



Bad Wimpfen, 28. Juni 2023

Eckpunkte zur Novelle des Verpackungsgesetzes gehen zu Lasten von Klima, Wirtschaft und Verbrauchern

Lidl begrüßt grundsätzlich die Bemühungen der Politik für mehr Klimaschutz bei Getränkeverpackungen. Jedoch tragen die heute vom Bundesministerium vorgelegten Eckpunkte nicht dazu bei, den Getränkemarkt klimaschonender, ökologischer, ökonomisch vernünftig und verbraucherfreundlich zu gestalten.

Das Bottle-to-Bottle-System der Kreislaufflasche leistet einen wichtigen Beitrag zum Klimaschutz, indem aus alten Flaschenkörpern neue Getränkeflaschen hergestellt werden. In diesem Kreislauf wird das Material des Flaschenkörpers wiederverwendet und der Einsatz von PET-Neumaterial ausgeschlossen. Dank des Einweg-Pfandsystems bleibt das hochwertige PET-Material in lebensmittelgeeigneter Qualität für Getränkeflaschen erhalten. Dadurch verursacht die Kreislaufflasche nahezu keinen Müll und ist klimaschonend.

Ungeachtet dieser Fakten strebt das Ministerium mit einem Zwang zum Angebot und zur Rücknahme von Mehrwegflaschen eine pauschale Förderung von Mehrweggetränkeverpackungen zu Lasten anderer ökologisch gegebenenfalls vorteilhafterer Alternativen wie beispielsweise der Kreislaufflasche an, ohne den Beweis anzutreten, dass Mehrweggetränkeverpackungen auch pauschal ökologischer sind. Der Vorschlag des Ministeriums bedeutet, dass jeder Händler alle Systeme und Flaschentypen parallel betreiben muss, damit vergrößern sich auch die ökologischen Lasten. Eine allgemeine Angebots- und Rücknahmepflicht von Mehrweggetränkeverpackungen würde die Transporte und damit verbundene Emissionen deutlich erhöhen. Sie würde den Aufwand in der Logistik massiv steigern, weil Mehrwegsysteme in der Rücknahme 25-mal mehr Lkw-Fahrten erfordern, sowie zusätzliche Aufwendungen für ein Mehrwegangebot und dessen aufwendige Sortierung und Rückführung vorgenommen werden müssten – mit massiven Folgen für die Preise auf dem Getränkemarkt.

Lidl plädiert dafür, politische Entscheidungen auf der Grundlage von Daten und Fakten zu fällen. Bislang fehlt der Nachweis, dass Mehrweggetränkeverpackungen pauschal ökologischer sind als Einweggetränkeverpackungen. Zudem entsprechen die Pläne nicht den Wünschen der Bevölkerung. Eine Mehrheit der Verbraucher befürwortet eine Förderung ökologischer Verpackungen statt pauschaler Mehrwegförderung.¹ Eine ökobilanzielle Betrachtung der Verpackungen als Grundlage einer Förderung oder Sanktionierung wäre das richtige Instrument, um diesem Wunsch der Bevölkerung gerecht zu werden. Darunter würden dann sowohl ökologische Einweg- als auch Mehrweggetränkeverpackungssysteme fallen.

¹ https://diekreislaufflasche.de/wp-content/uploads/2023/04/forsa_studie_nachhaltige_getraenkeverpackungen.pdf



PRESSEINFORMATION

Bad Wimpfen, 28. Juni 2023

Wolf Tiedemann, Vorstandsmitglied der Lidl Stiftung & Co. KG erläutert: „Die Pläne des Ministeriums gehen zu Lasten des Klimas, der Wirtschaft und der Verbraucher. Statt pauschal Mehrweg zu fördern, sollte das Ministerium die Ökobilanz einer Verpackung zum Bewertungskriterium machen. Die Kreislaufflasche, und andere Flaschen, die zu 100 Prozent aus Rezyklat bestehen, gehören zu den ökologischsten Flaschen. Diese Fakten sollten Grundlage einer vernünftigen Regulierung des Getränkemarktes sein.“

Über Lidl in Deutschland:

Das Handelsunternehmen Lidl gehört als Teil der Schwarz Gruppe mit Sitz in Neckarsulm zu den führenden Unternehmen im Lebensmitteleinzelhandel in Deutschland und Europa. Aktuell betreibt Lidl über 12.200 Filialen in derzeit 31 Ländern weltweit. In Deutschland sorgen rund 100.000 Mitarbeiter in über 3.250 Filialen täglich für die Zufriedenheit der Kunden. Dynamik in der täglichen Umsetzung, Leistungsstärke im Ergebnis und Fairness im Umgang miteinander kennzeichnen das Arbeiten bei Lidl. Seit 2008 bietet der Lidl-Onlineshop Non-Food-Produkte von Lidl-Eigenmarken und Marken aus verschiedenen Kategorien und Preissegmenten, Weine und Spirituosen sowie Reisen und weitere Services an. Als Discounter legt Lidl Wert auf ein optimales Preis-Leistungsverhältnis für seine Kunden. Einfachheit und Prozessorientierung bestimmen das tägliche Handeln. Dabei übernimmt Lidl Verantwortung für Gesellschaft und Umwelt und fokussiert sich im Bereich Nachhaltigkeit auf sechs Fokusthemen: Klima schützen, Biodiversität achten, Ressourcen schonen, fair handeln, Gesundheit fördern und Dialog führen. Lidl in Deutschland hat im Geschäftsjahr 2021 einen Umsatz in Höhe von 24,5 Mrd. Euro erzielt.