

# Nachfüllstationen

Bekanntheit und  
Erfahrungswerte

g/d/p Eigenstudie



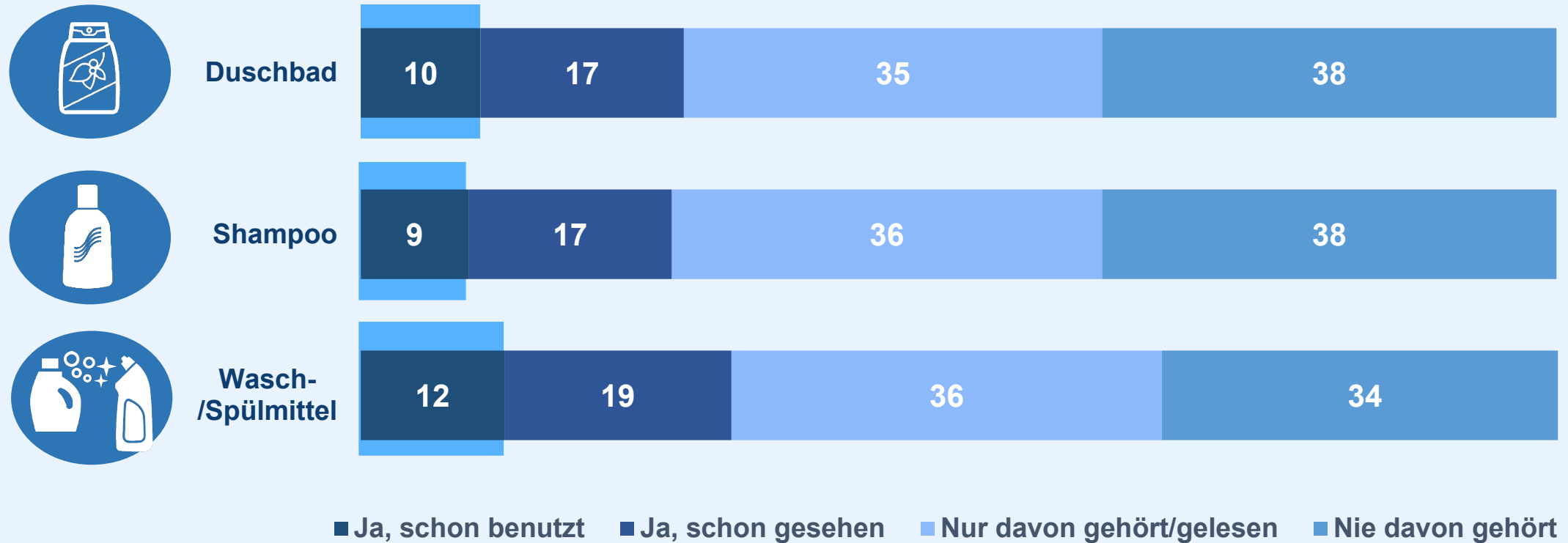
## Zusammenfassung

- Nachfüllstationen, an denen die Konsumenten beispielsweise Wasch- oder Spülmittel selbst in mitgebrachte Behälter abfüllen können, gelten durch die Einsparung von neu produzierten Behältern als Beitrag zum Umweltschutz und zur Nachhaltigkeit.
- Die Forschungsgruppe g/d/p hat anhand einer Teilstichprobe von n=645 Drogeriemarktkäufern aus einer repräsentativen Online-Befragung mit haushaltsführenden Shoppers untersucht, wie bekannt diese Nachfüllstationen sind und welche Erfahrungen Shopper mit ihnen gemacht haben.
- So hat immerhin jeder 10. Befragte Nachfüllstationen für Wasch- oder Spülmittel oder Shampoo im Drogeriemarkt schon mindestens ein mal genutzt. Gut die Hälfte dieser Nutzer findet sie sehr gut und 41% möchten sie regelmäßig benutzen.
- 9% der Nutzer haben angegeben, dass sie Probleme mit dem System hatten und gut jeder Zehnte empfindet das Nachfüllen sehr aufwendig. Nur eine absolute Minderheit von 3% würde sie zukünftig nicht mehr nutzen.
- Im Allgemeinen werden Nachfüllstationen als umweltschonend wahrgenommen. 61% aller Befragten wünschen sich sogar, es gäbe solche Stationen für alle in Frage kommenden Produkte. Ein gutes Drittel (36%) findet es allerdings auch aufwendig, alte Flaschen zum Einkaufen mitnehmen zu müssen.
- Die große Mehrheit der Befragten gehört zu den Nicht-Nutzern und immerhin ein Drittel hat von Nachfüllstationen noch nie gehört. Jedoch eine Mehrheit von 64% der bisherigen Nicht-Nutzer würde sie gern ausprobieren.

