# Two Sides Trend Tracker Report 2025

## *Chancen und Herausforderungen für die Print- und Papierindustrie*



## *Über die Umfrage*

**Der Two Sides Trend Tracker Report 2025 ist eine global angelegte Verbraucherbefragung, die die Einstellung der Konsumenten zu papierbasierten Produkten untersucht.**

Die von Two Sides in Auftrag gegebene und vom unabhängigen Forschungsunternehmen Toluna durchgeführte Umfrage wurde im Januar 2025 online durchgeführt. Die Studie 2025 umfasst repräsentative Daten von 12.400 Verbrauchern aus Europa, darunter Belgien, Dänemark, Deutschland, Finnland, Frankreich, Italien, Norwegen, Österreich, Schweden und dem Vereinigten Königreich, sowie aus Argentinien, Australien, Brasilien, Kanada, Neuseeland, Südafrika und den Vereinigten Staaten.

### Schwerpunkte der Umfrage 2025:

- Umweltwahrnehmung von Papier, Druckerzeugnissen und weiteren faserbasierten Produkten
- Präferenzen für gedruckte oder digitale Kommunikation
- Einstellung gegenüber Verpackungen und nachhaltigen Alternativen
- Verbrauchermeinungen zur Verwendung und Herstellung von Tissueprodukten

In diesem Report präsentieren wir die wichtigsten Ergebnisse für Europa. Detaillierte Aufschlüsselungen nach Ländern, Altersgruppen und Geschlecht finden Sie im vollständigen Bericht, der bei Two Sides angefordert werden kann. Dieses Dokument enthält einige der wichtigsten Ergebnisse für Europa. Der ausführliche Report zusammen mit den detaillierten Ergebnissen aufgeschlüsselt nach Land, Alter und Geschlecht, sowie unterstützende Marketing-Assets, sind für Two Sides-Mitglieder kostenlos oder für Nicht-Mitglieder zum Preis von 849 € erhältlich.

Um sich für den Erhalt des vollständigen Reports anzumelden, besuchen Sie:
**www.twosides.info/trend-tracker-2025**

Weitere Informationen über Two Sides und darüber, wie Sie Mitglied werden können, finden Sie unter:
**https://de.twosides.info/mitglied-werden**

Print- und Papierprodukte erzählen großartige (Umwelt-) Geschichten

TWO SIDES

**www.de.twosides.info**

# Wichtigste Ergebnisse

## Wahrnehmung von Papier und Umwelteinfluss

- Nur **16 %** der Verbraucher wissen, dass die europäischen Wälder nicht kleiner werden, sondern wachsen.
- Nur **25 %** wissen, dass die Papierrecyclingrate in Europa über 60 % liegt.

## Mediennutzung

- **76 %** der Verbraucher wollen das Recht haben zu wählen, wie sie ihre Rechnungen und Kontoauszüge erhalten: gedruckt oder elektronisch.
- **65 %** der Befragten ziehen es vor, Bücher in gedruckter Form zu lesen.
- **58 %** der befragten Europäer glauben, dass Kinder mehr lernen, wenn sie gedrucktes, statt digitales Arbeitsmaterial nutzen.
- **58 %** der Nutzer schenken den meisten Online-Werbeanzeigen keine Beachtung.
- **48 %** der Befragten ziehen es vor, Zeitschriften in gedruckter Form zu lesen.

## Verpackungspräferenzen

- **53 %** der europäischen Verbraucher bevorzugen Papierverpackungen, weil sie glauben, dass diese besser für die Umwelt sind.
- **62 %** der Befragten bevorzugen es, wenn online bestellte Produkte in Papierverpackungen geliefert werden.

## Tissue-Produkte

- **41 %** der Befragten machen sich Sorgen über die Umweltauswirkungen von Tissue-Produkten.
- **42 %** der Verbraucher glauben, dass Tissue-Produkte verschwenderisch sind.



