



**Kein Licht ohne Schatten**

**Kerzencheck 2024**

## Inhaltsverzeichnis

<b>1. Einleitung</b> .....	3
<b>2. Zusammenfassung der Ergebnisse</b> .....	4
2.1 Zertifizierungen .....	6
2.2 Fehlende Transparenz der Inhaltsstoffe .....	9
2.3 Produktionsstandorte und deren Einfluss .....	11
2.4 Nachhaltige elektrische Kerzenalternativen im Handel noch Mangelware .....	12
<b>3. Problemlage</b> .....	12
<b>4. Methodik zur Befragung</b> .....	14
<b>5. Empfehlungen für Verbraucher:innen, Unternehmen und Politik</b> .....	16
<b>Anhang 1: Grafische Übersicht der Ergebnisse</b> .....	18
<b>Anhang 2: Einstufung der Unternehmen im Zeitverlauf</b> .....	19

---

**Herausgeber:** Deutsche Umwelthilfe e.V. (DUH)  
 Bundesgeschäftsstelle Berlin  
 Hackescher Markt 4, 10178 Berlin  
 Tel.: 030/24 00 867-0, Fax: -19  
 E-Mail: berlin@duh.de

**AutorInnen:** Sven Bergau, Ella Vera Mannsbart

**Gestaltung:** Patricia Lütgebüter

**Bildnachweis:** Titel: Freder/iStock, DUH

**Stand:** November 2024

# 1. Einleitung

Kerzen erscheinen auf den ersten Blick wie ein harmloses Alltagsprodukt. Die Herstellung und Verwendung von Kerzen kann jedoch erhebliche Probleme für die Umwelt und die Menschen in den Produktionsländern der Rohstoffe verursachen. Trotz dieser Auswirkungen werden Kerzen oft unkritisch und bedenkenlos erworben, denn die Folgen bleiben meist im Verborgenen.

Als Umwelt- und Verbraucherschutzorganisation zielen wir darauf ab, die Umweltauswirkungen der Kerzenproduktion langfristig zu minimieren. Der dritte DUH-Kerzen Check dient in diesem Rahmen dazu, den aktuellen Umgang mit Rohstoffen und Nachhaltigkeit in der Kerzenproduktion zu untersuchen und die Öffentlichkeit über die Umweltleistung von Kerzenherstellern und -händlern und deren Entwicklungen im Vergleich zu den ersten beiden DUH-Kerzenchecks (2020 & 2021) zu informieren. Mit den Ergebnissen des diesjährigen Checks sollen sowohl Unternehmen zu mehr Transparenz und Nachhaltigkeit angeregt als auch Verbraucher:innen bei ihren Kaufentscheidungen unterstützt werden.

Im Fokus unseres diesjährigen Checks stehen insbesondere vier Aspekte:

- » **Rohstoffe und Zertifizierungen:** Wir analysieren, welche Rohstoffe in der Kerzenproduktion verwendet werden und wie verbreitet die Nutzung von Zertifizierungen ist, die nachhaltige Anbau- und Produktionsmethoden sicherstellen sollen.
- » **Kennzeichnung von Inhaltsstoffen:** Wir prüfen, wie transparent Hersteller und Händler über die Inhaltsstoffe ihrer Kerzen informieren und ob diese Angaben den Bedürfnissen der Verbraucher:innen entsprechen.
- » **Nachhaltigkeitsziele:** Wir untersuchen die Zielsetzungen von Unternehmen in Bezug auf den Einsatz nachhaltiger Rohstoffe und potenzieller Alternativen, um die Umweltfolgen der Kerzenherstellung zu reduzieren.
- » **Entwicklung im Zeitverlauf:** Der dritte DUH-Kerzencheck ermöglicht es uns, Veränderungen seit den ersten beiden Checks zu dokumentieren. Dabei zeigen wir auf, ob Unternehmen Fortschritte gemacht haben oder auch, ob sich negative Entwicklungen abzeichnen.

Die Ergebnisse der Umfrage belegen, dass **Paraffin** weiterhin der am häufigsten verwendete Rohstoff ist. **Palmöl** stellt die am weitesten verbreitete Alternative zu dem erdölbasierten Kerzenrohstoff dar. Allerdings kennzeichnet nur weniger als die Hälfte der Unternehmen das Palmöl, welches sie in ihren Kerzen verwenden.

Bei der Verbesserung der Nachhaltigkeit von Kerzenrohstoffen setzen die Unternehmen weiterhin in erster Linie auf Zertifikate. Das Roundtable on Sustainable Palm Oil (RSPO)-Zertifikat ist dabei die am häufigsten genutzte Form. Bedauerlicherweise wird dabei in den meisten Fällen lediglich das schwächere Handelsmodell des Zertifikats eingesetzt, was den Effekt des ohnehin immer wieder in der Kritik stehenden RSPO-Zertifikats und dessen öko-sozialen Vorteilen nicht zugutekommt.

Die Nachfrage nach europäischen Rohstoffalternativen wie **Raps-, Sonnenblumen- und Olivenwachs** legt zu. Doch die Verfügbarkeit solcher Rohstoffe ist begrenzt, und ihre Produktion stößt ebenfalls auf Herausforderungen. Auch Bienenwachs, ein traditioneller Rohstoff für Kerzen, ist hierzulande knapp und kann nur in sehr begrenzten Mengen bereitgestellt werden. Auch europäische Pflanzenöle stehen nicht automatisch für Nachhaltigkeit. Der intensive Anbau von Monokulturen oder die vermehrte Nutzung in engen Fruchtfolgen kann zu erheblichen ökologischen Problemen führen. Dazu zählen Wasserknappheit sowie ein hoher Einsatz von Düngemitteln und Pestiziden, die Böden und Ökosysteme belasten.

Um die Umweltbelastungen durch die Kerzenherstellung zu reduzieren, ist es entscheidend, auch bei vermeintlich nachhaltigen Rohstoffen wie europäischen Pflanzenölen streng auf ökologische Anbaukriterien zu achten. Gleichzeitig müssen Hersteller die Transparenz ihrer Lieferketten verbessern, um Verbraucher:innen und Verbrauchern eine informierte Wahl zu ermöglichen und eine breitere Diskussion über die ökologischen Auswirkungen von Kerzen anzustoßen. Unternehmen, die vom günstigen Rohstoff Palmöl seit Jahrzehnten profitieren, müssen jetzt handeln. Sie sollten lückenlose Rückverfolgungssysteme (MRV-Systeme) einführen, um Transparenz entlang der Lieferkette bis zur Plantage zu gewährleisten, und in nachhaltigen, kleinbäuerlichen Mischanbau sowie den Schutz von Regenwäldern investieren.

Wir empfehlen, dass Hersteller verstärkt darauf setzen, Verbraucher:innen besser aufzuklären und aktiv in ihre Nachhaltigkeitsbemühungen einzubeziehen. Transparente Kommunikation über Maßnahmen und Fortschritte schafft Vertrauen und fördert bewussten Konsum. Verbraucher:innen und Verbraucher haben derzeit kaum Zugang zu verlässlichen Informationen über die Herkunft und Nachhaltigkeit der in Kerzen verwendeten Rohstoffe. Weder auf Produktetiketten noch auf den Webseiten der Hersteller sind solche Angaben in der Regel transparent verfügbar. Dies erschwert es erheblich, bewusste und nachhaltige Kaufentscheidungen zu treffen. Nur so kann eine nachhaltigere Zukunft für Palmöl und alle weiteren nachwachsenden Rohstoffe und deren Verwendung in Kerzen erreicht werden, welche die Konsument:innen nicht länger im Dunkeln lässt.

## 2. Zusammenfassung der Ergebnisse

Von den angeschriebenen 58 Unternehmen haben 25 Rückmeldungen gegeben. Die Rücklaufquote der Umfrage 2024 liegt somit bei 43%. Besonders Unternehmen, die in den vergangenen Jahren eher schlechter abgeschnitten haben, ließen unsere Anfrage unbeantwortet. Daher herrscht Unklarheit über die Entwicklung bei den nichtteilnehmenden Kerzenherstellern, wie auch bei Händlern, die uns keine Informationen bereitgestellt haben. Vermutet wird, dass es bei diesen Unternehmen besonders wenig Veränderungen gegeben haben könnte und daher eine Teilnahme ausgeblieben ist.

Einige Vorreiterunternehmen zeigen in diesem Jahr, dass hohe Nachhaltigkeitsstandards in Form von Zertifikaten mit hohem Handelsstandard in der Kerzenproduktion umsetzbar sind. Jedoch bleibt bei einigen Bereichen, insbesondere der Verbraucherkommunikation und weitergehendem Engagement, wie z.B. der Einbindung von Kleinbäuerinnen, ein deutliches Verbesserungspotenzial.

Die vollständigen Einzelergebnisse und Bewertungen der Unternehmen finden Sie im [Anhang 2](#). In [Tabelle 1](#) werden die Ergebnisse derjenigen Unternehmen verkürzt dargestellt, von denen wir in diesem Jahr keine Antwort auf unsere Anfrage erhalten haben und für die daher keine Bewertung von weiteren Maßnahmen abseits der Informationen auf der öffentlich zugänglichen Websites möglich war.

Unternehmen, die 2024 nicht geantwortet haben.	2020	2021	2024*
<b>Kerzenhersteller (7 von 15 Unternehmen)</b>			
GIES Kerzen GmbH	●	●	●
Bispol GmbH	●	●	●
Kerzenfarm Hahn Michael Hahn e.K	●	●	●
Bolsius International BV	●	●	●
G & W Jaspers GmbH & Co KG	●	●	●
Engels Kerzen GmbH	---	---	●
Kerzenfabrik Karl Jaspers GmbH	---	---	●
<b>Drogeriemärkte (1 von 3 Unternehmen)</b>			
Müller Handels GmbH & Co. KG	●	●	●
<b>Lebensmitteleinzelhandel (7 von 13 Unternehmen)</b>			
NORMA Lebensmittelfilialbetrieb Stiftung & Co. KG	●	●	●
ALDI Nord	●	●	●
Lidl Stiftung & Co. KG	●	●	●
Alnatura Produktions- und Handels GmbH	●	X	●
denn's Biomarkt GmbH	●	X	●
real,- Handels GmbH	●	●	●
PENNY Markt GmbH	---	---	●
<b>Großhandel (6 von 6 Unternehmen)</b>			
METRO Deutschland GmbH	●	●	●
Ernst Strecker GmbH & Co. KG	X	X	●
Baumann Creative GmbH	●	●	●
Bayerische Blumen Zentrale GmbH	●	●	●
G. Wurm GmbH & Co. KG	●	●	●
zentrada Europe GmbH & Co. KG	●	●	●
<b>Deko- und Geschenkartikelgeschäft (5 von 6 Unternehmen)</b>			
ZARA HOME Deutschland B.V. & Co. KG	X	X	●
DEPOT (Gries Deco Company GmbH)	●	●	●
Nanu Nana Einkaufs- und Verwaltungsgesellschaft mbH	●	●	●
Woolworth GmbH	●	●	●
H&M HOME	---	---	●

Tabelle 1 | Angaben von Unternehmen zu zertifiziertem Palmöl im Zeitverlauf, die in diesem Jahr nicht geantwortet haben.

Unternehmen, die 2024 nicht geantwortet haben.	2020	2021	2024*
<b>Möbelhaus/Baumarkt (4 von 10 Unternehmen)</b>			
HELLWEG (Die Profi Baumärkte GmbH & Co.)	●	X	●
XXXLutz (BDSK Handels GmbH & Co. KG)	●	●	●
ROLLER (Tessner Holding AG)	●	●	●
Höffner Online GmbH & Co. KG	●	●	●
<b>Sonstige (3 von 5 Unternehmen)</b>			
Waschbär (Triaz GmbH)	●	●	●
Otto GmbH & Co. KG	●	●	●
Tchibo GmbH	---	---	●

Tabelle 1 (Fortsetzung)

### Bewertungskriterien für die Einstufung von Unternehmen nach ihren Angaben zum Einsatz von zertifiziertem Palmöl:

X	Es wird angegeben, dass kein Palmöl verwendet wird.
● 2020 & 2021:	Es wird angegeben, dass das verwendete Palmöl <b>zu 100 % aus nachhaltigem Anbau</b> bezogen wird.
● 2024:	Es wird angegeben, dass das verwendete Palmöl <b>zu &gt;90 % aus zertifiziertem nachhaltigem Anbau</b> mit den Handelsmodellen <b>SG</b> und/oder <b>IP</b> bezogen wird.
● 2020 & 2021:	Es wird angegeben, wieviel des verwendeten Palmöls bisher aus nachhaltigem Anbau bezogen wird ( <b>&lt;100 %</b> ).
● 2024:	Es wird angegeben, dass das verwendete Palmöl <b>zu &gt;90 % aus zertifiziertem nachhaltigem Anbau</b> von den Handelsmodellen <b>SG, IP</b> und/oder <b>MB</b> bezogen wird.
● 2020 & 2021:	Es wird angegeben, dass Palmöl aus nachhaltigem Anbau bezogen wird, ohne dessen Anteil offenzulegen.
● 2024:	Es wird angegeben, dass Palmöl aus nachhaltigem Anbau bezogen wird, ohne dessen Anteil offenzulegen ODER ohne dessen Handelsmodell offenzulegen ODER der Anteil wird auch durch B&C bezogen.
● 2020 & 2021:	Es wird nicht angegeben, ob das verwendete Palmöl aus nachhaltigem Anbau bezogen wird ODER ob überhaupt Palmöl verwendet wird.
● 2024:	Es wird nicht transparent gemacht, ob das verwendete Palmöl aus nachhaltigem Anbau bezogen wird ODER ob überhaupt Palmöl verwendet wird.
● 2024:	Es wurden keine Angaben gemacht oder gefunden.
---	Das Unternehmen wurde in diesem Jahr nicht befragt.
*	Wir haben keine Antwort von dem Unternehmen erhalten. Alle Informationen, die in dieser Umfrage enthalten sind, stammen entweder von den Unternehmenswebsites oder aus dort verlinkten Berichten.

