Deutsche Umwelthilfe

Zweiter Verpackungscheck im Supermarkt

Wie umweltfreundlich Aldi, Edeka und Co. wirklich verpacken

veröffentlicht 2023

KURZ & KNAPP: Ergebnisübersicht

Gesamtergebnis des DUH-Verpackungschecks

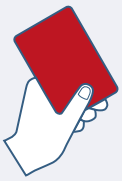
In den 4 Kategorien Obst und Gemüse, Getränke, Milch und Joghurt sowie Selbstbedienungs- und Frischetheke vergeben wir folgende Karten:

Grüne Karte für:

Auf dem richtigen Weg: Diese Unternehmen schöpfen in den getesteten Filialen Möglichkeiten zu Abfallvermeidung und Mehrweg weitestgehend aus.

Gelbe Karte für:

Da geht noch was: Diese Unternehmen schöpfen in den getesteten Filialen die Möglichkeiten zu Abfallvermeidung und Mehrweg nur in Teilen aus.



Rote Karte für:

Zu viel Einweg-Müll: Diese Unternehmen setzen in den getesteten Filialen viel zu stark auf Einwegverpackungen und lassen Möglichkeiten zu Abfallvermeidung und Mehrweg vielfach ungenutzt.

© DUH 2023. Methodik: nicht-repräsentative Stichprobe in 48 Märkten (je 4 Filialen: Aldi Süd und Aldi Nord, Lidl, Penny, Netto Marken-Discount, Norma, Rewe, Edeka, Kaufland, Alnatura, Denns Biomarkt und Bio Company). Testbesuche von Juni bis September 2022. Erfassung des Verpackungsangebots mit Hilfe eines standardisierten Testbogens in den Kategorien: Obst & Gemüse, Getränke, Milch & Joghurt sowie SB-& Frischetheken. Vergabe von grünen, gelben und roten Karten zur Bewertung des durchschnittlichen Gesamtergebnisses.

Verpackungsarmes Einkaufen gelingt im Test am besten im Biohandel

Um uns einen Überblick über verpackungssparendes Einkaufen im Lebensmitteleinzelhandel zu verschaffen, haben wir stichprobenartige Testbesuche bei zwölf großen Supermarkt-, Discounter- und Biohandelsketten durchgeführt und das Angebot in vier Produktkategorien des täglichen Bedarfs betrachtet:

- Obst & Gemüse,
- Getränke,
- Milch & Joghurt,
- Produkte an Frische- & SB-Theken

Unsere Ergebnisse sind eindeutig: Im Verpackungstest konnte – außer den Biosupermärkten – kein klassischer Supermarkt oder Discounter bei Abfallvermeidung und wiederverwendbaren Verpackungen wirklich überzeugen. Besonders schlecht schnitten die Filialen von Aldi Nord, Aldi Süd, Norma, Penny, Lidl und Netto Marken-Discount ab. Etwas besser, aber für die DUH-Bewertung ebenfalls ungenügend, schnitt Kaufland ab. Sie alle erhielten im DUH-Verpackungscheck eine rote Karte. Einzig Edeka und REWE erhielten unter den Supermärkten eine gelbe Karte und erreichten in den jeweils vier untersuchten Filialen im Durchschnitt ein mittelmäßiges Ergebnis.

Alnatura, Bio Company und Denns erzielten gute Ergebnisse und zeigen, dass weniger Verpackungen möglich und praktikabel sind. Sie erhielten allesamt grüne Karten. Besonders bei Obst und Gemüse sowie Getränken setzten sie weitestgehend auf unverpackte Ware und boten Mehrweglösungen an: von der klassischen Mehrwegflasche, dem Mehrweg-Coffee-to-go-Becher bis zur Befüllung mitgebrachter Behältnisse an der Frischetheke. Es darf allerdings nicht sein, dass ressourcensparend und klimafreundlich verpackte Produkte sich auf wenige Biosupermärkte beschränken, sondern müssen in der Breite angeboten werden.

MÜLLFLUT BEI SUPERMÄRKTEN – OHNE GESETZLICHE VORGABEN KEIN WANDEL

Für viele Kundinnen und Kunden ist die Nachhaltigkeit der Produkte ein wichtiges Kaufargument. Um jedoch eine Entscheidung im Sinne der Umwelt treffen zu können, brauchen sie das entsprechende Angebot im Lebensmitteleinzelhandel. Die Hürden für einen verpackungsarmen Einkauf sind jedoch nach wie vor zu hoch: Möchte man auf Unverpackt und Mehrweg setzen, muss man sich schon auf den Weg zu einem Bio-Supermarkt machen.

So kann das Problem wachsender Verpackungsmüllberge nicht gelöst werden. Der Verpackungsverbrauch privater Endverbraucher*innen lag 2020 bei 8,73 Millionen Tonnen – ein Anstieg im Vergleich zum Vorjahr.[i] Das kann so nicht weitergehen!

„Um eine Verpackungswende zu erreichen benötigen alle Verbraucherinnen und Verbraucher, auch bei Discountern, umweltfreundliche Angebote ohne viel Müll. Das geht am besten verpackungsfrei oder in Mehrweg. Doch genau daran hapert es gewaltig. Mehrwegflaschen sucht man zum Beispiel bei Aldi und Lidl vergeblich. Weil der Einzelhandel nicht mitzieht, muss die Politik Abfallvermeidung und Mehrweg verbindlich vorgeben.“

DUH-Bundesgeschäftsführerin Barbara Metz

Deswegen haben wir mit unserem Verpackungscheck zum zweiten Mal die Lage in den Supermarktfilialen untersucht. Das schlechte Gesamtergebnis zeigt, dass die meisten Supermärkte und Discounter ihren Kund*innen kein ausreichendes Angebot machen, mit dem der Verpackungsverbrauch reduziert werden kann.

Politik muss Vermeidung, Mehrweg und Recycling voranbringen und verbindlich machen

Die Ergebnisse des Verpackungschecks belegen, dass Discounter und klassische Supermärkte eine Verpackungswende aus eigener Kraft nicht herbeiführen. Kundinnen und Kunden können durch ihr Kaufverhalten nur wenig erreichen. Insbesondere große Supermarktketten haben die Möglichkeit mit ihrer Marktmacht eine Abfallreduzierung bei Markenartikeln und erst recht bei ihren Eigenmarken herbeizuführen.

Es sollten schnell verbindliche politische Rahmenbedingungen geschaffen werden, die Abfallvermeidung und nachhaltige Verpackungen fördern und diejenigen belohnen, die es richtig machen.

Unsere politischen Kernforderungen

Abfallvermeidung

- Festlegung eines Ziels zur Halbierung des Verpackungsmülls bis 2027

Mehrweg

- Umsetzung der Mehrwegquote für Getränkeverpackungen von 70% durch Einführung einer Einweg-Abgabe von mindestens 20 Cent zzgl. zum Pfand
- Mehrweg klar kennzeichnen
- Verpflichtende Mehrwegquote für Milch und Joghurt
- Abgabe auf Einwegverpackungen für verzehrfertige Speisen und Getränke, so wie in Tübingen

Finanzielle Anreize

- Umlage der Plastiksteuer auf verantwortliche Unternehmen
- Finanzielle Anreize zum Einsatz von Recyclingmaterial und zur Recyclingfähigkeit von Verpackungen

INHALTSVERZEICHNIS

Einleitung: Verpackungsmüllberge und die Rolle des Handels 5

Die Ergebnisse 6

Obst & Gemüse 6

Getränke 8

Milch & Joghurt 9

Selbstbedienungs- und Frischetheken 11

Zusammenfassung der Testergebnisse 13

Fazit & Politische Forderung 15

Anhang 16

Unsere Vorgehensweise 17

Abbildungsverzeichnis 18

Quellen & Endnoten 18

Impressum 19

Unterstützt von Teilnehmer*innen von DEUTSCHE POSTCODE LOTTERIE

EINLEITUNG : VERPACKUNGSMÜLLBERGE UND DIE ROLLE DES HANDELS

Verpackungsmüllmengen in Deutschland und Europa steigen

Zahlen des Statistischen Amts der Europäischen Union (Eurostat) belegen, dass Deutschland in Europa zu den Spitzenreitern beim Anfall von Verpackungsmüll gehört – mit einer Menge von rund 225 kg Abfall pro Kopf und Jahr (2020).[ii] Insgesamt haben alle EU-Länder in 2020 durchschnittlich 18,2 Prozent mehr Verpackungsmüll verursacht als noch 2009. Der größte Anstieg ist bei Verpackungen aus Papier, Karton, Plastik und Holz zu verzeichnen.[iii] Und nicht nur die Menge ist ein Problem: viele Verpackungen können nicht einmal recycelt werden, wie z.B. einige Verbundverpackungen.

Wichtige Rolle des Lebensmitteleinzelhandels

Verpackungen von Getränken und Nahrungsmitteln machen mit 60 Prozent bei den privaten Haushalten den Löwenanteil aus[iv]. Umso wichtiger ist es, dass der Lebensmitteleinzelhandel seine Verantwortung an dieser Stelle wahrnimmt. Dies erwarten auch die Verbraucherinnen und Verbraucher: Untersuchungen zum Umweltbewusstsein zeigen, dass 93 Prozent der Deutschen Defizite bei der Reduktion von Verpackungsmüll sehen[v]. Damit Bürgerinnen und Bürger verpackungsarm einkaufen gehen können benötigen Sie umweltfreundliche Alternativen. Insbesondere dem Angebot von Produkten des täglichen Bedarfs, die regelmäßig und in kurzen Zeitabständen eingekauft werden, kommt eine besondere Bedeutung zu, weil hier viel Verpackungsmüll entsteht.

