Plastikflut bei Obst und Gemüse

Obst und Gemüse wird zu fast zwei Dritteln in Plastikverpackungen verkauft. Gemeinsam mit dem Verbraucherzentrale Bundesverband haben wir stichprobenartig das Angebot an konventionellen Tomaten, Möhren, Paprika, Gurken und Äpfeln in 42 Filialen der wichtigsten acht Lebensmittelhändler überprüft. Besonders Discounter schnitten schlecht ab. Häufig sind Waren ohne Plastik sogar teurer. Ein Trauerspiel!



© Verbraucherzentrale Hamburg

Das Wichtigste in Kürze

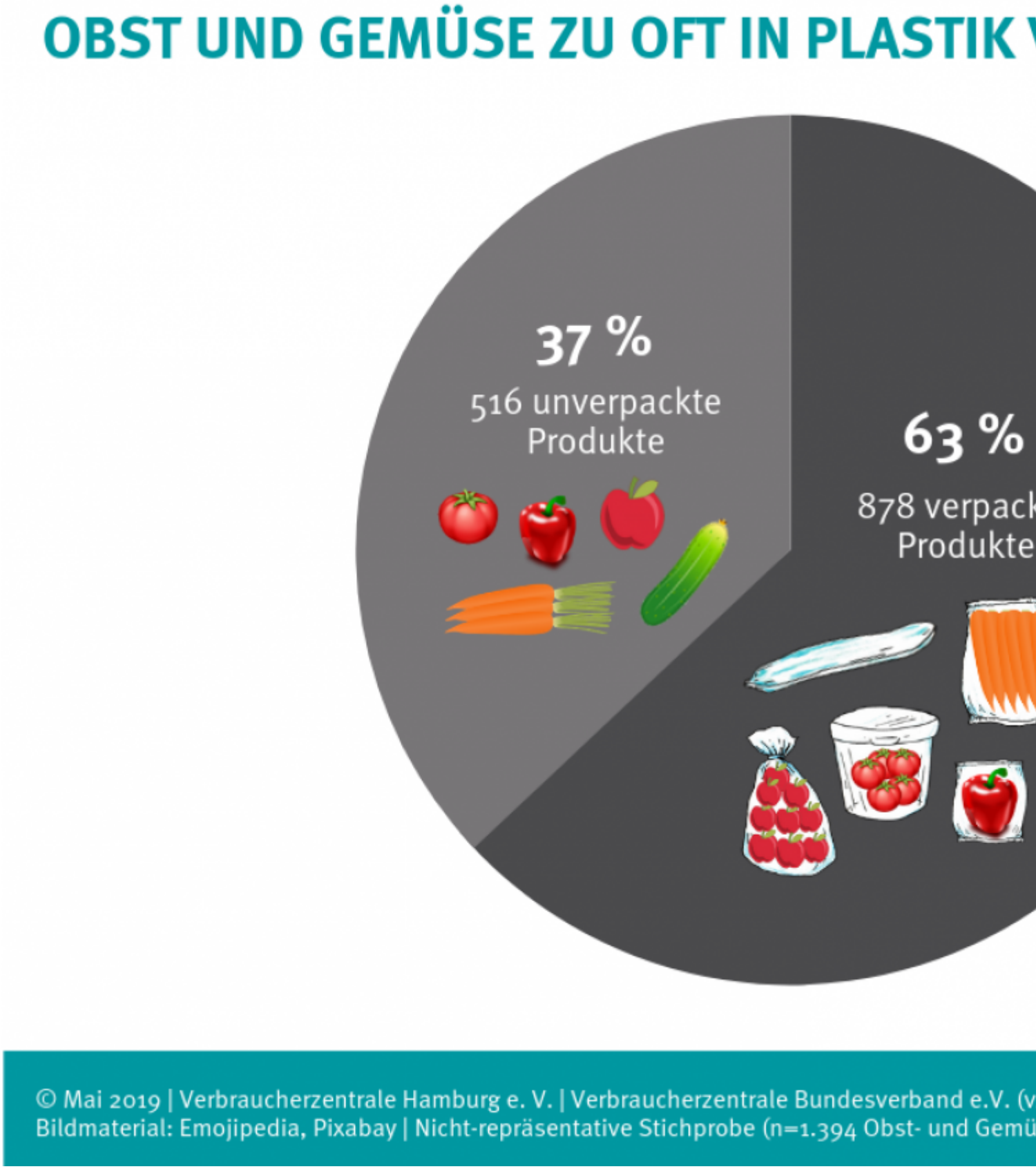
1. Der Anteil an in Plastik verpacktem Obst und Gemüse im Einzelhandel ist unverändert hoch, allerdings mit deutlichen Unterschieden zwischen einzelnen Einkaufsmärkten.
2. Discounter verkaufen Obst und Gemüse häufiger in Plastikverpackungen als Supermärkte. Bei Penny und Aldi ist die durchschnittliche Plastikquote mit 81 Prozent und 74 Prozent besonders hoch, bei Edeka mit 48 Prozent deutlich geringer.
3. Unverpacktes Obst und Gemüse ist häufig teurer. Bei deutlich mehr als der Hälfte von insgesamt 162 vorgenommenen Preisvergleichen war die unverpackte Variante kostspieliger. Nur bei rund einem Drittel konnten Verbraucher durch den Verzicht auf Plastik auch Geld sparen.

Stand: 14.05.2019

Bitte beachten Sie, dass dieser Artikel den Stand der Dinge zum Zeitpunkt der Veröffentlichung wiedergibt.