## Vorreiter

Es gibt vier Unternehmen, die sich in der diesjährigen Abfrage durch die Anwendung hoher Nachhaltigkeitsstandards positiv hervorgetan haben. Diese Unternehmen setzen ausschließlich auf segregiertes (SG) oder identitätsgesichertes (IP) Palmöl, wodurch sichergestellt wird, dass zertifiziertes und nicht zertifiziertes Palmöl entlang der gesamten Lieferkette nicht vermischt werden. Damit machen sie einen wichtigen Schritt in Richtung Rückverfolgbarkeit und Umweltverantwortung.

Die **Gebrüder Müller Kerzenfabrik** wurden in der letzten Umfrage aufgrund ihrer Mengen als „Game Changer“ hervorgehoben.<sup>1</sup> Das Unternehmen bezieht derzeit ausschließlich segregiertes Palmöl, das mittlerweile 35 % der gesamten eingesetzten Rohstoffmenge für Kerzen in dem Unternehmen ausmacht. Allerdings wird die

Nachhaltigkeit nur indirekt über einen Verweis auf die Unternehmenshomepage gekennzeichnet. Eine Kommunikation gegenüber den Verbraucher:innen auf der Verpackung wird laut Selbstauskunft nicht vorgenommen. Zudem gab es keine weiteren Rückmeldungen zu dem 2021 angekündigten Engagement zur besseren Einbindung von Kleinbäuer:innen und auch die Unternehmenswebseite liefert hierzu keine neuen Informationen.

Bei den Händlern sind die **Bio Company** und **NORMA** positiv hervorgestochen. **Die Bio Company** verwendet über 90 % Palmöl mit Zertifikaten, die entweder getrennt von nicht-zertifizierter Ware oder mit der Identifikation des Ursprungs gehandelt werden und erfüllt damit ebenfalls höhere Standards. Allerdings wird auch hier die Nachhaltigkeit nicht direkt auf den Produkten ausgewiesen, weshalb die mangelnde Orientierung für Verbraucher:innen kritisiert wird. Bei **NORMA** werden alle im Sortiment befindlichen

Kerzen aus segregiertem Palmöl hergestellt. Zusätzlich verfolgt das Unternehmen das Ziel, seit 2021 ausschließlich Kerzen mit dem RSPO-Label zu verkaufen, um Kund:innen klar zu signalisieren, dass die Produkte nachhaltig zertifiziert sind.<sup>2</sup> Somit ist NORMA das einzige Unternehmen in unserer Befragung, welches sich zum Ziel gesetzt hat, seinen Kund:innen ein hohes Maß an Transparenz bei der Verwendung von Palmöl zu bieten.

Bei den Möbelhäusern und Baumärkten setzt sich **IKEA** von der Konkurrenz in Sachen Palmöl Zertifizierung ab. Das Unternehmen setzt laut eigener Website ausschließlich auf segregiertes Palmöl und erreicht damit 100% nachhaltige Beschaffung in diesem Bereich. Das Unternehmen macht jedoch keine Aussagen darüber, wie die Nachhaltigkeit und Zertifizierung der Produkte den Verbraucher:innen kommuniziert werden. Außerdem werden von IKEA keine Angaben zu anderen eingesetzten Rohstoffmengen gemacht, z.B. von Paraffin. Insofern bleibt weiter offen, welcher Stellenwert Rohstoffalternativen zum nicht-nachhaltigen Paraffin eingeräumt wird.

## Nachzügler

Aufgrund der geringen Rücklaufquote von Unternehmen, die in den letzten beiden Erhebungen eher schlecht abgeschnitten haben, sind die Aussagen zu den Nachzüglern als unvollständig zu betrachten.

Von den Unternehmen, die geantwortet haben, kann **Papstar** als „Nachzügler“ angesehen werden. Das Unternehmen setzt fast ausschließlich Paraffin als Rohstoff ein, wobei Palmöl nur in geringem Umfang verwendet wird. Der Anteil des zertifizierten Palmöls bei Papstar beträgt dabei weniger als 10%.

Unter den Drogeriemärkten setzt **Rossmann** weiterhin auch auf Zertifikatehandel (B&C), d.h. sie kaufen Palmöl, ohne dass die Ware zertifizierten Ursprungs sein muss und erwerben anschließend Zertifikate in der gleichen Menge. Die Kennzeichnung des Rohstoffs auf den Kerzen als auch von dessen Nachhaltigkeit bleibt sowohl bei Rossmann als auch beim **dm-Drogeriemarkt** aus.

Bei den Baumärkten und Möbelhäusern sind die bereitgestellten Informationen sehr spärlich. Die zur Verfügung gestellten Informationen zeigen, dass **Hornbach** weiterhin Zertifikatehandel erlaubt und laut eigener Aussage keine weiteren Maßnahmen zur Schaffung von Transparenz beim Einsatz von Palmöl betreibt. **Bauhaus** verwendet laut ihrer Rückmeldung kein Palmöl in ihren Kerzen.

## 2.1 Zertifizierungen

Zertifizierung ist für viele Unternehmen bislang das wichtigste Werkzeug für mehr Nachhaltigkeit. Das ist grundsätzlich ein erster guter Schritt. Die gängigste Zertifizierung für Palmöl ist dabei das Roundtable on Sustainable Palm Oil (RSPO)-Zertifikat.<sup>3</sup> Allerdings

werden bislang häufig nur die schwächsten Handelsmodelle der Zertifizierung, Massenbilanzierung und Zertifikatehandel eingesetzt.

Bei den Zertifizierungen wird i.d.R. zwischen vier Handelsmodellen unterschieden<sup>4</sup>:

- » **Identity Preserved (IP, Identitätserhaltung):** Der Rohstoff bleibt entlang der gesamten Lieferkette bis zum Endprodukt eindeutig identifizierbar und getrennt.
- » **Segregated (SG, Trennung):** Zertifizierte Rohstoffe werden getrennt von nicht zertifizierten Rohstoffen gehandhabt, ohne jedoch zwischen verschiedenen Quellen zu unterscheiden.
- » **Mass Balance (MB, Massenbilanzierung):** Zertifizierte und nicht zertifizierte Rohstoffe werden entlang der Lieferkette vermischt, aber die anteilige Menge zertifizierter Rohstoffe wird bilanziert. Nur der errechnete Anteil wird dann als zertifiziert verkauft.
- » **Book & Claim (B&C, Zertifikatehandel):** Zertifikate werden unabhängig vom physischen Warenfluss gehandelt. Die Verarbeiter/Händler können durch den Erwerb der Zertifikate ihre Produkte als nachhaltiger kennzeichnen, unabhängig von der tatsächlichen Herkunft der Rohstoffe und deren Nachhaltigkeit bei der Herstellung.

Bei rund einem Viertel der befragten Unternehmen, die angegeben haben, Palmöl aus vorwiegend nachhaltigem Anbau zu beziehen, wird der Großteil durch Massenbilanzierung abgedeckt. Weniger anspruchsvolle Handelsmodelle wie Zertifikatehandel oder Massenbilanzierung erlauben keine Transparenz in der Wertschöpfungskette und der Einfluss auf die Ausweitung nachhaltiger Anbaumethoden ist deutlich niedriger als bei den höheren Standards. Viele Unternehmen setzen auch fast ausschließlich auf Zertifizierungssysteme, deren Einfluss auf die Branche und deren Standards, Transparenz und Informationsbeschaffung gegen null geht. Keines der Handelssysteme kann jedoch eigenständige Sorgfaltspflichten und den direkten Austausch der Unternehmen mit ihren Zulieferern ersetzen.

Von den 58 befragten Unternehmen haben 29 eine RSPO-Mitgliedschaft oder/und Zertifizierung. Besonders relevant ist, dass von den 25 Unternehmen, die Palmöl in den von ihnen verkauften oder hergestellten Kerzen nachweislich verwenden, 22 auf RSPO-zertifiziertes Palmöl zurückgreifen. Die Anteile des zertifizierten Palmöls in den produzierten bzw. verkauften Kerzen der befragten Unternehmen ist in [Abbildung 1](#) dargestellt.

Dies zeigt, dass ein Großteil der Unternehmen, die Palmöl einsetzen, zumindest teilweise auf Nachhaltigkeitsstandards achtet, um die ökologischen und sozialen Auswirkungen entlang der Lieferkette zu minimieren und RSPO dabei weiterhin das wichtigste Zertifikat darstellt. Eine kritische Betrachtung von Zertifikaten wird in [Abschnitt 3](#) erläutert.

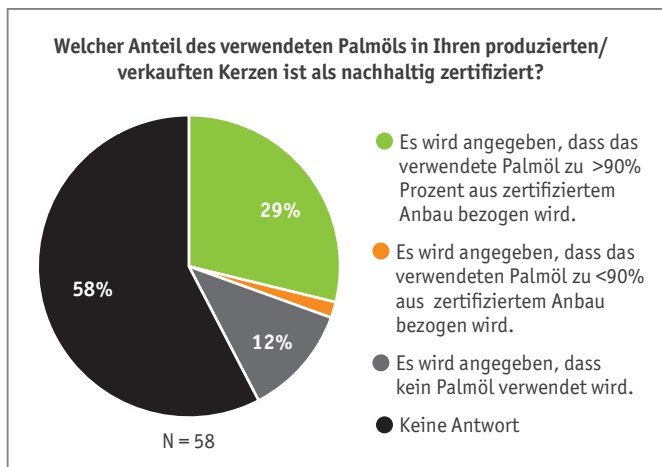


Abbildung 1 | Anteil des zertifizierten Palmöls in den produzierten/verkauften Kerzen [Quelle: Eigene Darstellung.]

Über das RSPO-Zertifikat hinaus werden noch einige andere Nachhaltigkeitszertifikate für Palmöl verwendet, wenn auch nur selten. Die International Sustainability & Carbon Certification (ISCC+) wird nur von **Rewe** verwendet. Die Zertifizierung der Rainforest Alliance (RA) wird von **Rewe** und **Kerzen Lichtblick** genutzt. Keines der befragten Unternehmen verwendet Zertifikate aus dem Roundtable on Sustainable Biomaterials (RSB).



Abbildung 2 | Verschiedene Nachhaltigkeitszertifikate für Palmöl



Abbildung 3 | Entwaldung von Regenwald auf Borneo, Malaysia. [Quelle: DUH/Peer Cyriacks]

## Palmölfreie Kerzen und der Haken daran

Bei der Nachverfolgung des Anteils von Palmöl in einer Kerze stößt man häufiger auf Produkte, die als „palmölfrei“ gekennzeichnet sind, als auf solche, die explizit auf die Verwendung von nachhaltig produziertem, entwaldungsfreiem Palmöl hinweisen. Auch in der diesjährigen Umfrage zeigt sich, dass sich einige Unternehmen entschieden haben, vollständig auf den Einsatz von Palmöl zu verzichten (siehe [Abbildung 1](#), [Tabelle 4](#) und [Anhang 1](#)).

Die Europäische Union (EU) trägt durch ihren langjährigen Import von Palmöl eine Mitverantwortung für die Zerstörung wertvoller Lebensräume in den Anbauregionen, allen voran in Indonesien und Malaysia als Hauptproduzentenländer. Daher ist es die Aufgabe der EU, eine führende Rolle bei der Förderung der Nutzung von nachhaltig produziertem Palmöl innerhalb des eigenen Palmölmarktes einzunehmen. Dies umfasst auch die Unterstützung nachhaltiger Anbaumethoden und die Schaffung hoher Standards. Ziel müssen Lieferketten sein, die keine neuen Rodungen verursachen und Monokulturen schrittweise durch nachhaltige, vielfältige Mischbauprodukte ersetzen. Ein vollständiger Verzicht auf Palmöl, auch auf nachhaltig produziertes, würde jedoch die Probleme nicht lösen. Große Abnehmer wie China und Indien würden wahrscheinlich weiterhin Palmöl aus nicht-kontrolliertem Anbau beziehen, ohne Maßnahmen zum Schutz der Wälder zu unterstützen. Stattdessen muss die EU den Wandel hin zu nachhaltigen Produktionsmethoden aktiv fördern.