Nur Recycling reicht nicht aus – Maßnahmen zur Vermeidung und Mehrwegförderung notwendig

Als Lösungsansatz im Kampf gegen die Verpackungsflut reicht es nicht aus ausschließlich auf die Erreichung von Recyclingquoten zu setzen. Gemäß der fünfstufigen europäischen Abfallhierarchie sollten Verpackungen in erster Linie vermieden, wiederverwendet und erst dann recycelt werden.[vi] Aktuell wird die bisherige europäische Richtlinie für Verpackungen und Verpackungsabfälle überarbeitet. Es ist erfreulich, dass die Europäische Kommission im Verordnungsvorschlag erstmals Abfallvermeidungsziele und verbindliche Mehrwegquoten festlegen möchte – allerdings müssen diese ambitioniert ausfallen, um die Verpackungsmüllmengen zu kompensieren, welche in den vergangenen Jahren angehäuft wurden. Auch die aktuelle Debatte zur Überarbeitung des deutschen Verpackungsgesetzes zur Förderung von Mehrwegverpackungen zeigt wie dringend der Handlungsbedarf zur Vermeidung unnötigen Verpackungsmülls ist. Im Gegensatz zu Einweg-Plastikflaschen, Getränkedosen oder Einwegbechern, welche direkt nach ihrer Nutzung zu Abfall werden, sparen Mehrwegverpackungen durch ihre häufige Wiederbefüllung nicht nur Ressourcen ein, sondern schonen auch das Klima. Würden hierzulande alle alkoholfreien Getränke in Mehrweg- statt in Einwegflaschen abgefüllt, so ließen sich damit jedes Jahr bis zu 1,4 Millionen Tonnen CO_2 sparen. Das ist in etwa so viel CO_2, wie 400.000 Haushalte in Deutschland in einem ganzen Jahr beim Heizen ausstoßen[vii].

Der zweite große Verpackungscheck

Im Jahr 2022 ist unser Verpackungstest bei deutschen Supermarkt-, Discount- und Biohandelsketten zum ersten Mal erschienen. Es wurden fünf Produktkategorien Obst & Gemüse, Getränke, Milch & Joghurt, Produkte an Frische- & Selbstbedienungs-Theken (SB-Theken) sowie Drogerieartikel wie Spülmittel und Handseife in Filialen von insgesamt 12 Supermarkt-Ketten getestet. Den Verpackungscheck setzen wir langfristig fort, denn wir möchten die Entwicklung des Verpackungsangebotes in Supermärkten abbilden und Verbesserungen anstoßen.

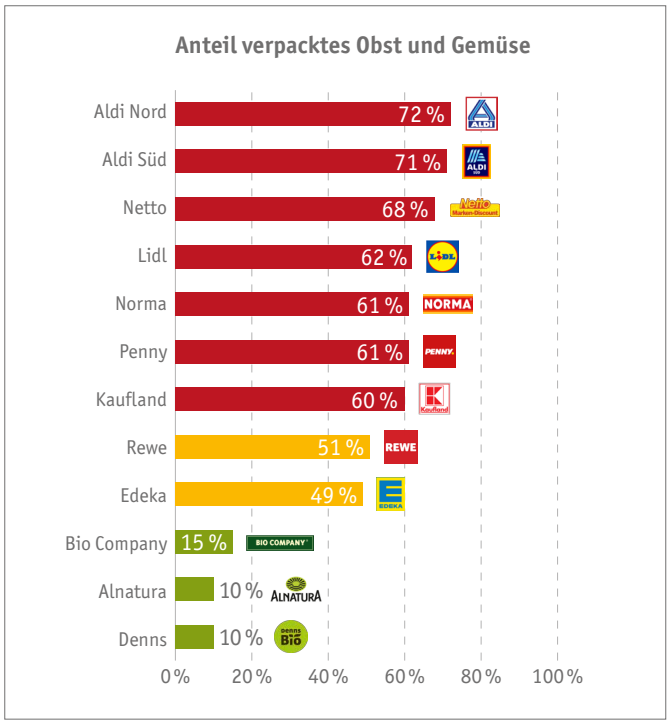
Deshalb haben wir uns erneut die Verpackungen der Sortimente Obst und Gemüse, Getränke, Milch und Joghurt sowie bei Frische- und Selbstbedienungstheken in Deutschlands größten Supermärkten angeschaut. Bei den betrachteten Warengruppen handelt es sich um solche, die regelmäßig und in größeren Mengen bei vielen Menschen in den Einkaufswägen landen und bei denen es in vielen Fällen bereits ressourcenschonende und verpackungsarme Lösungen gibt. Bei unserem Test haben wir überprüft, inwiefern abfallvermeidende und ressourcenschonende Verpackungslösungen eingesetzt wurden – etwa durch Weglassen oder die Nutzung von Mehrweg. Von DUH-Tester*innen wurden in verschiedenen Regionen Deutschland jeweils vier Filialen der Handelsketten Aldi Süd und Aldi Nord, Lidl, Penny, Netto Marken-Discount, Norma, Rewe, Edeka, Kaufland, Alnatura, Denns und Bio Company untersucht. Bei den ermittelten Testbesuchsergebnissen handelt es sich um nicht repräsentative Stichproben, deren Ergebnisse von der DUH bewertet wurden.

Unverpacktes Obst & Gemüse ist längst nicht die Regel!

Jedes Jahr fallen in Deutschland über 100.000 Tonnen Verpackungsabfälle nur für Obst und Gemüse an, obwohl eine zusätzliche Verpackung völlig unnötig wäre[viii]. Bei den besonders beliebten und robusten Sorten Tomaten, Gurken, Karotten, Paprika, Bananen und Äpfel haben wir untersucht, ob sie in den Testmärkten verpackt oder unverpackt angeboten wurden.

Das Ergebnis für Obst und Gemüse ist eine herbe Enttäuschung

Insgesamt schnitten insbesondere die Discounter schlecht ab, während die Vollsortimenter im Mittelfeld lagen. Einzig Biosupermärkte überzeugten mit größtenteils unverpacktem Obst und Gemüse. Damit sind die Ergebnisse im Vergleich zu unserer Erhebung im Vorjahr größtenteils unverändert. Es ist weiterhin kein Trend zu einer nachhaltigen Verpackungswende zu erkennen.



© DUH 2023, n=1798; nicht-repräsentative Stichprobe in 48 Märkten; Anteil verpacktes Obst und Gemüse: Anteil verpackter Produkte am Gesamtsortiment der Sorten: Äpfel, Bananen, Gurken, Karotten, Paprika, Tomaten

Verpackungsflut in Discounterfilialen von Aldi Nord, Aldi Süd und Netto Marken-Discount

Am schlechtesten schnitten im Test die Filialen von Aldi Nord und Aldi Süd ab. Im Schnitt waren die getesteten Sorten zu erschreckenden 70 Prozent verpackt. Von der selbstgesetzten ‚Zielmarke' von 40 Prozent unverpacktem Obst und Gemüse bis 2025 sind die Discounter noch meilenweit entfernt. Nur wenige Prozentpunkte niedriger war der Anteil vorverpackter Produkte bei Netto mit 68 Prozent. Dieser vielfach unnötige Verpackungswahnsinn muss aufhören.

Weit über die Hälfte verpackt bei Lidl, Norma, Penny und Kaufland

Etwas besser schnitten mit gut 60 Prozent vorverpacktem Obst und Gemüse die Discounter Lidl, Norma und Penny sowie der Vollsortimenter Kaufland ab. Dabei eignen sich besonders die getesteten Sorten aufgrund ihrer Robustheit für einen unverpackten Verkauf. Dass dennoch überwiegend verpacktes Obst und Gemüse angeboten wurde, ist unserer Ansicht nach eine unnötige und massive Ressourcenverschwendung.

Unbefriedigend: Das Angebot bei Rewe und Edeka

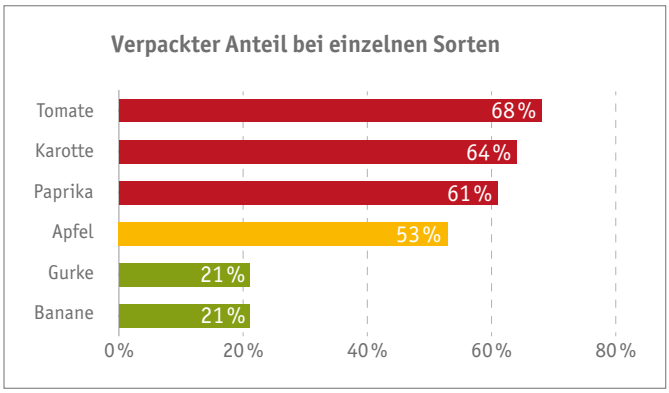
Im Schnitt wurden die getesteten Sorten in der Obst- und Gemüseabteilung sowohl bei Rewe als auch bei Edeka zur Hälfte verpackt angeboten. Besonders Tomaten wurden sehr häufig vorverpackt. Dabei könnten die Kund*innen diese auch gut in selbst mitgebrachten oder vor Ort angebotenen Mehrwegbeuteln transportieren. Die

Methodik: *1.798 Produkte von 6 Sorten wurden analysiert. Pro Obst- und Gemüsesorte wurde die Anzahl angebotener Waren gezählt und die Verpackungsart notiert, soweit vorhanden, auch bei Minisorten. Gänzlich unverpackte oder nur mit einem Sticker gekennzeichnete Ware wurde als unverpackt, alle anderen Verpackungen wurden, unabhängig von Form (Schale, Netz, Foliensack usw.) und Material (Plastik, Papier, Pappe etc.) als ‚verpackt' gewertet. So konnten erst pro Sorte und dann pro Supermarktkette durchschnittliche Verpackungsgrade ermittelt werden. Bei der Errechnung des durchschnittlichen Verpackungsgrades wurden alle Sorten gleich gewertet. Der verpackte Anteil bei Einzelsorten ergibt sich aus dem Durchschnitt der Ergebnisse der Supermarktketten der entsprechenden Sorten.*

von beiden Supermarktketten angebotenen Einweg-Plastik- und Papiertüten in der Obst- und Gemüseabteilung sind aus Sicht der DUH verzichtbar. Papiertüten haben gegenüber Einweg-Plastiktüten keinen ökologischen Vorteil und sollten deshalb auch aus den Märkten verschwinden.

