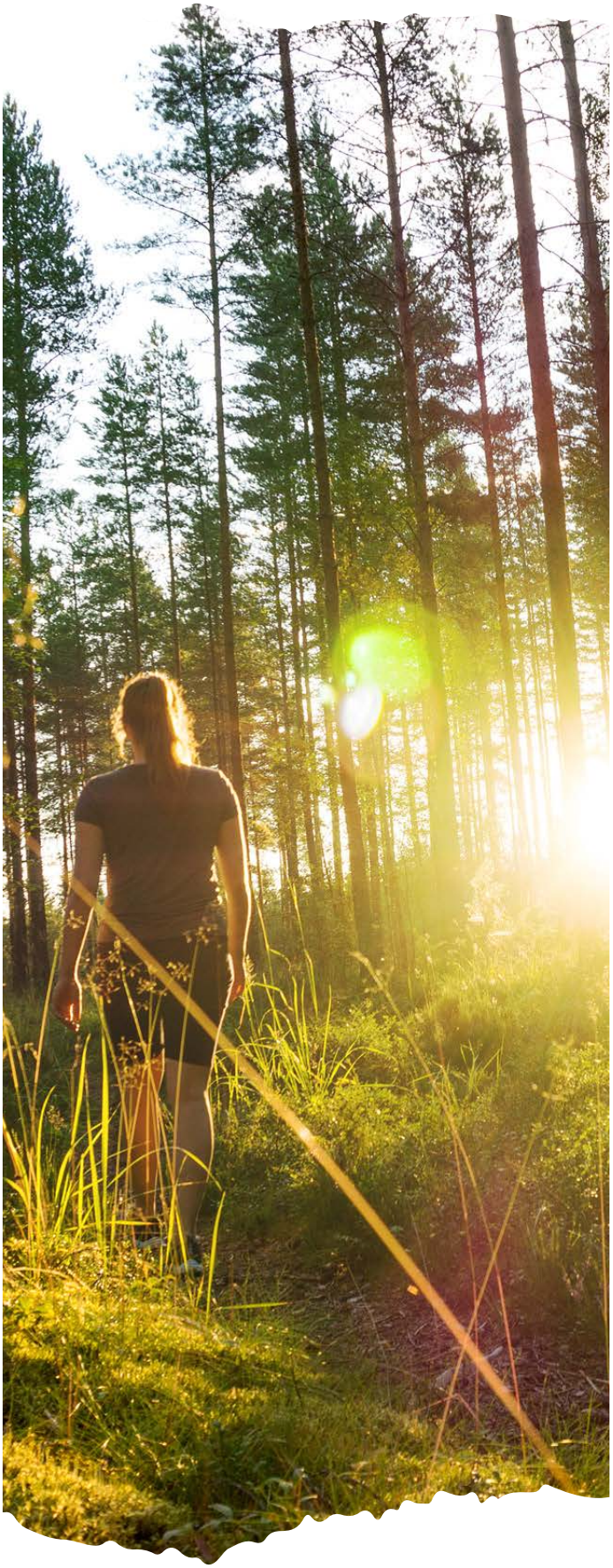
Two Sides neueste Trend Tracker-Umfrage zeigt sowohl Herausforderungen als auch Chancen für die Papier- und Printbranche auf



Über die Umfrage

Die Trend Tracker-Umfrage von Two Sides untersucht die Einstellung der Verbraucher zu Papier, Print sowie Verpackungen und Tissue-Produkten aus Papier.

Im Januar 2023 wurde eine weltweite Befragung unter 10.250 Verbrauchern von Two Sides in Auftrag gegeben und vom unabhängigen Forschungsunternehmen Toluna online durchgeführt.