Wir produzieren zu viel Müll. Vor allem die Plastikflut bei Obst und Gemüse ärgert viele Menschen. Verbraucher wünschen sich laut Umfragen weniger Plastik im Alltag, doch im Handel tut sich kaum etwas.

In Zusammenarbeit mit dem Verbraucherzentrale Bundesverband (vzbv) haben wir das Angebot an konventionellem Obst und Gemüse in 42 Filialen der wichtigsten acht Lebensmittelhändler genauer untersucht. Es war ein Trauerspiel! Tomaten, Möhren, Paprika, Gurken und Äpfel sind noch immer zu fast zwei Dritteln in Plastik verpackt. Insgesamt haben wir 1.394 Angebote stichprobenartig in Augenschein genommen.



Unser Standpunkt

„Es reicht nicht, Verbrauchern Mehrwegnetze anzubieten, wenn sie dann überwiegend vorverpackte Produkte in den Regalen finden. Der Handel ist in der Pflicht, das Angebot an unverpacktem Obst- und

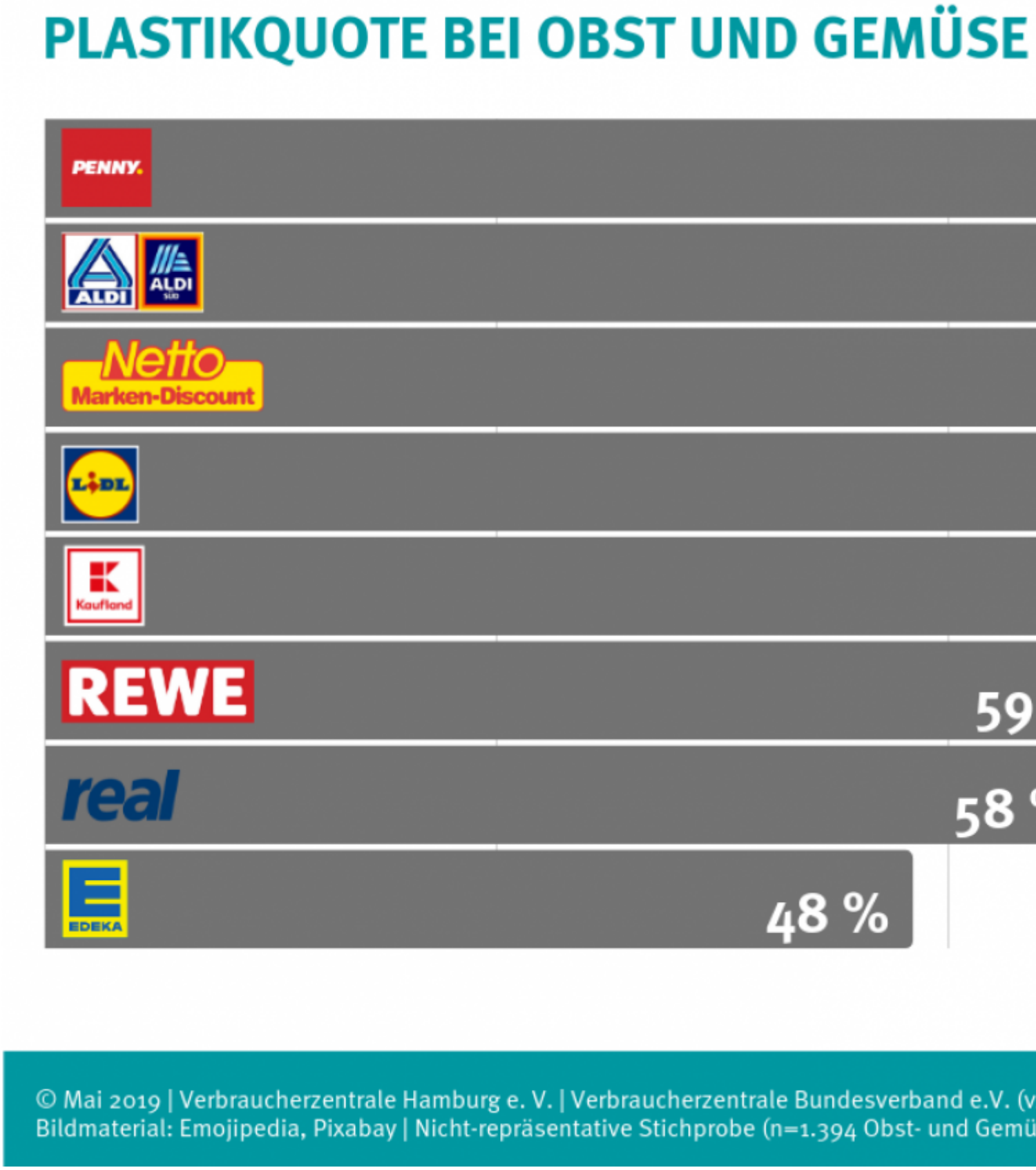
Gemüse zu vergrößern. Einige Läden zeigen bereits, dass das geht. Vor allem Discounter müssen ihre Hausaufgaben noch machen“, sagt Klaus Müller, Vorstand des Verbraucherzentrale Bundesverbands (vzbv).

Wir können beim Handel kein grundlegendes Umdenken erkennen. Da wird mit viel Tamtam auf den Verzicht von Plastikfolie bei Gurken hingewiesen, um zu suggerieren, alles sei auf einem guten Weg. Doch im Obst- und Gemüseregal sind Plastikverpackungen noch immer an der Tagesordnung.