Bio-Supermärkte setzen auf unverpackt

Die Testmärkte von Denns, Alnatura und Bio Company konnten überzeugen. Die untersuchten Obst- und Gemüse-Sorten wurden mehrheitlich unverpackt angeboten. Auch bei den sonst so häufig verpackten Tomaten zeigten die Biomärkte: Es geht auch ohne. Einziges Manko: Die Tester*innen der DUH fanden in allen besuchten Märkten verzichtbare Einwegpapiertüten in den Obst- und Gemüse-Abteilungen vor. Insgesamt setzten jedoch nur die Biohandelsketten standardmäßig auf das Konzept Unverpackt bei den Grundnahrungsmitteln Obst und Gemüse. Wir sagen: weiter so!



Vergleicht man die untersuchten Gemüsesorten aller Supermärkte miteinander, wird deutlich, dass im Schnitt der überwiegende Teil des Obstes und Gemüses vorverpackt angeboten wird.

Bananen und Gurken wurden mit etwa 20 Prozent selten verpackt verkauft. Hier ist anzumerken, dass bei den Bananen in den meisten Fällen Banderolen verwendet wurden, die an der Verpackungsmenge gemessen wenig ins Gewicht fallen. Dass der überwiegende Anteil Gurken unverpackt angeboten wurde, zeigt, dass es auch ohne Plastik geht.

Auch bei Äpfeln, Paprika und Karotten ist nicht verständlich, warum so häufig vorverpackt wurde. Diese Obst- und Gemüsesorten sind sehr robust und können problemlos unverpackt oder in Mehrwegnetzen transportiert werden. Für die meistverpackte Sorte Tomaten, würden wir uns wünschen, dass unter den Verbraucherinnen und Verbrauchern das Bewusstsein wächst, dass auch Pappverpackungen nicht als nachhaltig zu bewerten sind. Insgesamt wird verpacktes Obst und Gemüse häufig günstiger angeboten als unverpacktes. Das setzt die falschen Anreize.

Fazit

Wenn die untersuchten Supermarktketten es ernst meinen mit Abfallvermeidung und Klimaschutz, dann darf es kein „Weiter so“ geben. Selbst robuste Obst- und Gemüsesorten wurden überwiegend in Plastik und Pappe angeboten. Kommt der Handel seiner Verantwortung nicht nach, muss die Politik gegensteuern.

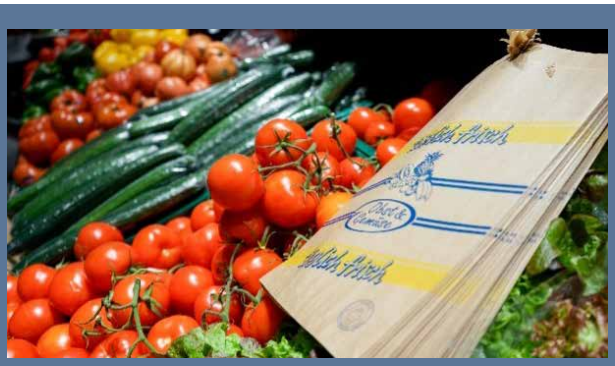


Abbildung 1: Edeka, 16.01.2023: https://www.edeka-kempken.de/images/unsere-maerkte-und-wir/forum-krefeld/obst-gemuese-papiertueten-edeka-kempken-forum-krefeld.jpg

Papiertüten

Papiertüten sind keine umweltfreundliche Alternative zu dünnen Einweg-Plastiktüten. Die Produktion verbraucht viel Wasser, Energie und Chemikalien. Zudem müssen sie dickwandiger sein und verbrauchen somit mehr Rohstoffe. Darüber hinaus werden Papiertüten meist aus Neumaterial produziert, wofür viele Bäume abgeholzt werden. Wer umweltbewusst einkaufen will, sollte generell die Finger von Einwegtüten lassen und stattdessen wiederverwendbare Mehrwegtragetaschen oder Netze nutzen.

Wenig Mehrweg im Getränkeangebot!

Der Vorteil von Mehrweg im Vergleich zu Einweg-Plastikflaschen und Dosen liegt auf der Hand: durch die vielfache Wederverwendung vermeiden Mehrwegflaschen im Vergleich zu Einweg die immerwährende Herstellung neuer Verpackungen. Dadurch werden Abfälle vermieden, Ressourcen geschont und das Klima geschützt. Pro Jahr wird in Deutschland die unglaubliche Menge von 17,4 Milliarden Einweg-Plastikflaschen verbraucht[ix]. Hinzu kommen rund 4 Milliarden Dosen[x] und 5 Milliarden Getränkekartons[xi]. Die aktuelle Mehrwegquote für Getränkeverpackungen beträgt lediglich 43 Prozent.[xii] Das ist weit entfernt von der im Verpackungsgesetz festgelegten Mehrwegquote von 70 Prozent. Um herauszufinden, welche Beiträge die Supermärkte zur Erfüllung der Mehrwegquote leisten haben DUH-Tester die Verpackungsarten der Segmente Wasser, Saft, Softdrinks und Bier in den besuchten Filialen abgeschätzt. Das im Bericht dargestellte Ergebnis ist der Durchschnitt dieser vier Kategorien.

Mehr Einweg als Mehrweg

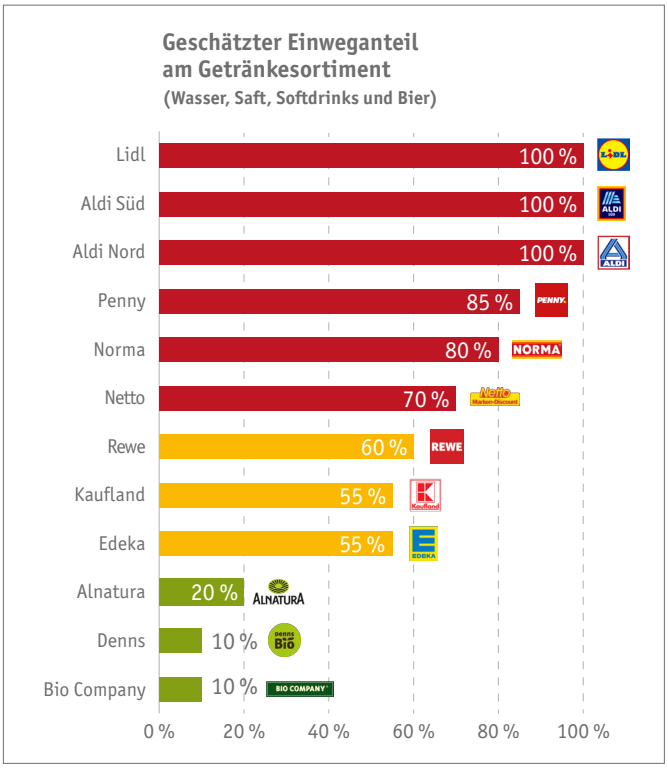
Ähnlich wie in der Testkategorie Obst und Gemüse, kommt der Verpackungscheck im Getränkebereich insgesamt zu einem schlechten Ergebnis, denn es wurden deutlich mehr Getränke in Einweg als in Mehrweg angeboten. Nur im Biohandel wurde ganz überwiegend auf Mehrweg gesetzt. Wieder lagen die klassischen Supermärkte im Mittelfeld. Bei den Discountern gab es Unterschiede – allerdings auf niedrigem Niveau: einige haben ein kleines Mehrwegangebot – andere setzen zu 100 Prozent auf Einweg.

Nur Einweg bei Aldi Nord, Aldi Süd und Lidl

Keine Mehrwegflaschen fanden unsere DUH-Tester*innen in den Regalen der großen deutschen Hard-Discounter Aldi Nord, Aldi Süd und Lidl. Um die Einweg-Müllberge zu verkleinern, sollten die Unternehmen endlich ihre Mehrwegblockade aufgeben und regionale Getränke in wiederbefüllbaren Flaschen anbieten.

Großer Nachholbedarf bei Penny, Norma und Netto Marken-Discount

Bei den drei Discountern Penny, Norma und Netto Marken-Discount wurden zwar Mehrwegflaschen angeboten, allerdings nur in geringen Mengen. Ein geschätzter Einweganteil zwischen 70 und 85 Prozent in den Regalen der untersuchten Märkte ist viel zu hoch, zeigt jedoch auch, dass ein Angebot wiederverwendbarer Flaschen bei Discountern möglich ist.



