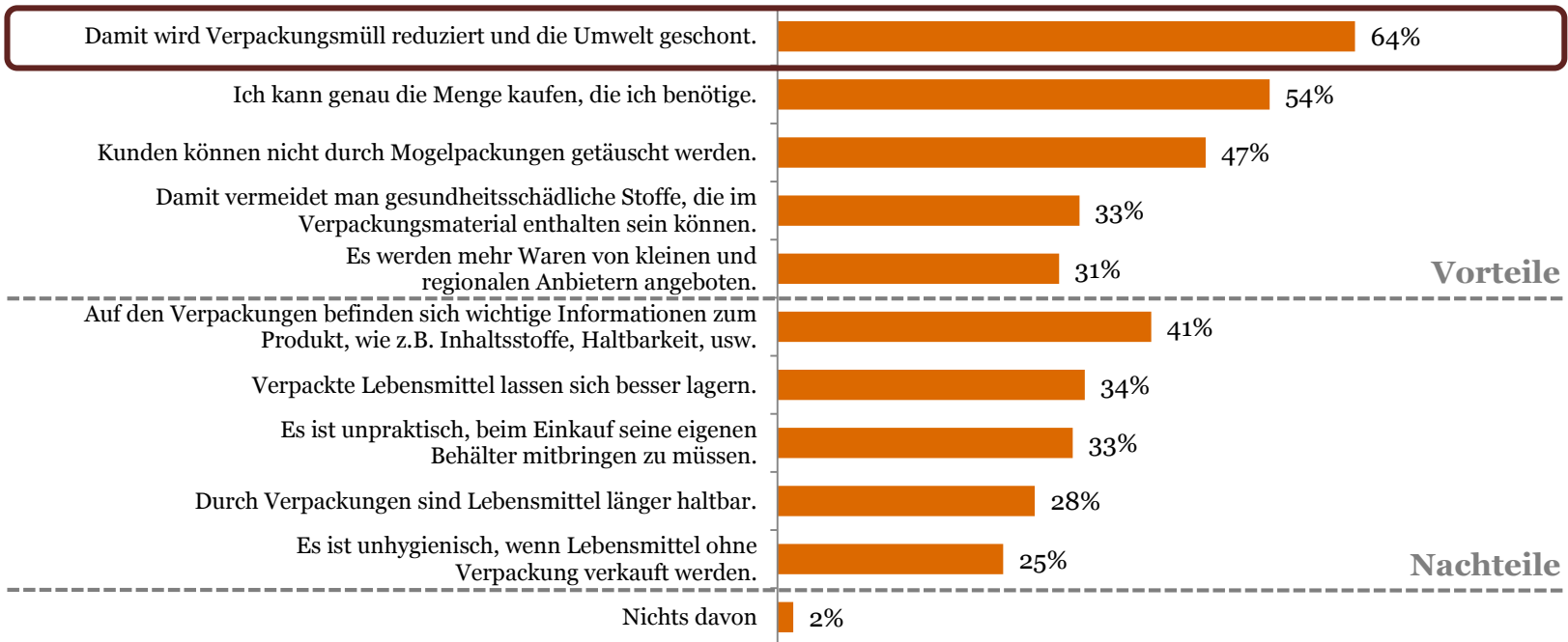
# 82 % der Befragten würden ihre Lebensmittel ohne Verpackung kaufen

Wenn es die Möglichkeit gäbe, Lebensmittel verpackungsfrei zu kaufen, würden Sie dies nutzen?



