



Presseinformation  
Berlin, 11. Juni 2026

## Tag der Verpackung 2026

# Was Deutschland über Verpackungen denkt (und weiß)

**Die Deutschen erwarten viel von ihren Verpackungen – und bewerten sie im Durchschnitt überwiegend gut oder sehr gut. Aus Anlass des 11. bundesweiten Tags der Verpackung am 11. Juni 2026 hatte das Deutsche Verpackungsinstitut e. V. (dvi) gemeinsam mit elf Branchenverbänden die Ergebnisse einer repräsentativen Umfrage aus dem Mai 2026 veröffentlicht. Im Blickpunkt unter anderem: 13 Erwartungen, die eine Verpackung im Alltag erfüllen muss. Im Ergebnis fiel das Zeugnis bei neun Aspekten mehrheitlich gut oder sehr gut aus. Keine Erwartung wurde mehrheitlich mit schlecht oder sehr schlecht bewertet. Wo es trotzdem hakt, welche Kluft sich mit Blick auf das Thema Kreislaufwirtschaft und Umweltschutz auftut und was junge Menschen dazu bewegt, Verpackung zu ihrem Beruf zu machen, das stellten die Verbände auf einer Pressekonferenz vor.**

Seit 2015 richtet das Deutsche Verpackungsinstitut e. V. (dvi) jedes Jahr Mitte Juni den Tag der Verpackung aus, um die Öffentlichkeit über Verpackungen zu informieren und von den Menschen zu erzählen, die hinter ihnen stehen. Für den 11. Tag der Verpackung hat das dvi gemeinsam mit elf Fachverbänden eine repräsentative Umfrage mit fünf Fragen zum Thema Verpackung in Auftrag gegeben. Als Verbände beteiligt sind Aluminium Deutschland e. V., AVU Allianz Verpackung und Umwelt, Bundesverband Glasindustrie e. V., DIE PAPIERINDUSTRIE e. V., DFTA Flexodruck Fachverband e. V., Fachverband Faltschachtel-Industrie e. V. (FFI), Flexible Packaging Europe, IK Industrievereinigung Kunststoffverpackungen e. V., IPV Industrieverband Papier- und Folienverpackungen e. V., VDW Die Wellpappenindustrie und Verband Metallverpackungen e. V. (VMV).

In Kooperation mit elf Hochschulen entstand zudem eine Videokampagne, in deren Rahmen Studierende, Azubis und Alumni verpackungsnaher Studiengänge und Ausbildungsberufe erzählen, warum sie aus Verpackung ihren Beruf machen.

### Was erwarten die Deutschen von ihrer Verpackung?

Verpackungen haben viele Aufgaben und müssen eine Reihe ganz unterschiedlicher Erwartungen erfüllen. Gefragt, welche Aspekte aus persönlicher Sicht zu den Top-5 gehören, dominieren bei den Funktionen die Sicherstellung der Hygiene (37,6 Prozent), das einfache Öffnen, Verwenden und Wiederverschließen (33,1 Prozent), der Schutz des Produkts vor Schäden (32,6 Prozent) und die Verlängerung der Haltbarkeit (32,1 Prozent).

Blickt man übergeordnet auf die Erwartungen, die die Deutschen insgesamt an eine Verpackung stellen, steht unter allen 13 abgefragten Aufgaben und Erwartungen die Recyclingfähigkeit klar auf Platz eins. Für 48 Prozent gehört sie zu den Top-5-Erwartungen an



Presseinformation  
 Berlin, 11. Juni 2026

eine Verpackung. Auf Platz zwei folgt der sparsame Einsatz von Verpackungsmaterial (40,3 Prozent). Aber auch möglichst geringe Umweltauswirkungen (36,1 Prozent) und – wo das ökologisch und praktisch sinnvoll ist – die Mehrwegfähigkeit (33,3 Prozent) sind Teil der Gesamt-Top-5.

