



Deutsche schätzen Lieferungen ohne zusätzliche Verpackung

- Tierfutter, Toilettenpapier und Gartenwerkzeug können laut einer Umfrage gerne in ihrer Originalverpackung ankommen, einige Hygiene- und hochpreisige Artikel hingegen sollten extra verpackt sein
- Über ein Drittel der befragten Erwachsenen (38 %) wünschen sich, dass Hersteller und Händler den Verzicht auf Verpackungen priorisieren
- Amazon hat die Menge der an deutsche Kund:innen verschickten Bestellungen ohne zusätzliche Versandverpackungen seit 2021 mehr als verdoppelt

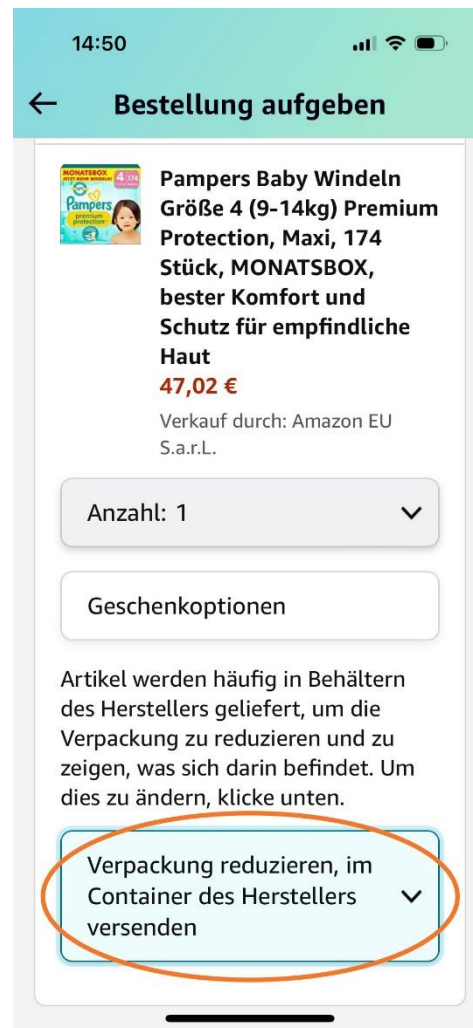
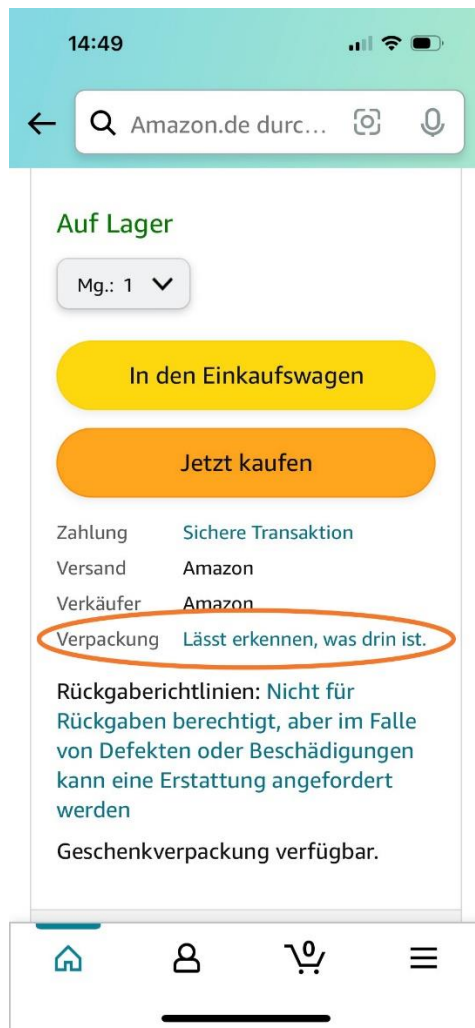
München, 06. Juli 2023 – Über die Hälfte (57 %) der Deutschen begrüßt es, ihre online bestellten Artikel ohne zusätzliche Versandverpackung zu erhalten, um so die Umwelt zu schonen. Das geht aus einer Umfrage von OnePoll unter 2.000 Erwachsenen hervor, die Amazon in Auftrag gegeben hat. Schon heute liefert Amazon immer mehr Artikel des täglichen Bedarfs wie Küchengeräte, Windeln oder Waschmittel ohne zusätzliche Umverpackung an deutsche Kund:innen.