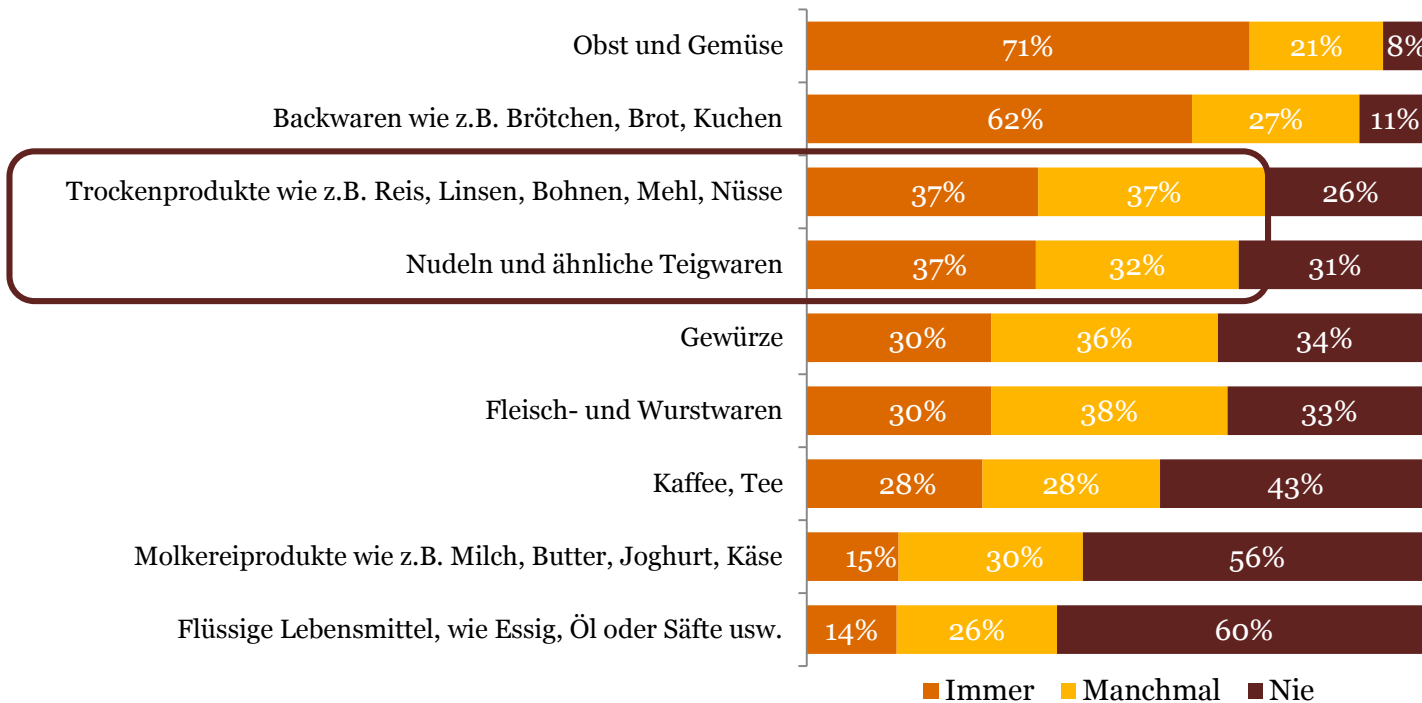
F4: Wenn es die Möglichkeit gäbe, Lebensmittel verpackungsfrei zu kaufen, würden Sie dies nutzen?  
Basis: alle Befragten, N = 1.000 (Mehrfachnennung)

