



Dritter Verpackungsscheck im Supermarkt

Wie umweltfreundlich Aldi, Edeka
und Co. wirklich verpacken



KURZ & KNAPP: Ergebnisübersicht

Gesamtergebnis des DUH-Verpackungschecks

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



Grüne Karte für:



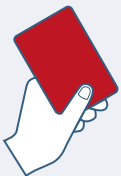
Auf dem richtigen Weg: Diese Unternehmen schöpfen in den getesteten Filialen Möglichkeiten zu Abfallvermeidung und Mehrweg weitestgehend aus.



Gelbe Karte für:



Da geht noch was: Diese Unternehmen schöpfen in den getesteten Filialen Möglichkeiten zur 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 zur Abfallvermeidung und zu Mehrweg weitestgehend ungenutzt.

Verpackungsarmes Einkaufen gelingt im Test am besten im Biohandel

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

- » Obst & Gemüse,
- » Getränke,
- » Frischmilch & 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 und Lidl ab. Etwas besser, aber für die DUH-Bewertung ebenfalls ungenügend, schnitten Kaufland und Netto Marken-Discount ab. Sie alle erhielten im DUH-Verpackungscheck eine rote Karte. Edeka und Rewe erhielten unter den Supermärkten eine gelbe Karte und erreichten in den 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. Sie müssen endlich in der Breite angeboten werden.

© DUH 2024. 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 Januar bis Mai 2024. Erfassung des Verpackungsangebots mit Hilfe eines standardisierten Testbogens in den Kategorien: Obst & Gemüse, Getränke, Frischmilch & Joghurt sowie SB- & Frischetheken. Vergabe von grünen, gelben und roten Karten zur Bewertung des durchschnittlichen Gesamtergebnisses.

MÜLLFLUT BEI SUPERMÄRKTEN – OHNE GESETZLICHE VORGABEN KEIN WANDEL

Für viele Kund*innen 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.



Obst- und Gemüsetheke bei Kaufland, DUH-Testbesuch im Januar 2024

So kann das Problem wachsender Verpackungsmüllberge nicht gelöst werden. Der Verpackungsverbrauch privater Endverbraucher*innen lag 2021 bei 8,78 Millionen Tonnen – Tendenz steigend! 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 dritten Mal die Lage in den Supermarktfilialen untersucht. Das erneut 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. Kund*innen können durch ihr Kaufverhalten nur eingeschränkt etwas 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 Abfallvermeidungsziels für Verpackungen, das über die Vorgaben der EU-Verpackungsverordnung von 15 Prozent bis 2030 im Vergleich zu 2018 hinausgeht

Mehrweg

- » Festschreibung einer Mehrwegquote für Getränkeverpackungen von 70 Prozent bis 2030 unter Einbezug der Getränke segmente Milch und Wein
- » Einführung einer Abgabe auf Einweggetränkeverpackungen sowie auf Einwegverpackungen für verzehrfertige Getränke und Speisen nach Tübinger Vorbild von mindestens 20 Cent
- » Mehrweg auf der Verpackung klar kennzeichnen

Finanzielle Anreize

- » Umlage der EU-Plastiksteuer für nicht recycelte Kunststoffverpackungen auf verantwortliche Unternehmen
- » Finanzielle Anreize zur Recyclingfähigkeit und zum Einsatz von Recyclingmaterial in Verpackungen

Einleitung: Verpackungsmüllberge und die Rolle des Handels	5
Die Ergebnisse	6
Obst & Gemüse	6
Getränke	8
Frischmilch & Joghurt	9
Selbstbedienungs- und Frischetheken	11
Zusammenfassung der Testergebnisse	14
Fazit & Politische Forderungen	16
Anhang	17
Unsere Vorgehensweise	17
Quellen & Endnoten	18
Impressum	19

Unterstützt von Teilnehmer*innen der



EINLEITUNG : VERPACKUNGSMÜLLBERGE UND DIE ROLLE DES HANDELS

Verpackungsmüllmengen in Deutschland und Europa steigen

Zahlen des Statistischen Amtes der Europäischen Union (Eurostat) belegen, dass Deutschland in Europa zu den Spitzenreitern beim Anfall von Verpackungsmüll gehört - mit einer Menge von rund 237 kg Abfall pro Kopf und Jahr (2021)ⁱⁱ. Seit 2005 ist die Pro-Kopf-Menge an Verpackungsmüll in Deutschland um 26 Prozent gestiegenⁱⁱⁱ. Der größte Anstieg ist bei Verpackungen aus Papier, Karton, Plastik und Holz zu verzeichnen^{iv}. Ähnlich sieht es in der gesamten EU aus: Die Verpackungsabfallmenge ist in den letzten zehn Jahren um über 20 Prozent gestiegen^v. 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 62 Prozent bei den privaten Haushalten den Löwenanteil aus^{vi}, da diese Produkte des täglichen Bedarfs regelmäßig und in kurzen Zeitabständen eingekauft werden. Damit Bürger*innen verpackungsarm einkaufen können, benötigen sie umweltfreundliche Alternativen. Umso wichtiger ist es, dass der Lebensmitteleinzelhandel seine Verantwortung an dieser Stelle wahrnimmt. Dies erwarten auch die Verbraucher*innen: Untersuchungen zum Umweltbewusstsein aus 2022 zeigen, dass 75 Prozent der Deutschen die Verringerung von Plastikmüll eintragen in die Natur als sehr wichtige politische Aufgabe sehen^{vii}.

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

Als Lösungsansatz im Kampf gegen die Verpackungsflut reicht es nicht aus, ausschließlich Recyclingquoten zu erfüllen. Gemäß der fünfstufigen europäischen Abfallhierarchie sollten Verpackungen in erster Linie vermieden, wiederverwendet und erst dann recycelt werden^{viii}. Erstmals legt deshalb die voraussichtlich ab Herbst 2024 geltende EU-Verpackungsverordnung für die Mitgliedsstaaten konkrete Abfallvermeidungsziele sowie Mehrwegquoten für bestimmte Verpackungsströme, wie Getränke- und Transportverpackungen, fest. Bereits jetzt ist absehbar, dass Deutschland zusätzliche Maßnahmen auf den Weg bringen muss, um die Abfallvermeidungsziele zu erreichen. Neben der niedrigen Mehrwegquote für Getränkeverpackungen von nur 10 Prozent bis 2030, gibt es für alle Mehrwegquoten zu viele Ausnahmemöglichkeiten – auch für den Handel. So ist vorgesehen, dass sich bis zu fünf Einzelhändler zusammenschließen können, um die Getränke-Mehrwegquoten gemeinsam im Unternehmensverbund zu erfüllen. Als Folge könnte beispielsweise Lidl gemeinsam mit dem Tochterunternehmen der Schwarz-Gruppe Kauf-

land die Quoten vollständig über das Mehrwegangebot bei Kaufland erfüllen und selbst weiterhin ausschließlich auf umweltschädliches Einweg setzen. Eine echte Lenkungswirkung für mehr Mehrweg im Handel würden höhere und auf weitere Getränkesegmente wie Wein oder Milch ausgedehnte Mehrwegquoten erzielen sowie eine Abgabe auf bestimmte Einweg-Verpackungen wie Plastikflaschen, Getränkedosen und Getränkekartons in Höhe von mindestens 20 Cent.