Diese zweijährlich durchgeführte Umfrage soll die sich verändernden Präferenzen, Wahrnehmungen und Einstellungen der Verbraucher gegenüber Papier, Printmedien und Papierverpackungen identifizieren, besonders:

- Wahrnehmungen zu den Umweltauswirkungen
- Mediennutzung und Lesegewohnheiten
- Verpackungspräferenzen und
- Einstellung gegenüber Tissue-Produkten

In folgenden Ländern wurde die repräsentative Umfrage durchgeführt: Argentinien (400), Brasilien (1.000), Chile (350), Paraguay (200), den USA (1.000), Südafrika (500) und Europa, einschließlich Österreich (500), Belgien (600), Dänemark (500), Finnland (350), Frankreich (1.000), Deutschland (1.000), Italien (1.000), Norwegen (350), Schweden (500) und England/UK (1.000).

Dieser Report fasst einige der wichtigsten Ergebnisse für Europa zusammen. Zusätzlich gibt es eine detaillierte Aufbereitung der Europäischen Ergebnisse der Trend Tracker-Umfrage 2023 mit Ergebnissen aufgeschlüsselt nach Ländern, Alter und Geschlecht. Diese ist für Two Sides-Mitglieder kostenlos oder für Nicht-Mitglieder zum Preis von 849 € erhältlich.

Wenn Sie am vollständigen Bericht interessiert sind, besuchen Sie bitte:
www.twosides.info/trend-tracker-2023

Weitere Informationen über Two Sides und darüber, wie Sie uns unterstützen können, finden Sie unter:
www.de.twosides.info

Print- und Papierprodukte erzählen großartige (Umwelt-) Geschichten

TWO SIDES

Papier & Printmedien sind von Mythen umgeben, von denen viele auf lang bestehenden Missverständnissen über die Auswirkungen von Papier auf die Umwelt beruhen. Dienstleister haben diese Fehlannahmen sehr lange verstärkt, mit der Absicht, Verbraucher zur digitalen Kommunikation zu bewegen. Die Notwendigkeit, mit diesen Mythen aufzuräumen und das Bewusstsein für die Nachhaltigkeit von Papier zu schärfen, ist deshalb heute so wichtig wie zuvor.

Die wichtigsten Ergebnisse:

Umweltwahrnehmungen

- Nur 15 % der Verbraucher denken, dass die europäischen Wälder wachsen
- Nur 18 % der Verbraucher glauben, dass die Recyclingquote von Altpapier in Europa bei über 60 % liegt

Mediennutzung und Lesegewohnheiten

- 65 % der Verbraucher lesen Bücher lieber in gedruckter Form 58 % of consumers don't pay attention to online adverts
- 58 % der Verbraucher schenken Online-Werbung keine Beachtung
- 52 % der Verbraucher glauben, dass Kinder beim Lesen von gedrucktem Material mehr lernen als mit digitalen Alternativen

Verpackungsvorlieben

- 55 % der Verbraucher bevorzugen Papierverpackungen, weil sie besser für die Umwelt sind
- 39 % der Verbraucher sind der Meinung, dass die Politik und Behörden die Verantwortung dafür tragen sollten, dass wir weniger Einmal-Verpackungen verwenden

Tissue-Produkte

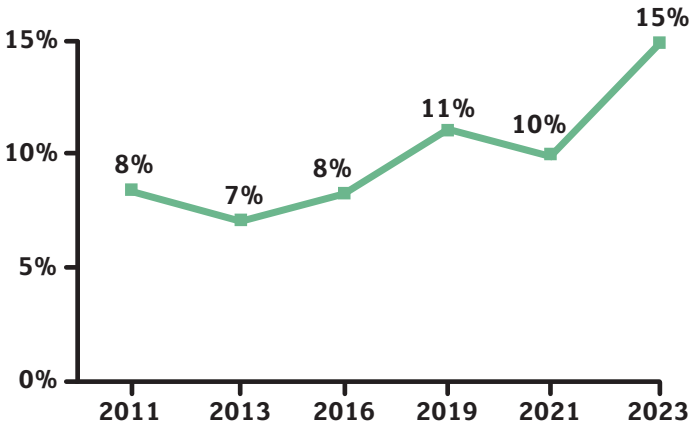
- 62 % der Verbraucher wünschen sich, dass die Tissue-Industrie mehr in nachhaltige Produktion investiert
- 41 % der Verbraucher machen sich Sorgen über die Umweltauswirkungen von Tissue-Produkten

Wahrnehmungen der Umwelt

Die Studie für das Jahr 2023 ergab, dass die Zahl der Verbraucher, die wissen, dass die europäische Waldfläche immer größer wird, von 10 % im Jahr 2021 auf 15 % im Jahr 2023 gestiegen ist.