# Verbraucher wollen vor allem Verpackungsmüll sparen und nur benötigte Mengen einkaufen



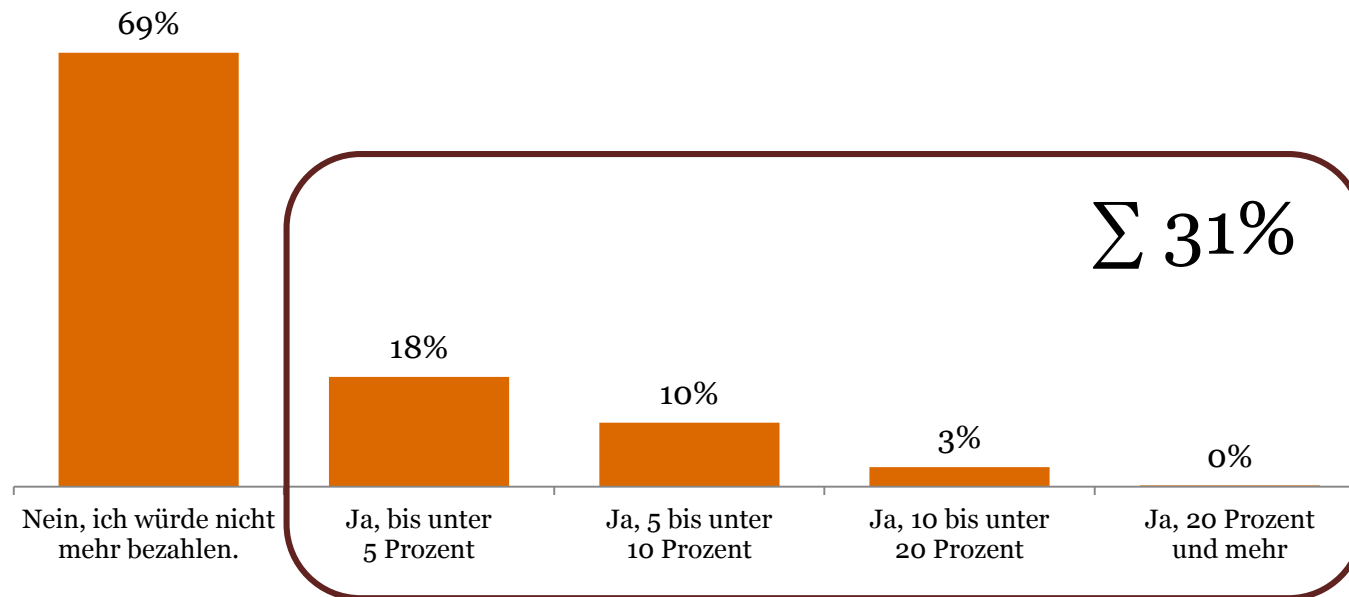
F1: In einigen deutschen Städten haben Supermärkte eröffnet, in denen Lebensmittel ohne jegliche Verpackung angeboten werden. Kunden bringen zum Einkauf ihre eigenen Behälter mit, in die die Lebensmittel dann abgefüllt werden. Welchen der folgenden Aussagen stimmen Sie zu, wenn es um den Verzicht auf Verpackungen bei Lebensmitteln geht?  
 Basis: alle Befragten, N = 1.000 (Mehrfachnennung)

