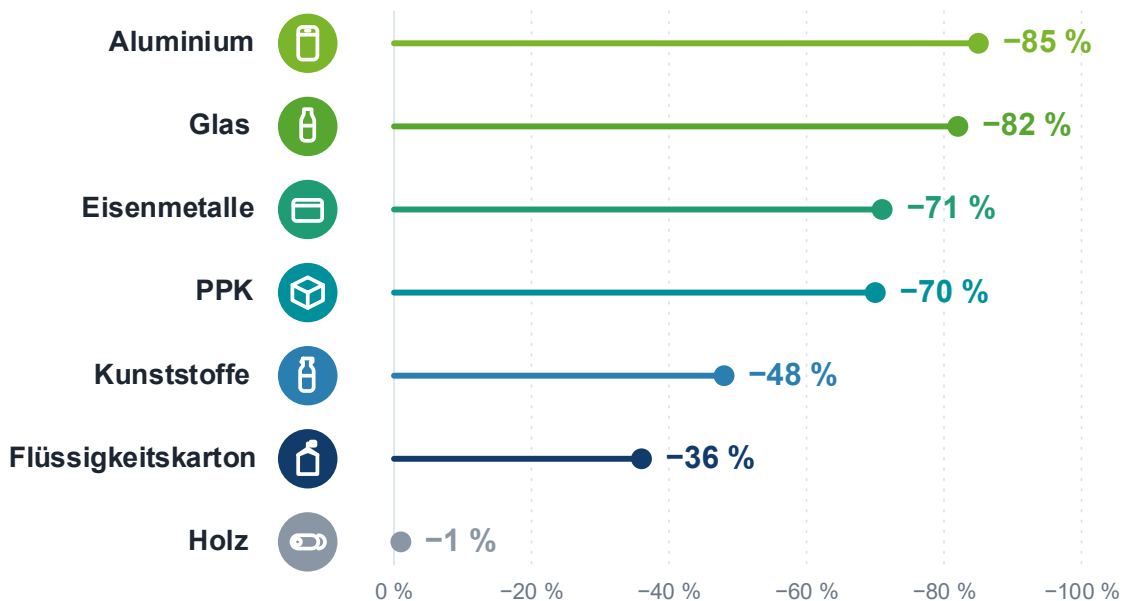


Der **AVU-Verpackungsmonitor** kombiniert Kennzahlen zu Verpackungen und Verpackungsrecycling mit einer Verbraucherumfrage und zeigt so Veränderungen und Trends auf. Die repräsentative Verbraucherumfrage führte YouGov im Mai 2026 mit mehr als 2.000 Befragten durch. Die Daten zu Verpackung und Recycling haben die Gesellschaft für Verpackungsmarktforschung (gvm) und das Institut für Energie- und Umweltforschung Heidelberg (ifeu) ermittelt.

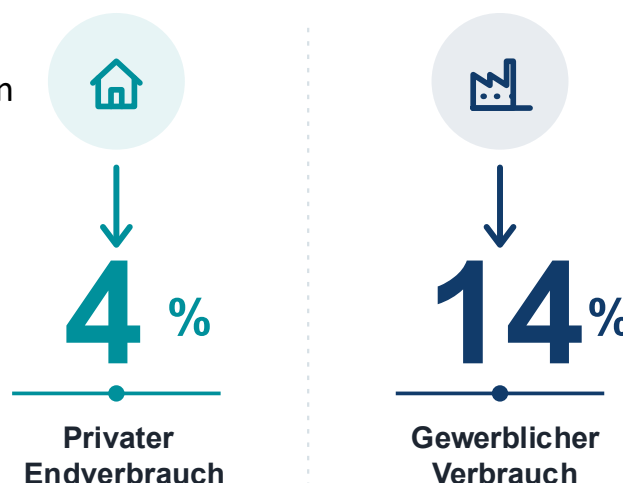
Im Kreislauf steckt Klimaschutz: Verpackungsrecycling mit starken Treibhausgas-Einsparungen

Verpackungen nach ihrem Gebrauch zu recyceln, lohnt sich für das Klima. Werden bei der Herstellung neuer Produkte Recyclingrohstoffe anstelle von Primärrohstoffen eingesetzt, lassen sich erhebliche Treibhausgasemissionen vermeiden. Besonders groß ist das Einsparpotenzial bei Aluminium (-85 %) und Glas (-82 %). Aber auch das Recycling anderer Verpackungsmaterialien trägt deutlich zum Klimaschutz bei.