Dass in den letzten Jahren wenig passiert ist, zeigt auch der Vergleich mit einer Studie der GVM Gesellschaft für Verpackungsmarktforschung im Auftrag des Naturschutzbund Deutschland e.V. (NABU) aus dem Jahr 2017: Auch damals schon waren 63 Prozent des Obst- und Gemüseangebots im Einzelhandel vorverpackt. Der NABU summierte das Gewicht der dafür benötigten Kunststoffpackungen auf fast 60.000 Tonnen.

Deutlich mehr Plastik bei Discountern

Zwischen den einzelnen Händlern gab es große Unterschiede hinsichtlich verpacktem und unverpacktem Obst und Gemüse. Während die Plastikquote bei Discountern in den einzelnen Filialen relativ konstant war, variierte sie bei Supermärkten wie Rewe und Edeka je nach Standort.



- Discounter schnitten hinsichtlich der Plastikquote deutlich schlechter ab: Die letzten Plätze im Ranking der untersuchten Lebensmittelanbieter belegten Penny mit einer durchschnittlichen Quote von 81 Prozent und Aldi mit 74 Prozent – für ihre jeweils sechs begutachteten Filialen. In einer Penny-Filiale waren sogar 23 der 27 überprüften Obst- und Gemüseangebote verpackt und damit 85 Prozent.
- Den besten Wert von durchschnittlich 48 Prozent für sechs Filialen erzielte Edeka. In der besten Edeka-Filiale waren sogar nur 32 Prozent der Waren verpackt.

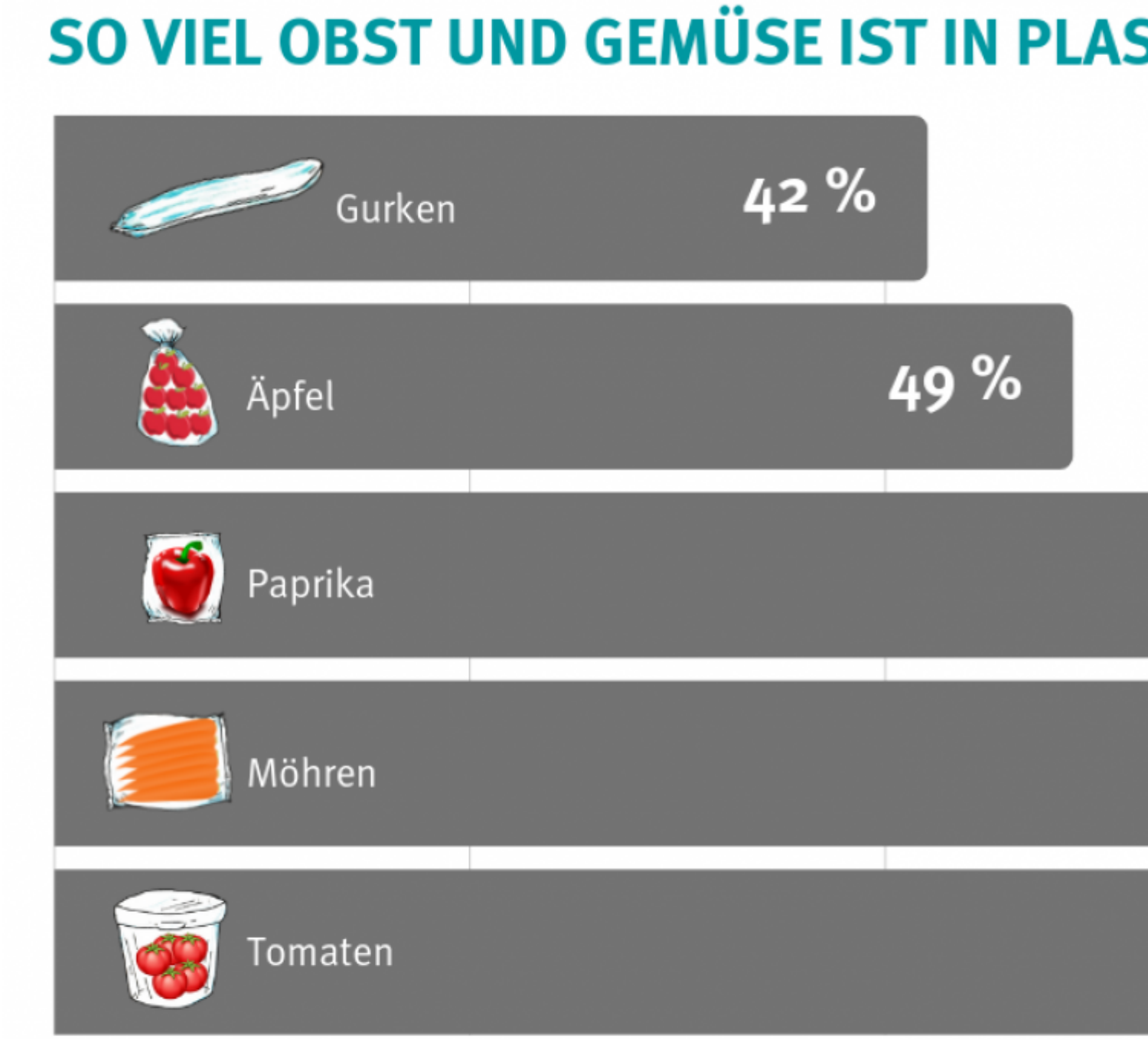
- Übersicht zum Marktcheck: Plastikquote aller untersuchten Obst- und Gemüseangebote in 42 Discountern und Supermärkten (Mai 2019)

Plastikflut bei Tomaten, Lichtblicke bei Gurken

Die Plastikbilanz von Tomaten war besonders schlecht. Insgesamt 360 verpackten Tomaten standen nur 103 unverpackte Angebote gegenüber, was einer durchschnittlichen Plastikquote von 78 Prozent entspricht. In einem Kaufland-Markt waren 14 von 16 verschiedenen Tomatensorten in Plastik verpackt und damit 88 Prozent. Bei jeweils einer Lidl- und Penny-Filiale fiel die Quote mit neun verpackten und einer unverpackten Sorte (90 Prozent) sogar noch höher aus.