Durch den Verzicht auf eine Versandverpackung sind die Sendungen leichter, wodurch pro Paket weniger Emissionen entstehen. Außerdem müssen Kund:innen keine zusätzlichen Kartons oder Papierversandtaschen von Amazon recyceln. Seit 2015 hat Amazon das Gewicht der Versandverpackungen pro Sendung im Schnitt um 38 % reduziert, und dadurch über 1,5 Millionen Tonnen Verpackungsmaterial eingespart. Zu den Artikeln, die Kund:innen am liebsten in der Originalverpackung des Herstellers erhalten – nur mit einem Adressaufkleber versehen, gehören Tierfutter, Toilettenpapier, Gartenwerkzeuge und Heimwerkerartikel.

Die Umfrage hat ergeben, dass Kund:innen bei Produkten wie Kondomen und Bikiniwachsstreifen Amazons Umverpackungen beibehalten möchten. Das gilt ebenso für hochpreisige Artikel wie Laptops, die von Amazons Programm zur Verpackungsreduktion ausgenommen sind.

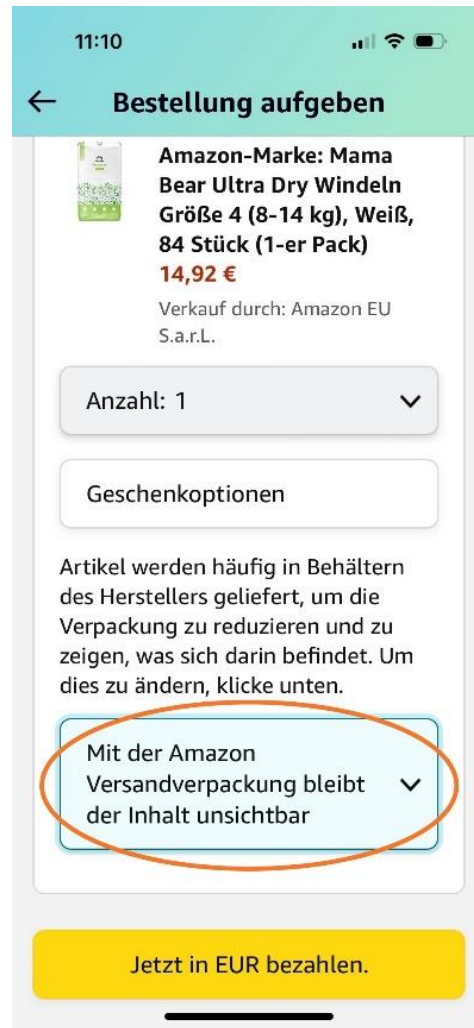
„Unsere Kundinnen und Kunden sind genau wie wir sehr daran interessiert, das Verpackungsmaterial zu reduzieren. Daran arbeiten wir bereits seit vielen Jahren“, so Justine Mahler, Director of Packaging Innovation bei Amazon. „Wir geben uns jedoch nicht damit zufrieden, einfach nur Verpackungsmaterial einzusparen. Wir wollen ganz auf Verpackungen verzichten. Ein Lösungsweg ist es, direkt mit Herstellern zusammenzuarbeiten, um Verpackungen herzustellen, die sicher und ohne zusätzliche Papiertüten, Umschläge oder Kartons von uns versendet werden können. Wir haben bereits viel erreicht, um den Umfang der Bestellungen zu steigern, die wir ohne Versandpackungen an Kundinnen und Kunden in Deutschland verschicken – seit 2021 um mehr als 50 %. Wir arbeiten daran, dieses Ergebnis weiter zu steigern.“

Kund:innen, die keine zusätzliche Versandverpackung möchten, müssen dies nicht extra angeben. Wenn sich der Artikel für einen Versand im Originalkarton eignet, erscheint beim Bezahlvorgang ein Dialogfenster, dass der Artikel in einer Verpackung geliefert wird, die „erkennen lässt, was drin ist“.



„Natürlich wissen wir, dass manche Kundinnen und Kunden eine zusätzliche Verpackung für ihren Einkauf bevorzugen. Beispielsweise ein Geschenk für ein Familienmitglied im gleichen Haushalt. Hier wollen wir nicht die Überraschung verderben. Deshalb bieten wir in vielen Fällen Geschenkooptionen an. So können die Kundinnen und Kunden angeben, dass der Artikel in einem Karton oder einer Papierversandtasche ankommen soll, obwohl er normalerweise ohne zusätzliche Verpackung verschickt werden könnte“, so Mahler weiter.

Kund:innen, die ihre Bestellung verbergen möchten, können das Dropdown-Menü verwenden – dieses ist für viele Artikel verfügbar, die für den Versand ohne zusätzliche Verpackung zertifiziert sind – und auf „Mit der Amazon Versandverpackung bleibt der Inhalt unsichtbar“ klicken.