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 CO₂ sparen^{ix}. Das entspricht dem CO₂-Ausstoß von 870.000 Mittelklassewagen, die im Durchschnitt 13.000 km pro Jahr fahren^x.

Der dritte große Verpackungstest

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. Im Jahr 2023 ist der Check erneut in 48 Märkten durchgeführt worden. Die ersten vier Kategorien sind genauso erhalten geblieben. Den Verpackungstest 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, Frischmilch und Joghurt sowie bei Frische- und Selbstbedienungstheken in Deutschlands größten Supermärkten bei 48 ausgewählten Filialen angeschaut. Die betrachteten Warengruppen landen regelmäßig und in größeren Mengen bei vielen Menschen in den Einkaufswägen und für sie gibt es bereits ressourcenschonende und verpackungsarme Lösungen. Bei unserem Test haben wir überprüft, inwiefern diese Verpackungslösungen eingesetzt wurden – etwa durch Weglassen der Verpackung oder die Nutzung von Mehrweg. Von DUH-Tester*innen wurden in verschiedenen Regionen Deutschlands jeweils vier Filialen der Handelsketten Aldi Nord und Aldi Süd, 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.

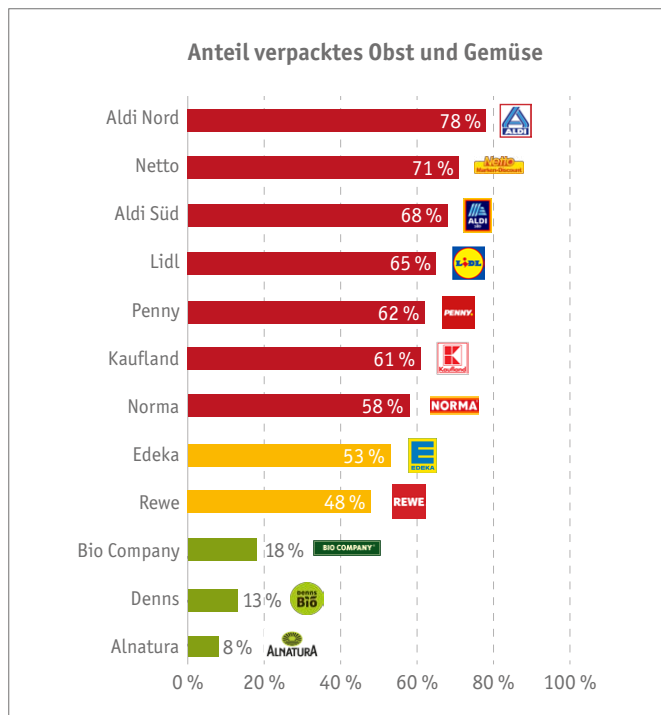


Unverpacktes Obst & Gemüse ist längst nicht die Regel!

Jedes Jahr fallen in Deutschland über 100.000 Tonnen Verpackungsabfälle nur für Obst und Gemüse an, obwohl eine zusätzliche Verpackung völlig unnötig wäre^{xi}. Bei den besonders beliebten und/oder 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 unseren Erhebungen aus den Vorjahren größtenteils unverändert. Es ist weiterhin kein Trend zu einer nachhaltigen Verpackungswende zu erkennen.



© DUH 2024, n=1810; nicht-repräsentative Stichprobe in 48 Märkten, Anteil verpacktes Obst und Gemüse: Anteil verpackter Produkte am Gesamtsortiment der Sorten: Äpfel Bananen, Gurken, Karotten, Paprika, Tomaten

Methodik: 1.810 Produkte von 6 Obst- und Gemüsesorten wurden analysiert. Pro Sorte 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.

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

Am schlechtesten schnitten im Test die Filialen von Aldi Nord, Netto Marken-Discount und Aldi Süd ab. Im Schnitt waren die getesteten Sorten in den drei genannten Supermärkten zu erschreckenden 72 Prozent verpackt. Dieser vielfach unnötige Verpackungswahnsinn muss aufhören.

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

Etwas besser mit rund 60 Prozent vorverpacktem Obst und Gemüse schnitten die Discounter Lidl, Penny und Norma 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 absolut vermeidbare Ressourcenverschwendung.



Unbefriedigend: Das Angebot bei Rewe und Edeka

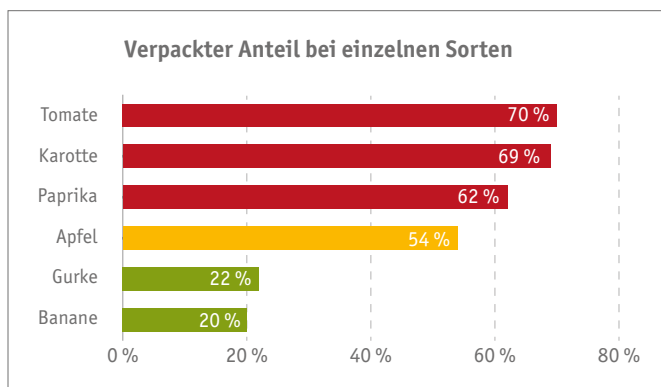
Im Schnitt wurden die getesteten Sorten in der Obst- und Gemüseabteilung sowohl bei Edeka als auch bei Rewe rund zur Hälfte verpackt angeboten. Besonders Tomaten wurden sehr häufig vorverpackt. Dabei könnten die Kund*innen diese auch gut in selbst mitgebrachten oder vor Ort angebotenen Mehrwegnetzen transportieren. Die 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 Alnatura, Denny's, 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 Obst und Gemüse. Wir sagen: weiter so!



Vergleicht man die untersuchten Obst- und 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. Bei den Bananen wurden in den meisten Fällen Banderolen verwendet, 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. Auch Pappverpackungen für die meistverpackte Sorte Tomaten sind keine nachhaltige Alternative und sollten von Verbraucher*innen gemieden werden. 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.