Bei einigen Discountern waren Paprika und Möhren ausschließlich in Plastikverpackungen erhältlich. Discounter Penny beispielsweise verkaufte Paprika in keiner einzigen seiner insgesamt sechs überprüften Filialen ohne Plastikhülle. In den jeweils fünf besuchten Märkten von Lidl und Netto wiederum waren keine Möhren ohne Plastikschale oder -beutel zu finden.

Kleine Lichtblicke konnten wir bei Gurken ausmachen. Sie schnitten mit einer Plastikquote von 43 Prozent am besten ab. Normale Schlangengurken werden praktisch nur noch ohne Plastikhülle verkauft, kleinere Snackgurken hingegen stecken oft in Plastikcontainern.



Unverpackte Ware meist teurer

Etliche Verbraucher hatten sich bei uns darüber beschwert, dass unverpackte Angebote im Handel teurer wären. Im Rahmen unseres Marktchecks haben wir daher in jeder Filiale nach der jeweils günstigsten Unverpackt- und Verpackt-Variante gesucht und deren Preise miteinander verglichen. Insgesamt 162

Preisvergleiche haben wir auf diese Weise durchgeführt (bei weiteren 66 Angeboten von Obst und Gemüse war dies nicht möglich, da jeweils ein Pendant fehlte).



OBST UND GEMÜSE IM SELBEN SUPERMARKT
PREISVERGLEICH ZWISCHEN ANGEBOTEN MIT UND OH



Snacktomaten verpackt
500 g / 1,99 €
3,98 €/kg



© Mai 2019 | Verbraucherzentrale Hamburg e. V. | Verbraucherzentrale Bundesverband e.V. (vzbv)
Bildmaterial: Verbraucherzentrale Hamburg e. V. | Nicht-repräsentative Stichprobe (n=1.394 Obst- und Gemü

OBST UND GEMÜSE IM SELBEN SUPERMARKT
PREISVERGLEICH ZWISCHEN ANGEBOTEN MIT UND OH





Paprika verpackt
500 g / 0,99 €
1,98 €/kg

© Mai 2019 | Verbraucherzentrale Hamburg e. V. | Verbraucherzentrale Bundesverband e.V. (vzbv)
Bildmaterial: Verbraucherzentrale Hamburg e. V. | Nicht-repräsentative Stichprobe (n=1.394 Obst- und Gemü

