

**Amazon feiert zum 10. Mal die Weihnachtszeit mit Frustfreien Verpackungen –
Eine Erfindung, die uns dabei geholfen hat, 181.000 Tonnen Verpackungsmaterial und
307 Millionen Kartons einzusparen.
Und Millionen unserer Kunden konnten Weihnachten ohne „Verpackungsfrust“ feiern**

*Unserer zertifizierte Frustfreie Verpackung ist leicht zu öffnen,
ohne nervige Klappgehäuse oder Bindedrähte, und sie ist zu 100 % recycelbar*

*Amazons Frustfreie Verpackung Programm umfasst mittlerweile sowohl Frustfreie Verpackung (FFP) als auch
Versand in Originalverpackung (SIOC), was für weniger Müll als bei traditionellen Verpackungen sorgt –
eine tolle Sache für unsere Kunden und die Umwelt*

*Amazon arbeitet direkt mit Tausenden von Herstellern zusammen, damit diese ihre Verpackungen
umgestalten, um in der gesamten Lieferkette Müll zu vermeiden und gleichzeitig dafür zu sorgen,
dass die Produkte unbeschadet beim Kunden ankommen*

SEATTLE – 21. NOVEMBER 2017 (NASDAQ: AMZN) – Zehn Jahre ist es nun her, dass Amazon pünktlich zur Weihnachtszeit „Frustfreie Verpackung“ einführte, eine Erfindung, die dabei helfen soll, Müll zu vermeiden und gleichzeitig die Kunden mit leicht zu öffnenden, 100 % recycelbaren Verpackungen zu begeistern. Frustfreie Verpackungen machen Schluss mit dem „Verpackungsfrust“ beim Kunden, der sich nicht mehr mit Plastikbändern, Bindedrähten oder Klappgehäusen herumschlagen muss – weil die Verpackung so viel einfacher zu öffnen ist. Und das ist toll für die Umwelt, denn Produkte werden in Originalverpackung ausgeliefert, wodurch ein Umkarton nicht mehr nötig ist.

Seit seinem Start im November 2008 mit 19 Artikeln umfasst Amazons Verpackungsprogramm mittlerweile sowohl Frustfreie Verpackung (FFP) als auch Versand in Originalverpackung (SIOC). Allein 2017 konnte Amazon 120 Millionen Lieferungen in einer Verpackung auf den Weg bringen, die als Frustfreie Verpackung (FFP) oder Versand in Originalverpackung (SIOC) zertifiziert ist. Bis heute konnten dank Amazons nachhaltiger Innovationen im Bereich Verpackungen 181.000 Tonnen Verpackungsmaterial eingespart und auf 307 Millionen Versandverpackungen komplett verzichtet werden – das sind mehr als 550.000 LKW-Ladungen.

„Vor einem Jahrzehnt haben wir uns daran gemacht, eine Verpackung zu entwickeln, die für den Kunden leicht zu öffnen ist, Müll vermeidet und dafür sorgt, dass Produkte unbeschädigt den Kunden erreichen“, sagt Kim Houchens, Director of Customer Packaging Experience bei Amazon. „Unsere zertifizierten Verpackungsprogramme, darunter auch Frustfreie Verpackung, konnten bereits Millionen von Kunden rund um den Globus begeistern – und Tag für Tag erweitern wir diese Programme um neue Produkte.“

Eine der größten Herausforderungen bei E-Commerce-Verpackungen besteht darin, sie so klein wie möglich zu machen, ohne aber Abstriche beim Schutz des Produkts zu machen. Amazon arbeitet mit Herstellern auf der ganzen Welt zusammen und hilft ihnen dabei, ihre Verpackungen neu zu durchdenken und umzugestalten, um Müll in der gesamten Lieferkette zu vermeiden und gleichzeitig zu gewährleisten, dass die Produkte den Kunden unbeschadet erreichen. Durch eingehende Tests im Amazon Packaging Lab in Seattle und in Fulfillment Centern rund um den Globus kann Amazon genau ermitteln, welche Maßnahmen ein Hersteller ergreifen kann, um seine Verpackungen weiter zu verbessern. Hersteller können sogar mit Verpackungsspezialisten in den Labors von Amazon zusammenarbeiten, um für ein bestimmtes Produkt eine Verpackung zu entwickeln und am gleichen Tag noch zu testen. Nur Produkte, die unser rigoroses Testprogramm erfolgreich bestehen, werden im Rahmen von Amazons Frustfreie Verpackung Programm zertifiziert.

Jedes Jahr erhält Amazon Millionen von Kommentaren von Kunden, die mit den Innovationen des Konzerns im Bereich Verpackungen hoch zufrieden sind. Hier nur zwei Beispiele:

„Bei den alten Verpackungen, die sich nur mit Schere, Schweiß und Blut öffnen ließen, war Verpackungsfrust programmiert. Dieser neue Ansatz ist perfekt! Einfach an der Kartonlasche ziehen, den Umschlag öffnen, und schon hat man die Speicherkarte in der Hand.“

„Ich bin von Amazons Frustfreier Verpackung wirklich begeistert ... Vielen Dank, dass Sie eine Verpackung anbieten, die es mir ermöglicht, an meine Waren heranzukommen, ohne mich selbst in Gefahr zu bringen.“

„Seit Jahren schon arbeitet Hasbro daran, seine Verpackungen für Spielwaren und Spiele noch nachhaltiger zu machen“, sagt Kathrin Belliveau, Senior Vice President, Global Government, Regulatory Affairs and Corporate Social Responsibility, Hasbro, Inc. „Wir sind begeistert davon, in welchem Maße wir dank Frustfreier Verpackung noch nachhaltiger arbeiten, unsere Kunden ihre Spielwaren und Spiele schon beim Auspacken genießen und auf Müll verzichten können – gut für die Umwelt, gut für Kunden und gut fürs Geschäft.“

„Nachhaltiges Wachstum bedeutet für Colgate Palmolive der Fokus auf eine noch geringere Umweltbelastung bei gleichzeitigem Ausbau unserer globalen Geschäftsaktivitäten. Die Zusammenarbeit mit Amazon bei Innovationen im Bereich Verpackungen hat uns genau das ermöglicht“, sagt Mike Corbo, Chief Supply Chain Officer, Colgate Palmolive. „Verpackungsmüll ist kostspielig – sowohl für die Unternehmen als auch für unseren Planeten, und deshalb freuen wir uns, zusammen mit Amazon Verbesserungen im Bereich Nachhaltigkeit voranzutreiben.“

Weitere Informationen zu Amazons Einsatz für noch mehr Nachhaltigkeit finden Sie unter www.amazon.com/sustainability.

Über Amazon

Amazon basiert auf vier Prinzipien: Absoluter Fokus auf den Kunden, nicht auf Mitbewerber, Leidenschaft für Erfindungen, voller Einsatz für operative Exzellenz und langfristiges Denken. Kunden-Rezensionen, 1-Klick-Shopping, personalisierte Empfehlungen, Prime, Fulfillment by Amazon, AWS, Kindle Direct Publishing, Kindle, Fire-Tablets, Fire TV, Amazon Echo und Alexa sind nur einige der Produkte und Services, mit denen Amazon Neuland betreten hat. Weitere Informationen finden Sie unter www.amazon.com/about und folgen Sie uns unter @AmazonNews.

###

Medienkontakt:

Amazon-pr@amazon.com