© DUH 2023, n=192; nicht-repräsentative Stichprobe in 48 Märkten, Durchschnittlicher Einweganteil: Gemittelter Schätzwert der Einwegverpackungsanteile (Flaschen, Dosen und Getränkekartons) in den Produktsortimenten Wasser, Säfte, Softdrinks und Bier.

Methodik: *Die DUH-Testbesucher*innen haben in 48 Märkten in den vier einzelnen Getränkesortimenten (Wasser, Saft, Softdrinks, Bier) jeweils qualifizierte Schätzwerte zu den Regalreihen notiert, wie viele Mehrwegflaschen (PET und Glas) oder Einweggetränkeverpackungen (z.B. Flaschen, Dosen oder Getränkekartons) angeboten wurden. Um die Zuordnung Einweg/Mehrweg vornehmen zu können, waren die Testbesucher*innen zu einschlägigen Flaschenformen, wie Mehrweg-Poolflaschen, geschult und haben die Hinweise an Regalen bzw. auf Flaschen in den Blick genommen. Für jede Getränkeart wurde pro Markt und dann je Supermarktkette ein Durchschnitt gebildet und über die vier untersuchten Getränkekategorien gemittelt. Aus den Ergebnissen der Märkte wurden für die Einzelsortimente ebenfalls entsprechend Durchschnittswerte gebildet. Etwaige Unterschiede zu von den Supermarktketten selbst angegebenen Mehrwegzahlen im Getränkebereich können sich aus unterschiedlichen Untersuchungs-/Berechnungsmethoden ergeben.*

DIE ERGEBNISSE

GETRÄNKE

Noch viel Luft nach oben bei Edeka, Kaufland und Rewe

Bei den Vollsortimentern wurden im Vergleich zu den Discountern zwar deutlich mehr Mehrwegflaschen angeboten. Allerdings dominierten auch hier Einweggetränkeverpackungen. Die Spannbreite des Einweganteils lag zwischen 55 und 60 Prozent und damit bei mehr als der Hälfte.

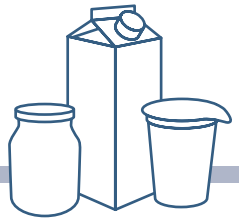
Bei Biosupermärkten ist Mehrweg Standard

Dass Mehrwegflaschen problemlos Standard sein können zeigten erneut die Bio-Supermärkte. Bio Company und Denns schnitten von allen untersuchten Handelsketten am besten ab und boten rund 90 Prozent der Getränke in Mehrweg an. Aber auch Altnatura schnitt überdurchschnittlich gut ab und kam auf Mehrweganteile von rund 80 Prozent. Genau wie beim Obst und Gemüse gilt auch für den Getränkebereich: Es kann nicht sein, dass Mehrweg Sache der Biomärkte bleibt.

Fazit

Das von uns festgestellte Angebot an Getränken in Mehrwegflaschen ist insgesamt enttäuschend. Gerade in einem Verpackungsbereich, in dem etablierte Mehrwegsysteme weit verbreitet sind und es zusätzlich im Verpackungsgesetz eine Mehrwegzielquote von 70 Prozent gibt, sollten wiederverwendbare Flaschen längst Standard sein. Ausschließlich in Biosupermärkten konnten überwiegend Mehrwegflaschen festgestellt werden. Deshalb muss die Politik die Mehrwegquote durchsetzen: mit einer Abgabe auf Einweg-Plastikflaschen, Dosen und Getränkekartons von mindestens 20 Cent zusätzlich zum Pfand. Mit den eingenommenen Mitteln sollten Mehrwegsysteme gefördert werden.

DIE ERGEBNISSE



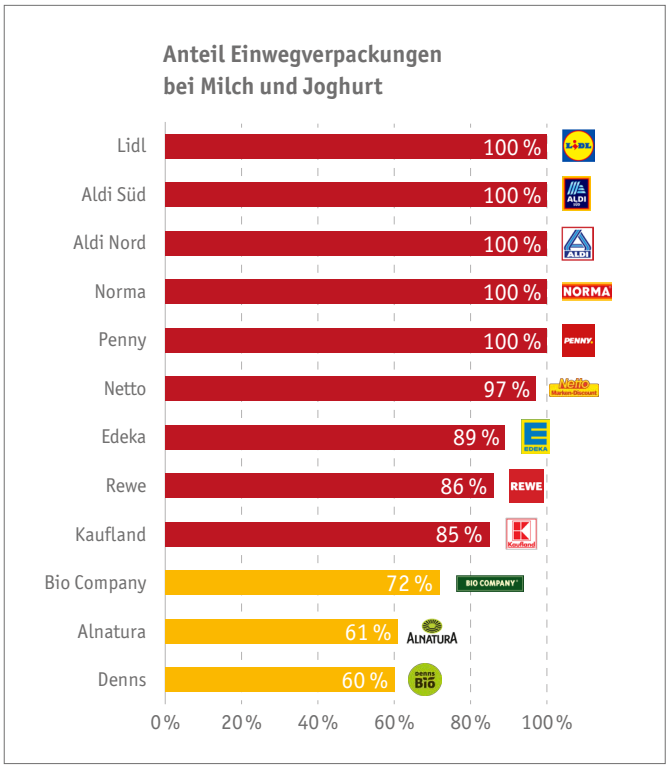
MILCH & JOGHURT

Kaum Mehrweg im Milchregal

Im Schnitt konsumieren Deutsche knapp 48 Liter frische Milch und gut 14 Kilogramm Joghurt im Jahr[xiii]. Zum ganz überwiegenden Teil werden diese Produkte jedoch in Einwegverpackungen abgefüllt. Der Mehrweganteil im Milchsegment (Frisch- und H-Milch) lag 2019 nur bei 1,3 Prozent[xiv]. So entstehen jährlich riesige Verpackungsmüllberge. Wir haben deren Angebot in den Segmenten Milch und Joghurt in der Praxis näher untersucht.

Einweg bestimmt das Angebot

Nicht einmal die für den Verpackungscheck getesteten Biomarkt-Filialen boten einen zufriedenstellenden Anteil von Milch und Joghurt in Mehrwegverpackungen an. Die Vollsortimenter Rewe, Edeka und Kaufland boten zwar Mehrwegflaschen und Gläser an, aber nur auf einem sehr niedrigen Niveau zwischen 11 und 15 Prozent. Bis auf Netto Marken-Discount konnten unsere Testbesucher*innen bei den Discountern kein Mehrweg für Milch und Joghurt vorfinden.



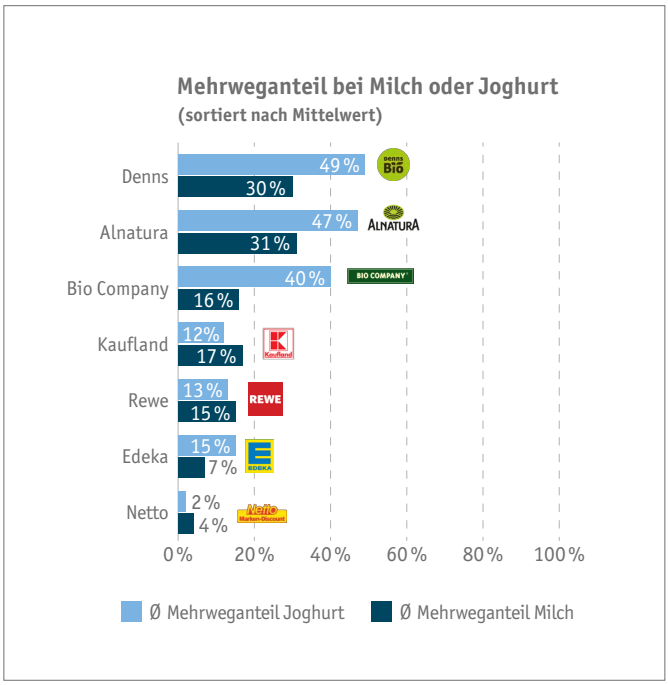
© DUH 2023, n=4432; nicht-repräsentative Stichprobe in 48 Märkten; Durchschnittlicher Einweganteil: Mittelwert Anteil Einwegverpackungen am Gesamtangebot bei Milch und Joghurt (bei Joghurt ab >30 Sorten Schätzwerte)

Volle Pulle Einweg bei Penny, Aldi Nord, Aldi Süd, Lidl und Norma

Die Discounter setzten nach unseren Tests auf 100 Prozent Einweg bei Milch und Joghurt. Lediglich in den Testmärkten von Netto Marken-Discount konnten wir niedrige drei Prozent Mehrweg ausmachen. Kundinnen und Kunden, die Mehrweg haben wollen, müssen bei den Discountern also die sprichwörtliche Nadel im Heuhaufen suchen.

Erschreckend wenig Mehrweg bei Vollsortimentern Rewe, Edeka und Kaufland

Die Auswahl in den Märkten der großen Vollsortimenter ist oftmals besonders vielfältig – nicht so bei der Auswahl von Milch- und Joghurtprodukten in Mehrweg. Hier erzielte Kaufland mit 15 Prozent Mehrweg noch die besten Ergebnisse bei unseren Testbesuchen, während Edeka mit nur 11 Prozent bei den Vollsortimentern am schlechtesten abschnitt. Der Mehrweganteil bei Milch lag in den getesteten Edeka-Märkten mit 7 Prozent auf einem ähnlich niedrigen Level wie beim Netto Marken-Discount.