Bewertungskriterien		Unternehmen	Anzahl
X	Es wird angegeben, dass kein Palmöl verwendet wird.	BAUHAUS (BAHAG Baus Handelsges. AG) BUTLERS GmbH & Co. KG Erich Kopschitz GmbH Kerzenfabrik Gebr. Steinhart Wachswarenfabrik GmbH & Co. KG KCB UMA GmbH Richard Wenzel GmbH & Co. KG Wiedemann GmbH Wachswarenfabrik	7
●	Es wird angegeben, dass das verwendete Palmöl zu >90% aus zertifiziertem nachhaltigem Anbau mit den Handelsmodellen SG und/oder IP bezogen wird.	Bio Company GmbH Gebr. Müller Kerzenfabrik AG IKEA Deutschland GmbH & Co. KG NORMA Lebensmittelbetrieb Stiftung & Co. KG	4
●	Es wird angegeben, dass das verwendete Palmöl zu >90% aus zertifiziertem nachhaltigem Anbau von den Handelsmodellen SG, IP und/oder MB bezogen wird.	dm-drogeriemarkt GmbH & Co. KG GALA Group GmbH Gepa mbH Kaufland Warenhandel GmbH & Co. KG Kerzen Lichtblick Müller Handels GmbH & Co. KG Rewe Zentral AG	7
●	Es wird angegeben, dass Palmöl aus nachhaltigem Anbau bezogen wird, ohne dessen Anteil offen-zulegen ODER ohne dessen Handelsmodell offen-zulegen ODER der Anteil wird auch durch B&C bezogen.	ALDI Süd Bispol GmbH Dirk Rossmann GmbH Edeka Zentrale Stiftung & Co. KG Emil Lux GmbH & Co. KG GIES Kerzen GmbH hagebau Handelsgesellschaft für Baustoffe mbH & Co. KG HORNBACH-Baumarkt-AG Netto Markendiscout AG & Co. KG OBI Group Holding SE & Co. KGaA PAPSTAR GmbH	11
●	Es wird nicht transparent gemacht, ob das verwendete Palmöl aus nachhaltigem Anbau bezogen wird ODER ob überhaupt Palmöl verwendet wird.	Otto GmbH & Co. KG Waschbär (Triax GmbH) zentrada Europe GmbH & Co. KG	3
●	Es wurden keine Angaben gemacht oder gefunden.	ALDI Nord Alnatura Produktions- und Handels GmbH Baumann Creative GmbH Bayerische Blumen Zentrale GmbH Bolsius International BV denn's Biomarkt GmbH DEPOT (Gries Deco Company GmbH) Engels Kerzen GmbH Ernst Strecker GmbH & Co. KG G & W Jaspers GmbH & Co KG G. Wurm GmbH & Co. KG, KG H&M HOME HELLWEG (Die Profi Baumärkte GmbH & Co.) Höffner Online GmbH & Co. KG Kerzenfabrik Karl Jaspers GmbH Kerzenfarm Hahn Michael Hahn e.K Lidl Stiftung & Co. KG METRO Deutschland GmbH Nanu Nana Einkaufs- und Verwaltungsgesellschaft mbH PENNY Markt GmbH real,- Handels GmbH ROLLER (Tessner Holding AG) Tchibo GmbH Woolsworth GmbH XXXLutz (BDSK Handels GmbH & Co. KG) ZARA HOME Deutschland B.V. & Co. KG	26

Tabelle 2 | Einstufung von Unternehmen nach ihren Angaben zum Einsatz von zertifiziertem Palmöl.



## Anteil zertifizierten Palmöls hat zugelegt, Auskunftsfreude der Unternehmen rückläufig

Palmöl wird von 25 Unternehmen in Kerzen verwendet. Davon beziehen 20 Unternehmen RSPO-zertifiziertes Palmöl und legen die Anteile offen. Besonders hervorzuheben ist, dass 19 der 20 Unternehmen mehr als 90 % ihres Palmöls aus RSPO-zertifiziertem Anbau beziehen. Einzige Ausnahme ist das Unternehmen **PAPSTAR**, das weniger als 10 % RSPO-zertifiziertes Palmöl verwendet. Von den 25 Unternehmen welche Palmöl verwenden sind zwei, **Bispol** und **GIES Kerzen**, Mitglied im RSPO, machen aber keine Angaben zum Anteil des nachhaltig zertifizierten Palmöls. Darüber hinaus sind in diesem Jahr drei Unternehmen – **Waschbär, Otto** und **zentrada** – mit dabei, die keine Angaben zur Zertifizierung oder zur Menge des verwendeten Palmöls machen, obwohl sie Kerzen mit Palmöl verkaufen. Die vollständigen Ergebnisse zu den Anteilen der Palmöl-zertifizierungen sind in **Abbildung 4** dargestellt.

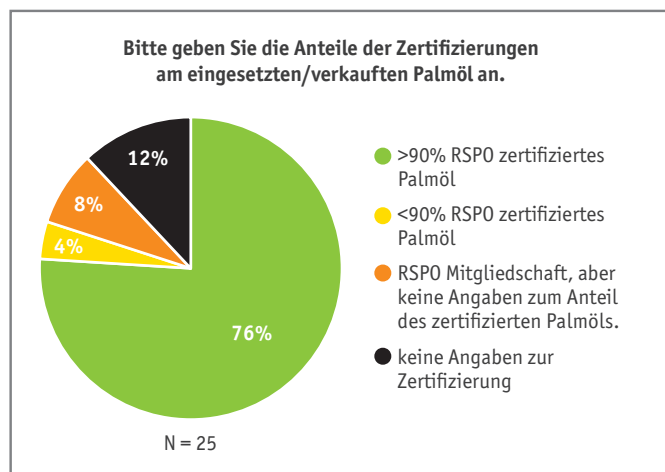


Abbildung 4 | Anteile des nachhaltig zertifizierten eingesetztem/verkauftem Palmöl [Quelle: Eigene Darstellung.]

Im Jahr 2024 geben 11 von 58 befragten Unternehmen an, dass das von ihnen verwendete Palmöl vollständig (100%) aus nachhaltig zertifiziertem Anbau stammt. Dies entspricht 19 % und stellt einen deutlichen Rückgang im Vergleich zu den 37 % im Jahr 2021 und 29 % im Jahr 2020 dar.<sup>5</sup> Allerdings muss dabei berücksichtigt werden, dass auch die Zahl der Antworten der Unternehmen in 2024 abgenommen hat. Zusätzlich berichten 8 weitere Unternehmen, dass über 90 % ihres eingesetzten Palmöls aus nachhaltig zertifiziertem Anbau stammen. Somit geben insgesamt 19 von 58 Unternehmen an, dass ihr Palmöl zu mindestens 90 % nachhaltig zertifiziert ist, was 33 % der Unternehmen entspricht.

Jedoch bleiben 33 Unternehmen (56 %) intransparent und haben nicht offengelegt, ob in ihren Kerzen Palmöl enthalten ist oder ob dieses aus nachhaltigem Anbau stammt (siehe **Abbildung 1**). Im Jahr 2021 lag der Anteil der Unternehmen, die keine Informationen bereitstellen, noch bei knapp einem Drittel, was eine deutliche Verschlechterung der Transparenz in diesem Jahr bedeutet. Auch in diesem Jahr verweigerten die Möbelhäuser **Höffner, Roller** und

**XXXLutz** jegliche Auskunft über den Einsatz von Palmöl in ihren Kerzen. Bei den befragten Drogeriemärkten bleibt **Müller**, wie schon in den vergangenen Jahren, intransparent. Von den angefragten Deko-Unternehmen hat einzig **Butlers** Angaben gemacht, während die übrigen keine Informationen bereitstellen. Zudem haben alle sechs befragten Großhändler, einschließlich **METRO**, in diesem Jahr keine Antwort gegeben. Dieses anhaltende Schweigen vieler Unternehmen deutet darauf hin, dass Transparenz in der Branche weiterhin ein großes Defizit zu sein scheint.

Hinsichtlich des vollständigen Ausschlusses von Palmöl haben in diesem Jahr lediglich sieben Unternehmen angegeben, auf den Rohstoff in ihren Kerzen zu verzichten. Dieser Wert liegt damit auf dem gleichen Niveau wie im Jahr 2020, aber deutlich unter den elf Unternehmen, die dies 2021 angaben. Der verringerte Wert in diesem Jahr deutet jedoch nicht darauf hin, dass mehr Unternehmen Palmöl einsetzen. Vielmehr haben fünf der Unternehmen,

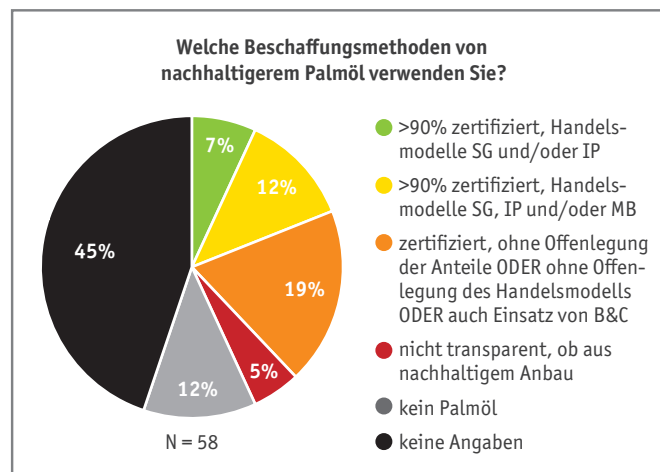


Abbildung 5 | Einstufung von Unternehmen nach ihren Angaben zum Einsatz von zertifiziertem Palmöl. [Quelle: Eigene Darstellung.]

die zuvor angaben, kein Palmöl zu verwenden, in diesem Jahr nicht geantwortet. Informationen zu den Beschaffungsmethoden der Unternehmen, die Palmöl in ihren Kerzen verwenden, sind in **Abbildung 5** dargestellt. Dabei zeigt sich, dass etwas weniger als die Hälfte keine Angaben zu ihren Beschaffungsmethoden von Palmöl machen. Demgegenüber stehen 7 % der Unternehmen in unserer Umfrage, die auf die stärksten Handelsmodelle von Zertifizierung setzen.

## 2.2 Fehlende Transparenz der Inhaltsstoffe

Kerzen werden aus einer Vielzahl von Materialien hergestellt, die ihnen unterschiedliche Eigenschaften und Erscheinungsbilder verleihen. Häufig werden verschiedene Rohstoffe aufgrund ihrer Verarbeitungseigenschaften, ihres Preises und ihrer Qualität gemischt. Viele Hersteller bieten auch Produkte an, die aus verschiedenen Rohstoffen bestehen. Mögliche Rohstoffe sind neben Paraffin z.B.

Palmöl, Rapswachs, Bienenwachs, Sojawachs, Olivenöl oder andere Rohstoffe tierischen oder pflanzlichen Ursprungs.

In **Tabelle 3** wird die Anzahl der Unternehmen, die bestimmte Rohstoffe verwenden, sowie die Kennzeichnung dieser Rohstoffe dargestellt. Die Informationen in **Tabelle 4** beschränken sich auf die Verwendung von Palmöl.

Rohstoff	Anzahl der Unternehmen, die Kerzen mit dem Rohstoff verkaufen/herstellen	Anzahl der Unternehmen, die den eingesetzten Rohstoff kennzeichnen
Paraffin	18	5 (ca. 28%)
Palmöl	18	7 (ca. 39%)
Rapswachs	10	4 (40%)
Andere Rohstoffe tierischen Ursprungs	7	1 (ca. 14%)
Bienenwachs	7	7 (100%)
Andere Rohstoffe pflanzlichen Ursprung	3	1 (ca. 33%)
Sojawachs	2	1 (50%)
Olivenöl	1	1 (100%)
Enthaltene Rohstoffe nicht bekannt	---	/

Tabelle 3 | Rohstoffe in Kerzen und deren Kennzeichnung (N=25)<sup>6</sup>

#### Diese 25 Unternehmen nutzen Palmöl in den Kerzen, die Sie herstellen oder vertreiben.

ALDI Süd  
 Bio Company GmbH  
 Bispol GmbH  
 Dirk Rossman GmbH  
 dm-drogeriemarkt GmbH & Co. KG  
 Edeka Zentrale Stiftung & Co. KG  
 Emil Lux GmbH & Co. KG  
 GALA Group GmbH  
 Gebr. Müller Kerzenfabrik AG  
 Gepa mBH  
 GIES Kerzen GmbH  
 hagebau Handelsgesellschaft für Baustoffe mbH & Co. KG  
 HORNBACH-Baumarkt-AG  
 IKEA Deutschland GmbH & Co. KG  
 Kaufland Warenhandel GmbH & Co. KG  
 Kerzen Lichtblick  
 Müller Handels GmbH & Co. KG  
 Netto Markendiscout AG & Co. KG  
 NORMA Lebensmittelfilialbetrieb Stiftung & Co. KG  
 OBI Group Holding SE & Co. KGaA  
 Otto GmbH & Co. KG  
 PAPSTAR GmbH  
 Rewe Zentral AG  
 Waschbär (Triaz GmbH)  
 zentrada Europe GmbH & Co. KG

Tabelle 4 | Rohstoff Palmöl: Welche Unternehmen nutzen Palmöl in den Kerzen, die Sie herstellen oder vertreiben?