Die Geschäftsführerin des Deutschen Verpackungsinstituts e. V. (dvi), Dr. Natalie Brandenburg, hebt im Namen der Verbändegemeinschaft und mit Blick auf die Umfrageergebnisse zwei Aspekte hervor: „Es zeigt sich, dass Nachhaltigkeit und Kreislaufwirtschaft für die Deutschen weiterhin eine sehr große Rolle spielen. Die Verpackung hat hier traditionell eine Leuchtturmfunktion, weil wir sie täglich nutzen und in den Händen halten. Wenn vier der Top-5-Erwartungen an eine Verpackung aus dem Bereich Nachhaltigkeit und Kreislaufwirtschaft kommen, dann ist das ein klares Statement. Gleichzeitig wissen die Bürgerinnen und Bürger um den wichtigen Job, den Verpackungen rund um Produktschutz, Hygiene und Sicherheit übernehmen. Auch in diesen Bereichen gibt es einen klaren Auftrag an die Verpackung.“

### Wie fällt das Zeugnis aus?

Auf die Frage, wie gut die Verpackungen die jeweiligen Aufgaben und Erwartungen im Alltag erfüllen, geben die Deutschen im Durchschnitt meist ein gutes bis sehr gutes Zeugnis. Bei den 13 abgefragten Aspekten entfallen die ersten drei Plätze in der Zufriedenheitsskala auf die Sicherstellung von Hygiene (sehr gut oder gut: 81,7 Prozent), den Produktschutz (sehr gut oder gut: 78,18 Prozent) und die Verlängerung der Haltbarkeit (sehr gut oder gut: 70,3 Prozent). Jeweils fast 70 Prozent fühlen sich gut oder sehr gut durch Verpackung informiert (69,6 Prozent) und beim Einkauf unterstützt (Wiederauffindbarkeit im Regal 68,3 Prozent).

Interessant sind aber auch die schlechteren Noten, die als klare Handlungsaufforderung gedeutet werden. „Nur eine knappe Mehrheit von 52,5 Prozent der Menschen beurteilt das leichte Öffnen, Verwenden und Wiederverschließen mit gut oder sehr gut. Zwar sprechen nur 12,9 Prozent davon, dass ihre Verpackungen diese Aufgabe schlecht oder sehr schlecht lösen, aber das ist trotzdem nicht der Anspruch unserer Branche. Hier gibt es offensichtlich Nachholbedarf, wobei die funktionierenden Lösungen existieren – aber vielleicht konsequenter eingesetzt werden müssen“, so Brandenburg.

Den zweiten Auftrag an die Branche sieht die Geschäftsführerin im Bereich der Kommunikation: „Der sparsame Einsatz von Verpackungsmaterial wurde lediglich von 35,6 Prozent mit gut oder sehr gut bewertet. Das ist das schlechteste Zeugnis aller 13 Aspekte und wirklich bedenklich – denn die Realität sieht ganz anders aus. Wir benötigen deutlich weniger Material und Ressourcen als früher, um unsere Produkte zu verpacken. Diesen Fakt müssen wir als Branche viel deutlicher machen.“



Presseinformation  
Berlin, 11. Juni 2026

### Der Recyclingmythos

Von Papier und Karton über Metall und Glas bis zu Kunst- und Verbundstoffen: In Deutschland werden Verpackungen nach Gebrauch gesammelt, um sie wiederzuverwerten. Das Ziel der Kreislaufwirtschaft: Rohstoffe sollen erhalten werden und nicht verloren gehen. Bei der Frage, wie viele der eingesammelten Verpackungen so recycelt werden, dass daraus erneut Verpackungen oder andere Produkte entstehen können, unterschätzen mehr als zwei Drittel der Deutschen die Realität – und das über alle Materialien hinweg. Nur 31,2 Prozent wissen, dass Glas zu über 80 Prozent recycelt wird (2024: 82,9 Prozent). Auch bei Papier, Pappe und Karton schätzen nur 31,2 Prozent die Recyclingquote von über 80 Prozent richtig ein (2024: 91,8 Prozent). Das gilt auch für Metall, wo 83,4 Prozent an eine Recyclingquote unter 80 Prozent glauben, wobei Metall in Wirklichkeit die höchste Recyclingquote insgesamt aufweist. Bei Kunststoff vermuten 67,5 Prozent eine Recyclingquote von unter 60 Prozent (Realität 2024: 70,8 Prozent). Bei Verbundstoffen glauben 70,7 Prozent an eine Recyclingquote von unter 60 Prozent (Realität 2024: 69,5 Prozent).

Das Fazit der Verbände: „Unsere Bürger und Bürgerinnen können stolz auf das sein, was sie für die Kreislaufwirtschaft leisten. Die hohen Quoten, die wir bei der stofflichen Verwertung erreichen, kommen nur zustande, weil die Menschen ihre Verpackungen nach Gebrauch verantwortungsbewusst entsorgen. Kreislaufwirtschaft ist Teamarbeit. Dass am Ende alles, was wir vorher getrennt gesammelt haben, wieder zusammengeschüttet und verbrannt wird, ist ein Mythos“, betont Brandenburg.