Luft nach oben auch bei den Bio-Supermärkten

Zwar schnitten die Biomärkte bei den DUH-Tests am besten ab, aber auch hier ist das Mehrwegsortiment bei Milch und Joghurt noch ausbaufähig. Rund ein Drittel der Milch und Joghurt konnten unsere Tester*innen bei Denns und Alnatura in Mehrweg finden. Bei der Bio Company war der Mehrweganteil mit 28 Prozent etwas geringer.

Betrachtet man die Verpackungen für Milch und Joghurt gesondert, so lässt sich im Joghurtsegment der Biomärkte ein positiver Trend erkennen. Fast die Hälfte der Joghurtsorten wurden in den untersuchten Alnatura-Filialen in Mehrweggläsern angeboten. Unsere Testergebnisse zeigen aber auch: gerade bei Frischmilch gibt es deutlichen Aufholbedarf, was das Mehrwegangebot anbelangt. Hier dominiert noch der Getränkekarton und zunehmend werden auch Einweg-Plastikflaschen angeboten.

Fazit

Das Mehrwegangebot von Milch und Joghurt bewegte sich insgesamt auf einem sehr niedrigen Niveau. Für Milch gab es ein noch geringeres Mehrwegangebot als für Joghurt. Der Biofachhandel setzte standardmäßig auf Einweg und sollte mit einem Mehrweganteil von nur rund einem Drittel deutlich nachbessern. Bei den Vollsortimentern wurden Mehrwegprodukte nur in homöopathischen Mengen angeboten. Discounter müssen Mehrweg für Milch und Joghurt endlich listen.

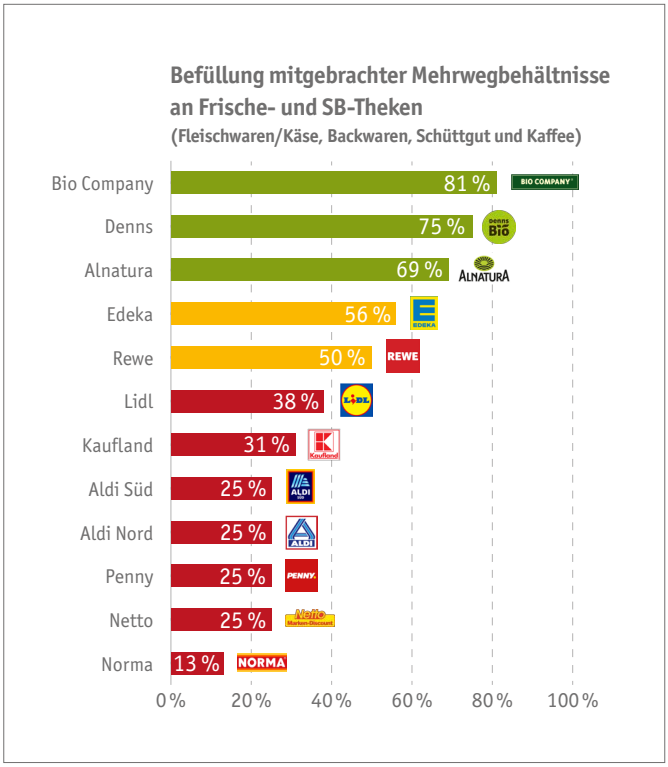
Methodik: *Bei der Untersuchung haben die Testbesucher*innen alle verschiedenen Milcharten, wie z.B. fettarme oder Vollmilch gezählt und alle unterschiedlichen Joghurtsorten (4.432) gezählt bzw. teils geschätzt, soweit über 30 Sorten angeboten wurden. Es wurde jeweils notiert, wie viele insgesamt und wie viele davon in Mehrwegflaschen oder -gläsern und wie viele in Einwegverpackungen, wie Bechern, Getränkekartons oder Plastikflaschen angeboten wurden. Es wurden nur Kuhmilchprodukte berücksichtigt. Aus den Ergebnissen wurde pro Markt je der Einweganteil (Einweg pro Gesamtangebot) in den Bereichen Milch und Joghurt errechnet. Aus beiden Werten der Mittelwert gebildet, welcher wiederum über alle getesteten Märkte je Handelskette gemittelt wurde.*

Mehrweg zum Mitnehmen

Ob Käse, Brot, Salat, Nudeln oder Kaffee: mit Mehrweglösungen wie Kaffeebechern, Brotbeuteln oder wiederverwendbaren Boxen lassen sich viele Verpackungen einsparen. Also haben wir an den Käse- und Wursttheken, bei Backwaren, Heißgetränken und für trockenes ‚Schüttgut' geprüft, ob man sich die Waren in eigene Behältnisse abfüllen (lassen) konnte, Mehrwegbehältnisse zur Ausgabe angeboten wurden oder nur ein Einkauf vorverpackter Ware möglich war. Gab es in Filialen keine Frischtheken oder durfte man dort keine Behälter mitbringen, gab es im Test auch keine Punkte. Trockene Lebensmittel (sogenanntes Schüttgut) sind zum Beispiel Nudeln, Nüsse oder Müsli. Entsprechende Spendersysteme zum Abfüllen in Mehrwegbehälter werden bereits erfolgreich in Unverpackt-Läden eingesetzt.

Befüllung mitgebrachter Mehrwegbehältnisse Standard bei Biosupermärkten – Mehrwegspender nur bei Bio Company

Unser Test zeigt: Biomärkte haben verstanden, dass sich die Befüllung mitgebrachter Mehrwegbehältnisse lohnt.



© DUH 2023, n=192; nicht-repräsentative Stichprobe in 48 Märkten; Möglichkeit in den Filialen unverpackte Ware in eigenen Behältnissen zu erwerben: Fleischwaren- & Käse, Backwaren, Schüttgut und frisch gebrühter Kaffee zum Mitnehmen

Das Mitnehmen von Produkten an den Frische- und SB-Theken in selbst von den Käufer*innen mitgebrachten Behältnissen war in allen getesteten Biomärkten möglich: Bio Company stach zudem durch die Bereitstellung von Abfüllstationen für Schüttgut positiv hervor – in drei von vier getesteten Filialen konnten sich die Konsument*innen Nüsse, Reis oder Müsli selbst in Mehrwegbehältnisse abfüllen. Andere Supermarktketten sollten sich das zum Beispiel nehmen.

Zwar konnten die Kundinnen und Kunden auch bei Denns und Alnatura Waren von Frische- und SB-Theken in selbst mitgebrachten Behältnissen einkaufen. Allerdings wurden Abfüllstationen für Schüttgut nur sporadisch angeboten. So konnten die DUH-Tester*innen lediglich in jeweils einer der besuchten Filialen von Denns und Alnatura so etwas vorfinden.

Luft nach oben bei Edeka und Rewe

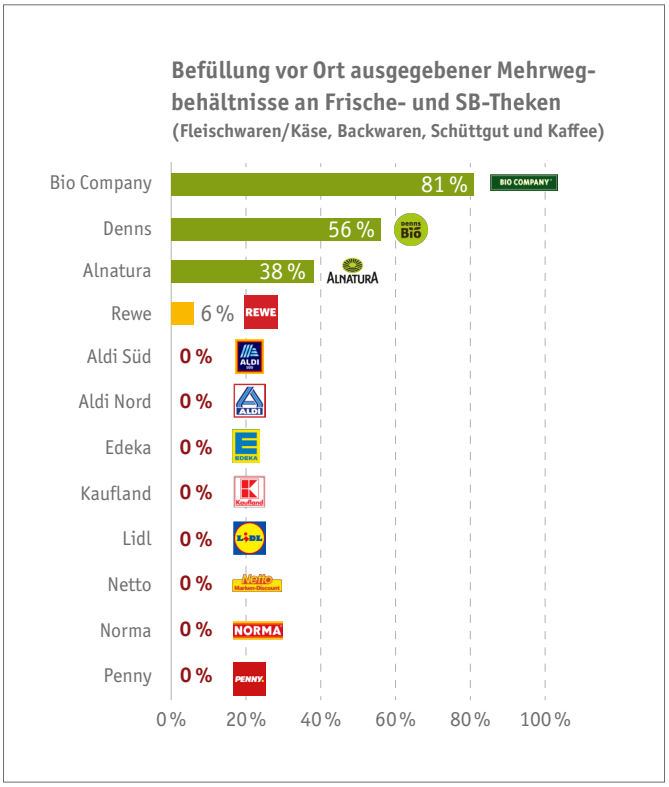
An Frische- und SB-Theken konnten sich die Kund*innen die Waren bei etwa der Hälfte der besuchten Märkte von Edeka und Rewe in selbst mitgebrachte Behältnisse abfüllen lassen. Das ist erfreulich, doch auch hier ist noch viel Raum für Verbesserung – insbesondere durch ein Angebot von Pool-Mehrwegbehältnissen.

Starke Einschränkungen bei den meisten Supermarkt- und Discounter-Ketten

In den meisten der besuchten Supermarkt- und Discounter-Filialen konnten sich die Einkäufer*innen lediglich an den Brot-SB-Theken eigene Mehrwegbehältnisse zum Transport der Waren mitbringen. Aldi Nord und Aldi Süd boten bei den Theken für Backwaren außerdem Mehrwegbeutel zum Kauf an. Besonders negativ fiel Kaufland auf, da es dort in unseren Tests häufig trotz Vorhandensein einer Käse- und Wursttheke nicht möglich war, die Lebensmittel in mitgebrachte Behältnisse abfüllen zu lassen.