# Rund 70 % würden auch Trockenprodukte wie Reis, Mehl und Teigwaren verpackungsfrei kaufen



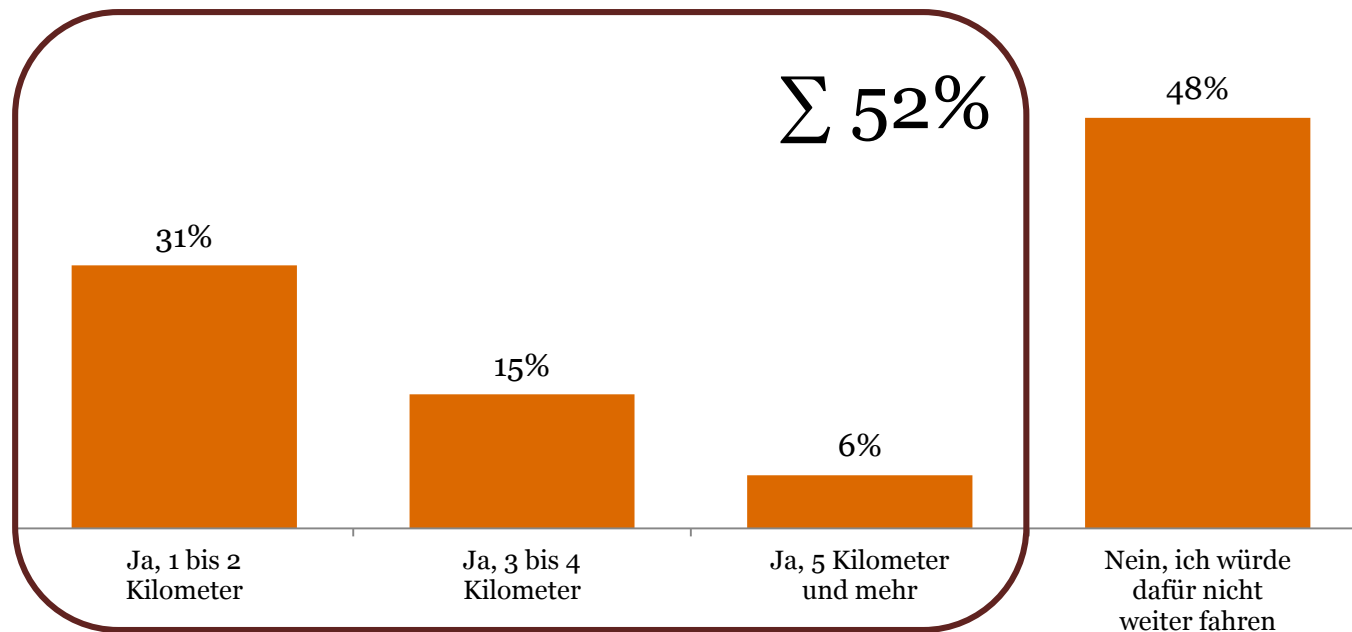
F2: Welche der folgenden Lebensmittel würden Sie verpackungsfrei kaufen und dafür Ihre eigenen Behälter mitbringen?  
Basis: alle Befragten, N = 1.000 (Matrix: immer / manchmal / nie)

# *Fast ein Drittel wäre bereit, für verpackungsfreie Lebensmittel einen höheren Preis zu bezahlen*



F3: Wären Sie bereit, für verpackungsfreie Lebensmittel einen höheren Preis zu zahlen?  
Basis: alle Befragten, N = 1.000 (Einfachnennung)

# ***52 % würden für den Kauf von verpackungsfreien Lebensmitteln einen längeren Weg akzeptieren***



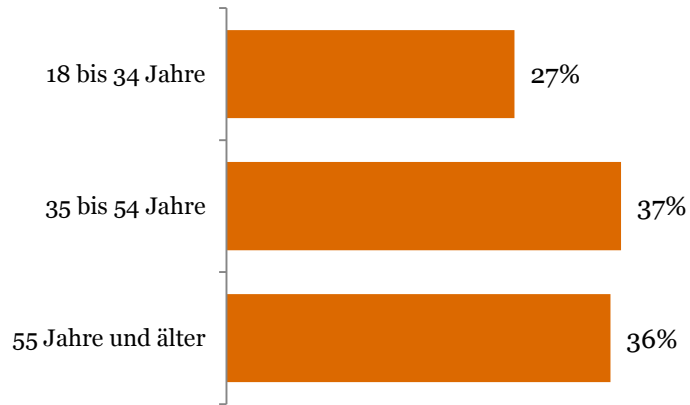
F5: Wären Sie bereit, für den Kauf von verpackungsfreien Lebensmitteln einen längeren Weg als zu Ihrem angestammten Supermarkt in Kauf zu nehmen?  
Basis: alle Befragten, N = 1.000 (Einfachnennung)

# Untersuchungsansatz und Statistik

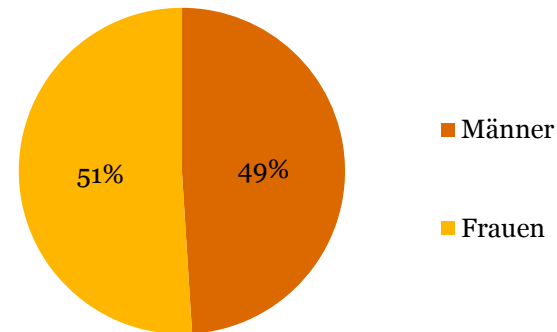
## Untersuchungsansatz

Befragung von 1000 Bundesbürgern ab 18 Jahren, bevölkerungsrepräsentativ, im Dezember 2014.

