



Nachhaltiges Papier steigert das Potenzial von gedruckter Werbung

- Aktuelle Studien zeigen, dass Verbraucher*innen in Europa Kommunikation in gedruckter Form vertrauen
- Ein Drittel hält Papier aus nachhaltig bewirtschafteten Wäldern für wichtig
- Wandel von gedruckter zu digitaler Kommunikation könnte sich negativ auf Konsumausgaben auswirken

Ein stetiger Rückgang der gedruckten Kommunikation spiegelt nicht das wider, was sich die Verbraucher*innen wirklich wünschen. Für sie spielen Flyer, direkte Werbesendungen und Broschüren eine wichtige Rolle in Ihrem Entscheidungsprozess.

Dies ist ein entscheidender Punkt in der deutschen Studie „Prospektmonitor 2025“. Studien aus dem Vereinigten Königreich und den Niederlanden kommen zu ähnlichen Ergebnissen.

Die niederländische Studie zeigt sogar, dass der Umstieg auf digitale Werbung dazu führen kann, dass die Verbraucher*innen Läden seltener besuchen und weniger Geld dort ausgeben.

In der deutschen Studie gaben 78 Prozent der Befragten an, regelmäßig Broschüren zu lesen. Zum Vergleich: Zeitungen lesen nur rund 40 Prozent.

Daten aus dem Vereinigten Königreich zeigen ähnliche Trends auf. Der Bericht von JICMAIL für das 4. Quartal beziffert den Anteil der Personen, die mit Direktwerbung und Flyern interagierten, auf 77 Prozent.

„Die Studie von IFH Media Analytics zeigt, dass gedruckte Broschüren nach wie vor ein wichtiges Medium zur Kommunikation von Angeboten sind und trotz der Zunahme digitaler Medien nicht an Relevanz verloren haben“, sagt Dirk Götz, Manager Sales Operations Central Europe bei



Holmen Board and Paper. „Gerade angesichts der Flut an digitalen Inhalten ist es für Einzelne schwierig, den Überblick über gute Angebote und seriöse Inhalte zu behalten.“

Nachhaltigkeit als Schlüsselfaktor

Eine weitere wichtige Erkenntnis von Prospektmonitor 2025 ist, wie die Verbraucher*innen gedruckte Kommunikation aus einer Nachhaltigkeitsperspektive betrachten. Ein wichtiger Grund für Unternehmen, von gedruckter zu digitaler Kommunikation zu wechseln, war die Sorge, als weniger umweltbewusst wahrgenommen zu werden.

Die deutsche Studie zeigt jedoch, dass 48 Prozent der Befragten gedruckte Materialien als nachhaltig ansehen, wenn sie aus recyceltem Papier hergestellt werden. Und 35 Prozent sind der gleichen Ansicht, wenn für die Produktion des Papiers Holz aus nachhaltig bewirtschafteten Wäldern verwendet wird.

Die Studie bekräftigt Holmens Strategie, Papier aus nachhaltig bewirtschafteten Wäldern herzustellen.

„Ich kann mit Stolz sagen, dass Holmen wertvolle Lösungen anbieten kann, die nicht nur nachhaltig sind, sondern auch das beste Preis-Leistungs-Verhältnis haben. Das bedeutet, dass gedruckte Kommunikation auch weiterhin eine wirtschaftlich tragfähige Option für unsere Kundschaft bleibt“, sagt Dennis Hansson, Sales Director – Graphical Segment.

Langfristige Partnerschaft mit nachhaltigem Vorteil

Die meisten verbraucherorientierten Unternehmen würden davon profitieren, ihre gedruckte Kommunikation zu erweitern. Die Verbraucher*innen wünschen sich das, und die Vorteile sind auch im Hinblick auf den Umweltschutz offensichtlich.

Aber damit dies geschehen kann, benötigen Marken und Druckereien langfristige Partnerschaften mit den Herstellern. Außerdem muss das produzierte Papier die strengsten Nachhaltigkeitskriterien erfüllen.

Für weitere Informationen kontaktieren Sie bitte:
Dennis Hansson
Sales Director – Graphical Segment
Holmen Board and Paper
dennis.hansson@holmen.com

About Holmen Board and Paper

Holmen specialises in paperboard and paper products made using fresh fibre from sustainably managed forests. This creates products with superior strength, flexibility and visual qualities – for everything from books, magazines and advertising to packaging for cosmetics, electronics, food and transport. Our market-leading solutions are perfect for conscious brands that value premium quality and close partnerships. Production and processing are based in Sweden and the UK.