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 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, Dosen und Getränkekartons liegt auf der Hand: durch die vielfache Wiederverwendung 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 riesige Menge von 16,4 Milliarden Einweg-Plastikflaschen verbraucht^{xii}. Hinzu kommen rund 5,3 Milliarden Dosen^{xiii} und etwa 5 Milliarden Getränkekartons^{xiv}. Die aktuelle Mehrwegquote für Getränkeverpackungen beträgt lediglich 42,6 Prozent.^{xv} Das ist weit entfernt von der im Verpackungsgesetz festgelegten Mehrwegquote von 70 Prozent. Um herauszufinden, welche Beiträge die Supermärkte zur Erfüllung der Mehrwegquote leisten, wurden einerseits Zahlen zum Umsatz sowie dem Anteil am Sortiment von Mehrweggetränkeverpackungen deutschlandweit von den 12 Supermarktketten abgefragt. Andererseits zählten DUH-Tester*innen die Verpackungsarten der besonders wichtigen Getränkesegmente Wasser, Saft, Softdrinks und Bier in den besuchten Filialen. Bei Mitteilung der deutschlandweiten Daten durch die einzelnen Unternehmen wurden diese in der Ergebnisdarstellung berücksichtigt. Ansonsten wurden die ermittelten Werte aus den Testbesuchen verwendet. Das im Bericht dargestellte Ergebnis ist der Durchschnitt der vier Getränkekategorien Wasser, Saft, Softdrinks und Bier.



Mehr Einweg als Mehrweg

Ähnlich wie in der Testkategorie Obst und Gemüse, kommt der Verpackungsscheck 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-Discounters 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 und Norma

Bei den Discountern Penny und Norma wurden zwar Mehrwegflaschen angeboten, allerdings nur in geringen Mengen. Ein Einweganteil von rund 77 Prozent in den Regalen der beiden untersuchten Supermarktketten ist viel zu hoch, zeigt jedoch auch, dass ein Angebot wiederverwendbarer Flaschen bei Discountern grundsätzlich möglich ist.

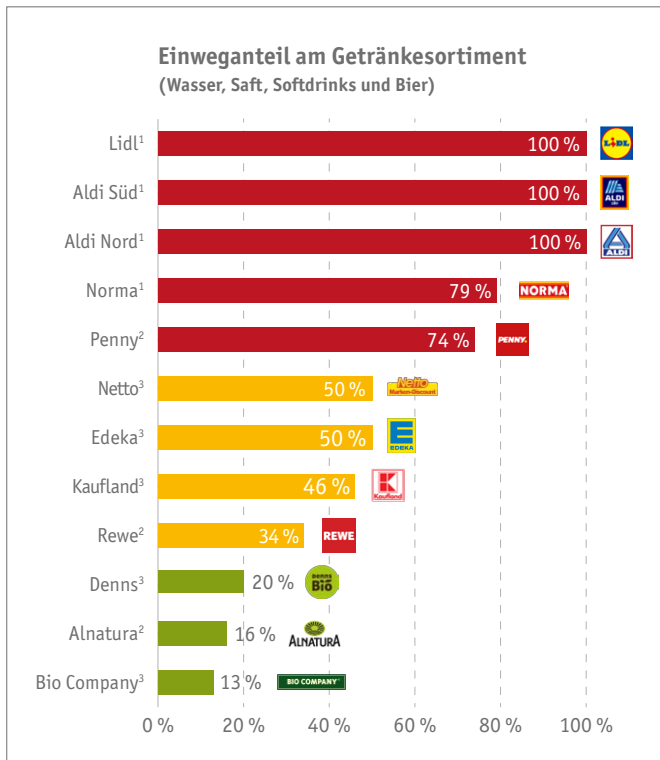
Netto Marken-Discount legt sich ins Zeug

Netto Marken-Discount liegt mit einer Mehrwegquote von 50 Prozent im Mittelfeld. Dieser Wert sticht unter den Discountern positiv heraus.

Noch Luft nach oben bei Kaufland, Rewe und Edeka

Bei den Vollsortimentern wurden im Vergleich zu den Discountern zwar deutlich mehr Mehrwegflaschen angeboten. Allerdings liegt die Mehrwegquote bei Edeka und Kaufland nur etwa bei 50 Prozent. Rewe bietet immerhin zu 66 Prozent Mehrwegflaschen an.

Methodik: Die DUH hat die 12 Supermarktketten schriftlich um Angaben zu den umsatz- und sortimentsbezogenen Mehrwegquoten ihrer Märkte deutschlandweit für das Jahr 2023 gebeten. Zusätzlich haben die DUH-Testbesucher*innen in 48 Märkten in den vier einzelnen Getränkesegmenten (Wasser, Saft, Softdrinks, Bier) jeweils die Anzahl angebotener Waren gezählt und notiert, wie viele davon Mehrwegflaschen (PET und Glas) oder Einweggetränkeverpackungen (z.B. Flaschen, Dosen oder Getränkekartons) waren. So konnten erst pro Segment (Wasser, Saft, Softdrinks und Bier) und dann pro Supermarktkette durchschnittliche Verpackungsgrade ermittelt werden. Bei der Errechnung der durchschnittlichen Einwegquote wurden alle Getränkesegmente gleich gewertet. Sofern uns die Unternehmen umsatz- oder sortimentsbezogene Mehrwegquoten mitgeteilt haben, sind diese in der Ergebnisdarstellung verwendet worden.



© DUH 2024

1 n=192; nicht-repräsentative Stichprobe in 48 Märkten, Durchschnittlicher Einweganteil: Mittelwert Anteil der Einwegverpackungen (Flaschen, Dosen und Getränkekartons) in den Produktsortimenten Wasser, Säfte, Softdrinks und Bier aus Testbesuch

2 sortimentsbezogene Angabe des entsprechenden Unternehmens aus 2023

3 umsatz- bzw. absatzbezogene Angabe des entsprechenden Unternehmens aus 2023

Bei Biosupermärkten ist Mehrweg Standard

Dass Mehrwegflaschen problemlos Standard sein können, zeigten erneut die Bio-Supermärkte. Bio Company schnitt von allen untersuchten Handelsketten am besten ab und bot seine Getränke zu rund 87 Prozent in Mehrweg an. Dicht gefolgt von Alnatura mit 84 Prozent Mehrweg laut unseren Testbesuchen. Aber auch Denns schnitt überdurchschnittlich gut ab und kam auf einen Mehrweganteil von 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 fanden sich überwiegend Mehrwegflaschen. 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.



FRISCHMILCH & JOGHURT

Kaum Mehrweg im Kühlregal

Im Schnitt konsumieren Deutsche knapp 46 Liter frische Milch und knapp 14 Kilogramm Joghurt im Jahr^{xvi}. Zum überwiegenden Teil werden diese Produkte in Einwegverpackungen abgefüllt. Der Mehrweganteil im Milchsegment (Frisch- und H-Milch) lag 2021 bei nur bei 1,3 Prozent^{xvii}. So entstehen jährlich riesige Verpackungsmüllberge.