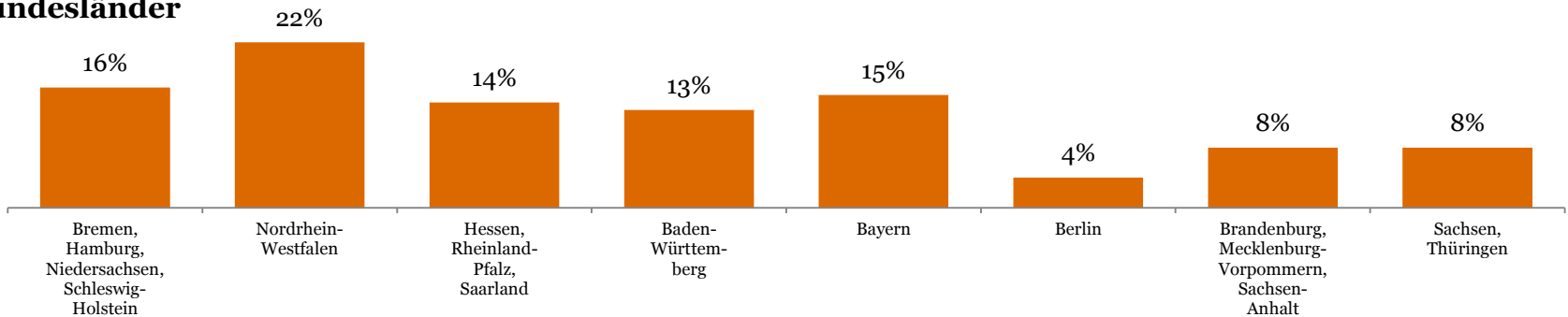
### Alter



### Geschlecht



### Bundesländer



Basis: Alle Befragten, N = 1.000



---

# *Impressum*

Dieses Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt.

Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsgesetz zugelassen ist, bedarf der vorherigen schriftlichen Zustimmung der PricewaterhouseCoopers Aktiengesellschaft Wirtschaftsprüfungsgesellschaft.

Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischer Form.

Eine Weitergabe an Dritte ist nicht gestattet.

## Kontakt:

Daniela Keilmann  
PwC Communications  
Friedrich-Ebert-Anlage 37  
60327 Frankfurt  
Telefon: +49 69 9585-1045  
Telefax: +49 69 9585-1100  
E-Mail: [daniela.keilmann@de.pwc.com](mailto:daniela.keilmann@de.pwc.com)

---

# *Ihre Ansprechpartner rund um das Thema „Verpackungsfreie Lebensmittel“*



## **Gerd Bovensiepen**

Partner, Leiter des Geschäftsbereichs Retail & Consumer in Deutschland und Europa

Tel.: +49 211 981 2939

E-Mail: [g.bovensiepen@de.pwc.com](mailto:g.bovensiepen@de.pwc.com)



## **Dr. Stephanie Rumpff**

Senior Manager Business Development Retail & Consumer

Tel.: +49 211 981 2118

E-Mail: [stephanie.rumpff@de.pwc.com](mailto:stephanie.rumpff@de.pwc.com)



## **Marcel Leskow**

Senior Consultant Business Development & Marketing Retail & Consumer

Tel.: +49 211 981 2241

E-Mail: [marcel.leskow@de.pwc.com](mailto:marcel.leskow@de.pwc.com)