OBST UND GEMÜSE IM SELBEN SUPERMARKT
PREISVERGLEICH ZWISCHEN ANGEBOTEN MIT UND OH



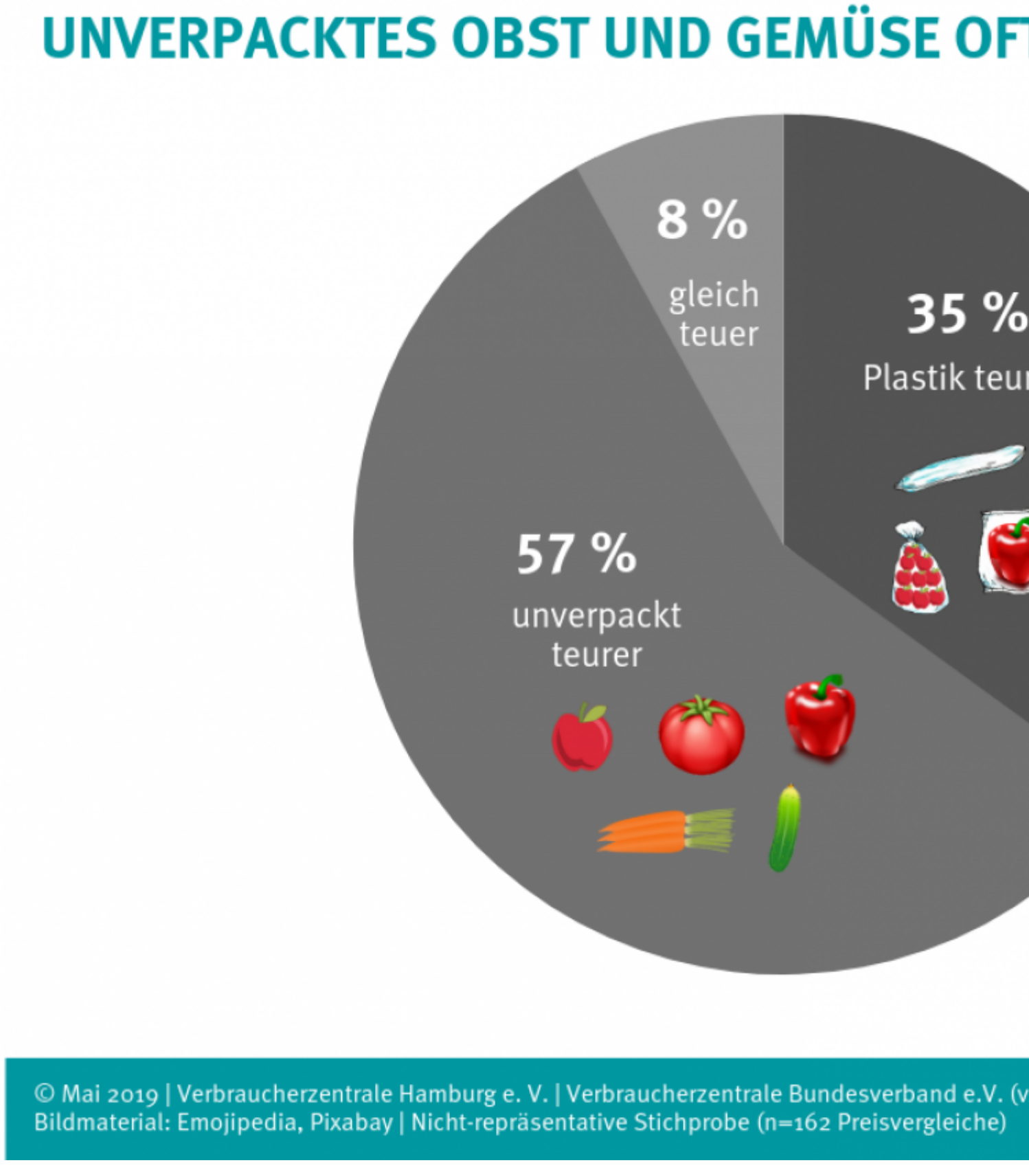


Karotten
verpackt
0,99 €/kg

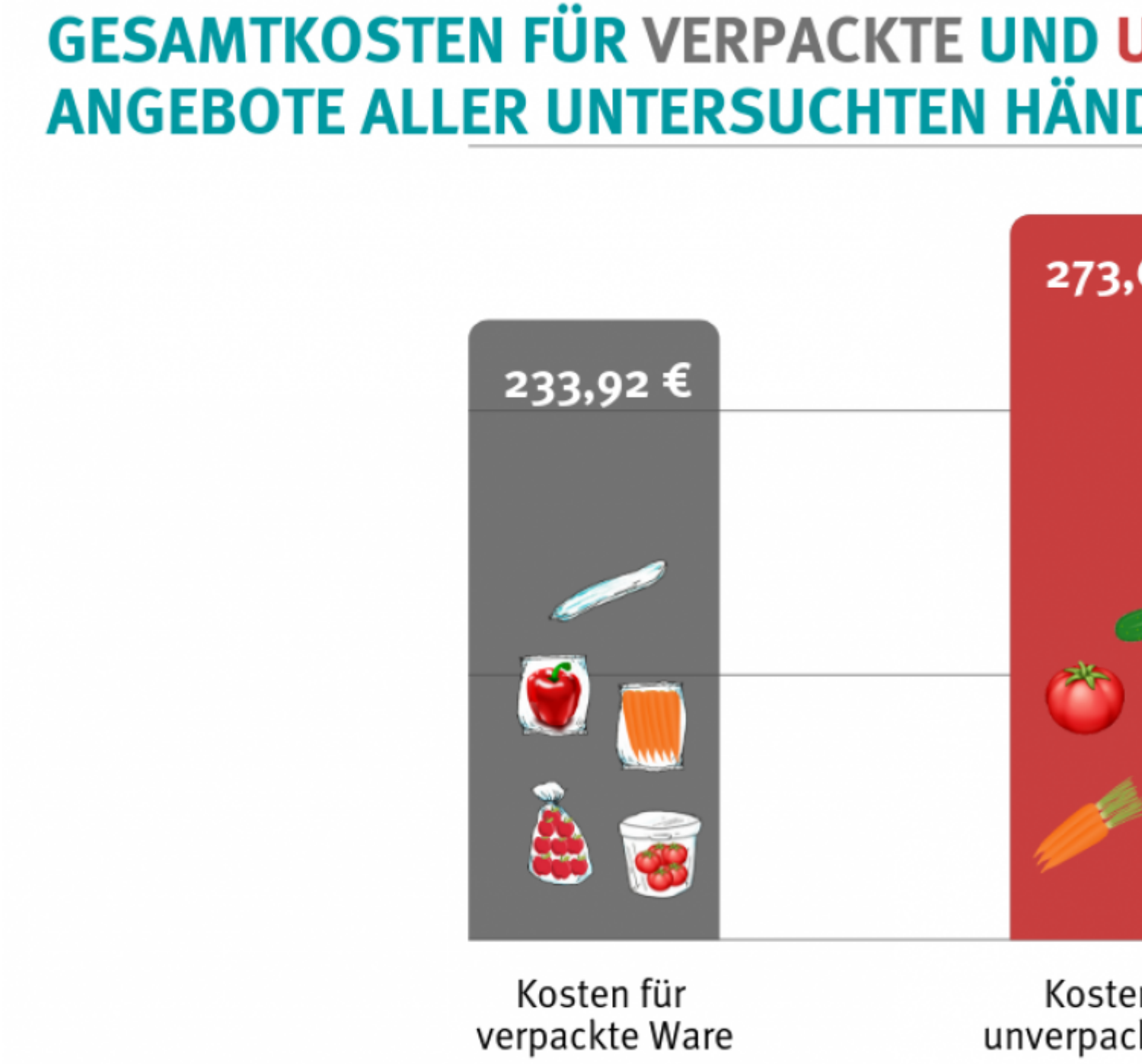
© Mai 2019 | Verbraucherzentrale Hamburg e. V. | Verbraucherzentrale Bundesverband e.V. (vzbv)
Bildmaterial: Verbraucherzentrale Hamburg e. V. | Nicht-repräsentative Stichprobe (n=1.394 Obst- und Gemü



