



Whitepaper

Wie Papiertragetaschen den Markenwert steigern

Stockholm/Paris, 9. Dezember 2020. Das Thema Nachhaltigkeit ist mittlerweile fest in den Köpfen der Verbraucher verankert. Dieses Umweltbewusstsein hat konkrete Auswirkungen auf ihre Kaufentscheidungen. Was sollten Einzelhändler und Marken hinsichtlich dieser Erwartungen beachten und wie können sie weiterhin ein wirtschaftliches Wachstum gewährleisten? Welche Rolle spielen nachhaltige Verpackungen im Profil einer Marke? Die Plattform *The Paper Bag* – ein Zusammenschluss führender europäischer Hersteller von Kraftpapier und Papiertragetaschen – hat ein Whitepaper zu genau diesem Thema veröffentlicht. Darin erfahren Händler und Markeninhaber, wie sie ihren Markenwert steigern, indem sie Papiertaschen zu einem wichtigen Bestandteil des Kundenerlebnisses machen.

Verbraucher sind heute viel sozial- und umweltbewusster als noch vor ein paar Jahren. Das zeigt sich auch an ihren Erwartungen eines verantwortungsbewussten Umgangs mit der Umwelt gegenüber Marken, sodass das Leben zukünftiger Generationen nicht beeinträchtigt wird. Um erfolgreich zu sein, ist ein herausstechendes Profil für Marken heute nicht mehr der einzige entscheidende Faktor. Ein umweltverträglicher Umgang mit Ressourcen, der dem nachhaltigen Lebensstil vieler Verbraucher entspricht, wird immer wichtiger.

Einblicke in das Verbraucherverhalten

„How to enhance your brand value and do good for the environment“ (Wie Sie Ihre Marke stärken und umweltfreundlich handeln) – dieses Whitepaper umfasst mehrere aktuelle Studien und Befragungen darüber, wie der Lebensstil und die Erwartungen moderner Verbraucher ihre Präferenzen und ihr Kaufverhalten bei der Auswahl von Produkten und Marken beeinflussen. Ein wichtiger Aspekt dabei ist das ethische Verhalten von Marken. Verbraucher erwarten, dass Marken sie dabei unterstützen, selbst nachhaltiger zu leben. Das gilt besonders für Millennials und die Generation Z. Diese unterstützen vorrangig Unternehmen, die nachhaltige Entwicklungsziele haben und sich für gesellschaftliche Gerechtigkeit einsetzen. In diesem Whitepaper werden Marken genannt, die ihr Unternehmenswachstum durch ein nachhaltigeres Markenprofil positiv beeinflussen konnten.





Verpackung als Aushängeschild

Zudem geht es auch auf die Rolle der Produktverpackung als wichtiges Aushängeschild einer Marke ein und darauf, welchen Einfluss sie auf die Kaufentscheidung der Verbraucher hat. Immer mehr Verbraucher legen Wert darauf, dass Verpackungen recycelbar oder wiederverwendbar sind, und versuchen, Plastikabfälle zu vermeiden. Papierverpackungen nehmen daher in der Gunst der Verbraucher einen höheren Stellenwert ein. Besonders beim Thema Nachhaltigkeit hat Papier viele Vorteile: Es ist aus erneuerbaren Ressourcen hergestellt, ist recycelbar, wiederverwendbar und kann passend dimensioniert werden. Außerdem ist es kompostierbar und kann einfach entsorgt werden, da es nicht getrennt werden muss.

Mit Papiertragetaschen zum nachhaltigen Markenprofil

Papiertragetaschen sind ein wichtiger Bestandteil des Einkaufserlebnisses und passen zu einem modernen, umweltverträglichen Lebensstil. Marken demonstrieren damit ihre gesellschaftliche Verantwortung und können ihr nachhaltiges Profil abrunden. „Mit Papiertragetaschen zeigen Marken, dass sie Ihre Verantwortung der Umwelt gegenüber ernst nehmen“, erklärt Kennet Johansson, Acting Secretary General bei CEPI Eurokraft. „Gleichzeitig sind Papiertragetaschen stabil und zuverlässig. Sie helfen Verbrauchern, Plastikabfälle zu vermeiden und negative Einflüsse auf die Umwelt zu minimieren – die perfekten Voraussetzungen, um den Wert einer Marke zu steigern.“ Das Whitepaper kann [hier](#) heruntergeladen werden.



Papier statt Plastik

Zwei Einzelhändler aus Frankreich haben Papiertragetaschen erfolgreich in ihr Markenportfolio integriert. Seit September 2020 bietet E.Leclerc statt Plastiktüten Papiertragetaschen an. Diese Tragetaschen sind alle aus recycelten oder PEFC™-zertifizierten Fasern aus nachhaltig bewirtschafteten europäischen Wäldern hergestellt. Für die Supermarktkette ist Nachhaltigkeit ein ganzheitliches Thema: Kunden können ihre alten E.Leclerc-Plastiktüten im Laden gegen Papiertragetaschen austauschen und erhalten eine neue Tasche, sobald die alte nicht mehr nutzbar ist¹. Im gleichen Zeitraum verbannte Carrefour alle nicht recycelbaren Biokunststofftüten für Obst und Gemüse aus den Regalen. Heute erhalten die Kunden 100 % FSC®-zertifizierte Kraftpapiertüten. Nach Angaben der Supermarktkette haben sich diese Taschen bei einem Testlauf im Sommer als sehr beliebt erwiesen. Eine größere Version in Form einer Tragetasche gibt es nun zusätzlich zu den bereits vorhandenen Einkaufstaschen².

¹ <https://www.e-leclerc.com/catalogue/evenements/nouveaux-sacs-de-caisse> [Zugriff am 4.11.2020]

² <https://www.carrefour.com/en/actuality/plastic-challenge-kraft-paper-bags-and-cotton-ones-fruit-and-vegetables> [Zugriff am 04.11.2020]

PRESSEMITTEILUNG

9. Dezember 2020



Für weitere Informationen besuchen Sie bitte thepaperbag.org oder kontaktieren Sie Kennert Johansson: +46 (0)8783 8485, E-Mail: info@thepaperbag.org.

Hinweise für Redakteure

The Paper Bag

Die Plattform „The Paper Bag“ wurde 2017 von den führenden europäischen Herstellern von Kraftpapier und Papiertragetaschen gegründet. Sie setzen sich dafür ein, die Vorteile von Verpackungen aus Papier bekannt zu machen. „The Paper Bag“ wird von den Organisationen CEPI Eurokraft und EUROSAC betrieben. thepaperbag.org

CEPI Eurokraft ist der europäische Verband für Hersteller von Kraftsackpapier für die Papiersackindustrie sowie Kraftpapier für die Verpackungsindustrie. Die elf Mitglieder produzieren insgesamt 3,0 Millionen Tonnen Papier in zwölf Ländern. cepi-eurokraft.org

EUROSAC ist die europäische Vereinigung der Papiersackfabrikanten. Ihr gehören über 75 % der europäischen Papiersackhersteller an. In 20 Ländern produzieren diese insgesamt mehr als 5 Milliarden Papiersäcke pro Jahr, wofür 650.000 Tonnen Papier an 60 Standorten verarbeitet werden. Als korrespondierende Mitglieder tragen Sackhersteller von allen Kontinenten sowie Tütenhersteller zur Vereinigung bei; über 20 Zulieferer (Produzenten von Papier, Folie, Maschinen und Klebstoff) gehören EUROSAC als assoziierte Mitglieder an. eurosac.org