



PRESSEMITTEILUNG

Deutsche Umwelthilfe warnt vor Einwegplastik-Kampagne von Lidl: Discounter verschweigt in Werbespots und auf Plakaten nachteilige Ökobilanzergebnisse und vergleicht „Äpfel mit Birnen“

- Ökobilanzstudie macht verzerrenden Vergleich zwischen Einweg und Mehrweg - Lidl verheimlicht in seinen Werbespots und auf Plakaten negative Resultate
- Einen geschlossenen und sich selbst erhaltenden 100-Prozent-Recyclingkreislauf von Lidls Einweg-Plastikflaschen gibt es nicht
- DUH fordert von Bundesumweltministerin Lemke den sofortigen Schutz des attackierten, umweltfreundlichen Mehrwegsystems durch eine Zusatzabgabe auf Einweg

Berlin, 26.4.2023: Die Deutsche Umwelthilfe (DUH) warnt vor einer aktuell laufenden Einwegplastik-Kampagne des Discounters Lidl. Der Konzern bewirbt mit immensem Aufwand eine behauptete Umweltfreundlichkeit seiner Einwegflaschen aus Plastik. Grundlage der Werbeaktion ist eine Ökobilanzstudie, die der Discounter beim ifeu-Institut in Auftrag gegeben hat. Nach Einschätzung des Umwelt- und Verbraucherverbandes werden dabei allerdings „Äpfel mit Birnen“ verglichen. Lidl vergleicht sein eigenes spezifisches Einwegplastik-System nicht mit dem eines spezifischen Mehrweg-Abfüllers, sondern stellt diesem Marktdurchschnittsdaten von Mehrweg gegenüber. Dabei werden für das Lidl-System neue technische Daten aus dem Jahr 2021/22 und für Mehrweg Zahlen verwendet, die teils vor mehr als zehn Jahren erhoben worden sind. Darüber hinaus verschweigt der Discounter in seinen Werbespots und auf Plakaten, dass die 0,5 Liter Lidl-Einweg-Plastikflasche aus 100%-Recyclingmaterial ökobilanziell schlechter als Mehrweg abgeschnitten hat.

„Wir warnen Verbraucherinnen und Verbraucher davor, auf die Werbekampagne von Lidl hereinzufallen. Videos mit Günther Jauch in futuristischen computergenerierten Fabriken sollen offenbar von den eigentlichen Fakten ablenken: Lidl vergleicht Äpfel mit Birnen und verschweigt in ihren Werbespots für sie unangenehme Ergebnisse. Wir fordern Günther Jauch auf, sich von dieser Einwegplastik-Kampagne zu distanzieren. Wenn sein Engagement auf Fehlinformationen beruht, bieten wir ihm ein Gespräch an. Von Umweltministerin Steffi Lemke fordern wir angesichts dieses erneuten Angriffs eines Discounters auf das umweltfreundliche deutsche Mehrwegsystem, sofort die im Koalitionsvertrag vereinbarte Förderung von Mehrweg umzusetzen. Der geeignete Weg ist die Einführung einer Abgabe von 20 Cent auf Einweg-Plastikflaschen zusätzlich zum Pfand“, sagt DUH-Bundesgeschäftsführerin Barbara Metz.

Perfide ist nach Einschätzung des Umwelt- und Verbraucherschutzverbandes auch die Vortäuschung eines 100-Prozent-Lidl-Materialkreislaufs. Tatsächlich gibt es bei jedem Recyclingvorgang einen Materialschwund zwischen zwei bis fünf Prozent – also Plastik, das verlorengeht und aus anderen Quellen ersetzt werden muss. Ohne eine Auffrischung mit Neumaterial stünde nach einer gewissen Zeit gar kein ursprüngliches Recyclingmaterial mehr zur Verfügung.

„Um das beim Recycling verloren gegangene Material wieder aufzufüllen, bedient sich Lidl bei anderen Marktakteuren und bezieht von ihnen alte Einweg-Plastikflaschen. Diese Unternehmen

müssen das Material dadurch anderweitig ersetzen. In der Regel greifen sie dazu auf fossil basiertes Neuplastik zurück. Der angebliche 100-Prozent-Recyclingkreislauf von Lidl wird so zur Farce“, sagt der DUH-Leiter für Kreislaufwirtschaft Thomas Fischer.

Die Autoren der Lidl-Studie betonen zudem selbst, dass der vom Discounter beworbene Ansatz von Einweg-Plastikflaschen aus 100 Prozent Recyclingmaterial nicht auf die gesamte Getränkebranche und andere Unternehmen übertragen werden kann. Tatsächlich beträgt der durchschnittliche Einsatz von Recyclingmaterial zur Herstellung von Einweg-Plastikflaschen branchenweit lediglich 40 Prozent. Deshalb bleiben Plastikflaschen, trotz der von Lidl beworbenen Optimierungen, was sie schon immer waren: eine insgesamt unökologische Einwegverpackung.

Hintergrund:

Ebenfalls wichtig zu wissen ist: Die Umweltvorteile regionaler Mehrwegflaschen werden mit der Dekarbonisierung des Transportverkehrs künftig massiv nach oben schnellen im Vergleich zu Einweg-Plastik. Bei Lidl gibt es zudem kaum noch Spielraum für weitere Verbesserungen. Mehrweg kann hingegen durch Innovationen bei der Flaschenspülung, in der Logistik und bei der Energiebereitstellung sein gutes Ökobilanzergebnis noch viel besser werden lassen.

Links:

Ökobilanz des Ifeu Instituts zur Lidl-Kreislaufflasche „Ökobilanz der PET-Einweg-Kreislaufflasche der MEG“ <https://www.ifeu.de/publikationen/>

Kontakt:

Barbara Metz, Bundesgeschäftsführerin
0170 7686923, metz@duh.de

Thomas Fischer, Leiter Kreislaufwirtschaft
0151 18256692, fischer@duh.de

DUH-Newsroom:

030 2400867-20, presse@duh.de

www.duh.de, www.twitter.com/umwelthilfe, www.facebook.com/umwelthilfe,
www.instagram.com/umwelthilfe, www.linkedin.com/company/umwelthilfe,
<https://mas.to/@umwelthilfe>