### Mehr Produkte – aber weniger Verpackung

Gefragt, ob wir heute im Vergleich zu vor 10, 20 oder 30 Jahren mehr oder weniger Verpackungsmaterial benötigen, um ein Produkt zu verpacken, schätzten nur 18,2 Prozent der Befragten die Sache richtig ein: Wir brauchen heute weniger oder sogar viel weniger Verpackungsmaterial pro Produkt. Im Durchschnitt, das zeigt eine Studie der Gesellschaft für Verpackungsmarktforschung aus dem Jahr 2022, konnten wir 2020 im Vergleich zu 1991 bei Verpackungen aus Papier, Pappe und Karton 17 Prozent Material einsparen, bei Aluminium 38,5 Prozent, bei Glas 6,9 Prozent und bei Kunststoffverpackungen sogar 76,9 Prozent.

Natalie Brandenburg: „Zum Tag der Verpackung 2022 haben wir nicht nur die Gesamtmenge der verbrauchten Verpackungsmaterialien und der verpackten Produkte verglichen, sondern wir haben uns auch konkrete Beispiele angeschaut. So wurde eine Aluminiumschale mit 100 Gramm Katzenfutter 2020 mit 29 Prozent weniger Material produziert als 1991. Eine Weinflasche kam mit 23,5 Prozent weniger Glas aus. Eine Zahnpastatube aus Kunststoff benötigte 18,9 Prozent weniger Material. Und die Innovationen gehen weiter. Auch beim



Presseinformation  
 Berlin, 11. Juni 2026

Einsatz von Energie oder Wasser arbeiten die Unternehmen immer effizienter. Als Verbraucherin oder Verbraucher denken wir oft an das eine Negativbeispiel oder die kleine Dose im riesigen Versandkarton. Insgesamt aber haben wir zwar immer mehr Produkte, aber immer weniger Verpackung pro Produkt.“

### **Kleiner Aufwand – große Wirkung**

Eine der wichtigsten Aufgaben der Verpackung ist der Schutz des verpackten Produkts. Diese Leistung kommt nicht ganz umsonst, denn jede Verpackung verbraucht bei ihrer Herstellung Material, Energie und andere Ressourcen. Die Frage ist, ob sich der Aufwand lohnt. Genauer gesagt: Was passiert, wenn wir auf die Verpackung verzichten und dafür das Produkt verdirbt oder kaputt geht? Hat die Verpackung den größeren ökologischen Fußabdruck oder das verpackte Produkt? Die Umfrage zeigt, dass nur knapp einer von fünf Deutschen das Verhältnis richtig einschätzt. 19,5 Prozent wissen, dass die Verpackung im Durchschnitt einen deutlich kleineren ökologischen Fußabdruck hat als das verpackte Produkt. Mehr als zwei Drittel der Deutschen schätzt es falsch ein. 41,3 Prozent vermuten den größeren Fußabdruck bei der Verpackung. 31,2 Prozent glauben, dass der Fußabdruck ungefähr gleich groß ist.

Die dvi-Geschäftsführerin weist darauf hin, dass „im Durchschnitt nur 3,0 bis 3,5 Prozent der Klimawirkungen verpackter Lebensmittel durch die Verpackung entstehen. In unseren Produkten stecken viele wertvolle Rohstoffe, Energie, Wasser und andere Ressourcen. Das sind ökologische und ökonomische Schätze, die wir schützen müssen. Die Verpackung macht das mit einem minimalen Aufwand. Vielen ist das gar nicht bewusst. Dabei ist ganz klar: Der wirkliche Schaden für die Umwelt und unseren Geldbeutel entsteht dann, wenn das Produkt verdirbt oder kaputt geht. Die Verpackung schützt uns genau davor.“

### **Unboxing the future**

„Nicht nur reden. Mithelfen, forschen, verändern!“ So bringt es ein Student des Verpackungsmaschinenbaus auf den Punkt. Im Vorfeld des Tags der Verpackung hatte das dvi in Kooperation mit elf Hochschulen aus Deutschland und Österreich eine Countdown-Videokampagne gestartet. Studierende, Azubis und Alumni verpackungsnaher Studiengänge und Ausbildungsberufe erzählen dabei in 25 Reels auf Instagram, warum sie sich für das Themenfeld Verpackung entschieden haben. Der Tenor: Verpackung ist unverzichtbar. Anstatt sie schlechtzureden, kann man sie aktiv mitgestalten, um sie noch besser und nachhaltiger zu machen. Für Natalie Brandenburg ist klar: „Oft fällt uns die Verpackung erst dann auf, wenn sie ihren Job bereits erfüllt hat. Dabei gibt es ohne Verpackung weder Transport noch Lagerung. Funktionierende Lieferketten, die sichere Versorgung mit Lebensmitteln, Medikamenten, technischen Gütern und Rohstoffen und der nachhaltige Umgang mit Ressourcen – all das setzt gute Verpackungen voraus. Deshalb werben wir als