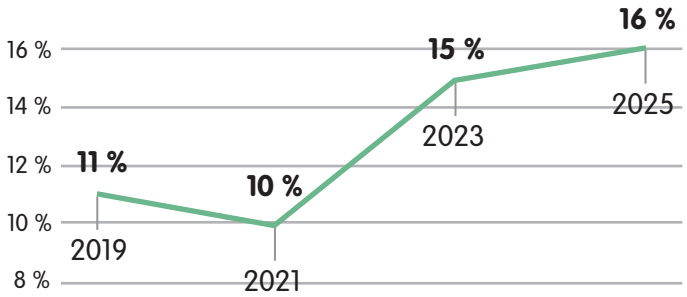
# Wahrnehmung von Papier und Umwelteinfluss

Die Druck- und Papierindustrie sieht sich seit langem mit einem negativen Image konfrontiert, wenn es um den Einfluss auf die Wälder und die Umwelt geht. Die Ursache dafür liegt nicht zuletzt in verbreiteten Fehlannahmen und Wissenslücken in der Gesellschaft. Jahrelang wurden falsche Vorstellungen von Dienstleistern verstärkt, die digitale Alternativen als die nachhaltigere Wahl darstellten. Die Notwendigkeit, mit diesen Mythen aufzuräumen und das Bewusstsein für die Nachhaltigkeit von Papier zu schärfen, ist heute wichtiger denn je.

Papier ist eines der nachhaltigsten Produkte, die wir heute verwenden - es wird aus einer natürlichen, erneuerbaren Ressource gewonnen und ist Teil einer florierenden Kreislaufwirtschaft. Doch trotz der Fortschritte, die die Branche bei der Verbreitung dieser Tatsachen gemacht hat, vertreten viele Verbraucher immer noch Ansichten, die von veralteten oder falschen Informationen geprägt sind.

**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!
*- Two Sides Analysis of FAO Data, 2005 - 2020.*

## Verbraucher, die die europäischen Wälder verstehen, nehmen zu:




## Die großartige Recycling-Bilanz von Papier ist vielen Verbrauchern nicht bewusst

Die Umfrage ergab, dass nur 25 % der europäischen Verbraucher wissen, dass die Recyclingquote für Papier und papierbasierte Verpackungen über 60 % liegt. Dieser Wert hat sich seit 2023, als er bei 18 % lag, deutlich verbessert.

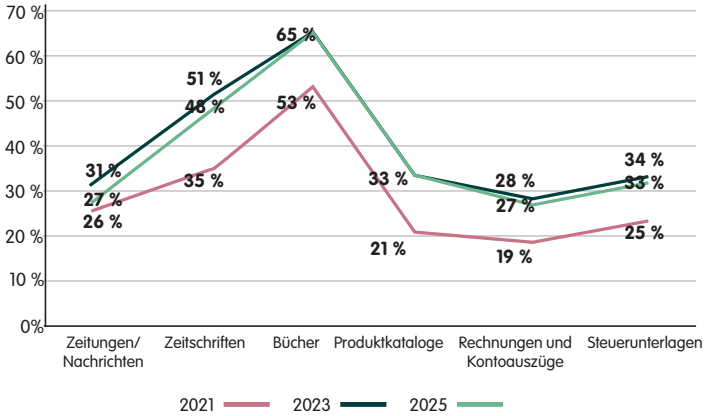
**FAKT:** In Europa liegt die Recyclingquote für Papier bei 79%, was es zu einem der am häufigsten recycelten Materialien der Welt macht! - *Cepi, 2023.*

# Mediennutzung

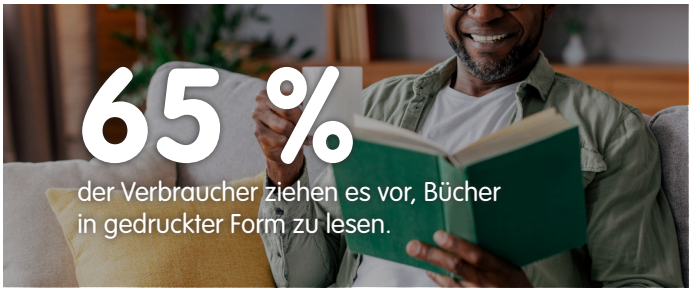
Die Pandemie hat die Printmedienlandschaft stark verändert und den Umgang der Verbraucher mit Nachrichten und gedruckten Inhalten neu geprägt. Da die digitale Nutzung stark zunahm, wandten sich viele von den traditionellen Printmedien ab.