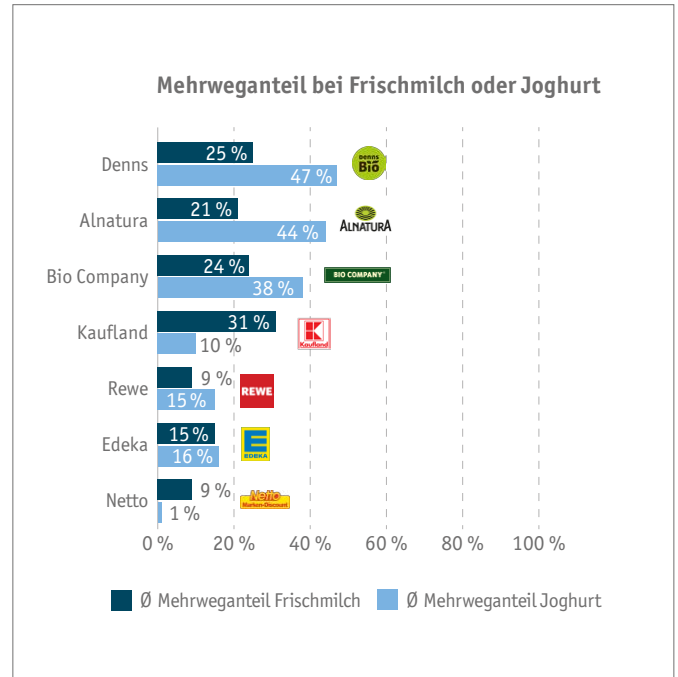
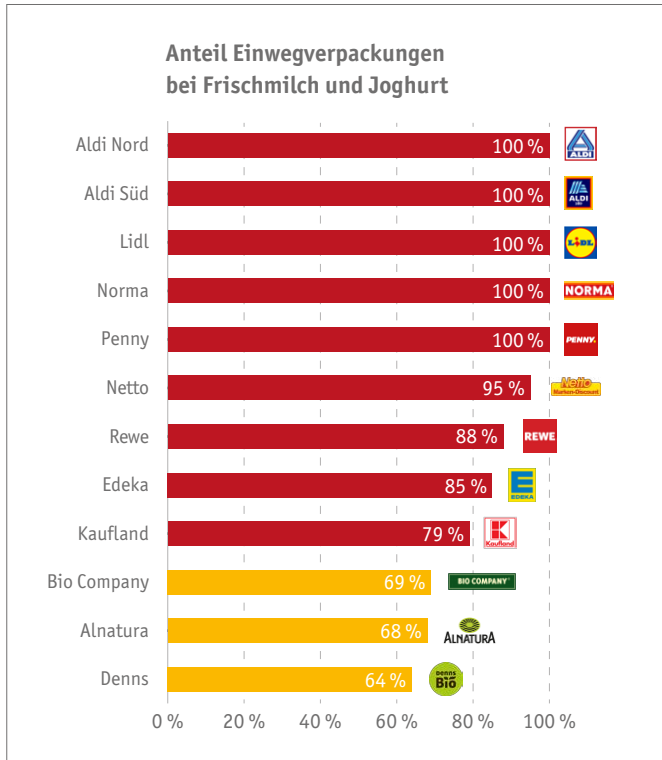
Einweg bestimmt das Angebot

Nicht einmal die für den Verpackungsscheck getesteten Biomarktfilialen boten einen zufriedenstellenden Anteil von Frischmilch

und Joghurt in Mehrwegverpackungen an. Die Vollsortimenter Kaufland, Edeka und Rewe boten zwar Mehrwegflaschen und Gläser an, aber nur auf einem sehr niedrigen Niveau. Bis auf Netto Marken-Discount konnten unsere Testbesucher*innen bei den Discountern kein Mehrweg für Frischmilch und Joghurt vorfinden.

100 Prozent Einweg bei Aldi Nord, Aldi Süd, Lidl, Norma und Penny

Die Discounter setzten nach unseren Tests auf 100 Prozent Einweg bei Frischmilch und Joghurt. Lediglich in den Testmärkten von Netto Marken-Discount konnten wir niedrige fünf Prozent Mehrweg ausmachen. Verpackungsvermeidung = Fehlanzeige!



© DUH 2024; n=5173; nicht-repräsentative Stichprobe in 48 Märkten; Durchschnittlicher Einweganteil: Mittelwert Anteil Einwegverpackungen am Gesamtangebot bei Frischmilch und Joghurt

Erschreckend wenig Mehrweg bei Vollsortimentern Rewe, Edeka und Kaufland

Die Auswahl in den Märkten der großen Vollsortimenter ist oftmals besonders vielfältig – nicht so bei Frischmilch- und Joghurtprodukten in Mehrweg. Hier erzielte Kaufland mit 21 Prozent Mehrweg noch die besten Ergebnisse bei unseren Testbesuchen, während Edeka mit nur 15 Prozent bei den Vollsortimentern schlechter abschnitt. Der Mehrweganteil bei Milch aus dem Kühlregal lag in den getesteten Rewe-Märkten mit 12 Prozent auf einem ähnlich niedrigen Level wie Edeka.

Luft nach oben auch bei den Bio-Supermärkten

Zwar schnitten die Biomärkte bei den DUH-Tests am besten ab, aber auch hier ist das Mehrwegs Sortiment bei frischer Milch und Joghurt noch ausbaufähig. Bei rund einem Drittel der Frischmilch und des

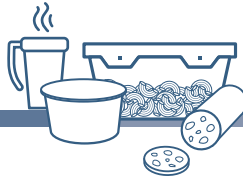
Joghurts konnten unsere Tester*innen bei Alnatura, Denns und Bio Company in Mehrweg finden.

Betrachtet man die Verpackungen für Milch und Joghurt im Kühlregal 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 auch Einweg-Plastikflaschen werden angeboten.

Fazit

Das Mehrwegangebot von frischer Milch und Joghurt bewegte sich insgesamt auf einem sehr niedrigen Niveau. Für Frischmilch 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 Frischmilch und Joghurt endlich in ihr Angebot aufnehmen.

Methodik: Bei der Untersuchung haben die Testbesucher*innen die verschiedenen Frischmilcharten, wie z.B. fettarme oder Vollmilch und alle unterschiedlichen Joghurtsorten (5.173) gezählt. 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 im Kühlregal berücksichtigt. Aus den Ergebnissen wurde pro Markt jeweils der Einweganteil (Einweg pro Gesamtangebot) in den Bereichen Frischmilch und Joghurt errechnet. Aus beiden Werten wurde ein Mittelwert gebildet, welcher wiederum über alle getesteten Märkte je Handelskette gemittelt wurde.