Presseinformation  
Berlin, 11. Juni 2026

Verbändegemeinschaft materialübergreifend für unsere Branche. Verpackung ist Zukunft. Und Zukunft braucht Menschen, die sie gestalten.“

###

### **Bildmaterial + Presseinformationen**

<https://e.pcloud.link/publink/show?code=kZKMFrZL2c6HUIL7QjcE5zeP9pWEbuv6KnX>

Das bereitgestellte Bildmaterial ist frei zur Verwendung im Kontext des „Tag der Verpackung 2026“; Quelle: dvi

### **Über den Tag der Verpackung**

Der Tag der Verpackung ist eine material- und branchenübergreifende Initiative des Deutschen Verpackungsinstituts e. V. (dvi). 2026 wird der Tag in einer Kooperation von 12 Fachverbänden durchgeführt. [www.tag-der-verpackung.net](http://www.tag-der-verpackung.net)

### **Hinter dem Tag der Verpackung 2026 stehen folgende Verbände:**

- Deutsches Verpackungsinstitut e. V. (dvi); Ausrichter
- Aluminium Deutschland e. V.
- AVU Allianz Verpackung und Umwelt
- Bundesverband Glasindustrie e. V.
- DIE PAPIERINDUSTRIE e. V.
- DFTA Flexodruck Fachverband e. V.
- Fachverband Faltschachtel-Industrie e. V. (FFI)
- Flexible Packaging Europe
- IK Industrievereinigung Kunststoffverpackungen e. V.
- IPV Industrieverband Papier- und Folienverpackungen e. V.
- VDW Die Wellpappenindustrie
- Verband Metallverpackungen e. V. (VMV)

### **An der Videokampagne beteiligen sich folgende Hochschulen:**

- BHT Berliner Hochschule für Technik
- DHBW Karlsruhe
- HdM Stuttgart
- Hochschule Albstadt-Sigmaringen
- Hochschule Campus Wien
- Hochschule Hannover
- Hochschule Kempten
- Hochschule München
- Hochschule Neubrandenburg



Presseinformation  
Berlin, 11. Juni 2026

- HTWK Leipzig
- Technische Universität Dresden

### Über das Deutsche Verpackungsinstitut

Das Deutsche Verpackungsinstitut e. V. (dvi) wurde 1990 gegründet. Es vernetzt als einziger Verband der Verpackungswirtschaft branchenübergreifend Menschen und Unternehmen der gesamten Wertschöpfungskette vom Maschinenbau über alle Segmente der Verpackungs- und Konsumgüterindustrie sowie Handel und Markenunternehmen bis hin zur Kreislaufwirtschafts- und Recyclingindustrie mit dem Ziel, innovative und nachhaltige Ansätze zu initiieren.

Das dvi setzt sich branchen- und materialübergreifend für Themen der Verpackungswirtschaft ein und lehnt ideologisch geführte Diskussionen ab. Es macht Verpackung zum Thema in der Öffentlichkeit, bringt Objektivität in die oft mit Vorurteilen und falschen Gemeinplätzen durchgezogene Diskussion und informiert mit Tatsachen über die Leistungen der Verpackung und ihrer Akteure. Zu den Initiativen des dvi zählen der Deutsche Verpackungspreis, der Deutsche Verpackungskongress, der Tag der Verpackung, die Dresdner Verpackungstagung, die Verpackungsakademie, das Forum Packaging Strategies, der Student Day und das Nachwuchsprojekt PackVision.

[www.verpackung.org](http://www.verpackung.org)

### Pressekontakt

Christian Nink

[www.taleport.net](http://www.taleport.net)

Tel.: +49 30 60986675

E-Mail: [presse@verpackung.org](mailto:presse@verpackung.org)

### Im Auftrag von:

Deutsches Verpackungsinstitut e. V.

Kunzendorfstr. 19

14165 Berlin