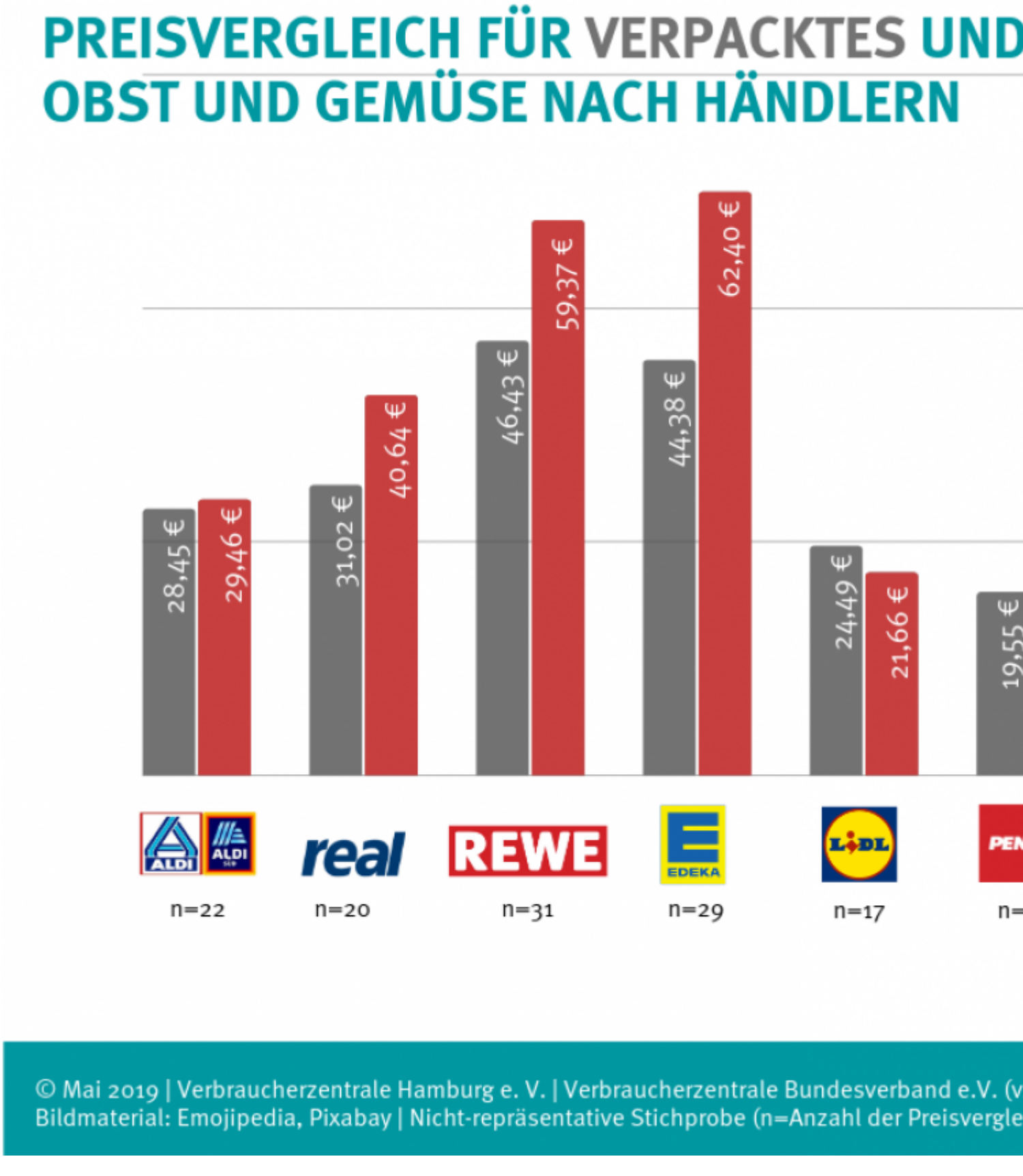
Die Ergebnisse unseres Marktchecks bestätigen die Vermutung der Verbraucher: Im Mittel war bei 57 Prozent der durchgeführten Preisvergleiche zwischen verpackten und unverpackten Ernteprodukten die Plastik-Variante günstiger, nur in 35 Prozent der Fälle teurer. Bei 8 Prozent gab es keinen Preisunterschied.



In 31 der insgesamt 42 besuchten Discounter und Supermärkte müssen Verbraucher für einen Einkauf mit ausschließlich unverpacktem Obst und Gemüse mehr zahlen. Quer über alle 162 verglichenen Angebote müssten sie 273,64 statt 233,92 Euro berappen. Das ist ein durchschnittlicher Aufschlag von 17 Prozent. Vergleicht man alle geprüften Lebensmittel ohne die Rispentomaten – die einzige Kategorie, die unverpackt günstiger war – zahlen umweltbewusste Verbraucher sogar 34 Prozent mehr.



Nur bei Lidl waren unverpackte Produkte günstiger. Bezogen auf die fünf getesteten Filialen hätten Verbraucher hier 12 Prozent einsparen können. Bei allen anderen Händlern war der Einkauf insgesamt gleich teuer oder teurer. Bei Edeka müssten Konsumenten im Durchschnitt sogar 41 Prozent mehr für ihre unverpackten Lebensmittel bezahlen.