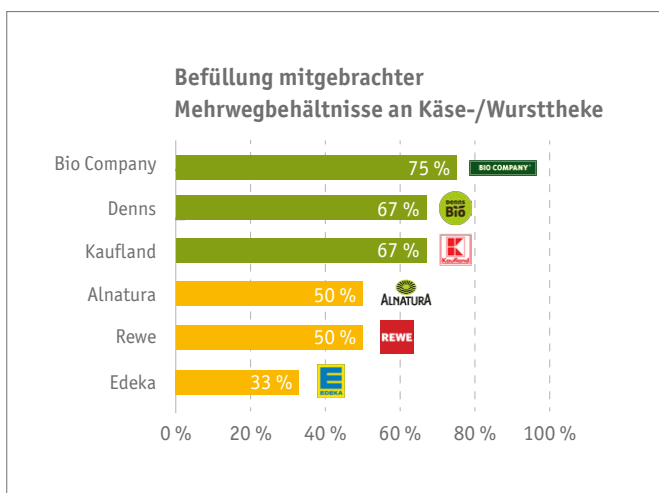


Mehrweg zum Mitnehmen

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. Wenn es in Filialen keine Frischetheken oder Abfüllstationen gab, wurden diese nicht in die Bewertung miteinbezogen. Trockene Lebensmittel (sogenanntes Schüttgut) sind zum Beispiel Nudeln, Nüsse oder Müsli. Entsprechende Spendersysteme zum Abfüllen in Mehrwegbehälter werden bereits erfolgreich in Unverpackt-Läden eingesetzt.

Blick auf die Käse- und Wursttheken

Das Mitnehmen von Produkten an den Käse- und Wursttheken in selbst von den Käufer*innen mitgebrachten Behältnissen war bei der Bio Company bei drei Viertel und bei Denns und Kaufland bei zwei Drittel der getesteten Filialen möglich. Ebenso stellt dies bei Alnatura und Rewe in mehr als der Hälfte der besuchten Filialen kein Problem dar. Bei Edeka war es nur in einem von drei besuchten Filialen möglich, seine Waren in eine selbst mitgebrachte Box füllen zu lassen. Die sechs Discounter Aldi Nord, Aldi Süd, Lidl, Netto Marken-Discount, Norma und Penny bieten ihren Kund*innen nicht einmal die Möglichkeit zum Müllsparen an, sondern verkaufen alle Waren bereits vorverpackt.



© DUH 2024; n=19; nicht-repräsentative Stichprobe in 48 Märkten;
Möglichkeit in den Filialen an Käse-/Wursttheke unverpackte Ware in eigenen Behältnissen zu erwerben

Dementsprechend wurden auch keine Mehrwegbehältnisse bei den Discountern vor Ort angeboten. Die DUH-Tester*innen fanden bei der Hälfte der untersuchten Bio Company-Filialen bepfandete Mehrwegboxen – auch für Käse- und Wurstwaren – vor, die dort angeboten wurden. Außerdem gab es in einer Edeka-Filiale eine Frischebox mit Pfand als Anreiz, die Box nach der Nutzung zurück zu bringen. An dem für Kund*innen bequemen Angebot, sich Mehrwegboxen vor Ort auszuleihen und zurückgeben zu können, müssen alle Händler dringend arbeiten. Es kann nicht Voraussetzung sein, dass Kund*innen immer an ihre eigene Mehrwegbox denken müssen.

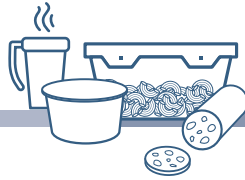
Befüllung eigener Mehrwegbeutel bei Bäckereien und Brot-SB-Theken ist möglich

In den meisten der besuchten Supermarkt- und Discounter-Filialen konnten sich die Einkäufer*innen an den Brot-SB-Theken eigene Mehrwegbehältnisse wie Brotbeutel mitbringen. Die Discounter Aldi Nord, Aldi Süd, Lidl und Netto Marken-Discount boten bei den Theken für Backwaren außerdem Mehrwegbeutel zum Kauf an.

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 Ausnahmen bei Rewe und Edeka nur die drei untersuchten Biomarktketten Bio Company, Alnatura und Denns konsequent vorweisen. In den getesteten Märkten von Bio Company und Denns wurden häufig Behältnisse von sogenannten Pool-Systemen wie Recup/Rebowl oder PfaBo angeboten. Vorteil von Pool-Mehrwegsystemen ist, dass die Behältnisse bei allen Partnern zurückgegeben werden können.



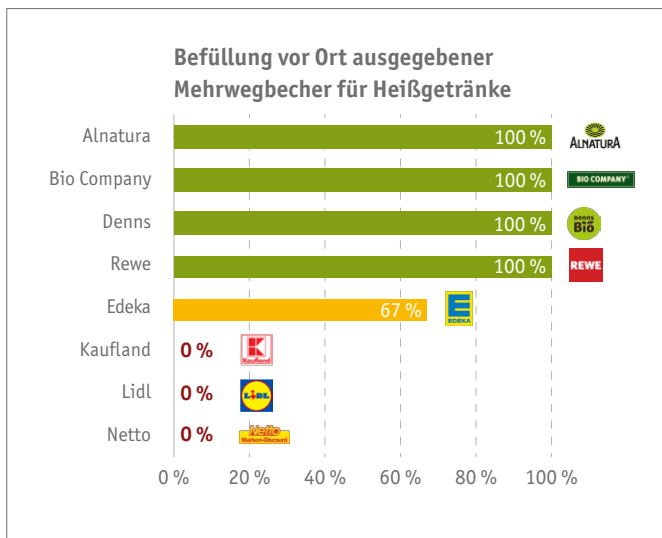


Schlechtes Gesamtergebnis auch beim Angebot von Mehrwegbechern für Heißgetränke

Auch beim Angebot von Mehrwegbechern für Heißgetränke – eine vergleichsweise gut etablierte Alternative zu Einweg-to-go-Bechern – schnitten lediglich die untersuchten Biomärkte und Rewe Filialen gut ab. Bei den anderen Supermärkten und Discountern wurden lediglich in einem getesteten Edeka-Markt Mehrwegbecher angeboten. Bei Kaufland und Netto Marken-Discount wurde jeweils nur bei einer Bäckerei ein selbstmitgebrachter Mehrwegbecher befüllt. In den Lidl-Märkten konnte man immerhin bei den Automaten sein Heißgetränk in den eigenen Mehrwegbecher abfüllen lassen. Insbesondere vor dem Hintergrund der gesetzlichen Mehrwegangebotspflicht ist das schlechte Gesamtergebnis nicht akzeptabel.^{xviii}



Schüttguttheke bei Edeka, DUH-Testbesuch im Januar 2024



© DUH 2024; n=27; nicht-repräsentative Stichprobe in 48 Märkten; Möglichkeit in den Filialen Heißgetränke in Mehrwegbehältnissen zu erwerben

Schüttgut Spendersysteme kaum vorhanden

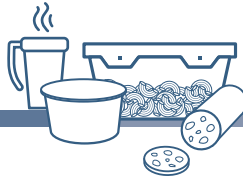
Die besuchten Filialen von Bio Company stachen durch die Bereitstellung von Abfüllstationen für Schüttgut positiv hervor – in zwei von vier getesteten Filialen konnten sich die Konsument*innen Nüsse, Reis oder Müsli selbst in Mehrwegbehältnisse abfüllen. Lediglich in einer weiteren Filiale von Edeka gab es noch eine Abfüllstation. Doch das ist viel zu wenig. Das Abfüllen trockener Lebensmittel sollte nicht die Ausnahme, sondern die Regel darstellen.