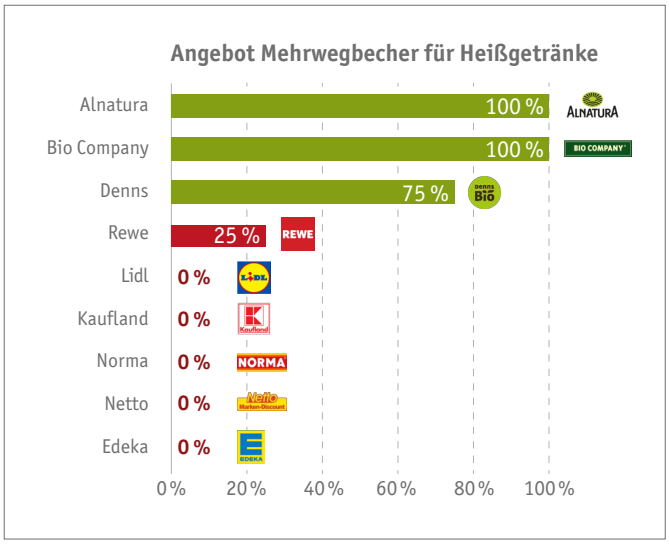
Kaum Mehrweg vor Ort zum Mitnehmen

Das Angebot von besonders verbraucherfreundlichen Pool-Mehrwegbehältnissen vor Ort – egal ob für Schüttgut, Kaffee oder den Salat an der Frischetheke – konnten mit Ausnahme von Rewe nur die drei untersuchten Biomarktketten Bio Company, Alnatura und Denns vorweisen. Dabei hätten die untersuchten Märkte zum Zeitpunkt der Testbesuche schon auf die 2023 in Kraft tretende Mehrwegangebotspflicht gut vorbereitet sein können. In den getesteten Märkten von Bio Company und Denns wurde häufig die Ausgabe von Behältnissen aus Pool-Systemen wie Recup oder PfaBo angeboten.



© DUH 2023, n=192; nicht-repräsentative Stichprobe in 48 Märkten; Möglichkeit in den Filialen unverpackte Ware in zur Verfügung gestellten Behältnissen zu erwerben: Fleischwaren- & Käse, Backwaren, Schüttgut und frisch gebrühter Kaffee zum Mitnehm

Schlechtes Gesamtergebnis auch beim Angebot von Mehrweg-bechern für Heißgetränke



Auch beim Angebot von Mehrwegbechern für Heißgetränke – eine vergleichsweise gut etablierte Alternative zu Einweg-to-go-Bechern – schnitten lediglich die untersuchten Biomärkte gut ab. Bei den anderen Supermärkten und Discountern wurden lediglich in einem der getesteten Rewe-Märkte Pool-Mehrwegbecher angeboten. Dieses Ergebnis ist insgesamt absolut unzureichend.[xv]

Fazit

Die Möglichkeit, dass Kund*innen eigene Verpackungen mitbringen, ist zwar ein erster Schritt in die richtige Richtung. Noch ökologischer und verbraucherfreundlicher sind Pool-Mehrwegsysteme: Dabei bekommt man vor Ort, etwa gegen einen Pfandbetrag, ein wiederverwendbares Gefäß ausgeliehen, das man später gegen eine Pfandrückerstattung wieder abgeben kann. Je mehr Handelsketten die gleichen Mehrwegbecher und Boxen verwenden, desto besser. Im Bereich Pool-Mehrweg an Frische- und SB-Theken müssen die untersuchten Supermarkt- und Discounter-Ketten dringend nachbessern – nicht zuletzt, weil seit dem 01. Januar 2023 eine Mehrwegangebotspflicht für verzehrfertige Speisen und Getränke gilt.

Methodik: *Bei den Testbesuchen wurde in den vier Kategorien der 48 Märkte (n=192) jeweils überprüft, ob ein unverpacktes Angebot vorhanden war und ob man die Produkte in eigenen Behältnissen oder in Mehrwegbehältnissen des Handels (Pool-System) erwerben konnte. Soweit nötig, wurden hierzu die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter um Auskunft gebeten. Überprüft wurden: Fleischwaren- und Käsetheken, Selbstbedienungstheken und Bäckereien für Backwaren, Abfüllstationen für trockenes Schüttgut und das Kaffeeangebot an Bäckereien und Automaten. In die Grafik zum Mehrwegindex wurde einberechnet, für welche Produktkategorie in wie vielen Filialen der Kette ein Mitnehmen in eigenen Verpackungen möglich war.*

ZUSAMMENFASSUNG DER TESTERGEBNISSE

Supermärkte und Discounter erzielen schlechte Ergebnisse

Im DUH-Verpackungscheck konnte bei der Abfallvermeidung und Ressourcenschonung - außer bei den Biosupermärkten - kein klassischer Supermarkt oder Discounter wirklich überzeugen. Bei den Testbesuchen schnitten Aldi Nord und Aldi Süd besonders schlecht ab. Kaum besser waren Norma, Penny und Lidl. Etwas besser schnitt Kaufland ab, allerdings auch mit einem ungenügenden Gesamtergebnis. Lediglich Edeka und REWE schafften es ins Mittelfeld, wobei auch hier in der Kategorie Milch und Joghurt nur ein ungenügendes Ergebnis erzielt wurde. Alnatura, Bio Company und Denns erreichten gute Ergebnisse und zeigen, dass weniger Verpackungen möglich und praktikabel sind. Sie erhielten allesamt grüne Karten. Doch auch bei den Biosupermärkten gibt es besonders bei den Molkereiprodukten noch Verbesserungsbedarf.

Obst & Gemüse wurde im Schnitt zu 48 Prozent verpackt, wobei die Bio-Supermärkte das Gesamtergebnis deutlich verbesserten. Das Angebot von Mehrwegflaschen lag zumeist deutlich unter der im Verpackungsgesetz festgelegten Zielquote von 70 Prozent. Die getesteten Discounter-Filialen von Aldi Nord, Aldi Süd und Lidl boten überhaupt keine Mehrweggetränkeverpackungen an.

Milch und Joghurt ist zwar in den meisten getesteten Märkten in Mehrwegbehältnissen erhältlich; das Mehrwegangebot ist im Vergleich zum Einwegangebot jedoch sehr klein – auch bei den Biomärkten konnte in dieser Produktkategorie kein gutes Ergebnis erzielt werden. An den SB- und Frischetheken sowie in den Bäckereien wurden die Kund*innen in die Verantwortung genommen: Man musste weitestgehend sein eigenes Mehrwegbehältnis mitbringen, um unnötige Verpackungsabfälle zu vermeiden. Dabei wurden von Verbraucherinnen und Verbrauchern mitgebrachte Mehrwegboxen an Käse- und Fleischtheken leider oft zurückgewiesen und nicht befüllt.

Abfüllstationen für Schüttgut waren die absolute Ausnahme und wurden nur in Filialen der Bio Company angeboten. Hier sollten sich Biosupermärkte ebenso verbessern, wie Supermärkte und Discounter.

Biosupermärkte zeigen: weniger Verpackungen sind möglich

Neben allen festgestellten Problemen mit Verpackungen bei Supermärkten und Discountern gab es auch Akteure, die zeigten, wie Verpackungsabfälle konsequent vermieden werden können. Die Biosupermärkte Alnatura, Bio Company und Denns fielen in unserem Verpackungscheck positiv auf. In allen vier untersuchten Kategorien schnitten sie besser ab als die klassischen Supermarkt- und Discounterketten. Besonders bei Obst und Gemüse sowie Getränken setzten sie weitestgehend auf unverpackte Ware und Mehrweglösungen. Von der klassischen Mehrwegflasche, dem Mehrweg-Coffee-to-go-Becher bis zur Befüllung mitgebrachter Behältnisse an der Frischetheke. Die Biosupermärkte haben genau dort angesetzt, wo unsere größte Chance zur Verminderung der Abfallmengen und für effektiven Klimaschutz liegt: unnötige Verpackungen weglassen und notwendige Verpackungen wiederverwenden.

Um diese Lösungen in die Breite zu bringen, müssten alle Handelsketten ihre Sortimente und teils auch Geschäftsmodelle umstellen. Außer den Vorreitern im Biohandel schienen in der Breite weder Supermärkte noch Discounter in den von uns getesteten Filialen dazu bereit zu sein. Deshalb ist es unerlässlich, dass die Politik verbindliche Rahmenbedingungen setzt, damit Verpackungen vermieden und ressourcenschonende Maßnahmen im Lebensmittelhandel belohnt werden.

Unser Gesamtergebnis: Drei grüne, zwei gelbe und sieben rote Karten

Um zu einer Gesamtwertung zu kommen, haben wir die Ergebnisse in den vier getesteten Produktkategorien Obst und Gemüse, Getränke, Milch und Joghurt sowie Produkte an Frische- und SB-Theken für alle Handelsketten nebeneinandergelegt. In den Einzelkategorien wurden die Ergebnisse der Unternehmen jeweils farblich bewertet. Dabei steht Grün für ein gutes, Gelb für ein mäßiges und Rot für ein schlechtes Ergebnis. Wer beispielsweise weniger als ein Viertel verpacktes Obst und Gemüse bei den getesteten Sorten im Angebot hatte, bekam eine gute Wertung in Grün. Wer jedoch über die Hälfte verpackt anbot, erhielt eine schlechte Wertung in Rot. Für dazwischenliegende Werte wurde eine gelbe Karte vergeben.