#### Diese 7 Unternehmen nutzen kein Palmöl in den Kerzen, die Sie herstellen oder vertreiben.

BAUHAUS (BAHAG Baus Handelsges. AG)  
 BUTLERS GmbH & Co. KG k.A  
 Erich Kopschitz GmbH Kerzenfabrik  
 Gebr. Steinhart Wachswarenfabrik GmbH & Co. KG  
 KCB UMA GmbH  
 Richard Wenzel GmbH & Co. KG  
 Wiedemann GmbH Wachswarenfabrik

#### Diese 26 Unternehmen machen keine Angaben zur Nutzung von Palmöl in den Kerzen, die Sie herstellen oder vertreiben.

ALDI Nord  
 Alnatura Produktions- und Handels GmbH  
 Baumann Creative GmbH  
 Bayerische Blumen Zentrale GmbH  
 Bolsius International BV  
 denn's Biomarkt GmbH  
 DEPOT (Gries Deco Company GmbH)  
 Engels Kerzen GmbH  
 Ernst Strecker GmbH & Co. KG  
 G & W Jaspers GmbH & Co KG  
 G. Wurm GmbH & Co. KG  
 H&M HOME  
 HELLWEG (Die Profi Baumärkte GmbH & Co.)  
 Höffner Online GmbH & Co. KG  
 Kerzenfabrik Karl Jaspers GmbH  
 Kerzenfarm Hahn Michael Hahn e.K  
 Lidl Stiftung & Co. KG  
 METRO Deutschland GmbH  
 Nanu Nana Einkaufs- und Verwaltungsgesellschaft mbH  
 PENNY Markt GmbH  
 real- Handels GmbH  
 ROLLER (Tessner Holding AG)  
 Tchibo GmbH  
 Woolworth GmbH  
 XXXLutz (BDSK Handels GmbH & Co. KG)  
 ZARA HOME Deutschland B.V. & Co. KG

Tabelle 4 (Fortsetzung)

### Paraffin dominiert weiter in Kerzen, Palmöl wichtigste Alternative

Die vorliegende Analyse (basierend auf der **Tabelle 3**) beschränkt sich auf die 25 Unternehmen, die an der Umfrage teilgenommen haben. Die Ergebnisse der Online-Recherche zu den übrigen Unternehmen lassen keine Rückschlüsse auf die tatsächlich verwendeten Rohstoffe zu und wurden daher nicht berücksichtigt.

Es zeigt sich, dass Palmöl und Paraffin zu den am häufigsten verwendeten Rohstoffen gehören. Die Mengenangaben der verwendeten Rohstoffe sind unvollständig, weshalb es nicht möglich ist, in dieser Umfrage abschließend zu beurteilen, welche Rohstoffe tatsächlich am meisten von den befragten Unternehmen verwendet werden. Die Angaben zu den verwendeten Anteilen und der einhelligen

Meinungen in der Branche legen jedoch den Schluss nahe, dass die Unternehmen sehr wahrscheinlich am meisten Paraffin und am zweithäufigsten Palmöl verwenden. **Hornbach** zum Beispiel verwendet ca. 83 % Paraffin und ca. 14 % Palmöl. **ALDI Süd** verkauft Kerzen mit 70–100 % Paraffin und 10–30 % Palmöl, je nach Hersteller. **KCB UMA** gibt an, dass in ihren Kerzen 85 % Paraffin und ca. 4 % Palmöl verwendet werden. Lediglich die Firma **Lichtblick** gibt an, mehr Palmöl (ca. 60 %) als Paraffin (ca. 15 %) zu beziehen.

Sieben Unternehmen (12 %) geben an, in ihren Kerzen vollständig auf Palmöl zu verzichten.

Auffällig an dem Ergebnis ist, dass Paraffin nur selten gekennzeichnet wird, ebenso wie Palmöl, das in weniger als jeder zweiten betroffenen Kerze als Inhaltsstoff angegeben wird. Im Gegensatz dazu wird Bienenwachs besonders häufig gekennzeichnet. Dies könnte darauf zurückzuführen sein, dass der hohe Preis dieses Rohstoffs oft als Qualitätsmerkmal kommuniziert wird. Diese Praxis könnte ein gutes Beispiel für andere Unternehmen sein, die nachhaltigere Rohstoffe verwenden, diese auch für Verbraucher:innen klar zu kennzeichnen.

## Transparenz gegenüber Verbraucher:innen

Die Frage der Transparenz war bereits in den vergangenen Kerzen-Checks der DUH ein zentrales Thema, und es zeigt sich, dass sich seither wenig verbessert hat. Transparenz lässt sich in zwei Aspekte unterteilen. Zum einen betrifft sie die Bereitschaft der Unternehmen, Informationen offen an uns oder andere Dritte z.B. durch direkte Auskunft oder Website weiterzugeben. Zum anderen geht es darum, wie zugänglich diese Informationen für die Verbraucher:innen selbst, z.B. auf den Produkten sind.

Leider zeigt sich, dass die meisten Anbieter keine ausreichende Transparenz in der Abfrage der DUH gewährleisten. Der Großteil der Unternehmen macht durch Verweigerung der Teilnahme an der Umfrage und fehlenden Informationen auf den Websites nicht deutlich, ob Palmöl in ihren Kerzen enthalten ist oder unter welchen Bedingungen es angebaut wurde.

Einige Unternehmen ergreifen jedoch Maßnahmen, um Transparenz über ihren Einsatz von Kerzenrohstoffen zu schaffen. Zu diesen Maßnahmen zählen unter anderem die Kennzeichnung auf Verpackungen oder Produkten, die Bereitstellung von Informationen über Unternehmenswebseiten oder Infoblätter sowie Grundsatzserklärungen und verpflichtende Verhaltenskodizes. Einige Unternehmen veröffentlichen zudem rohstoffbezogene Nachhaltigkeitsberichte, Positionspapiere oder andere Publikationen, die ihre Bemühungen zur Verbesserung der Nachhaltigkeit in der Öffentlichkeit sichtbar machen sollen.

Nur 16 Unternehmen haben angegeben, mindestens eine der Maßnahmen zu ergreifen, um Transparenz über ihre Rohstoffe zu

schaffen (siehe [Anhang 1](#)). Bei der Kennzeichnung der Rohstoffe auf den Produktverpackungen besteht noch viel Luft nach oben, sind doch nur rund 50 % der verwendeten Rohstoffe auch wirklich gekennzeichnet worden. Diese Intransparenz behindert bewusste Kaufentscheidungen für Kerzen aus bestimmten Rohstoffquellen und mit nachhaltigen Anbaumethoden.

Die Anzahl der Unternehmen, die aktiv Transparenz bei der Verwendung von Palmöl schaffen, bleibt begrenzt. Von den Unternehmen, die Palmöl in ihren Kerzen verarbeiten, haben 13 Maßnahmen ergriffen, um den Einsatz transparent zu machen (siehe [Anhang 1](#)). Nur sechs Unternehmen erläutern direkt auf ihren Produkten, ob das verwendete Palmöl aus nachhaltigem Anbau stammt (**KCB UMA, Kerzen Lichtblick, ALDI Süd, NORMA, HORNBACH, Gepa**). Andere Unternehmen, wie **Rossmann**, machen keine Angaben dazu auf den von ihnen verkauften Produkten, obwohl sie zu über 90 % RSPO-zertifiziertes Palmöl beziehen.

Dies stellt eine erhebliche Lücke in der Transparenz dar. Eine umfassende und klare Kommunikation ist aus mindestens zwei Gründen notwendig: Erstens, um das Bewusstsein für nachhaltiges Palmöl und die Umweltauswirkungen von Kerzen zu stärken. Zweitens, um Verbrauchervertrauen und nachhaltigen Konsum zu fördern und Verbraucher:innen zu ermöglichen, sozial und ökologisch nachhaltigere Kaufentscheidungen zu treffen.

Wie die Ergebnisse der Umfrage zeigen, hat die Schaffung von Transparenz ggü. Verbraucher:innen für viele der befragten Unternehmen offensichtlich keine besonders hohe Priorität. Dies ist insbesondere verwunderlich, wenn bereits nachhaltigere Rohstoffe mit höheren Standards verwendet werden.

## 2.3 Produktionsstandorte und deren Einfluss

Der Produktionsstandort von Kerzen hat wesentlichen Einfluss auf die Einhaltung geltender Gesetze und Anforderungen an das verwendete Palmöl, insbesondere in Bezug auf die Sorgfaltspflichten in der Lieferkette und die Verwendung von Palmöl ohne Naturzerstörung.

So soll beispielsweise die **EU-Verordnung für entwaldungsfreie Produkte (EUDR)** sicherstellen, dass Produkte, die auf den EU-Markt gelangen, nicht zur Entwaldung oder Waldschädigung beitragen. Sie verpflichtet Unternehmen, nachzuweisen, dass bestimmte Rohstoffe und Produkte – wie Palmöl, Soja, Holz, Kakao, Kaffee oder Leder – entwaldungsfrei sind und unter Einhaltung der jeweiligen Gesetze der Produktionsländer hergestellt wurden. Sie verpflichtet Unternehmen zur Nachverfolgbarkeit von Lieferketten, zur Minimierung von Entwaldungs- und Menschenrechtsrisiken sowie zur Einhaltung strenger Sorgfaltspflichten, um ihre Produkte auf den EU-Markt zu bringen. Die Verordnung wird voraussichtlich am 30.12.2025 für große und sechs Monate auf für kleine und mittelständische Unternehmen bindend sein.

Gemäß Anhang 1 der EUDR fallen Kerzen derzeit noch nicht direkt unter den Geltungsbereich der Verordnung. Die EUDR regelt jedoch den Rohstoff Palmöl und dessen direkte Derivate.<sup>7</sup> Das bedeutet, dass importierte Kerzen, die Palmöl enthalten und außerhalb der EU hergestellt wurden, nicht von der EUDR erfasst werden. Werden jedoch Kerzen innerhalb der EU produziert und dafür Palmöl-Derivate importiert, die in Anhang 1 der EUDR aufgeführt sind, unterliegt dieser Import den Bestimmungen der Verordnung.

Der DUH-Kerzencheck hat ergeben, dass 19 von 25 befragten Unternehmen ihre Kerzen in der EU herstellen (lassen), während 12 Unternehmen außerhalb der EU produzieren. Sieben Unternehmen fertigen ausschließlich innerhalb der EU, während lediglich **Gepa** ihre gesamte Produktion außerhalb der EU durchführt.

Vor dem geplanten Inkrafttreten der EU-Verordnung für entwaldungsfreie Produkte (EUDR) gab es Befürchtungen, dass Unternehmen ihre Produktion aus der EU verlagern könnten, um sich den strengeren Vorschriften zu entziehen.

Unsere Umfrage zeigt jedoch, dass bislang kein Unternehmen diesen Schritt plant. Stattdessen hat lediglich **BUTLERS** angekündigt, seine Produktion von außerhalb der EU in die EU zu verlagern, wodurch das Unternehmen auch künftig unter die Regelungen der EUDR fallen würde.

## 2.4 Nachhaltige elektrische Kerzenalternativen im Handel noch Mangelware

Im Rahmen unserer Befragung haben wir untersucht, welche Anforderungen die Unternehmen an die Produktbestandteile und Komponenten elektrischer Kerzen stellen, wie z.B. austauschbare Batterien, wiederaufladbare Akkus, recycelte und recyclingfähige Materialien, stromsparende LEDs und allgemeine Nachhaltigkeitskriterien. Nur **ALDI Süd** gibt an, dass sie auf die Verwendung von austauschbaren Batterien, recyclingfähigen Materialien und stromsparenden LEDs bei den von ihnen vertriebenen elektrischen Kerzen achten. Das geringe Engagement der übrigen Handelsunternehmen zeigt, dass die Nachhaltigkeit elektrischer Kerzen bislang nur eine untergeordnete Rolle spielt bzw. diese Alternativen nicht als solche wahrgenommen werden. Unternehmen, die elektrische Kerzen vertreiben, sollten ihre Verantwortung wahrnehmen und Standards für die nachhaltige Gestaltung dieser Produkte entwickeln.