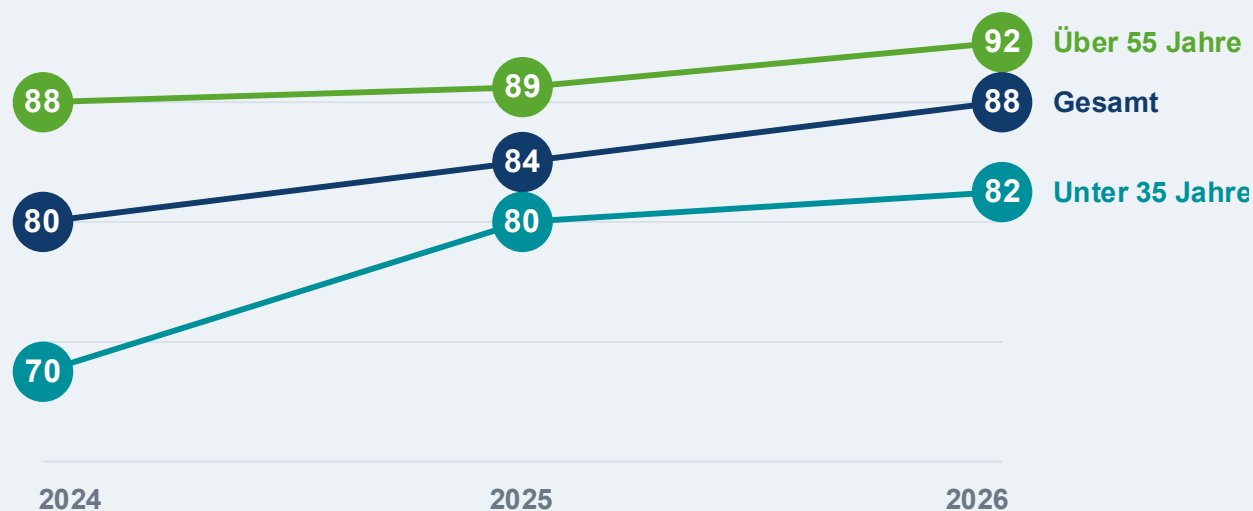
Verpackungsmengen seit 2021 rückläufig

Seit Jahren verzeichnet das Verpackungsaufkommen in Deutschland einen Abwärtstrend. Während die Mengen im privaten Endverbrauch seit 2021 um 4 Prozent zurückgegangen sind, ist der Rückgang im gewerblichen Bereich mit 14 Prozent noch deutlicher. Gründe sind neben konjunkturellen Effekten auch der gestiegene Einsatz von Mehrwegverpackungen sowie Verpackungsoptimierungen.



Mülltrennung gewinnt generationenübergreifend an Bedeutung

Mülltrennung leistet einen Beitrag zu hochwertigem Recycling. Daher ist es erfreulich, dass die Bedeutung der Mülltrennung im Haushalt weiter ansteigt. 88 % der Befragten halten Mülltrennung für sehr wichtig oder eher wichtig (2024: 80%). Besonders deutlich fällt der Anstieg bei den unter 35-Jährigen aus: Hier wächst die Zustimmung von 70 % auf 82 %. Damit nähert sich die jüngere Generation zunehmend den über 55-Jährigen an, die Mülltrennung zu 92 % als wichtig erachten.



Mehr bezahlen für nachhaltige Verpackungen? Das Bild ist gemischt.

Verbraucherinnen und Verbrauchern sind nachhaltige Verpackungen wichtig: Vier von zehn sind bereit, für diese einen höheren Preis zu bezahlen. Besonders ausgeprägt ist diese Bereitschaft bei den 18- bis 24-Jährigen: Rund 60 Prozent der jungen Erwachsenen würden für nachhaltiger verpackte Produkte tiefer in die Tasche greifen. Damit liegt ihre Zahlungsbereitschaft nicht nur deutlich über dem Durchschnitt, sondern fast doppelt so hoch wie bei den 45- bis 54-Jährigen.