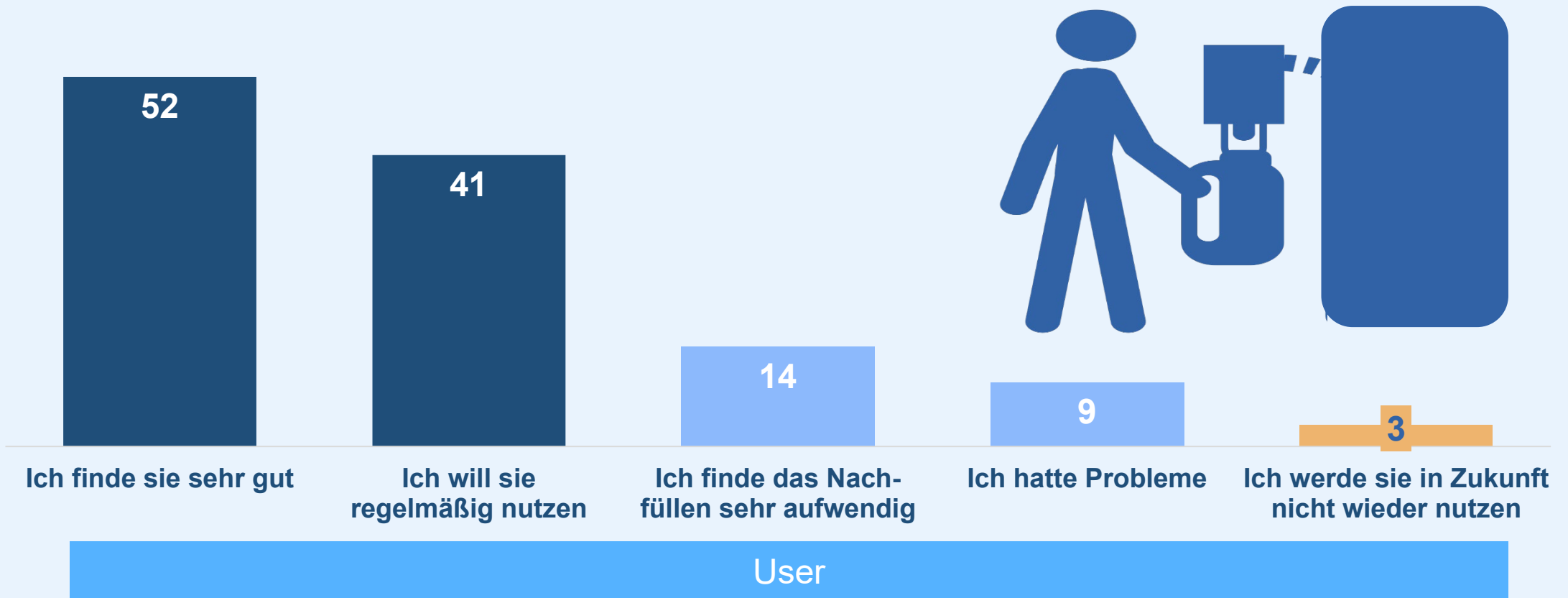


Jeder 10. Drogeriemarktkäufer hat schon mal Nachfüllstationen genutzt – ein Drittel kennt diese jedoch gar nicht.

**USER**



Gute Erfahrungen - Eine Mehrheit der Nutzer findet Nachfüllstationen sehr gut und nur 3% würde sie zukünftig nicht mehr nutzen.