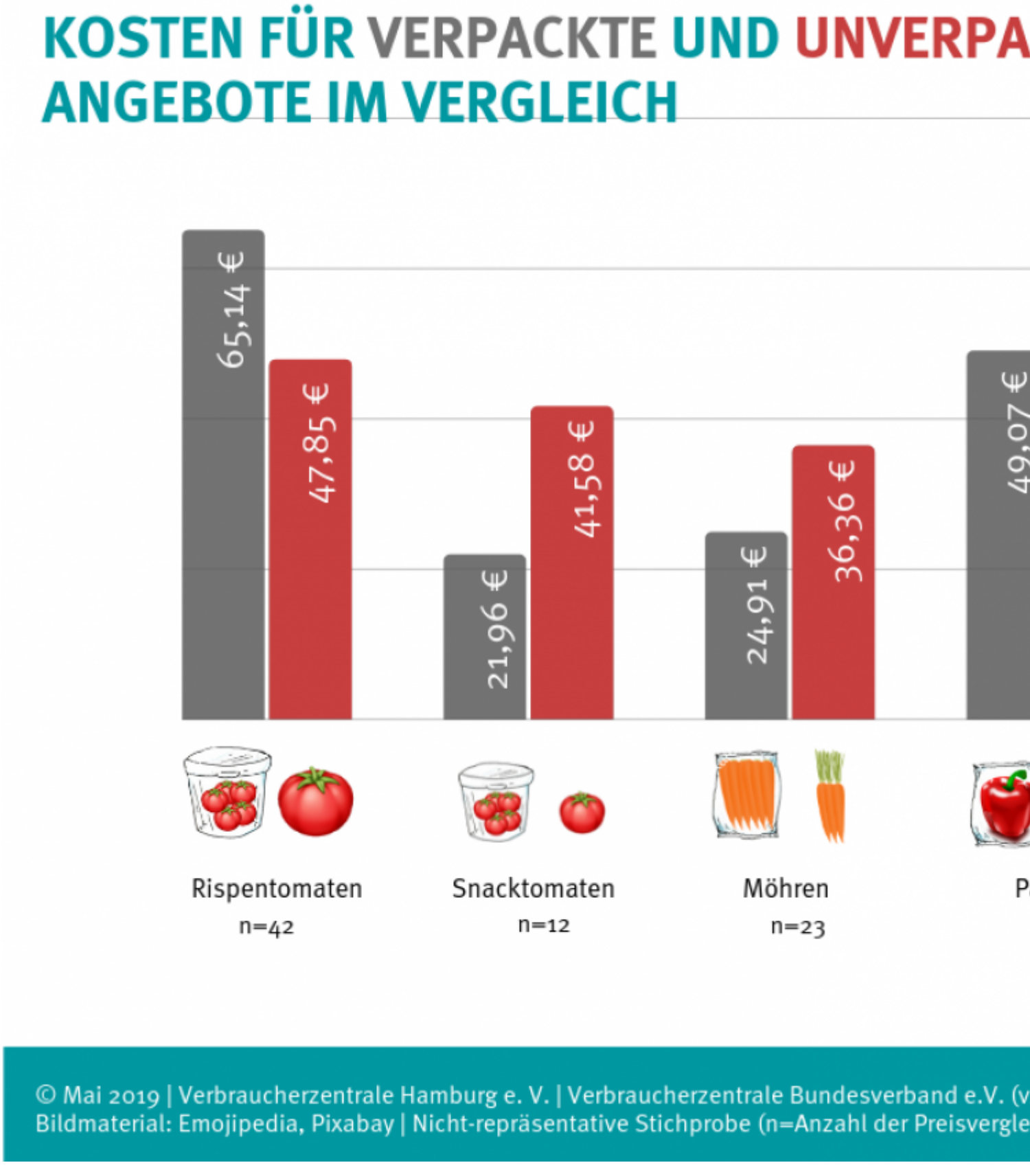


Unser Standpunkt

„Händler, die mehr Geld für unverpacktes Obst und Gemüse verlangen, ohne dass dieses qualitativ besser ist, tun weder Verbrauchern noch der Umwelt einen Gefallen. Wer umweltfreundlich einkaufen will, darf dafür

nicht zusätzlich zur Kasse gebeten werden“, sagt Michael Knobloch, Vorstand der Verbraucherzentrale Hamburg.

96 Prozent der Möhren, 76 Prozent der Äpfel und 58 Prozent der Paprika kosteten unverpackt mehr als das jeweilige Pendant mit Plastikhülle. Die normalen Rispentomaten waren die einzige Kategorie, die in 88 Prozent der Preisvergleiche ohne Verpackung günstiger war. Ganz anders sah es jedoch bei den Snacktomaten aus: Alle Unverpackt-Angebote waren teils drastisch teurer.