Die im gesamten Test überwiegend erreichte Farbwertung in den Unterkategorien, also Grün, Gelb oder Rot, ergab das Gesamtergebnis. Nach dieser Bewertung erhielten die drei Biosupermärkte Alnatura, Bio Company und Denns jeweils eine grüne Karte, Edeka und Rewe eine gelbe Karte und die restlichen sieben betrachteten Supermarkt- und Discounter-Ketten erhielten jeweils eine rote Karte.

ZUSAMMENFASSUNG DER TESTBESUCHSERGEBNISSE

	Gesamtergebnis aus den Kategorien	Anteil verpacktes Obst und Gemüse	Geschätzter Einweganteil am Getränkesortiment	Anteil Einweg-verpackungen für Milch und Joghurt	Mehrweg-Befüllung an Frische- und SB-Theken
Denns	Grün	Grün	Grün	Gelb	Grün
Bio Company	Grün	Grün	Grün	Gelb	Grün
Alnatura	Grün	Grün	Grün	Gelb	Grün
Edeka	Gelb	Gelb	Gelb	Rot	Gelb
Rewe	Gelb	Gelb	Gelb	Rot	Gelb
Kaufland	Rot	Rot	Gelb	Rot	Rot
Netto	Rot	Rot	Rot	Rot	Rot
Lidl	Rot	Rot	Rot	Rot	Rot
Penny	Rot	Rot	Rot	Rot	Rot
Norma	Rot	Rot	Rot	Rot	Rot
Aldi Süd	Rot	Rot	Rot	Rot	Rot
Aldi Nord	Rot	Rot	Rot	Rot	Rot

Grüne Karte:
gutes Ergebnis – Diese Unternehmen schöpfen in den getesteten Filialen Möglichkeiten zu Abfallvermeidung und Mehrweg weitestgehend aus

Gelbe Karte:
mittelmäßiges Ergebnis – Diese Unternehmen schöpfen in den getesteten Filialen Möglichkeiten zu Abfallvermeidung und Mehrweg nur in Teilen aus

Rote Karte:
schlechtes Ergebnis – Zu viel Einweg-Müll: Diese Unternehmen setzen in den getesteten Filialen viel zu stark auf Einwegverpackungen und lassen Möglichkeiten zu Abfallvermeidung und Mehrweg vielfach ungenutzt

FAZIT & POLITISCHE FORDERUNGEN

Freiwilliger Ansatz gescheitert: Gesetzliche Regelungen müssen kommen

Die wiederholt schlechten Ergebnisse des DUH-Verpackungschecks zeigen deutlich, dass freiwillige Selbstverpflichtungen und Lippenbekenntnisse von Unternehmen nicht ausreichen um die Verpackungswende zu vollziehen. Es müssen verbindliche gesetzliche Verpflichtungen geschaffen werden, um die von Jahr zu Jahr steigenden Verpackungsmüllmengen zu verringern und einen wichtigen Beitrag zur Erreichung der gesetzlichen Klimaschutzziele zu leisten.

Die Mehrwegangebotspflicht für verzehrfertige Getränke und Speisen, die auch den Lebensmitteleinzelhandel adressiert, reicht allein nicht aus und droht wegen Ausnahmeregelungen und einer fehlenden Incentivierung zur Mehrwegnutzung ins Leere zu laufen. Damit sich endlich etwas ändert, müssen folgende Maßnahmen von Bundesumweltministerin Steffi Lemke schnellstmöglich umgesetzt werden:

- **Verbindliches Abfallvermeidungsziel festlegen:** Immer neue Rekordwerte beim Anfall von Verpackungsmüll belegen, dass gesetzliche Vorgaben zur Verringerung notwendig sind. Verpackungsabfälle sollten bis 2027 auf nur noch 120 kg pro Kopf und Jahr halbiert werden.

- **Mehrwegquote für Getränkeverpackungen umsetzen und Abgabe auf Einweg einführen:** Die Mehrwegquote bei Getränkeverpackungen beträgt lediglich 43 Prozent[xvi], obwohl im Verpackungsgesetz eine Quote von 70 Prozent vorgegeben ist. Damit die Mehrwegquote erreicht wird, sollte eine Lenkungsabgabe von mindestens 20 Cent zusätzlich zum Pfand auf Einweg-Plastikflaschen, Dosen und Getränkekartons erhoben werden. Die Einnahmen aus der Lenkungsabgabe sollten gezielt zur Mehrwegförderung eingesetzt werden.

- **Kennzeichnung von Einweg und Mehrweg auf dem Produkt:** Mehrweg- und Einweggetränkeverpackungen sind zumeist bepfandet, bestehen häufig aus demselben Material und werden an den gleichen Automaten zurückgegeben. Eine Kennzeichnung von Einweg und Mehrweg auf dem Produkt kann dazu beitragen eine umweltfreundliche Kaufentscheidung zu erleichtern.

- **Ausweitung des Mehrwegansatzes:** Für Milch und Joghurt existieren bereits Mehrwegangebote. So wie in Österreich sollte eine verpflichtende Mehrwegquote für Milch und Joghurtverpackungen verbindlich festgelegt werden.

- **Verbot von dünnen Plastiktüten für Obst und Gemüse:** Dünnwandige Einweg-Plastiktüten für Obst und Gemüse – sog. Hemdchenbeutel – sollten verboten werden, um deren milliardenfachen jährlichen Verbrauch zu beenden und die Nutzung von Mehrwegnetzen zu fördern.

- **Plastiksteuer auf verantwortliche Unternehmen umlegen:** Ressourcenvergeudung darf sich nicht länger lohnen. Die für nicht recyclingfähigen Kunststoffmüll verantwortlichen Unternehmen müssen die Plastiksteuer zahlen. Allein 2021 überwies die Bundesregierung rund 1,3 Milliarden Euro Steuergeld nach Brüssel[xvii], anstatt die verursachenden Unternehmen unökologischer, nicht recyclingfähiger Verpackungen in die Pflicht zu nehmen. Die Steuer sollte bei der Inverkehrbringung ansetzen und deren Bemessung an den Rezyklatanteil sowie die Recyclingfähigkeit gekoppelt sein. So wird das Angebot recyclingfähiger Verpackungen sowie der Einsatz von Recyclingmaterial gefördert.

- **Primärressourcensteuer einführen:** Eine alleinige Steuer auf Kunststoffverpackungen kann zu Ausweicheffekten auf Verpackungen aus anderen Materialien, wie zum Beispiel Papier oder Metall, führen. Deshalb ist die Einführung einer Primärressourcensteuer, die für alle Verpackungsmaterialien gleichermaßen gelten sollte, ausgesprochen wichtig.

- **Ökologische Ausgestaltung der Lizenzentgelte:** Abfallvermeidendes und ressourcenschonendes Verhalten sollte bei der Anmeldung zu entsorgender Verpackungen bei dualen Systemen belohnt werden. Diejenigen, die alles richtig machen, sollten im Vergleich zu denjenigen, die nicht recyclingfähige Verpackungen oder solche ohne Rezyklat einsetzen, einen finanziellen Vorteil haben. Solche Anreize kann ein intelligent ausgestaltetes Fondsmodell bieten und eine positive Wettbewerbsspirale, um das ressourcenschonendste Verhalten anzustoßen. Der Einsatz von Recyclingmaterialien sollte sich dabei auf Post-Consumer-Materialien und das mechanische Recycling beziehen.

UNSERE VORGEHENSWEISE

Wer stand im Fokus dieser Untersuchung?

Konkret wurden **12 Handelsketten** genauer betrachtet: **Aldi Süd, Aldi Nord**[xviii]**, Lidl, Penny, Netto Marken-Discount, Norma, Rewe, Edeka, Kaufland, Alnatura, Denns und Bio Company**. Teilweise sind diese zu größeren Unternehmensgruppen zusammengeschlossen, wie der Rewe Group, zu der unter anderem die Rewe- und Penny-Märkte gehören. Ausgewählt wurden diese 12 Unternehmen aufgrund ihrer Relevanz im Lebensmitteleinzelhandel bzw. in der Biosparte und ihrer regionalen Verankerung – gemeinsam kommen sie auf einen Marktanteil von über 75 Prozent.

Was ist das Ziel des Verpackungschecks?

Die DUH hat den Verpackungscheck bereits zum zweiten Mal durchgeführt. Bei der Umsetzung gab es zwei Veränderungen: Statt Netto Nord wurde für den erneuten Verpackungscheck Norma getestet (größerer Marktanteil) und die Produktkategorie Drogerie (Spülmittel und Handseife) aus dem Untersuchungsansatz herausgenommen. Der Aufwand der Analyse dieser Produktegruppe in den getesteten Filialen war leider zu hoch. Ziel der Untersuchung war es zu überprüfen, ob und in welchem Umfang sich die untersuchten Handelsketten in wichtigen Produktkategorien für die Vermeidung und Wiederverwendung von Verpackungen eingesetzt haben und ob im Vergleich zum Vorjahr Entwicklungen beobachtet werden konnten.

Wie sind wir zu unseren Ergebnissen gekommen?

