# Das Unverpackt-Regal und die Sicht der Kund\*innen

# auf die Vermeidung von Verpackungen im Supermarkt



Ulrike Gelbmann, Julia Edlinger (beide SIS Uni Graz), Christoph Holzer (SPAR Steiermark)

### INHALT UND PROBLEMSTELLUNG:

Verkaufsverpackungen in Supermärkten verursachen viel Abfall.. Das Projekt 1, 2, 3, -Verpackungsfrei! (Uni Graz, SPAR Steiermark und Österreichisches Ökologieinstitut.) bezweckte dessen Verringerung durch "verpackungsfreien" Einkauf bzw. Einkauf von Mehrwegverpackungen im Supermarkt. Wesentlicher Inhalt von 1, 2, 3 ist die Entwicklung und Einführung eines "Unverpackt-Regals", aus dem die Kund\*innen haltbare, meist regionale und/oder biologische Waren (z.B. Reis) selbst abfüllen können. Das System wurde bislang in sieben Testmärkten in der Steiermark eingeführt und im Rahmen von 1, 2, 3 laufend evaluiert und weiterentwickelt. Die Begleitforschung untersucht Motive, Bedenken und Wünsche der KundInnen. Aus dem Fallbeispiel werden allgemeine Erkenntnisse für die Gestaltung von verpackungsfreien Systemen in Supermärkten abgeleitet.



### FORSCHUNGSFRAGEN:

- Welche Effekte erwarten sich Handel und Konsument\*innen?
- Wie muss ein solches Regal gestaltet sein?
- Inwieweit nehmen die Kund\*innen dieses Unverpackt-Regal an?
- Welche Konsequenzen ergeben sich für einen dauerhaften Roll-Out?



#### ERWARTETE EFFEKTE:

- Entnahme einer individuell gewünschten Menge
- Interesse nachhaltigkeitsbewusster Kund\*innen mit höherem Einkommen, daher Sortiment regional/bio
- "Spaß"-Faktor (selbst entnehmen, selbst abwiegen)
- Geringere Menge an Verpackungsabfällen aus Handel (Großgebinde im Back-End, von Kund\*innen mitgebrachte Verpackungen im Front-End möglich)
- Ressourcenschonung, CO<sub>2</sub>-Reduktion, Materialeffizienz
- Steigerung von Markenpräsenz & Kund\*innenloyalität
- bei flächendeckendem Roll-Out: neue Arbeitsplätze (da höherer Handling-Bedarf im Supermarkt)



## DURCHGEFÜHRTE UNTERSUCHUNGEN:

- 2 x quantitative Befragung (Supermarkt-Kund\* innen allgemein 2020, SPAR-Kund\*innen allg. 2021)
- 1 x qualitative Erhebung bei Super-Markt-Kund\*innen im Allgemeinen (2021)
- 1 x quantitativ-statistische Befragung bei direkten Kund\*innen des Unverpackt-Regals (2021).
- Mitarbeiter\*innen & Lieferant\*innen-Befragungen (2021 und 2022)

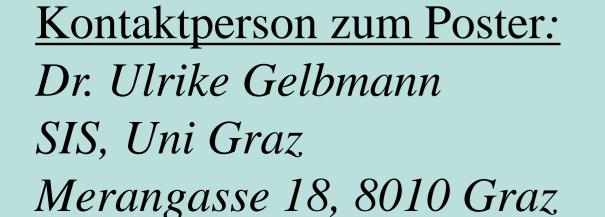
#### ERGEBNISSE:

- Wissen um/Bereitschaft zur Nutzung v. Mehrwegverpackungen im umweltbewussten Segment vorhanden
- Vor allem jüngere, höher gebildete Frauen nehmen an Befragungen teil und kaufen am Möbel ein
- Gewünscht werden Mehrweggebinde (z.B. Milch) ebenso wie selber mitgebrachte Sackerl und Gläser
- va. Obst/Gemüse, Gebäck, auch Nüsse, Reis, Nudeln, Cerealien, Non-Food-Bereich (Reinigungsmittel etc.)
- Preis unverpackter Ware wird als höher wahrgenommen (vermutlich weil unabsichtlich zu viel gekauft wird)
- Kund\*innen fühlen sich nicht ausreichend informiert über Möglichkeiten der Verpackungsreduktion
- Gewünscht werden eine breitere öffentliche Diskussion und politische Vorgaben zu Verpackungsreduktion
- Gründe zur Nutzung des Unverpackt-Möbels: frei wählbare Menge, Abfallreduktion
- Bewerbung: Gutscheinaktion am PoS ("15%-Montag"), Mundpropaganda, keine großflächigen Werbeaktionen
- Negativ: Kund\*innen halten am PoS zur Verfügung gestellte Papiersackerln für umweltfreundlich
- Kund\*innen empfinden das Handling am PoS als unproblematisch
- Limitationen: Corona beeinflusst sowohl das Einkaufsverhalten der Kund\*innen (Verpacktes als hygienischer wahrgenommen) als auch unsere Möglichkeiten der Erhebung (Keine Erhebung am PoS)
  - Ausblick: Das Unverpackt-Regal wurde nicht so angenommen wie erhofft, daher weitere Anstrengungen, Anpassungen im Sortiment, weitere Bewusstseinsbildung, Ausweitung der Bemühungen vom umweltbewussten Segment auf die "adaptiv-pragmatische Mitte" der Gesellschaft.



© Fotos:

Spar Steiermark



Telefonnummer: +4366475023290 E-Mail: ulrike.gelbmann@uni-graz.at