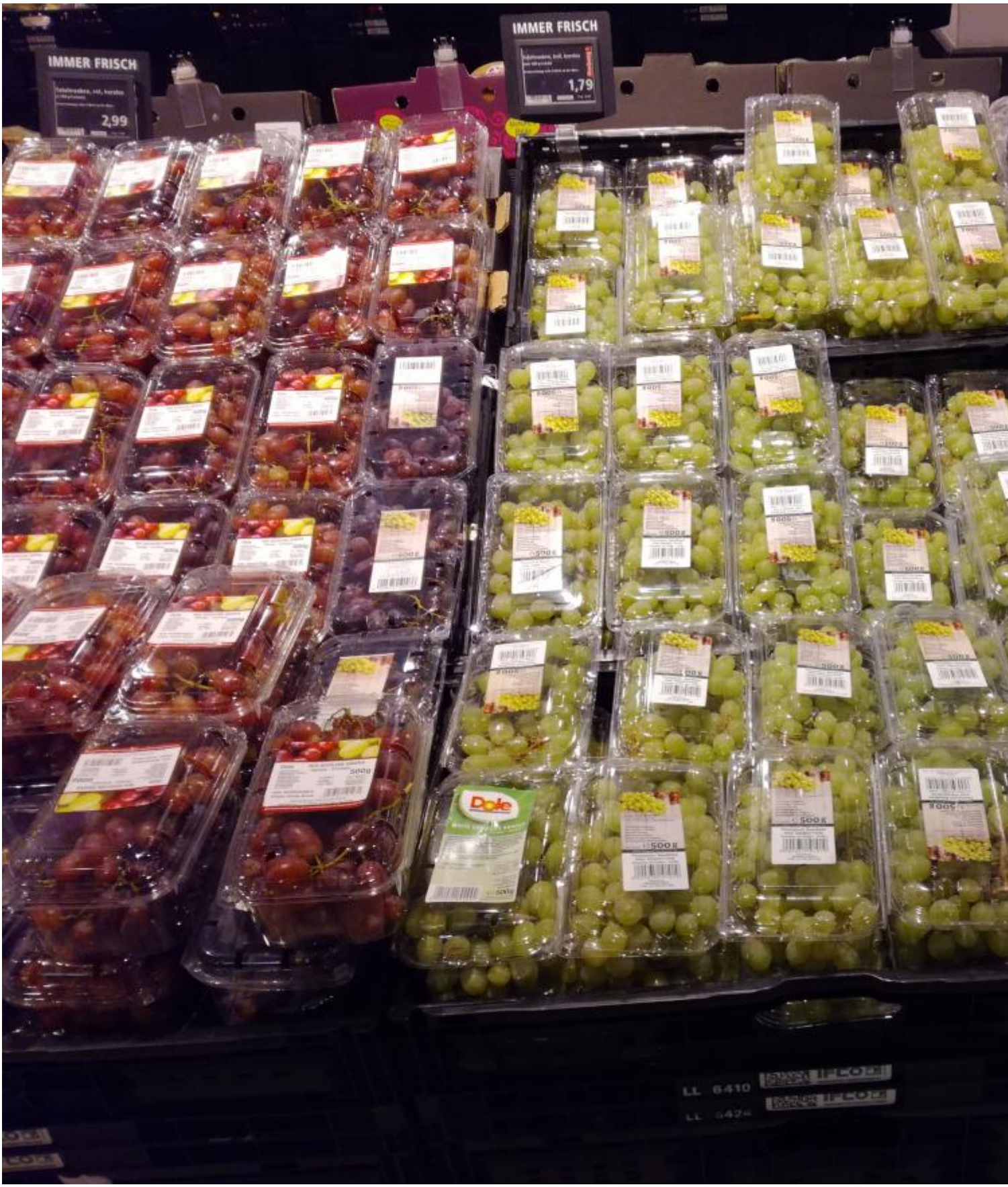
Außerdem: Beeren, Trauben, Kräuter und Bio

- **Beeren** wie Erdbeeren, Heidelbeeren und Himbeeren werden praktsich nur in Plastikbehältern angeboten, insbesondere außerhalb der Saison. Verpackungen aus Pappe gibt es nur von regionalen Anbietern in der Hochsaison.

- **Trauben** werden ebenfalls nur noch in Plastikschalen oder offenen Packungen aus Plastikfolie verkauft. Unverpackte Trauben sind bei den großen Einzelhändlern praktisch nicht mehr zu finden.
- Bei **Kräutern** ist das Missverhältnis zwischen Verpackung und Inhalt besonders krass. 15 Gramm Kräuter steht in der Regel eine Plastikverpackung von mindestens dem gleichen Gewicht gegenüber. Verkauft ein Händler 1.000 Kräuter-Packungen fallen allein dadurch 15 Kilogramm unnötiger Plastikmüll an.
- **Obst und Gemüse in Bio-Qualität** bieten Händler ebenfalls sehr häufig in Plastikpackungen an, auch wenn es erste Versuche gibt, die Umverpackungen zu reduzieren. Wer Bio ohne Plastik kaufen will, muss in Bio-Supermärkte oder zu Bio-Fachhändlern gehen.



Himbeeren, Erdbeeren, Heidelbeeren, Physalis und mehr - alle Früchte sind in Plastik verpackt.



Fast alle Trauben gibt es nur noch in Plastikbehältnissen oder in offenen Packungen mit Plastikhülle. Das ist vollkommen unnötig und überflüssig



Viele Händler verkaufen Kräuter in Plastikbehältnissen. Hier fällt unglaublich viel Müll an, weil 15 Gramm Kräuter in genauso viel Plastik verpackt sind. Wahnsinn!



Bei Discountern und Supermärkten gibt es immer noch viel Obst und Gemüse mit Bio-Siegel in Plastikpackungen. In Bioläden, Bio-Supermärkten und auf dem Wochenmarkt hingegen wird die Ware unverpackt verkauft.

Unsere Forderungen

- Der Handel muss endlich Ernst machen und sein Angebot an unverpacktem Obst und Gemüse deutlich ausweiten. Öffentlichkeitswirksame Aktionen wie hüllenlose Gurken reichen nicht aus. Erfüllt die Verpackung keine Schutzfunktion, ist sie überflüssig.
- Verbraucher müssen unverpackt einkaufen können, ohne höhere Preise oder längere Wege in Kauf nehmen zu müssen.
- Die im Verpackungsgesetz geforderte Verpackungsvermeidung spielt in der Praxis keine Rolle. Die Politik muss sich mit Handel und Herstellern auf verbindliche quantitative Reduktionsziele einigen, die zeitnah umgesetzt werden.

© Verbraucherzentrale Hamburg e. V.

https://www.vzhh.de/themen/umwelt-nachhaltigkeit/muell-verpackungen/plastikflut-bei-obst-gemuese