FAKT: Zwischen 2005 und 2020 sind die europäischen Wälder um 58.390 km² gewachsen. Das ist eine Fläche, die größer ist als die der Schweiz! - *FAO Daten, 2005 - 2020.*

So viele Verbraucher in der EU glauben, dass die europäischen Wälder wachsen



Die Umfrage ergab, dass nur 18 % der europäischen Verbraucher wissen, dass die Recyclingquote von Papierprodukten, besonders Printmedien und Papierverpackungen, bei über 60 % liegt. Dieser Wert hat sich seit 2021, als er bei 16 % lag, leicht verbessert.

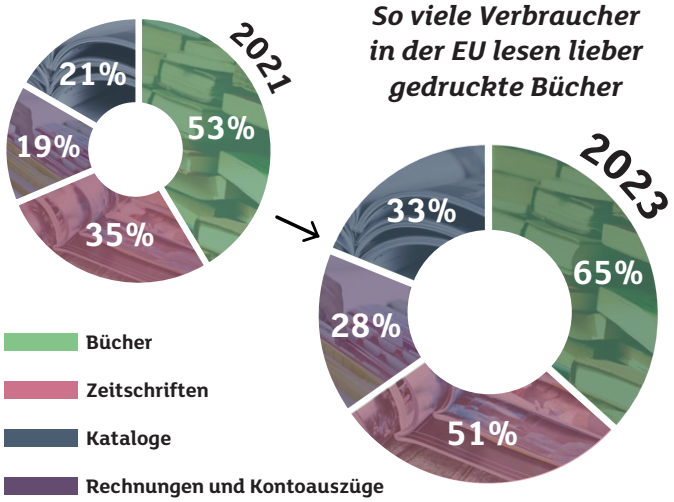
FAKT: Die europäische Recyclingquote für Papier liegt bei 71 % und macht es damit zu einem der am häufigsten recycelten Materialien weltweit.- *CEPI, 2021.*



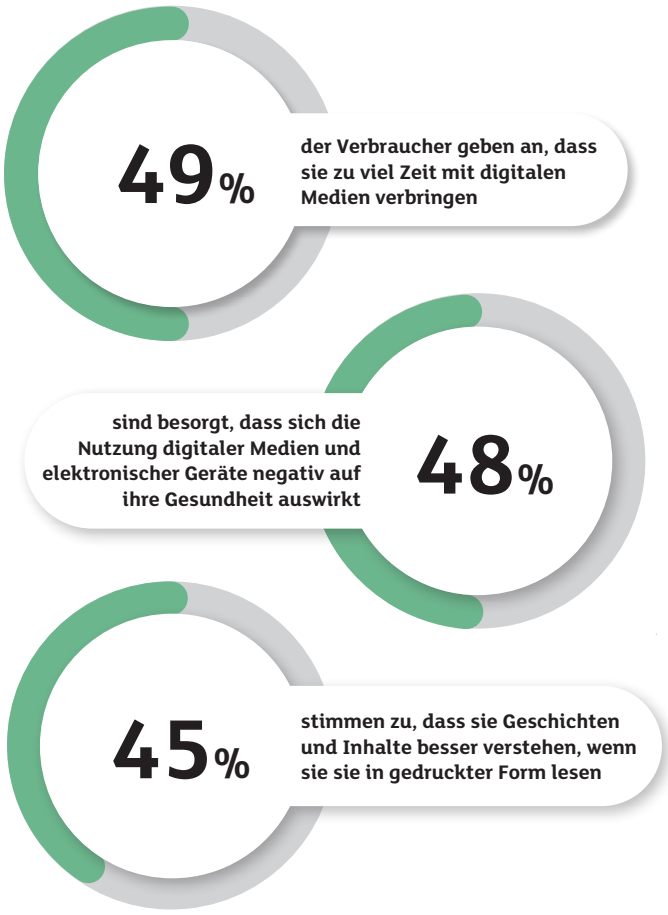
Mediennutzung und Lesegewohnheiten

Seit der Corona-Pandemie hat sich die Vorliebe der Verbraucher für gedrucktes Material deutlich erholt.