## 3. Problemlage

### Deutschland: Einer der größten Kerzenimporteure und Hauptverbraucher von Palmöl in Europa

Kerzen sind in Deutschland sehr beliebt. Das Land ist einer der größten Konsumenten von Kerzen in der EU und importiert rund 120.000 t fertige Kerzen pro Jahr, was etwa einem Achtel der Importe in der gesamten EU entspricht.<sup>8</sup> Zudem importiert Deutschland rund 77.000 t Palmöl für die Herstellung von Kerzen.<sup>9</sup> **Damit zählt Deutschland zu den größten Importeuren von Kerzen und gleichzeitig zu den Hauptverbrauchern von Palmöl in der Kerzenproduktion.** Nach Berechnungen aus den Handelsstatistiken konsumiert jede:r Deutsche etwa 1,5 Kilogramm Kerzen pro Jahr. Dies entspricht rund 100 Teelichtern und einer durchschnittlichen Brenndauer von etwa 1,5 Stunden pro Tag. Innerhalb der EU werden Kerzen überwiegend in Polen hergestellt, doch China gewinnt als wichtiger Exporteur zunehmend an Bedeutung. Der hohe Konsum von Kerzen in Deutschland lässt sich anhand des Bienenwachses exemplarisch aufzeigen. Bienenwachs ist ein hochwertiger und natürlicher Rohstoff für die Kerzenherstellung, jedoch global nur in begrenzten Mengen verfügbar. Würde Deutschland vollständig auf Kerzen aus Bienenwachs umstellen, würde dies die gesamte weltweite Jahresproduktion an Bienenwachs beanspruchen. Um den derzeitigen Kerzenkonsum in Deutschland zu decken, wären schätzungsweise 1,5 Bienenstöcke pro Person erforderlich. Dies verdeutlicht einerseits den hohen Kerzenkonsum in Deutschland und andererseits, dass ein einziger Rohstoff, z.B. Bienenwachs als alleinige nachhaltige Alternative für den Kerzenbedarf nicht praktikabel ist und keine nachhaltige Lösung darstellt.

### Kerzenrohstoffe und ihre Tücken: Der Fall Palmöl

Kerzen sind auf den ersten Blick ein alltägliches und harmloses Produkt, doch ihre Herstellung bringt erhebliche ökologische und soziale Herausforderungen mit sich. Die Wahl der eingesetzten Rohstoffe wird häufig von der Verfügbarkeit und der Preisentwicklung der eingesetzten Rohstoffe bestimmt. Kerzenwachs kann mineralischen, pflanzlichen oder tierischen Ursprungs sein. Der Hauptbestandteil ist jedoch weiterhin Paraffin, ein Nebenprodukt, das bei der Raffinierung von Erdöl (Schmierölschnitten bei der Vakuumdestillation) anfällt. Da Paraffin fossilen Ursprungs ist, steht es im Widerspruch zu einer regenerativen und dekarbonisierten Wirtschaft, daher sollte die Verwendung Schrittweise beendet

werden. Zudem wird Paraffin durch optimierte Raffinerieprozesse in Zukunft immer weniger anfallen, was gleichzeitig die Relevanz von alternativen Rohstoffen steigert.

Für Verbraucher:innen besteht ein weiteres Problem in der fehlenden Transparenz. Derzeit gibt es keine verpflichtende Kennzeichnung für Inhaltsstoffe von Kerzen, sondern lediglich Vorgaben zur Produktsicherheit. Häufig bleibt somit unklar, welche Rohstoffe verwendet wurden, woher sie stammen oder ob sie nachhaltig produziert wurden. So fehlt bei Kerzen auf Palmölbasis oft die Angabe, ob der verwendete Rohstoff nachhaltig produziert wurde. Diese Informationslücken verhindern die Möglichkeit, dass die Konsument:innen fundierte und nachhaltige Kaufentscheidungen treffen können.

Palmöl ist nach Paraffin der am häufigsten verwendete Rohstoff in der Kerzenproduktion. Zwar wird Paraffin zunehmend durch pflanzliche Alternativen ersetzt, doch auch Palmöl bringt massive Probleme mit sich. Die Ausweitung des Palmölanbaus führt häufig zur Abholzung von Tropenwäldern, wodurch nicht nur Lebensräume zahlreicher Tierarten wie des Orang-Utans verloren gehen, sondern auch die Klima- und Biodiversitätskrise weiter verschärft wird. Tropenwaldzerstörung ist eine der Hauptursachen für den Verlust von Kohlenstoffsenken, und Monokulturen von Ölpalmen verursachen zudem hohe Pestizidbelastungen, verschmutzte Gewässer und die Verdrängung des lokalen Nahrungsmittelanbaus.<sup>10</sup>

Trotz dieser Probleme ist Palmöl aufgrund seiner hohen Ausbeute an Öl pro Fläche und dem niedrigen Preis schwer zu ersetzen und auch nicht per se sinnvoll (siehe [Abbildung 6](#)). Ein vollständiger Verzicht auf Palmöl in der EU würde die Umweltbelastungen auf andere Rohstoffe verlagern, ohne den Sektor selbst nachhaltiger zu gestalten. Stattdessen ist es entscheidend, dass nur nachhaltiges Palmöl auf die europäischen Märkte gelangt und dass auch andere große Abnehmer wie China und Indien Maßnahmen ergreifen.

Die EU trägt aufgrund ihres Fußabdrucks, den langen Jahren des Profits von günstigem Palmöl aus Tropenwaldrodungen und ihrer globalen Wirtschaftsmacht eine besondere Verantwortung zur Veränderung für mehr Nachhaltigkeit und muss ihre Maßnahmen ausbauen, um den nachhaltigen Anbau von Ölpalmen zu fördern. Die EU-Verordnung für entwaldungsfreie Produkte (EUDR), sowie das europäische Lieferkettengesetz (Corporate Sustainability Due Diligence Directive, CSDDD), die das deutsche Lieferkettengesetz (LkSG) ablösen wird, sind hierbei wichtige Ansätze. Zum einen, weil sie Palmöl aus legaler und illegaler Entwaldung auf EU-Märkten ausschließen, zum anderen aber auch von den Unternehmen Transparenz und Übernahme von Verantwortung für die Menschen und Umwelt in den Produktionsländern einfordert, von denen sie finanziell stark profitieren. Gleichzeitig sollten zusätzliche Mittel bereitgestellt werden, um den nachhaltigen Palmölanbau weltweit zu fördern. Nur durch einen umfassenden Ansatz, der Transparenz, Regulierung und globale Zusammenarbeit kombiniert, können die Umweltprobleme der Kerzenherstellung (und anderen Branchen mit Palmölverwendung) effektiv adressiert werden.

## Das Problem mit Zertifikaten

Am einfachsten erscheint die Verwendung und der Nachweis von Zertifikaten. Viele Zertifikate weisen leider Schwächen auf, wie unzureichende Rückverfolgbarkeit und die mangelnde Sicherstellung von Standards. Immer wieder kommt es zu Kritik an dem Standard und einstweilen zu Verstößen bei zertifizierten Unternehmen.<sup>11</sup> Ein Zertifikat bedeutet nicht in jedem Fall, dass die Lieferkette den höchsten Nachhaltigkeitsstandard aufweist und die Menschen- und Umweltrechte respektiert werden. Der gängigste Standard, RSPO, steht seit Jahren in der Kritik: Menschenrechtsorganisationen berichten immer wieder von Verstößen gegen Arbeits- und Menschenrechtsstandards durch RSPO-zertifizierte Unternehmen.<sup>13</sup> Dies zeigt der jüngste Fall, den die Menschenrechtsorganisation European Center for Constitutional and Human Rights (ECCHR), die im Januar 2024 eine Beschwerde im Rahmen des Lieferkettengesetzes (LkSG) gegen Edeka eingereicht hat. Edeka bezieht Palmöl der Firma NaturAceites, welche möglicherweise mit Landraub und der Einschüchterung von Bewohner:innendurch Sicherheitskräfte in Zusammenhang gebracht werden kann. Das betroffene Produkt von Edeka wurde dabei mit dem RSPO-Logo beworben.

Nachhaltigkeit erfordert daher nicht nur Zertifikate, sondern auch ein verstärktes Engagement mit Zulieferern und branchenweite Ansätze, die langfristige Partnerschaften und systemische Veränderungen fördern. Zertifizierungssysteme mit hohen Standards wie Identitätserhaltung und Segregierung sind ein Schritt in die richtige Richtung. Unternehmen sollten sich darüber hinaus bewusst sein, dass sie unternehmerische Sorgfaltspflichten innehaben, d.h. dass sie die Auswirkungen ihrer Geschäftstätigkeit auf Menschenrechte, Umwelt und Gesellschaft erkennen, vermeiden und mindern müssen. Diese können sie nicht dadurch ersetzen, dass sie entsprechende Prüfungen auf Zertifizierungsinitiativen auslagern.

Die Unternehmen sollten daher anstreben, unabhängige Sorgfaltspflichten einzuführen und dafür entsprechende MRV-Systeme zu etablieren und auszuweiten. MRV-Systeme sind Mechanismen zur **Überwachung (Monitoring), Berichterstattung (Reporting)** und **Überprüfung (Verification)**, die Transparenz und Nachverfolgbarkeit in Lieferketten sicherstellen sollen. Sie werden eingesetzt, um ökologische und soziale Standards zu kontrollieren, etwa bei der Palmölproduktion.

- » **Monitoring:** Kontinuierliche Datenerfassung, z. B. über Produktionsbedingungen oder Emissionen.
- » **Reporting:** Dokumentation und Weitergabe der erhobenen Daten an relevante Akteure.
- » **Verification:** Externe oder unabhängige Überprüfung der Berichte und Daten auf Richtigkeit und Einhaltung von Standards.

Ziel von MRV-Systemen ist es, Umwelt- und Menschenrechtsrisiken entlang der Wertschöpfungskette zu minimieren und Unternehmen zu verpflichten, nachhaltige Praktiken nachweislich umzusetzen.

Die Einführung und Ausweitung von MRV-Systemen bei Palmöl ist besonders wichtig, da die Entwaldung von Primärwald in Indonesien, nach einer mehrjährigen Rückläufigkeit, seit 2021 wieder zugenommen hat. Die Entwicklung ist erschreckend und offenbart, dass an dem Problem der Entwaldung für den Anbau von Palmöl weiter gearbeitet werden muss. Indonesien ist mit Abstand der weltweit größte Produzent von Palmöl mit einem Anteil an der globalen Weltermte von 57%.<sup>14</sup>

## Mögliche Alternativen zur Nutzung von Palmöl

Verbraucher:innen stellen sich aufgrund der beschriebenen Probleme mit Palmöl die Frage nach möglichen Alternativen. Wie bereits erwähnt, gibt es neben Palmöl noch eine Reihe anderer Rohstoffe, die für die Herstellung von Kerzen verwendet werden können. Diese sind aber nicht per se nachhaltiger. Beispielsweise könnte der Ersatz von Palmwachs durch Kokoswachs zu mehr Tropenwaldverlust aufgrund der geringen Ölausbeute der Kokospalme führen. Teilweise lässt sich Palmöl durch heimische Öle wie Raps- und Sonnenblumen ersetzen, doch auch in der EU sind die verfügbaren Anbauflächen begrenzt. Ein sparsamer und bedachter Einsatz von nachhaltig produziertem Palmöl ist daher entscheidend, insbesondere angesichts der weltweit wachsenden Nachfrage.

Manche der befragten Unternehmen wenden sich alternativen Rohstoffen für die Wachsherstellung zu, so z.B. europäischen Rohstoffen, wie Rapsöl, Olivenöl und Wachse, die auf organischen Abfallstoffen basieren

Die Ölpalme ist und bleibt aber die produktivste Ölpflanze. Weichen Hersteller auf andere pflanzliche Öle aus, wird für die gleiche Ölmenge eine durchschnittlich 5- bis 8-fach so große Anbaufläche benötigt (siehe [Abbildung 6](#)).<sup>15</sup>

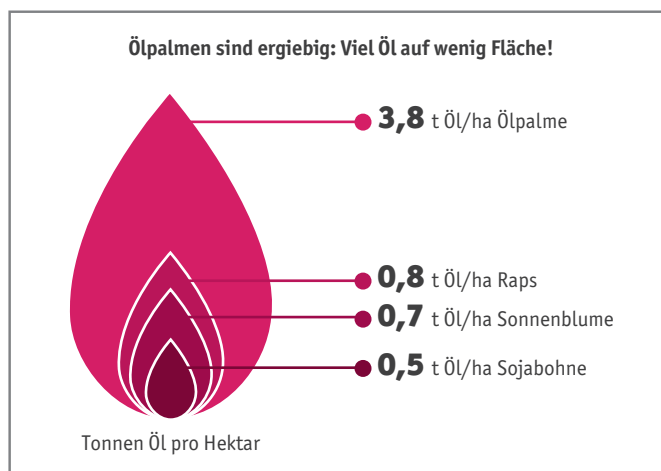


Abbildung 6 | Flächenverbrauch der verschiedenen Ölpflanzen  
[Daten: IUCN 2018]

Besonders ökologisch verträglich ist Palmöl aus Mischkulturen, da es weniger Umweltbelastungen verursacht. Diese Herangehensweise könnte einen Kompromiss zwischen Effizienz, Nachhaltigkeit und lokaler Produktion darstellen.