Engagierte bei DUH in Aktion: Befüllung in eigene Mehrwegbox top, Mehrwegangebot vor Ort größtenteils flop



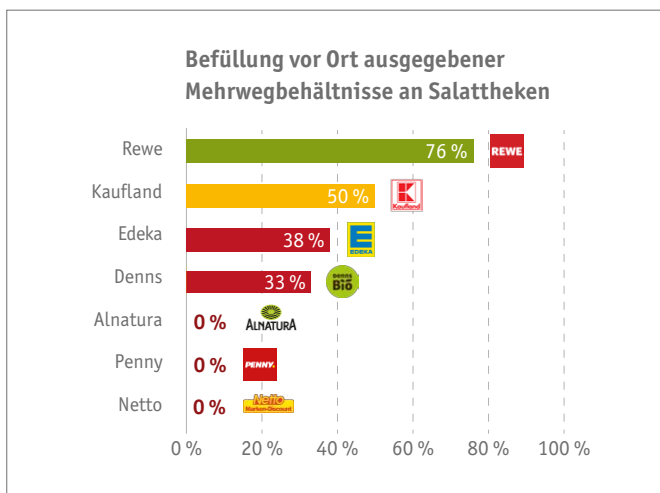
Zusätzlich zu den DUH-Tests haben mehr als 100 engagierte Unterstützer*innen der DUH in ganz Deutschland in insgesamt 20 verschiedenen Supermarktketten zusätzliche Testbesuche durchgeführt. Dabei haben sie sich das Mehrwegangebot bei Käse-, Wurst- und Salattheken angesehen. Darunter waren Märkte wie Rewe, Edeka und Kaufland, die neben Dennis besonders häufig besucht wurden. Neben einzelnen Testbesuchen bei Alnatura, Penny, Netto Marken-Discount und Bio Company waren auch weitere Märkte, wie Marktkauf, Nahkauf, Famila oder Tegut, dabei. Stattgefunden haben die Testbesuche von Hamburg über Hannover, Nürnberg bis Ulm und von Köln und Dortmund bis Erfurt. Die Erkenntnisse decken sich weitestgehend mit denen der DUH-Testbesuchen: Bei knapp über der Hälfte der getesteten Supermärkte war es möglich, eigene Behälter für den verpackungsarmen Einkauf von Salat, Wurst und Käse zu verwenden. Vor allem Biomärkte haben verstanden, dass sich die Befüllung mitgebrachter Mehrwegbehältnisse lohnt. So gab es in über 73 Prozent der

Methodik: Bei den Testbesuchen wurden Fleischwaren- und Käsetheken, Selbstbedienungstheken und Bäckereien für Backwaren, Abfüllstationen für trockenes Schüttgut und das Heißgetränkeangebot an Bäckereien und Automaten der 48 Märkte (n=192) jeweils überprüft, ob ein unverpacktes Angebot vorhanden war und ob man die Produkte in eigenen Behältnissen oder vor Ort ausgegebenen Mehrwegbehältnissen erwerben konnte. Soweit nötig, wurden hierzu die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter um Auskunft gebeten.



besuchten Biomärkte die Möglichkeit der Befüllung der eigenen Mehrwegbox an Käse-, Wurst- und Salattheken. Die Engagierten der DUH in Aktion konnten bestätigen, dass die Vollsortimenter auf einem guten Weg sind. Bei Kaufland wurden sogar in 86 Prozent, bei Edeka immerhin bei rund 65 Prozent der besuchten Filialen die Waren an den Käse- und Wursttheken in die mitgebrachte Box gefüllt. Bei Rewe gibt es mit nur 27 Prozent befüllten Boxen deutliches Verbesserungspotenzial. Die Bewertung vorhandener Mehrwegsysteme, die Kund*innen vor Ort ausleihen können, fällt deutlich schlechter aus. In den besuchten Filialen von Kaufland und Edeka wurden nur unter 20 Prozent Mehrweg bei Käse- und Wursttheken angeboten.

Die Salattheken, die in der Regel von der Mehrwegangebotspflicht betroffen sind, hatten bei den untersuchten Filialen von Kaufland zur Hälfte und bei Edeka zu knapp 40 Prozent Mehrwegbehältnisse im Regal. Auf dieses Angebot wurde laut unseren Engagierten bei Edeka und Rewe mit Hinweisschildern hingewiesen. Von den Vollsortimentern stach Rewe positiv hervor, bei 40 Prozent der untersuchten Käse- und Wursttheken und sogar 76 Prozent der Salattheken gab es Mehrwegsysteme. Außerdem bot Kaufland bei der Hälfte der Testbesuche eine Mehrwegoption für Salat an und in den Edeka Filialen wurden knapp 40 Prozent erreicht. Die meisten Salattheken müssen durch die Mehrwegangebotspflicht sogar mit einer Mehrwegoption ausgestattet sein. Es ist daher besonders wichtig, dass dort nachgerüstet wird.



© DUH 2024; n=91; nicht-repräsentative Stichprobe durch Engagierte der DUH in Aktion in 91 Märkten; Möglichkeit in den Filialen unverpackte Ware an den Salattheken in vor Ort ausgeliehenen Mehrwegbehältnissen zu erwerben

Fazit

Die Möglichkeit, dass Kund*innen eigene Verpackungen zur Wiederbefüllung für Salat, Käse oder Wurst mitbringen, ist zwar ein erster Schritt in die richtige Richtung. Noch ökologischer und verbraucherfreundlicher sind aber 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 Mehrweg an Frische- und SB-Theken müssen die untersuchten Supermarkt- und Discounter-Ketten dringend nachbessern – nicht zuletzt, weil seit dem 1. Januar 2023 eine Mehrwegangebotspflicht für verzehrfertige Speisen und Getränke gilt.

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 schnitten Kaufland und Netto Marken-Discount ab, allerdings auch mit einem ungenügenden Gesamtergebnis. Lediglich Edeka und Rewe schafften es ins Mittelfeld, wobei auch hier in der Kategorie Frischmilch 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 und Gemüse wurde im Schnitt zu 50 Prozent vorverpackt, wobei die Biosupermärkte 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 Mehrweggetränkerverpackungen an. Anfang 2024 hat Aldi Süd eine zeitlich und regional begrenzte Testphase für Mehrweggetränke in 28 Filialen gestartet, die es nun als dauerhaftes Angebot in allen Filialen auszuweiten gilt.