In 48 Testbesuchen (je 4 Märkte pro Kette) in Nord-, Ost- und Süddeutschland, haben wir von Juni bis September 2022 mit einem standardisierten Testbogen stichprobenartig das Angebot und die Verpackungen in bestimmten Produktkategorien untersucht: Obst und Gemüse, Getränke, Milch und Joghurt sowie Produkte an Frische- und SB-Theken. Dabei wurde ein besonderer Fokus auf Produkte des täglichen Bedarfs gelegt, bei denen abfallarme Verpackungen heute schon einfach umzusetzen sind, etwa durch einfaches Weglassen oder die Nutzung von Mehrwegbehältnissen. Die Ergebnisse der standardisierten Testbögen haben wir für die verschiedenen Handelsketten und Produktkategorien aggregiert (Durchschnittswerte) und teils in grafische Darstellungen übertragen. Bei der grafischen Darstellung der Ergebnisse wurden die jeweiligen Wertungen durch die Farben Rot, Gelb und Grün kategorisiert. Grün steht dabei für ein gutes, gelb für ein mittelmäßiges und rot für ein schlechtes Ergebnis. Die Grenzen der Ergebnisbewertung wurden jeweils in den einzelnen Kategorien von den DUH-Verpackungsexpertinnen und Experten nach bestem Wissen festgelegt. Dabei wurden u.a. Realisierbarkeit der untersuchten Maßnahmen, Marktverfügbarkeit von Artikeln, gesetzliche Regelungen zu den untersuchten Sortimenten sowie statistische Daten mitberücksichtigt. Schließlich wurde anhand der Ergebnisse in den Unterkategorien eine übergeordnete Gesamtwertung in Form von grünen, gelben und roten Karten erarbeitet, die sich an der erreichten Farbe in den Unterkategorien orientiert. Weiterhin wurde anhand der Ergebnisse in den einzelnen Unterkategorien ein Durchschnittswert zur Platzierung der einzelnen Handelsketten in einem Ranking ermittelt.

ABBILDUNGSVERZEICHNIS

Abbildung 1 Papiertüten für Obst und Gemüse Edeka: https://www.edeka-kempken.de/images/unsere-maerkte-und-wir/forum-krefeld/obst-gemuese-papiertueten-edeka-kempken-forum-krefeld.jpg (Zugriff: 16.01.2022)

QUELLEN & ENDNOTEN

i UBA 2021, Aufkommen und Verwertung von Verpackungsabfällen in Deutschland im Jahr 2020 – Abschlussbericht, https://www.umweltbundesamt.de/publikationen/aufkommen-verwertung-von-verpackungsabfaellen-in-16, Seite 21.

ii Eurostat 2022, Verpackungsabfälle pro Kopf, https://ec.europa.eu/eurostat/de/web/products-datasets/product?code=cei_pc040 (Zugriff 12.07.2023).

iii Ends Europe 2022, Packaging waste: Most EU countries met 2020 recycling targets, https://www.endseurope.com/article/1803006/packaging-waste-eu-countries-met-2020-recycling-targets?bulletin=bulletin%2Fendseuropedaily&utm_medium=EMAIL&utm_campaign=eNews%20Bulletin&utm_source=20221024&utm_content=ENDS%20Europe%20Daily%20(92)::www_endseurope_com_articl_4&email_hash (Zugriff 12.07.2023).

iv UBA, o.J., Fragen und Antworten: Verpackungen und Verpakkungsabfälle, Frage 1.3 Welche Gründe gibt es für den Anstieg von Verpackungen bei privaten Endverbrauchern? https://www.umweltbundesamt.de/themen/abfall-ressourcen/produktverantwortung-in-der-abfallwirtschaft/verpakkungen/fragen-antworten-verpackungen-verpackungsabfaelle (Zugriff:12.07.2022)

v UBA 2021: Umweltbewusstsein in Deutschland https://www.umweltbundesamt.de/themen/nachhaltigkeit-strategien-internationales/umweltbewusstsein-in-deutschland (Artikel vom 21.07.2021 (Zugriff:12.07.2022))

vi EUR-Lex, EU-Abfallrahmenrichtlinie, https://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/ALL/?uri=LEGISSUM%3Aev0010 (Zugriff 12.07.2023).

vii Eigene Berechnungen der DUH basierend auf Daten des Statistischen Bundesamtes, Einsparpotential von 1,4 Mio. Tonnen CO_2 /Pro-Kopf-Verbrauch bei der Heizung privater Haushalte; Pro-Kopf-Verbrauch bei der Heizung privater Haushalte = Gesamtmenge CO_2 zum Heizen privater Haushalte/Anzahl Haushalte. Statistisches Bundesamt, 2021. Zahl der Woche: Gesamtmenge CO_2 für das Heizen im Bereich Wohnen in 2019: https://www.destatis.de/DE/Presse/Pressemitteilungen/Zahl-der-Woche/2021/PD21_36_p002.html (Zugriff:12.07.2022) und Statistisches Bundesamt, 2021, Umweltökonomische Gesamtrechnungen: Gesamtzahl Haushalte: https://www.destatis.de/DE/Themen/Gesellschaft-Umwelt/Umwelt/UGR/private-haushalte/Publikationen/Downloads/haushalte-umwelt-pdf-5851319.pdf?__blob=publicationFile Seite 8 (Zugriff:12.07.2022)

viii NABU, Vorverpackungen bei Obst und Gemüse, https://www.nabu.de/imperia/md/content/nabude/konsumressourcenmuell/201027-nabu-studie-vorverpackungen.pdf (Zugriff 12.07.2023).

ix UBA, 2021, Aufkommen und Verwertung von Verpackungsabfällen in Deutschland im Jahr 2019 – Abschlussbericht: https://www.umweltbundesamt.de/sites/default/files/medien/1410/publikationen/2021-11-23_texte_148-2021_aufkommen-verwertung-verpackungsabfaelle-deutschland-2019_bf.pdf Seite 51 (Zugriff:12.07.2022)

x Forum Getränkedose GbR, 2020: Getränkedose knackt fast die 4-Milliarden-Marke, https://www.forum-getraenkedose.de/article/getrankedose-knackt-fast-die-4-milliarden-marke (Zugriff:12.07.2022)

xi Eigene Berechnung der DUH auf Basis von Zahlen des UBA, angenommenes Durchschnittsgewicht Flüssigkeitskarton: 35 g, UBA, 2021, Aufkommen und Verwertung von Verpackungsabfällen in Deutschland im Jahr 2019 – Abschlussbericht: https://www.umweltbundesamt.de/sites/default/files/medien/1410/publikationen/2021-11-23_texte_148-2021_aufkommen-verwertung-verpackungsabfaelle-deutschland-2019_bf.pdf Seite 51 (Zugriff:12.07.2022)

xii Vgl. GVM Gesellschaft für Verpackungsmarktforschung mbH, hrsg. Umweltbundesamt, Bundesweite Erhebung von Daten zum Verbrauch von Getränken in Mehrweggetränkeverpackungen, 2021, S. 55 & 57.

xiii Milchindustrie-Verband e.V, 2021, Deutschland Pro-Kopf-Verbrauch von Milchprodukten: https://milchindustrie.de/wp-content/uploads/2021/05/ProkopfDeutschland_Mopro_2015-2021x_Homepage.pdf (Zugriff:12.07.2023).

xiv Darstellung des UBA nach Zahlen der GVM - Gesellschaft für Verpackungsmarktforschung mbH, Zahlen für Joghurt und Kefir bestehen nur aggregiert https://www.umweltbundesamt.de/sites/default/files/medien/1410/publikationen/2021-08-04_texte_116-2021_mehrweggetraenkeverpakkungen_2019.pdf, Seite 75 (Zugriff:12.07.2023).

xv Bei Aldi Nord, Aldi Süd und Penny wurde in den von uns untersuchten Filialen kein Coffee-to-go angeboten.

xvi UBA, 2021, Trotz leichten Anstiegs: Mehrweg-Ziel nicht erreicht: https://www.umweltbundesamt.de/themen/trotz-leichten-anstiegs-mehrweg-ziel-nicht-erreicht (Zugriff:12.07.2023).

xvii POLITICO, 2020, France, Germany set to pay the most under EU plastics tax, https://www.politico.eu/article/france-germany-set-to-pay-the-most-under-eu-plastics-tax/ (Zugriff:12.07.2023).

xviii Aldi Nord und Aldi Süd wurden getrennt erfasst und bewertet.

IMPRESSUM

Verpackungscheck im Supermarkt. Wie umweltfreundlich Aldi, Edeka und Co. wirklich verpacken

Stand: 20.07.2023

V. i. S. d. P.: Thomas Fischer, Leiter Kreislaufwirtschaft Deutsche Umwelthilfe e.V.
Hackescher Markt 4, Tel.: 030 2400867-43, E-Mail: fischer@duh.de

Herausgeber

Deutsche Umwelthilfe e. V.

Bundesgeschäftsstelle Berlin
Hackescher Markt 4
10178 Berlin
Tel.: +49 (0) 30 2400867-0
E-Mail: info@duh.de
www.duh.de

Ansprechpartner

Thomas Fischer
Leiter Kreislaufwirtschaft
Tel.: +49 151 18256692
E-Mail: fischer@duh.de

Annika Schall
Projektmanagerin Kreislaufwirtschaft
Tel.: +49 151 15670986
E-Mail: schall@duh.de

Gestaltung

Anke Thiele-Janzen

Bildnachweise

S. 1: Titelbild: © Finke/DUH
S. 3: Verpackungsmüll: © DUH, Porträt Barbara Metz: © Stefan Wieland/DUH
S. 6: © DUH
S. 8: © Genossenschaft Deutscher Brunnen (GDB)
S. 10: © DUH
S. 12: (Mehrweggeschirr): © DUH