Der DUH liegen generell keine Ökobilanzen zu den verschiedenen Wachsarten vor. Die DUH lehnt fossiles Paraffin ab, da diese schädliche Rohstoffbranchen unterstützen. Stattdessen sollte ein gemäßigter Verbrauch in Kombination mit zertifizierten tropischen Pflanzenölen von bestehenden Plantagen gefördert werden, um umwelt- und sozialverträgliche Anbaubedingungen sicherzustellen. Weitere Informationen zu nachhaltigem, entwaldungsfreiem Anbau und den Grenzen von Zertifizierungen finden Sie im Leitfaden zur öffentlichen Beschaffung von Palmöl.<sup>16</sup>

Des Weiteren werden häufig elektrische Alternativen als Kerzenersatz gehandelt. Elektrische Kerzen sind so gestaltet, dass sie herkömmliche Kerzen imitieren, jedoch ohne eine offene Flamme auskommen. Sie bestehen meist aus Kunststoff oder sind aus einer Wachsschicht gefertigt, die das Aussehen echter Kerzen nachahmt. Optisch sind sie kaum von echten Kerzen zu unterscheiden. LED-Kerzen sind besonders für Vielnutzer wie Restaurants oder Kirchen interessant, da sie energieeffizient sind und den Rohstoffverbrauch reduzieren. Allerdings sollten bei dem Kauf einige Punkte berücksichtigt werden: Energiesparende LEDs, recycelte und recyclingfähige Materialien, langlebige und reparaturfähige Produkte sowie standardisierte, austauschbare Akkus. Die Nachhaltigkeit der elektrischen Alternativen hängt zudem von der Nutzung erneuerbarer Energien aus Wind- und Sonnenkraft ab. Am Lebensende müssen sie außerdem fachgerecht, nicht über den Hausmüll, entsorgt werden.

Elektrische Kerzen könnten eine nachhaltigere Alternative sein, wenn Materialien und Komponenten konsequent ökologisch gestaltet werden. Leider ist die Standard-Elektrokerze bisher häufig ein Einweg-Produkt, das meist keine umfassenden ökologischen Kriterien erfüllt.

Die beste Alternative zur Kerze und auch zur elektrischen Variante bleibt daher in den meisten Fällen der Lichtschalter. Bestückt mit stromsparenden Leuchtmitteln mit weißgelbem Licht und niedriger Helligkeit können sie eine Alternative zu den klassischen Kerzen darstellen.

## 4. Methodik zur Befragung

Für den Kerzencheck wurden 58 Unternehmen aus verschiedenen Branchen im Zeitraum September bis November 2024 zu ihren Aktivitäten in Bezug auf Kerzen befragt. Die Befragung wurde mittels des online-gestützten Fragetools LimeSurvey erhoben, wobei einzelne Antworten auch per E-Mail oder Post zugestellt wurden. Die befragten Unternehmen stammen aus den folgenden Bereichen:

- » Kerzenhersteller
- » Drogeriemarkt
- » Lebensmitteleinzelhandel
- » Lebensmittel großhandel
- » Möbelhaus/Baumärkte
- » Deko- und Geschenkartikel Geschäfte
- » und sonstige

Die Auswahl der untersuchten Unternehmen erfolgte, wie bereits in den Vorjahren, aufbauend auf Veröffentlichungen der Stiftung Warentest (2016)<sup>17</sup> bzw. des WWF (2017)<sup>18</sup> zur Analyse von Produkteigenschaften von Kerzen bzw. zum Einsatz nachhaltigen Palmöls in verschiedenen Branchen. Zusätzlich wurden weitere Anbieter im Internet recherchiert. Um eine Vergleichbarkeit der Erhebungen in aufeinanderfolgenden Berichten zu schaffen, werden möglichst die gleichen Unternehmen berücksichtigt. Neu hinzugekommen sind in diesem Jahr fünf Unternehmen aus verschiedenen Branchen: Tchibo GmbH, H&M HOME, PENNY Markt GmbH, Engels Kerzen GmbH und die Kerzenfabrik Karl Jaspers GmbH. Die Autor:innen erheben bei der Auswahl der untersuchten Unternehmen keinen Anspruch auf Vollständigkeit.

Die Unternehmen stellen Kerzen entweder selbst im In- oder Ausland her oder gehören dem Einzel- und Großhandel an und führen Kerzen als Eigen- und/oder Fremddmarken. Diese werden wiederum bei Kerzenherstellern im In- und Ausland in Auftrag gegeben. Einige Kerzenhersteller produzieren vornehmlich für B2B-Kund:innen, andere produzieren parallel auch eigene Marken. Neben dem stationären Handel spielt bei Kerzen auch der Online-Handel zunehmend eine Rolle, an dem sich viele der untersuchten Unternehmen beteiligen.

In den Fällen, in denen die Unternehmen nicht auf die Umfrage geantwortet haben, wurden die Webseiten der jeweiligen Unternehmen und dort verlinkte Berichte (bspw. Nachhaltigkeitsberichte, Einkaufsrichtlinien) auf Informationen zum Thema untersucht.

Die Unternehmen wurden im Hinblick auf ihre Rohstoffe, Zertifizierungen, Beschaffungsmethoden, Transparenz und Zielsetzungen befragt. In der Bewertung der Unternehmen wird sich auf die Angaben der Unternehmen in der Umfrage bezogen. Fehlende, unvollständige oder unzutreffende Antworten können nur dementsprechend bewertet werden. Fehlende Angaben sind jeweils gekennzeichnet. Die Bewertung wird innerhalb der definierten Kategorien anhand des folgenden Schemas ausgeführt.

## Bewertungsschema

Das verwendete Schema (siehe [Tabelle 2](#)) ermöglicht eine differenzierte Bewertung der Unternehmenspraktiken in Bezug auf die Verwendung von nachhaltigem Palmöl, wobei Transparenz und die Nutzung der strengeren Handelsmodelle positiv bewertet werden.

Die höchste Bewertung in der Farbe „Grün“ erhalten Unternehmen, die transparent machen, dass über 90 % ihres verwendeten Palmöls aus zertifiziertem nachhaltigem Anbau stammt und ausschließlich über die Handelsmodelle „Segregated“ (SG) und/oder „Identity Preserved“ (IP) bezogen wird.

Eine etwas niedrigere Bewertung mit der Farbe „Gelb“ erhalten Unternehmen, die ebenfalls über 90 % ihres Palmöls aus zertifiziertem nachhaltigem Anbau beziehen, dabei aber neben SG und IP auch das Handelsmodell „Mass Balance“ (MB) nutzen.

Eine Bewertung mit „Orange“ wird vergeben, wenn ein Unternehmen zwar angibt, Palmöl aus nachhaltigem Anbau zu beziehen, aber entweder den genauen Anteil oder das verwendete Handelsmodell nicht offenlegt oder auch die Verwendung von Zertifikatehandel (B&C) akzeptiert.

Mit der Farbe „Rot“ wird bewertet, wenn ein Unternehmen nicht transparent macht, ob das verwendete Palmöl aus nachhaltigem Anbau stammt oder ob überhaupt Palmöl verwendet wird.

Eine Sonderkategorie bilden Unternehmen, die explizit angeben, kein Palmöl zu verwenden (schwarzes „X“). Schließlich gibt es noch die Kategorie für Unternehmen, die keine Angaben zu ihrer Palmölverwendung machen (Farbe „Schwarz“).

Die Bewertung der Unternehmen sind in [Tabelle 2](#) zu sehen. Näheres zum Vorgehen und der Bewertung der Unternehmen entnehmen Sie bitte der Ergebnistabelle in [Anhang 1](#). Dort sind die Angaben der 58 Unternehmen im Detail zu den verschiedenen Fragen aufgelistet.

## Erklärung zur Veränderung der Bewertungskriterien

Wie in der Legende der [Tabelle 1](#) oben hervorgeht, wurden die in den Vorjahren (2020, 2021) verwendeten Kriterien zur Bewertung der Zertifizierung in diesem Jahr (2024) angepasst. Der Hintergrund dafür ist, dass ein Zertifikat zwar wichtig ist, die Nachhaltigkeit des verwendeten Palmöls aber auch vom Handelsmodell abhängt, mit dem es beschafft, angebaut und gehandelt wird.<sup>19</sup> Zum einen wurde die zertifizierte Menge an Palmöl in der Kerzenbranche erhöht. Zum anderen werden die Vorgaben zur Nutzung von Palmöl durch Gesetzgebungen, u.a. zur Verhinderung von Entwaldung, stärker. **Identitätsgesichert (IP)** und **Segregiert (SG)** sind die höchsten Standards mit der größten Transparenz, die eine strikte physische Trennung des Rohstoffes erfordern. Diese Trennung der Ware und die Rückverfolgbarkeit wird in absehbarer Zeit gesetzlicher Standard im Rahmen der EU-Verordnung für entwaldungsfreie Produkte (EUDR). Der niedrigere Standard **Massenbilanzierung (MB)**, bei dem die physische Rückverfolgbarkeit des Rohstoffes nicht mehr erforderlich ist, ist damit unzureichend, ebenso wie

das noch schwächere **Zertifikatehandel-Modell (B&C)**, welches vollständig von realen Prozessen in physischen Materialflüssen entkoppelt ist. Um diesen Entwicklungen und den Unterschieden in dem Ambitionsniveaus der Unternehmen Rechnung zu tragen, wurden die Bewertungskriterien in diesem Jahr leicht modifiziert. Darüber hinaus gibt es in diesem Jahr auch klare Angaben darüber, welche Unternehmen unsere Anfrage/Fragebogen geantwortet haben und welche nicht.

## 5. Empfehlungen für Verbraucher:innen, Unternehmen und Politik

### Verbraucher:innen

- » **Nur Kerzen kaufen, deren Inhaltsstoffe und Nachhaltigkeitsstandards auch bekannt sind:** Bei der Auswahl von Kerzen sollten Konsument:innen darauf achten, dass die verwendeten Rohstoffe klar deklariert sind und sie wissen, welche Nachhaltigkeitskriterien vorliegen. So können sie transparente und nachhaltigere Kerzenhersteller und -händler fördern.
- » **Kerzen bewusst genießen:** Es ist wichtig, sich bewusst zu machen, dass Kerzen ein Luxusprodukt sind, das mehr dekorative als praktische Zwecke erfüllt. Nachhaltigkeit beginnt hier bereits mit der Überlegung, ob der Schein einer Kerze tatsächlich bewusst genossen wird – die umweltfreundlichste Kerze ist letztlich die, die gar nicht erst angezündet wird.
- » **Gemütliches elektrisches Licht verwenden:** Alternativ bieten elektrische Beleuchtungen eine stimmungsvolle und nachhaltige Möglichkeit, ohne die Umwelt durch den Verbrauch fossiler oder problematischer Rohstoffe zusätzlich zu belasten, insofern die Energie aus regenerativen Quellen wie Wind und Sonne gewonnen wird. Moderne LED-Lampen mit weißgelbem Licht vereinen Ästhetik und Energieeffizienz und können eine ressourcenschonende Alternative zu herkömmlichen Kerzen sein. Bei dem Kauf von elektrischen Kerzenalternativen sollten einigen Kriterien beachtet werden: Es sollte ein LED-Leuchtmittel verwendet werden, das aus recycelten Materialien besteht, selbst recyclingfähig ist und wieder aufladbare Akkus enthält, die auch von Laien nachgekauft und ausgetauscht werden können.

### Unternehmen

- » **Transparenz in der Wertschöpfungskette schaffen:** Unternehmen sollten vollständige Transparenz in ihren Lie-

fer- und Wertschöpfungsketten anstreben, insbesondere im Hinblick auf die Herkunft und Nachhaltigkeit der eingesetzten Rohstoffe. Dies schafft Vertrauen bei Verbraucher:innen und Partnern und erhöht die Glaubwürdigkeit.

- » **MRV-Systemen einführen:** Durch die Implementierung moderner Systeme für Monitoring, Reporting und Verifikation (MRV) können Unternehmen sicherstellen, dass ihre Produkte entwaldungsfrei und nachhaltiger produziert werden. MRV-Systeme fördern eine bessere Rückverfolgbarkeit und erleichtern die Einhaltung von Umwelt- und Sozialstandards.
- » **Inhaltsstoffe freiwillig kennzeichnen:** Unternehmen sollten die Inhaltsstoffe ihrer Produkte freiwillig und klar kennzeichnen, um Verbraucher:innen nachhaltigere Kaufentscheidungen zu ermöglichen. Diese Transparenz bietet nicht nur ökologische und soziale Vorteile, sondern verschafft Unternehmen auch Wettbewerbsvorteile gegenüber der weniger transparenten Konkurrenz.