Im Kühlregal: Bis auf Netto Marken-Discount gibt es bei den Discountern weitestgehend kein Mehrweg für frische Milch und Joghurt. Bei den besuchten Vollsortimentern Rewe, Edeka und Kaufland gibt es ein Mehrwegangebot, allerdings nur in geringen Mengen. Auch die Biomärkte konnten 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.

Abfüllstationen für Schüttgut waren die absolute Ausnahme und wurden nur in Filialen der Bio Company und einer Edeka Filiale 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, Frischmilch 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 TESTERGEBNISSE

						
	Gesamtergebnis aus den Kategorien		Anteil unverpacktes Obst und Gemüse	Mehrweganteil am Getränkesortiment	Mehrweganteil für Frischmilch und Joghurt	Mehrweg-Befüllung an Frische- und SB-Theken
 Bio Company						
 Alnatura						
 Denns						
 Rewe						
 Edeka						
 Netto						
 Kaufland						
 Penny						
 Norma						
 Lidl						
 Aldi Süd						
 Aldi Nord						

 **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

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 läuft bislang wegen zu vielen Ausnahmeregelungen und einer fehlenden Incentivierung zur Mehrwegnutzung ins Leere. Durch die kommende EU-Verpackungsverordnung wird Bundesumweltministerin Steffi Lemke verpflichtet, ambitioniertere Maßnahmen zur Abfallvermeidung und Mehrwegförderung zu beschließen, damit Deutschland die EU-Vorgaben einhalten kann. Für weniger Verpackungsmüll im Handel sind dies aus Sicht der DUH folgende Instrumente:

- » **Höheres Abfallvermeidungsziel festlegen:** Angesichts der besonders großen Müllmengen in Deutschland reicht das in der EU-Verpackungsverordnung festgelegte Reduktionsziel von 5 Prozent des Verpackungsmüllaufkommens bis 2030 und 15 Prozent bis 2040 im Vergleich zu 2018 nicht aus. Um eine Einsparung des Verpackungsanstiegs der letzten 10 Jahre zu erreichen, sollte die Bundesregierung bis 2030 bereits 15 Prozent des Verpackungsmülls einsparen.
- » **Mehrwegquote für Getränkeverpackungen umsetzen und auf weitere Getränkesegmente ausweiten:** Die EU-Vorgaben für eine Angebotspflicht von Mehrweggetränkeverpackungen im Handel von 10 Prozent bis 2030 sind viel zu niedrig, um positive Effekte erzielen zu können. Die nationale Mehrwegquote bei Getränkeverpackungen beträgt heute bereits 42,6 Prozent^{xix}. Maßgabe sollte weiterhin die Zielquote von 70 Prozent im Verpackungsgesetz sein. Zudem sollten in weiteren Getränkesegmenten spezifische Mehrwegquoten für Milch und Wein festgelegt werden, da dort ein großes Potenzial für mehr Mehrweg besteht.
- » **Abgabe auf Einweg einführen:** Damit die 70-prozentige Mehrwegquote rasch 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 zusätzliche Kennzeichnung von Einweg und Mehrweg auf dem Produkt kann dazu beitragen, eine umweltfreundliche Kaufentscheidung zu erleichtern.
- » **EU-Plastiksteuer auf verantwortliche Unternehmen umlegen:** Ressourcenvergeudung darf sich nicht länger lohnen. Die für nicht recyclingfähige Kunststoffverpackungen verantwortlichen Unternehmen müssen die Plastiksteuer zahlen. Allein 2022 überwies die Bundesregierung rund 1,4 Milliarden Euro Steuergeld nach Brüssel^{xx}, anstatt die verursachenden Unternehmen unökologischer, nicht recyclingfähiger Kunststoffverpackungen in die Pflicht zu nehmen. Die Steuer sollte bei der Inverkehrbringung ansetzen und deren Bemessung an die Recyclingfähigkeit und den Recyclinganteil gekoppelt sein. So wird das Angebot recyclingfähiger Kunststoffverpackungen 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 Lizenzierung 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 ausschließlich auf Post-Consumer-Materialien und das mechanische Recycling beziehen.



Wer stand im Fokus dieser Untersuchung?

Konkret wurden **12 Handelsketten** genauer betrachtet: **Aldi Süd, Aldi Nord^{xxi}, 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.

Gab es Anpassungen zu den vorangegangenen Verpackungschecks?

Bei der Umsetzung des dritten Verpackungschecks gab es folgende Veränderungen: Im Getränkebereich wurden neben den Tests in den ausgewählten Märkten vor Ort zusätzlich bei den 12 Handelsketten Angaben zum deutschlandweiten Angebot und Umsatz von Getränken in Mehrwegverpackungen abgefragt, um ein umfassenderes Gesamtbild im Getränkebereich zu erhalten. Neben den DUH-Testbesuchen sind in diesem Jahr erstmalig Unterstützer*innen in ganz Deutschland losgezogen und haben zusätzliche Testbesuche an Käse-, Wurst- und Salattheken durchgeführt. Des Weiteren haben wir die Berechnung im Bereich Frische- und SB-Theken so angepasst, dass die Filialen außen vor gelassen werden, die keine Frische- oder SB-Theke vor Ort haben.

Wie sind wir zu unseren Ergebnissen gekommen?

In 48 Testbesuchen (je 4 Märkte pro Kette) in Nord-, Ost- und Süddeutschland, haben wir von Januar bis Mai 2024 mit einem standardisierten Testbogen stichprobenartig das Angebot und die Verpackungen in bestimmten Produktkategorien untersucht: Obst und Gemüse, Getränke, Frischmilch 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-Verpackungsexpert*innen 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.