# Nachfüllstationen werden als umweltschonend wahrgenommen – eine Mehrheit der Non-User würde sie gern ausprobieren.



Sie sind ein guter Ansatz um die Umwelt zu schonen



**Basis**

n=645

**Non-User:** Ich würde sie gerne ausprobieren



n=554

Ich wünsche mir solche Stationen für alle Produkte, bei denen es möglich ist



n=645

Ich finde es aufwendig, alte Flaschen zum Einkaufen mitzunehmen



n=645

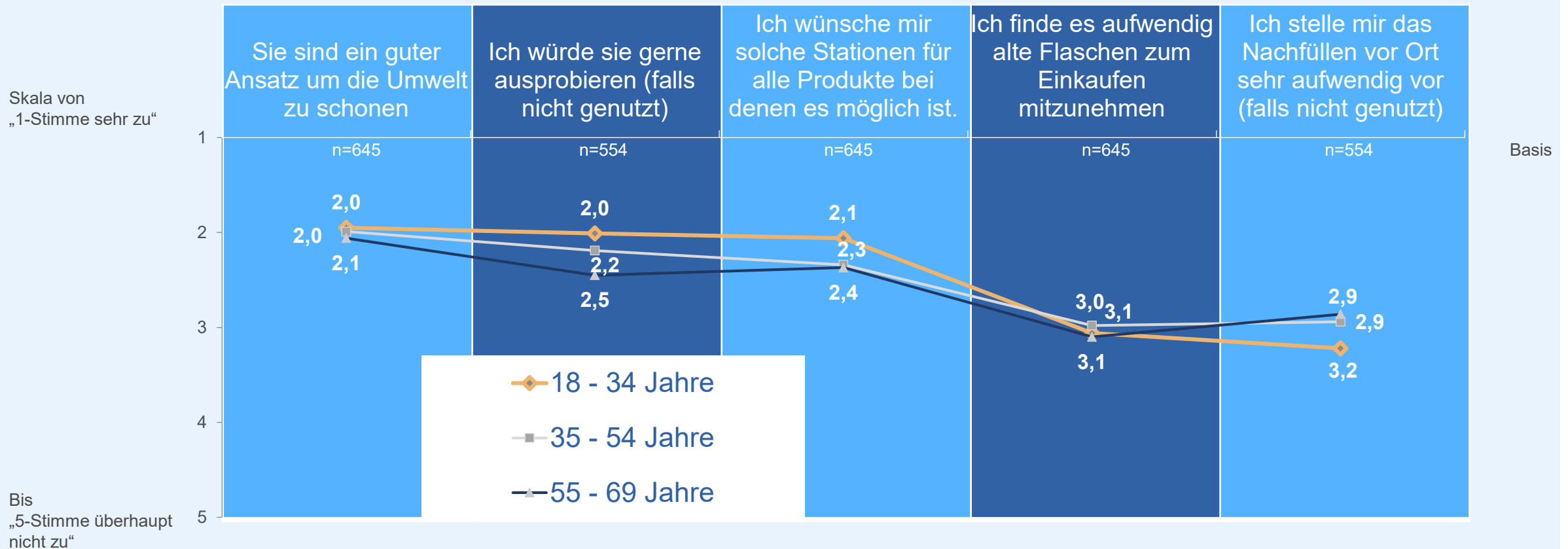
**Non-User:** Ich stelle mir das Nachfüllen vor Ort sehr aufwendig vor



n=554

■ Stimme sehr zu   ■ 2   ■ 3   ■ 4   ■ Stimme überhaupt nicht zu

# 18 bis 34-jährige haben die höchste Affinität zu Nachfüllstationen.



## Untersuchungssteckbrief



**Untersuchungsmethode:** Online Befragung



**Untersuchungszeitraum:** Februar 2022



**Befragungsgebiet:** Bundesweite Befragung



**Stichprobe:** n=645



**Zielpersonen:** Haushaltsführende Personen ab 18 Jahren,  
verantwortlich für den Haushaltseinkauf von Drogerieartikeln



Frauen (73%), Männer (27%)



**Alter:** 18-34 Jahre (26%), 35-54 Jahre (45%), 55-69 Jahre (29%)



**Projektmanagement:** Forschungsgruppe g/d/p



**Marie-Susann Burger**  
Research Consultant

Tel: +49 (0) 40 - 298 76-226  
Mail: [Burger@gdp-group.com](mailto:Burger@gdp-group.com)



**Katharina Labohm**  
Junior Research Consultant

Tel: +49 (0) 40 - 298 76-204  
Mail: [labohm@gdp-group.com](mailto:labohm@gdp-group.com)

**g/d/p Marktanalysen GmbH**  
Ein Unternehmen der  
**Forschungsgruppe g/d/p**  
Richardstraße 18  
22081 Hamburg  
<https://www.gdp-group.com>