### Politik

- » **Einführung einer Kennzeichnungspflicht für nachwachsende Rohstoffe in Non-Food-Produkten:** Ähnlich wie bei Lebensmitteln sollte die Bundesregierung auch für Konsumprodukte wie Kerzen eine verpflichtende Kennzeichnung der verwendeten Rohstoffe einführen. Die transparente Angabe, ob und in welchem Umfang nachwachsende Rohstoffe wie Palmöl enthalten sind, ist essentiell, um Verbraucher:innen eine bewusste Kaufentscheidung zu ermöglichen. Die Einführung einer Kennzeichnungspflicht bei Lebensmitteln hat gezeigt, dass dies ein entscheidender Schritt sein kann: Der Anteil von nachhaltig zertifiziertem Palmöl in Lebensmitteln liegt heute bei über 90%.<sup>20</sup> Eine ähnliche Entwicklung ist bei Non-Food-Produkten möglich, wenn Transparenz geschaffen wird.
- » **Stärkung der EU-Verordnung für entwaldungsfreie Produkte (EUDR):** Die EUDR ist ein wichtiger Schritt, um die Entwaldung entlang globaler Lieferketten zu bekämpfen. Ihr Geltungsbereich umfasst neben Palmöl und deren Derivaten leider bislang keine Kerzen. Der Geltungsbereich sollte daher in der geplanten Überarbeitung der Verordnung um Kerzen mit Palmöl als einer der Rohstoffe erweitert werden.
- » **Ausbau von Partnerschaften mit Anbauländern:** Partnerschaften mit Palmölproduzentenländern wie Indonesien und Malaysia sollten intensiviert werden, um nachhaltige Produktionsmethoden zu fördern. Diese Kooperationen sollten Programme zur Förderung von Mischanbau, Entwaldungsfreiheit und sozialer Gerechtigkeit beinhalten. Ziel muss es sein, nachhaltiges Palmöl als globalen Standard zu etablieren und den Schutz von Regenwäldern zu stärken.



## Endnoten

- 1 DUH (Dezember 2021), „DUH Kerzencheck zu Palmöl“, S.12.  
[https://www.duh.de/fileadmin/user\\_upload/download/Projektinformation/Naturschutz/Kerzencheck/DUH\\_Kerzencheck\\_2021\\_9\\_Dez.pdf](https://www.duh.de/fileadmin/user_upload/download/Projektinformation/Naturschutz/Kerzencheck/DUH_Kerzencheck_2021_9_Dez.pdf)
- 2 NORMA (November 2023), „Norma-Richtlinien für den Einkauf“, S.22.  
[https://www.norma-online.de/de/informationen/norma\\_richtlinien-fuer-den-einkauf\\_2023/NORMA\\_Richtlinien-fuer-den-Einkauf\\_2023.pdf](https://www.norma-online.de/de/informationen/norma_richtlinien-fuer-den-einkauf_2023/NORMA_Richtlinien-fuer-den-Einkauf_2023.pdf)
- 3 RSPO. <https://rspo.org/de/>
- 4 RSPO (November 2015), „Erklärung zu RSPO-Leiferkettenmodellen.“ <https://rspo.org/de/statement-on-rspo-supply-chain-models/>
- 5 DUH (Dezember 2021), „DUH Kerzencheck zu Palmöl.“  
[https://www.duh.de/fileadmin/user\\_upload/download/Projektinformation/Naturschutz/Kerzencheck/DUH\\_Kerzencheck\\_2021\\_9\\_Dez.pdf](https://www.duh.de/fileadmin/user_upload/download/Projektinformation/Naturschutz/Kerzencheck/DUH_Kerzencheck_2021_9_Dez.pdf);  
DUH (November 2020), „DUH Kerzencheck zu Palmöl.“  
[https://www.duh.de/fileadmin/user\\_upload/download/Projektinformation/Naturschutz/Kerzencheck/DUH\\_Umfrage\\_Kerzen.pdf](https://www.duh.de/fileadmin/user_upload/download/Projektinformation/Naturschutz/Kerzencheck/DUH_Umfrage_Kerzen.pdf)
- 6 Für die vorliegende Auswertung wurden lediglich die Antworten von 25 Unternehmen berücksichtigt, die unseren Fragebogen beantwortet haben. Informationen aus Online-Quellen wurden nicht einbezogen, da diese in Bezug auf die verwendeten Rohstoffe unvollständig sind und somit zu einer Verzerrung der Ergebnisse führen würden.
- 7 EUR-Lex (Juni 2023), „REGULATION (EU) 2023/1115 OF THE EUROPEAN PARLIAMENT AND OF THE COUNCIL“ of 31 May 2023 on the making available on the Union market and the export from the Union of certain commodities and products associated with deforestation and forest degradation and repealing Regulation (EU) No 995/2010. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A32023R1115&qid=1687867231461#d1e32-243-1>
- 8 Eurostat. „Datenbank.“ <https://ec.europa.eu/eurostat/de/web/main/data/database> (abgerufen am: 25.11.2024).
- 9 FONAP (Januar 2021), „Analyse des Palmölsektors in Deutschland im Jahr 2019“, S. 51.  
[https://www.giz.de/de/downloads/FONAP%20Palm%C3%B6lstudie%202019\\_final.pdf](https://www.giz.de/de/downloads/FONAP%20Palm%C3%B6lstudie%202019_final.pdf)
- 10 Trase (Mai 2022), „Assessing tropical deforestation in Germany’s agricultural commodity supply chains.“  
[https://resources.trase.earth/documents/GIZ-report\\_Assessing-tropical-deforestation-in-Germanys-agricultural-commodity-supply-chains.pdf](https://resources.trase.earth/documents/GIZ-report_Assessing-tropical-deforestation-in-Germanys-agricultural-commodity-supply-chains.pdf)
- 11 Greenpeace (Oktober 2021), „Zertifiziertes Palmöl kann aus Urwaldzerstörung stammen.“  
<https://www.greenpeace.de/biodiversitaet/waelder/waelder-erde/kritische-palmoel-zertifikate>
- 12 Mongabay (August 2020), „‘Meaningless certification’: Study makes the case against ‘sustainable’ palm oil.“  
<https://news.mongabay.com/2020/08/palm-oil-certification-sustainable-rspo-deforestation-habitat-study/>
- 13 ECCHR (September 2024), „Kritik an RSPO-zertifiziertem Palmöl von NaturAceites: Edeka wegen Menschenrechtsverstößen in seiner Lieferkette weiter unter Druck.“  
<https://www.ecchr.eu/pressemitteilung/kritik-an-rspo-zertifiziertem-palmoel-von-naturaceites/>
- 14 USDA, „Production - Palm Oil.“ <https://fas.usda.gov/data/production/commodity/4243000> (abgerufen am: 25.11.2024).
- 15 DUH, „Palmöl - Wälder Schützen Nachhaltig Einkaufen: Hintergründe & Tipps für ihren Einkauf“  
[https://www.duh.de/fileadmin/user\\_upload/download/Projektinformation/Naturschutz/Palmoel/DUH\\_Palmoelratgeber\\_Nachhaltig\\_Einkaufen\\_A6.pdf](https://www.duh.de/fileadmin/user_upload/download/Projektinformation/Naturschutz/Palmoel/DUH_Palmoelratgeber_Nachhaltig_Einkaufen_A6.pdf)
- 16 DUH, <https://www.duh.de/informieren/naturschutz/waldzerstoerung-fuer-palmoel/aber-richtig/>.
- 17 Stiftung Warentest (November 2016) „Kerzen im Test Gute Lichter fürs Fest.“ <https://www.test.de/Kerzen-im-Test-Gute-Lichter-fuers-Fest-5098099-0/>
- 18 WWF (2018), „Der Palmöl-Check: Scorecard 2017 - Die Bewertung der Einkaufspolitik deutscher Käufer und Verarbeiter von Palmöl.“  
<https://www.wwf.de/fileadmin/fm-wwf/Publikationen-PDF/WWF-Palm-Oil-Scorecard-2017.pdf>
- 19 Circularise (November 2022), „Four chain of custody models explained.“ <https://www.circularise.com/blogs/four-chain-of-custody-models-explained>
- 20 FONAP (Januar 2021), „Analyse des Palmölsektors in Deutschland im Jahr 2019“, S. 6.  
[https://www.giz.de/de/downloads/FONAP%20Palm%C3%B6lstudie%202019\\_final.pdf](https://www.giz.de/de/downloads/FONAP%20Palm%C3%B6lstudie%202019_final.pdf)

Stand: 26.11.2024



### Deutsche Umwelthilfe e.V.

Bundesgeschäftsstelle Radolfzell  
Fritz-Reichle-Ring 4  
78315 Radolfzell  
Tel.: 07732 9995-0

Bundesgeschäftsstelle Berlin  
Hackescher Markt 4  
10178 Berlin  
Tel.: 030 2400867-0

### Ansprechpartner

Sven Bergau | Referent für  
Entwaldungsfreie Lieferketten  
Tel.: 030 2400867-893  
E-Mail: bergau@duh.de

[www.duh.de](https://www.duh.de) [@ info@duh.de](mailto:info@duh.de) [X](#) [f](#) [@](#) [in](#) [d](#) [u](#) [h](#) [i](#) [l](#) [f](#) [e](#)

[Wir halten Sie auf dem Laufenden: www.duh.de/newsletter-abo](https://www.duh.de/newsletter-abo)

Die Deutsche Umwelthilfe e.V. ist als gemeinnützige Umwelt- und Verbraucher-schutzorganisation anerkannt. Wir sind unabhängig, klageberechtigt und kämpfen seit über 40 Jahren für den Erhalt von Natur und Artenvielfalt. Bitte unterstützen Sie unsere Arbeit mit Ihrer Spende: [www.duh.de/spenden](https://www.duh.de/spenden)

Transparent gemäß der Initiative Trans-parente Zivilgesellschaft. Ausgezeich-net mit dem DZI Spenden-Siegel für seriöse Spendenorganisationen.



Unser Spendenkonto: SozialBank | IBAN: DE45 3702 0500 0008 1900 02 | BIC: BFSWDE33XXX