Jetzt, im Jahr 2025, zeigt die jüngste Umfrage, dass die Vorliebe der Verbraucher für Printmedien in allen wichtigen Kategorien ungebrochen ist.

## Prozentualer Anteil der europäischen Verbraucher, die Printmedien bevorzugen




Viele Verbraucher ziehen es immer noch vor, wichtige Dokumente in gedruckter Form zu erhalten oder zu lesen, anstatt sie über digitale Geräte zu erhalten, weil sie ein Gefühl von Sicherheit, Beständigkeit und unkompliziertem Zugriff bieten. Bei rechtlichen, finanziellen oder medizinischen Unterlagen ist eine physische Kopie eine greifbare Referenz, die nicht von Geräten, Passwörtern oder Internetverbindungen abhängt. Wenn diese wichtigen Dokumente in gedruckter Form vorliegen, verringert sich das Risiko, dass wichtige Informationen aufgrund von übersehenen E-Mails oder Spamfiltern verloren gehen. Zudem haben zahlreiche veröffentlichte Studien und Untersuchungen dazu gezeigt, dass das Lesen auf Papier die Konzentration und das Verständnis verbessert, so dass es leichter ist, wichtige Details aufzunehmen und zu behalten.





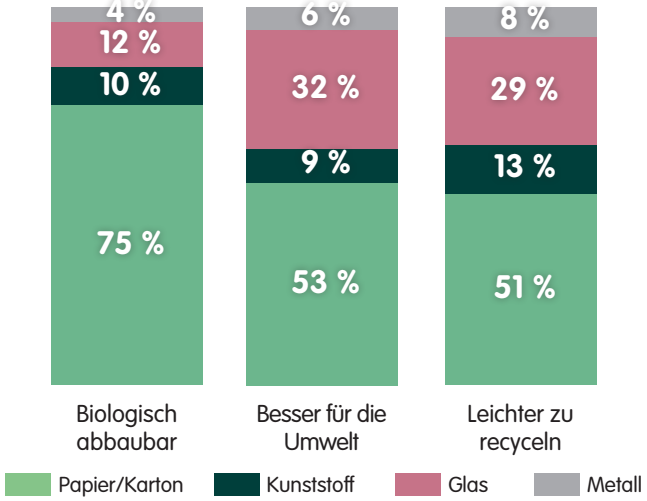


# Verpackungspräferenzen

Papierverpackungen werden zunehmend als eine nachhaltige Verpackungsart wahrgenommen und bevorzugt, vor allem im Zuge des wachsenden E-Commerce. Die Umfrage zeigt, dass die Verbraucher Verpackungen aus Papier wegen ihrer Recyclingfähigkeit und geringeren Umweltbelastung bevorzugen.

Die befragten Verbraucher wurden gebeten, ihr bevorzugtes Verpackungsmaterial – Papier/Karton, Kunststoff, Glas oder Metall – anhand verschiedener wichtiger ökologischer, visueller und physischer Eigenschaften zu wählen. Papier/Karton war in 9 Kategorien die erste Wahl, Glas in 4, Metall und Kunststoff in jeweils 1.

## Verbraucher, die papierbasierte Verpackungen aufgrund der folgenden Eigenschaften bevorzugen:




## Reduzierung von nicht recycelbaren Verpackungen – Wer ist verantwortlich?

Als die Verbraucher gefragt wurden, wer ihrer Meinung nach die größte Verantwortung für die Verringerung der Verwendung von nicht wiederverwertbaren Einwegverpackungen trägt, gaben 39 % an, dass Staat und lokale Behörden die größte Verantwortung tragen.