Einer von drei Befragten (38 %) gibt an, dass Händler und Hersteller die Reduzierung ihres Verpackungsmülls priorisieren sollen. Beinahe genauso viele von ihnen (36 %) sagen, dass ihnen die Möglichkeit des Recyclings besonders am Herzen liegt. Amazon hat in Deutschland Einweg-Plastik-Liefertaschen gegen 100 % recycelbare Papier- und Kartonverpackungen ausgetauscht. Einer von fünf Befragten sagt, dass ihm die Wiederverwendbarkeit der Verpackung besonders wichtig ist.

Sicher und zertifiziert

Produkte, die ohne zusätzliche Versandverpackungen verschickt werden, wurden vorher strengen Tests unterzogen, bei denen sie fallengelassen wurden – alles, um sicherzustellen, dass sie unbeschädigt in der Herstellerverpackung bei den Kund:innen ankommen können. Das dürfte 51 % der Befragten beruhigen, deren Hauptsorge bei Artikeln ohne zusätzliche Verpackungen ist, dass diese beschädigt werden könnten.

Einer von drei Befragten (38 %) gibt an, dass sie durch die Garantie für verloren gegangene Artikel, mit der sie ihr Geld zurückzuerhalten oder einen Ersatz bekommen könnten, mehr Vertrauen in diese Art der Lieferung hätten. Wenn es ein Problem mit einer Amazon-Bestellung gibt, können die Kund:innen den Kundenservice kontaktieren und dort eine Rückerstattung oder ein Ersatzprodukt beantragen.



Neugierige Nachbarn machen den deutschen Kund:innen nichts aus. Tatsächlich sind sich 71 % der Befragten sicher, dass ihre Nachbarn ihre Bestellung entgegennehmen, sollten sie selbst mal nicht zu Hause sein.

Amazon arbeitet mit Produktherstellern wie Procter & Gamble zusammen, um Verpackungen für Produkte wie Pampers, Swiffer oder Ariel zu entwickeln und zu testen, damit keine zusätzliche Versandverpackungen benötigt werden. Für Produkte, bei denen eine zusätzliche Verpackung unverzichtbar ist, nutzt Amazon Machine-Learning-Algorithmen. So kann für jeden Artikel die passende Verpackung gefunden werden, um so wenig Material wie möglich zu verbrauchen und ausreichend Schutz zu bieten.

Amazon reduziert nicht nur die Verpackungsmaterialien, sondern ist auch Mitbegründer des Climate Pledge, einer Verpflichtung, bis 2040 in allen Geschäftsbereichen CO2-neutral zu sein. Stand heute hat der Climate Pledge mehr als 400 Unterzeichner aus 55 Branchen und 35 Ländern. Als Teil dieses Versprechens ist Amazon auf dem Weg, bis 2025 alle Betriebsabläufe mit 100 % erneuerbaren Energien zu versorgen. Letztes Jahr kündigte das Unternehmen eine Investition von über einer Milliarde Euro an, um sein europäisches Transportnetzwerk zu elektrifizieren und seine CO2-Emissionen zu reduzieren.

[Hier](#) finden Sie weitere Informationen darüber, wie Amazon Verpackungsmaterial einspart.

Über Amazon

Amazon wird von vier Grundprinzipien geleitet: Fokus auf Kund:innen statt auf den Wettbewerb, Leidenschaft fürs Erfinden, Verpflichtung zu operativer Exzellenz und langfristiges Denken. Amazon strebt danach, das kundenorientierteste Unternehmen, der beste Arbeitgeber und der sicherste Arbeitsplatz der Welt zu sein. Kundenrezensionen, 1-Click-Shopping, personalisierte Empfehlungen, Prime, Versand durch Amazon, AWS, Kindle Direct Publishing, Kindle, Fire Tablets, Fire TV, Amazon Echo, Alexa, Just-Walk-Out- Technologie, Amazon Studios und The Climate Pledge sind nur einige Beispiele, für die Amazon Pionierarbeit geleistet hat. Mehr Informationen auf aboutamazon.de und auf Twitter unter [@AmazonNewsDE](https://twitter.com/AmazonNewsDE).

Für weitere Informationen:

Amazon Deutschland Services GmbH
Public Relations
Marcel-Breuer-Str. 12
80807 München
Telefon: 089 35803-530
Telefax: 089 35803-481
E-Mail: presseanfragen@amazon.de

Amazon.de ist der Handelsname der Amazon EU S.à.r.l
Société à responsabilité limitée
5 Rue Plaetis
L-2338 Luxembourg
Phone: (+352) 26 73 3000
Fax: (+352) 26 73 33 32
Registriert in Luxemburg RCS Luxemburg Registernummer: B-101818