**Kerzencheck 2024 | Grafische Übersicht der Ergebnisse**

Unternehmen	Antwort	Rohstoff Palmöl		Zertifizierungen		Kennzeichnung		Transparenz	Bewertung der Ziele bzw. Leitlinien zum Einsatz von nachhaltigem Palmöl und Transparenz gegenüber Verbraucher*innen
	Wurde geantwortet? Wurde der Fragebogen ausgefüllt?	Wird Palmöl verwendet?	Anteil aus zertifiziertem Anbau	Zertifizierungen/Mitgliedschaften	Handelsmodelle des zertifizierten Palmöls (Identity Preserved (IP), Segregated (SG), Mass Balance (MB), Book & Claim (B&C))	Kennzeichnung von Palmöl auf Produkten	Ist auf den Produkten erläutert, ob das verwendete Palmöl aus nachhaltigem Anbau ist?	Weitere Maßnahmen zur Schaffung von Transparenz bei allen Rohstoffen	
<b>Kerzenhersteller (15 Unternehmen)</b>									
Erich Kopschitz GmbH Kerzenfabrik	☒	✗	---	---	---	---	---	---	---
GALA Group GmbH	☒	✓	>90%	RSPO	● SG, ● MB	✗	✗	✓	●
Gebr. Müller Kerzenfabrik AG	☒	✓	>90%	RSPO	● SG (100%)	✓	●	✓	●
Gebr. Steinhart Wachswarenfabrik GmbH & Co. KG	☒	✗	---	---	---	---	---	---	---
KCB UMA GmbH	☒	✗	---	RSPO	●	✓	✓	✗	●*
Kerzen Lichtblick	☒	✓	>90%	FONAP, RA	● IP, ● MB	✓	✓	✓	●
Richard Wenzel GmbH & Co. KG	☒	✗	---	---	---	---	---	---	---
Wiedemann GmbH Wachswarenfabrik	☒	✗	---	---	---	---	---	---	---
Bispol GmbH	keine Antwort	✓	●	RSPO	● SG, ● MB	●	●	●	●
Bolsius International BV	keine Antwort	●	●	RSPO	●	●	●	●	●
Engels Kerzen GmbH	keine Antwort	●	●	●	●	●	●	●	●
GIES Kerzen GmbH	keine Antwort	✓	●	RSPO	● SG, ● MB	●	●	●	●
G & W Jaspers GmbH & Co KG	keine Antwort	●	●	●	●	●	●	●	●
Kerzenfabrik Karl Jaspers GmbH	keine Antwort	●	●	RSPO	●	●	●	●	●
Kerzenfarm Hahn Michael Hahn e.K	keine Antwort	●	●	RSPO	●	●	●	✓	●
<b>Drogeriemärkte (3 Unternehmen)</b>									
Dirk Rossmann GmbH	☒	✓	>90%	RSPO, FONAP	● SG, ● MB, ● B&C	✗	✗	✓	●
dm-drogeriemarkt GmbH & Co. KG	☒	✓	>90%	RSPO, FONAP	● SG, ● MB	✗	✗	✓	●
Müller Handels GmbH & Co. KG	keine Antwort	✓	>90%	RSPO	●	●	●	●	●
<b>Lebensmitteleinzelhandel (13 Unternehmen)</b>									
ALDI Süd	☒	✓	>90%	RSPO	● SG (71%), ● MB (29%)	✓	✓	✓	●
Bio Company GmbH	☒	✓	>90%	RSPO	● IP, ● SG	●	✗	✓	●
Edeka Zentrale KG & Co. KG	☒	✓	>90%	RSPO, FONAP	● IP (86%), ● MB (15%), ● B&C (<1%)	●	●	●	●
Kaufland Warenhandel GmbH & Co. KG	☒	✓	>90%	RSPO, FONAP	● IP (99,4%), ● MB (0,6%)	✓	✗	✓	●
Netto Markendiscount AG & Co. KG	☒	✓	>90%	RSPO, FONAP	● IP (86%), ● MB (15%), ● B&C (<1%)	●	●	●	●
Rewe Zentral AG	☒	✓	>90%	RSPO, FONAP, ISCC+, RA	● SG, ● MB	●	●	●	●
ALDI Nord	keine Antwort	●	>90%	RSPO	●	●	●	●	●
Alnatura Produktions- und Handels GmbH	keine Antwort	●	100%	●	● IP, ● SG	●	●	●	●
denn's Biomarkt GmbH	keine Antwort	●	●	●	●	●	●	●	●
Lidl Stiftung & Co. KG	keine Antwort	●	>90%	RSPO, FONAP	●	●	●	●	●
NORMA Lebensmittelfilialbetrieb Stiftung & Co. KG	keine Antwort	✓	>90%	RSPO	● SG	✓	✓	●	●
PENNY Markt GmbH	keine Antwort	●	●	RSPO	●	●	●	●	●
real,- Handels GmbH	keine Antwort	●	●	●	●	●	●	●	●
<b>Großhandel (6 Unternehmen)</b>									
Baumann Creative GmbH	keine Antwort	●	●	●	●	●	●	●	●
Bayerische Blumen Zentrale GmbH	keine Antwort	●	●	●	●	●	●	●	●
Ernst Strecker GmbH & Co. KG	keine Antwort	●	●	●	●	●	●	●	●
G. Wurm GmbH & Co. KG	keine Antwort	●	●	●	●	●	●	●	●
METRO Deutschland GmbH	keine Antwort	●	●	RSPO	●	●	●	●	●
zentrada Europe GmbH & Co. KG	keine Antwort	✓	●	●	●	●	●	●	●
<b>Deko- und Geschenkartikelgeschäft (6 Unternehmen)</b>									
BUTLERS GmbH & Co. KG	☒	✗	---	---	---	---	---	---	---
DEPOT (Gries Deco Company GmbH)	keine Antwort	●	●	●	●	●	●	●	●
H&M HOME	keine Antwort	●	●	●	●	●	●	●	●
Nanu Nana Einkaufs- und Verwaltungsgesellschaft mbH	keine Antwort	●	●	●	●	●	●	●	●
Woolworth GmbH	keine Antwort	●	●	●	●	●	●	●	●
ZARA HOME Deutschland B.V. & Co. KG	keine Antwort	●	●	●	●	●	●	●	●
<b>Möbelhaus / Baumarkt (10 Unternehmen)</b>									
BAUHAUS (BAHAG Baus Handelsges. AG)	☒	✗	●	---	●	---	●	✓	●
Emil Lux GmbH & Co. KG	☒	✓	>90%	RSPO	●	✓	●	✓	●
hagebau Handelsgesellschaft für Baustoffe mbH & Co. KG	☒	✓	>90%	RSPO	●	●	●	●	●
HORNACH-Baumarkt-AG	☒	✓	>90%	RSPO	● IP, ● SG, ● MB, ● B&C	✓	✓	✗	●
IKEA Deutschland GmbH & Co. KG	☒	✓	>90%	RSPO, FONAP	● SG	●	●	●	●
Obi Group Holding SE & Co. KGaA	☒	✓	>90%	RSPO	●	✓	●	✓	●
HELLWEG (Die Profi Baumärkte GmbH & Co.)	keine Antwort	●	●	●	●	●	●	●	●
Höffner Online GmbH & Co. KG	keine Antwort	●	●	●	●	●	●	●	●
ROLLER (Tessner Holding AG)	keine Antwort	●	●	●	●	●	●	●	●
XXXLutz (BDSK Handels GmbH & Co. KG)	keine Antwort	●	●	●	●	●	●	●	●
<b>Sonstige (5 Unternehmen)</b>									
Gepa mBH	☒	✓	>90%	RSPO	● SG, ● MB	✓	✓	✓	●
PAPSTAR GmbH	☒	✓	<10%	RSPO	●	✗	✗	✗	●
Otto GmbH & Co. KG	keine Antwort	✓	●	●	●	●	●	●	●
Tchibo GmbH	keine Antwort	●	●	●	●	●	●	●	●
Waschbär (Triaz GmbH)	keine Antwort	✓	●	●	●	●	●	●	●

**Legende:**

- ☒ Das Unternehmen reagierte auf die Anfrage der DUH und stellte Informationen zur Verfügung.
- keine Angaben
- nicht zutreffend
- \* Palmöl nur wo es keine Alternative gibt.

**Transparenz:**

- ✓ Kennzeichnung von Palmöl auf den Produkten direkt UND weitere Maßnahmen zur Schaffung von Transparenz (z.B. auf Website, allgemeine Aussagen zu Palmöl, Zertifizierungen etc.).
- ✓ Keine direkte Kennzeichnung von Palmöl auf den Produkten, jedoch Maßnahmen zur Schaffung von Transparenz (z.B. auf Website, allgemeine Aussagen zu Palmöl, Zertifizierungen etc.).
- ✗ Keine Maßnahmen.

**Bewertung der Ziele bzw. Leitlinien:**

- Ökologische und soziale Ziele und Pläne für die Zukunft.
- Einige Ziele und Überlegungen, die jedoch verbesserungsfähig sind.
- Keine Ziele.

**Abkürzungen der Zertifizierungen/Mitgliedschaften:**

- RSPO Roundtable on Sustainable Palm Oil
- FONAP Forum Nachhaltiges Palmöl
- RA Rainforest Alliance
- ISCC International Sustainability & Carbon Certification

**Kerzencheck 2024 | Einstufung der Unternehmen im Zeitverlauf basierend auf ihren Angaben zur Nutzung zertifizierten Palmöls**

Unternehmen	2020	2021	2024
<b>Kerzenhersteller (15 Unternehmen)</b>			
Erich Kopschitz GmbH Kerzenfabrik	X	X	X
Richard Wenzel GmbH & Co. KG	X	X	X
Wiedemann GmbH Wachswarenfabrik	X	X	X
Gebr. Steinhart Wachswarenfabrik GmbH & Co. KG	●	X	X
KCB UMA GmbH	●	●	X
Gebr. Müller Kerzenfabrik AG	●	●	●
GALA Group GmbH	●	●	●
Kerzen Lichtblick	●	●	●
GIES Kerzen GmbH	●	●	●*
Bispol GmbH	●	●	●*
Kerzenfarm Hahn Michael Hahn e.K	●	●	●*
Bolsius International BV	●	●	●*
G & W Jaspers GmbH & Co KG	●	●	●*
Engels Kerzen GmbH	---	---	●*
Kerzenfabrik Karl Jaspers GmbH	---	---	●*
<b>Drogeriemärkte (3 Unternehmen)</b>			
dm-drogeriemarkt GmbH & Co. KG	●	●	●
Dirk Rossmann GmbH	●	●	●
Müller Handels GmbH & Co. KG	●	●	●*
<b>Lebensmitteleinzelhandel (13 Unternehmen)</b>			
Bio Company GmbH	X	X	●
Kaufland Warenhandel GmbH & Co. KG	●	●	●
Rewe Zentral AG	●	●	●
ALDI Süd	●	●	●
Edeka Zentrale Stiftung & Co. KG	●	●	●
Netto Marken-Discount AG & Co. KG	●	●	●
NORMA Lebensmittelfilialbetrieb Stiftung & Co. KG	●	●	●*
ALDI Nord	●	●	●*
Lidl Stiftung & Co. KG	●	●	●*
Alnatura Produktions- und Handels GmbH	●	X	●*
denn's Biomarkt GmbH	●	X	●*
real,- Handels GmbH	●	●	●*
PENNY Markt GmbH	---	---	●*
<b>Großhandel (6 Unternehmen)</b>			
zentrada Europe GmbH & Co. KG	●	●	●*
METRO Deutschland GmbH	●	●	●*
Ernst Strecker GmbH & Co. KG	X	X	●*
Baumann Creative GmbH	●	●	●*
Bayerische Blumen Zentrale GmbH	●	●	●*
G. Wurm GmbH & Co. KG	●	●	●*
<b>Deko- und Geschenkartikelgeschäft (6 Unternehmen)</b>			
BUTLERS GmbH & Co. KG	X	X	X
ZARA HOME Deutschland B.V. & Co. KG	X	X	●*
DEPOT (Gries Deco Company GmbH )	●	●	●*
Nanu Nana Einkaufs- und Verwaltungsgesellschaft mbH	●	●	●*
Woolworth GmbH	●	●	●*
H&M HOME	---	---	●*
<b>Möbelhaus/Baumarkt (10 Unternehmen)</b>			
BAUHAUS (BAHAG Baus Handelsges. AG)	●	●	X
IKEA Deutschland GmbH & Co. KG	●	●	●
HORNBAACH-Baumarkt-AG	●	●	●
Emil Lux GmbH & Co. KG	●	●	●
hagebau Handelsgesellschaft für Baustoffe mbH & Co. KG	●	●	●
OBI Group Holding SE & Co. KGaA	●	●	●
HELLWEG (Die Profi Baumärkte GmbH & Co.)	●	X	●*
XXXLutz (BDSK Handels GmbH & Co. KG)	●	●	●*
ROLLER (Tessner Holding AG)	●	●	●*
Höffner Online GmbH & Co. KG	●	●	●*
<b>Sonstige (5 Unternehmen)</b>			
Gepa mBH	●	●	●
PAPSTAR GmbH	●	●	●
Waschbär (Triaz GmbH)	●	●	●*
Otto GmbH & Co. KG	●	●	●*
Tchibo GmbH	---	---	●*

**Bewertungskriterien für die Einstufung von Unternehmen nach ihren Angaben zum Einsatz von zertifiziertem Palmöl:**

- X** Es wird angegeben, dass kein Palmöl verwendet wird.
- 2020 & 2021: Es wird angegeben, dass das verwendete Palmöl zu 100% aus nachhaltigem Anbau bezogen wird.
- 2024: Es wird angegeben, dass das verwendete Palmöl zu >90% aus zertifiziertem nachhaltigem Anbau mit den Handelsmodellen SG und/oder IP bezogen wird.
- 2020 & 2021: Es wird angegeben, wieviel des verwendeten Palmöls bisher aus nachhaltigem Anbau bezogen wird (<100%).
- 2024: Es wird angegeben, dass das verwendete Palmöl zu >90% aus zertifiziertem nachhaltigem Anbau von den Handelsmodellen SG, IP und/oder MB bezogen wird.
- 2020 & 2021: Es wird angegeben, dass Palmöl aus nachhaltigem Anbau bezogen wird, ohne dessen Anteil offenzulegen.
- 2024: Es wird angegeben, dass Palmöl aus nachhaltigem Anbau bezogen wird, ohne dessen Anteil offenzulegen ODER ohne dessen Handelsmodell offenzulegen ODER der Anteil wird auch durch B&C bezogen.
- 2020 & 2021: Es wird nicht angegeben, ob das verwendete Palmöl aus nachhaltigem Anbau bezogen wird ODER ob überhaupt Palmöl verwendet wird.
- 2024: Es wird nicht transparent gemacht, ob das verwendete Palmöl aus nachhaltigem Anbau bezogen wird ODER ob überhaupt Palmöl verwendet wird.
- 2024: Es wurden keine Angaben gemacht oder gefunden.
- Das Unternehmen wurde in diesem Jahr nicht befragt.
- \*** Wir haben keine Antwort von dem Unternehmen erhalten. Alle Informationen, die in dieser Umfrage enthalten sind, stammen entweder von den Unternehmenswebsites oder aus dort verlinkten Berichten.