So viele Verbraucher in der EU lesen lieber gedruckte Bücher



Es ist offensichtlich, dass das Internet die Art und Weise, wie viele Menschen Nachrichten und Informationen erhalten, verändert hat. Aber die wachsende Abhängigkeit von Online-Kommunikation bringt auch neue Herausforderungen mit sich. Die Umfrage zeigt, dass Verbraucher diesbezüglich zunehmend Bedenken hinsichtlich ihrer Lebensgewohnheiten und ihrer Gesundheit haben.

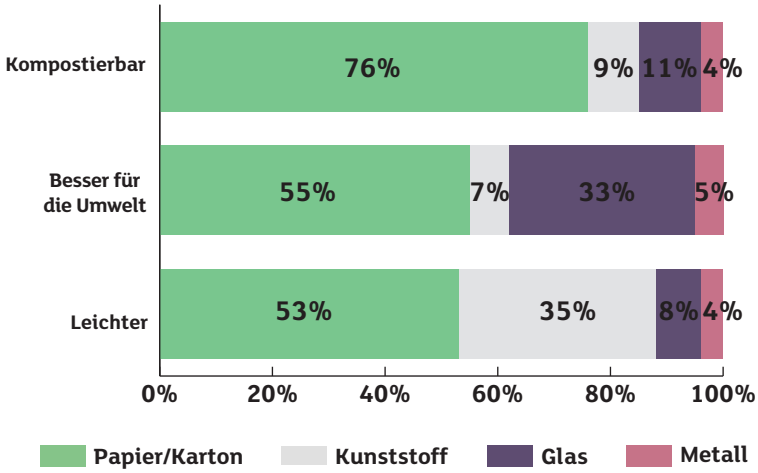


Verpackungspräferenzen

Da die Zahl der Verbraucher, die Waren online kaufen, weiter zunimmt, steigt das Bewusstsein für die Wahl der Verpackung und die Aufmerksamkeit für die Umweltauswirkungen des Verpackungsmaterials.

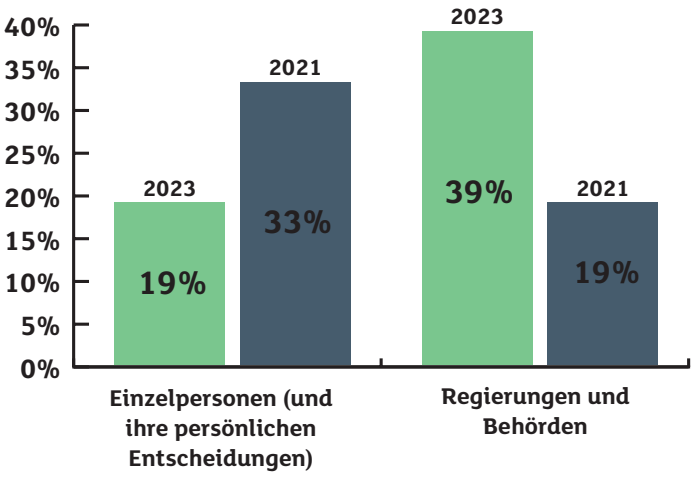
Papierverpackungen sind bei 10 von 15 Eigenschaften das bevorzugte Verpackungsmaterial. Zum Beispiel geben 55 % der Verbraucher als Grund dafür an, dass sie umweltfreundlicher sind und 76 %, weil sie kompostierbar sind.