- i UBA 2023, Aufkommen und Verwertung von Verpackungsabfällen in Deutschland im Jahr 2021 – Abschlussbericht, https://www.umweltbundesamt.de/sites/default/files/medien/11850/publikationen/162_2023_texte_aufkommen_verpackungsabfaelle.pdf, Seite 22 (Zugriff: 18.07.2024).
- ii Eurostat 2024, Verpackungsabfälle pro Kopf, https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/env_was_pac/default/table?lang=en (Zugriff: 18.07.2024).
- iii Bundesverband Sekundärrohstoffe und Entsorgung 2023, 237 Kilogramm Verpackungsmüll pro Kopf fielen 2021 in Deutschland an, <https://www.bvse.de/recycling/recycling-nachrichten/10338-237-kilogramm-verpackungsmuell-pro-kopf-fielen-2021-in-deutschland-an.html> (Zugriff: 18.07.2024).
- iv Bundesverband Sekundärrohstoffe und Entsorgung 2023, 237 Kilogramm Verpackungsmüll pro Kopf fielen 2021 in Deutschland an, <https://www.bvse.de/recycling/recycling-nachrichten/10338-237-kilogramm-verpackungsmuell-pro-kopf-fielen-2021-in-deutschland-an.html> (Zugriff: 18.07.2024).
- v Eurostat 2024, Verpackungsabfälle pro Kopf, https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/env_was_pac/default/table?lang=en (Zugriff: 18.07.2024).
- vi UBA, o.J., Fragen und Antworten: Verpackungen und Verpackungsabfälle, 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/verpackungen/fragen-antworten-verpackungen-verpackungsabfaelle> (Zugriff: 18.07.2024).
- vii UBA 2023: Umweltbewusstsein in Deutschland 2022 <https://www.umweltbundesamt.de/publikationen/umweltbewusstsein-in-deutschland-2022>, Seite 34 (Zugriff: 18.07.2024).
- viii EUR-Lex, EU-Abfallrahmenrichtlinie, <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/ALL/?uri=LEGISSUM%3Aev0010> (Zugriff: 18.07.2024).
- ix Eigene Berechnungen der DUH basierend auf Daten der GVM, 2022, Aufkommen und Verwertung von PET-Getränkeflaschen in Deutschland 2021: https://www.forum-pet.de/wp-content/uploads/2023/01/2022_09_18_Kurzfassung_Verwertung-PET-Getraenkeflaschen-2021.pdf, Seite 17 (Zugriff: 18.07.2024) und IFEU, 2008, Ökobilanz der Glas- und PET-Mehrwegflaschen der GDB im Vergleich zu PET-Einwegflaschen im Auftrag der Genossenschaft Deutscher Mineralbrunnen.
- x Eigene Berechnungen der DUH basierend auf Daten der GVM, 2022, Aufkommen und Verwertung von PET-Getränkeflaschen in Deutschland 2021: https://www.forum-pet.de/wp-content/uploads/2023/01/2022_09_18_Kurzfassung_Verwertung-PET-Getraenkeflaschen-2021.pdf, Seite 17 (Zugriff: 18.07.2024) und IFEU, 2008, Ökobilanz der Glas- und PET-Mehrwegflaschen der GDB im Vergleich zu PET-Einwegflaschen im Auftrag der Genossenschaft Deutscher Mineralbrunnen und 360.000 t Erdöl/Erdgaskondensate aus Probas, <https://www.probas.umweltbundesamt.de/datenbank> (Zugriff: 18.07.2024).
- xi NABU, Vorverpackungen bei Obst und Gemüse, <https://www.nabu.de/imperia/md/content/nabude/konsumressourcenmuell/201027-nabu-studie-vorverpackungen.pdf> (Zugriff: 18.07.2024).
- xii GVM, 2022, Aufkommen und Verwertung von PET-Getränkeflaschen in Deutschland 2021: https://www.forum-pet.de/wp-content/uploads/2023/01/2022_09_18_Kurzfassung_Verwertung-PET-Getraenkeflaschen-2021.pdf, Seite 17 (Zugriff: 18.07.2024).
- xiii UBA, 2024, Bundesweite Erhebung von Daten zum Verbrauch von Getränken in Mehrweggetränkeverpackungen Bezugsjahr 2021: <https://www.umweltbundesamt.de/publikationen/bundesweite-erhebung-von-daten-verbrauch-von-1>, Seite 81 (Zugriff: 18.07.2024).
- xiv Eigene Berechnung der DUH auf Basis von Zahlen des UBA, 2023, Aufkommen und Verwertung von Verpackungsabfällen in Deutschland im Jahr 2021 – Abschlussbericht: <https://www.umweltbundesamt.de/publikationen/aufkommen-verwertung-von-verpackungsabfaellen-in-17>, Seite 52 (Zugriff: 18.07.2024) und ifeu, 2020, Ökobilanzielle Betrachtung von Getränkeverbundkartons in Deutschland: https://www.getraenkekarton.de/wp-content/uploads/2021/08/ifeu_2020_oekobilanz_fkn_final.pdf, Seite 59 (Zugriff: 18.07.2024), angenommenes Durchschnittsgewicht Flüssigkeitskarton: 35 g.
- xv UBA, 2024, Bundesweite Erhebung von Daten zum Verbrauch von Getränken in Mehrweggetränkeverpackungen – Bezugsjahr 2021: <https://www.umweltbundesamt.de/publikationen/bundesweite-erhebung-von-daten-verbrauch-von-1>, Seite 58f. (Zugriff: 18.07.2024).
- xvi Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft, 2023, Versorgungsbilanzen – Milch und Milcherzeugnisse: <https://www.bmel-statistik.de/ernaehrung/versorgungsbilanzen/milch-und-milcherzeugnisse/> (Zugriff: 18.07.2024).
- xvii UBA, 2024, Bundesweite Erhebung von Daten zum Verbrauch von Getränken in Mehrweggetränkeverpackungen Bezugsjahr 2021: <https://www.umweltbundesamt.de/publikationen/bundesweite-erhebung-von-daten-verbrauch-von-1>, Seite 106 (Zugriff: 18.07.2024).
- xviii Bei Aldi Nord, Aldi Süd, Norma und Penny wurde in den von uns untersuchten Filialen keine Heißgetränke to-go angeboten.
- xix UBA, 2024, Bundesweite Erhebung von Daten zum Verbrauch von Getränken in Mehrweggetränkeverpackungen – Bezugsjahr 2021: <https://www.umweltbundesamt.de/publikationen/bundesweite-erhebung-von-daten-verbrauch-von-1>, Seite 58f. (Zugriff: 18.07.2024).
- xx Presse- und Informationsamt der Bundesregierung, 2023, Pressemitteilung Nummer 280/23: <https://dserver.bundestag.de/btd/20/102/2010201.pdf>, Seite 5 (Zugriff: 18.07.2024).
- xxi Aldi Nord und Aldi Süd wurden getrennt erfasst und bewertet.

IMPRESSUM

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

Stand: 24.07.2024

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

Ansprechpersonen

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

Theresa Grabmeier
Projektmanagerin Kreislaufwirtschaft
Tel.: +49 30 2400867-413
E-Mail: grabmeier@duh.de

Gestaltung

Anke Thiele-Janzen

Bildnachweise

- S. 1: Titelbild: © Finke/DUH
- S. 3: Obst & Gemüse: © DUH, Porträt Barbara Metz: © Stefan Wieland/DUH
- S. 6: © DUH
- S. 7: © 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: 15.07.2024)
- S. 8: © Genossenschaft Deutscher Brunnen (GDB)
- S. 11: © Finke/DUH
- S. 12: Schüttgut: © DUH, Aktionslogo: © DUH