Registrieren Sie sich hier, um den vollständigen Trend Tracker Report zu erhalten: **www.twosides.info/trend-tracker-2025**

# Tissue-Produkte

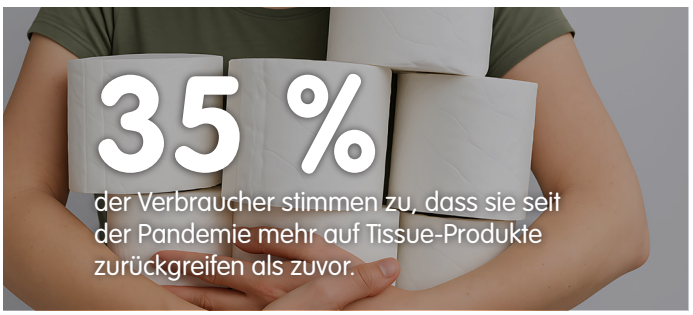
Tissue-Produkte spielen in unserem täglichen Leben eine wichtige Rolle, da sie wichtige hygienische und gesundheitliche Vorteile bieten. Dabei sehen wir sie oft als selbstverständlich an. Trotz ihres Wertes ist die Tissue-Industrie von falschen Vorstellungen umgeben, insbesondere was ihre Auswirkungen auf die Wälder und die Umwelt betrifft.

Die Umfrage ergab, dass Tissue-Produkte aus Recyclingpapier bevorzugt werden. 61 % der Verbraucher sind der Meinung, dass es besser ist, Tissue-Produkte aus recycelten, statt aus frischen Fasern herzustellen und 43 % suchen aktiv nach Tissue-Produkten aus recyceltem Papier.










**FAKT:** Über 90 % der von der Industrie verwendeten Holzfasern stammen aus Europa, wobei 73 % des Holzes und 90 % des Marktzellstoffs aus zertifizierter Forstwirtschaft stammen.
*- Cepi Forest Resources, 2023*

# Schlussfolgerungen

Die Wahrnehmung von Papier und papierbasierten Produkten durch die Verbraucher verbessert sich, aber es gibt immer noch falsche Vorstellungen. Der Trend Tracker Report 2025 zeigt ermutigende Fortschritte im öffentlichen Verständnis der Nachhaltigkeit von Papier, weist aber auch auf Lücken hin - insbesondere in Bezug auf Waldwachstum und Recycling. In dem Maße, wie das Umweltbewusstsein wächst, muss die Druck-, Papier- und Verpackungsindustrie weiterhin klare, faktenbasierte Botschaften verbreiten, um Mythen, die sich nur auf die Digitalisierung beziehen, zu widerlegen und die ökologischen Stärken von Papier zu stärken.

Mit einer der höchsten Recyclingraten in Europa und dem Engagement für eine nachhaltige Forstwirtschaft kann die Papierindustrie beachtliche Erfolge vorweisen. Allerdings besteht nach wie vor eine Diskrepanz zwischen diesen Bemühungen und den Überzeugungen der Verbraucher. Um diese Kluft zu überbrücken, ist eine kontinuierliche Kommunikation unerlässlich.

Initiativen wie Two Sides und Love Paper spielen eine entscheidende Rolle, wenn es darum geht, die Verbraucher zu informieren und zu nachhaltigen Entscheidungen zu bewegen, die auf Transparenz und Vertrauen beruhen.

Diese Zusammenfassung enthält nur die wichtigsten Ergebnisse für Europa. Den vollständigen Bericht und weitere Marketingmaterialien finden Sie hier: **twosides.info/trend-tracker-2025**.

# 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 „Love Paper" Kampagne 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.

**www.de.twosides.info**

Wenn Sie mehr über den aktuellen Trend Tracker Report oder über die vielen anderen von Two Sides erstellten Materialien und Ressourcen erfahren möchten, nehmen Sie bitte Kontakt mit uns auf:

www.de.twosides.info
germany@twosides.info
+49 (0) 40 4140 639-11
@TwoSidesDeutschland