So viele Verbraucher sind der Meinung, dass das Verpackungsmaterial am besten zu folgenden Attributen passt



Auf die Frage, wer sich ihrer Meinung nach um die Verringerung der Verwendung von Einwegverpackungen kümmern solle, antworteten 39 % der Verbraucher, dass Politik und Behörden am ehesten verantwortlich sind. Dies ist eine große Veränderung gegenüber 2021, als noch 33 % den Einzelnen (seine persönliche Entscheidung) als am meisten verantwortlich einstuften.

Wer ist dafür verantwortlich, dass wir weniger Einwegverpackungen verwenden sollten?



Um sich für den vollständigen Bericht anzumelden, besuchen Sie bitte:
www.twosides.info/trend-tracker-2023

Tissue-Produkte

Produkte aus Tissue-Papier (Zellstoff) sind ein wesentlicher Bestandteil unseres täglichen Lebens, den wir alle schätzen. Die Hygiene- und gesundheitlichen Vorteile nehmen wir manchmal als selbstverständlich an. Dennoch sind Mythen über die Auswirkungen von Tissue-Produkten auf Wälder und die Umwelt weit verbreitet.

Die Umfrage ergab, dass Tissue-Produkte aus Recyclingpapier bevorzugt werden: 63 % der Verbraucher sind der Meinung, dass es besser ist, Tissue-Produkte aus recycelten Fasern herzustellen und 44 % suchen aktiv nach Tissue-Produkten aus Altpapier.



Schlussfolgerungen

Obwohl es erfreulich ist, dass sich die Wahrnehmung der Verbraucher verbessert hat, zeigt die Umfrage auch, dass es noch viel zu tun gibt, um Konsumenten über die Nachhaltigkeit der Papierindustrie und ihrer Produkte zu informieren.

Wir müssen weiterhin proaktiv über die Rolle der Papierbranche bei Kreislaufwirtschaft und Nachhaltigkeit berichten. Besonders auch über die Rolle bei den Bemühungen, die europäischen Wälder gesund und produktiv zu erhalten.

„Der anhaltende Glaube, dass die europäischen Wälder schrumpfen und die deutlich unterschätzte Recyclingquote der Branche sind ein Weckruf.

Verbraucher mit einfachen Fakten über unsere Nachhaltigkeit zu informieren, muss für eine Industrie, die so viel in die Schaffung attraktiver, praktischer und nachhaltiger Produkte investiert, als Priorität angesehen werden."

Jonathan Tame: Geschäftsführer, Two Sides Europe

Über Two Sides

Two Sides ist eine weltweite, gemeinnützige Organisation, die sich für die attraktiven und nachhaltigen Eigenschaften von Papier & Printmedien einsetzt.

Jedes Jahr besuchen mehr als 230.000 Menschen die Two Sides-Websites, die Newsletter werden an mehr als 1,5 Millionen Menschen gesendet.

Die Kampagne 'Love Paper' erreicht durch ihre europäischen Anzeigen jährlich über 240 Millionen Menschen und hat einen geschätzten Werbewert von 3,5 Millionen Euro. Eine zunehmende Präsenz in den sozialen Medien erreicht jährlich etwa 19 Millionen europäische Verbraucher und Geschäftsleute.

Weltweit hat Two Sides Tausende von Unterstützern, die die gesamte Wertschöpfungskette in den Bereichen Papier, Print und Verpackung abdecken, darunter Forstwirtschaft, Zellstoff, Papier, Verpackung, Druckfarben und Chemikalien, Veredelung, Verlagswesen, Druck, Briefumschläge und Postdienstleister.

Wenn Sie mehr über diesen Report oder über die vielen anderen von Two Sides erstellten Materialien und Ressourcen erfahren möchten, nehmen Sie bitte Kontakt mit uns auf.

Two Sides Deutschland
+49 (0)40 / 41 40 63 9-11
www.de.twosides.info
germany@twosides.info

Wenn Sie Interesse am vollständigen. Trend Tracker-Bericht haben, besuchen Sie bitte: **www.twosides.info/trend-tracker-2023**