

PRESSEINFORMATION

Wien, 7. November 2023



VKI: Greenwashing-Beschwerde wegen Plastikflaschen bei EU-Kommission Hersteller wegen irreführender Aussagen über Nachhaltigkeit von Plastik-Wasserflaschen in der Kritik

Der Verein für Konsumenteninformation (VKI) und 12 weitere europäische Verbraucherschutzorganisationen unter Führung ihrer Dachorganisation BEUC (Bureau Européen des Unions de Consommateurs) legen Beschwerde bei der Europäischen Kommission wegen Werbeaussagen zum Thema Recycling bei Trinkwasserflaschen ein. Gegenstand der Beschwerde sind Aussagen wie „100 % recycelbar“ oder „100 % recycelt“ sowie Naturbilder bzw. Logos mit grüner Symbolik. Die Europäische Kommission und die Consumer Protection Cooperation (CPC) wurden aufgefordert, eine Untersuchung einzuleiten, da diese Werbebotschaften nach Ansicht der BEUC nicht in Einklang mit den EU-Vorschriften zu unlauteren Geschäftspraktiken stehen.

In einer groß angelegten Untersuchung wurde im Rahmen der BEUC analysiert, wie es um grüne Werbeversprechen rund ums Thema Recycling bei Trinkwasserflaschen bestellt ist. Drei Behauptungen bzw. Werbestrategien sind europaweit wiederkehrend und wurden als besonders bedenklich eingestuft.

„100 % recycelbar“: Diese Bezeichnung erweckt den Eindruck, dass die Nutzung von Einweg-Plastikflaschen unproblematisch ist, weil sie ja in den Materialkreislauf zurückgeführt werden, um daraus wieder neue Flaschen herzustellen. Schätzungen zufolge liegt die tatsächliche Recyclingrate für PET-Flaschen in der EU aber nur bei 55 Prozent und die Wahrscheinlichkeit, dass daraus wieder eine neue Flasche produziert wird, sogar nur bei rund 30 Prozent.

„100 % recycelt“: Diese Aussage behauptet fälschlicherweise, dass die Plastikflaschen vollständig aus Recyclingmaterial bestehen. Tatsächlich ist es gängige Praxis, bei der Produktion neuen (nicht recycelten) Kunststoff beizumischen, um eine gleichbleibende Produktqualität zu gewährleisten. Zudem dürfen die Flaschenverschlüsse nach EU-Recht gar nicht aus Recyclingmaterial hergestellt werden. Auch die hübschen Etiketten bestehen nur selten aus recyceltem Material. So wirbt beispielsweise Römerquelle mit „Zu 100 % aus recycelten PET-Flaschen“, aber im Kleingedruckten ist zu lesen „Bezieht sich nicht auf Etikett und Verschluss“.

Grüne Bildsprache: Symbolbilder für geschlossene Kreisläufe, grüne Markenlogos oder Bilder mit Naturmotiven werden europaweit für das Branding von Wasserflaschen verwendet. Diese Bildsprache vermittelt fälschlicherweise die Anmutung von endlosen Kunststoffkreisläufen und Umweltneutralität.

In Europa werden pro Jahr und Person durchschnittlich 118 Liter Wasser aus Flaschen getrunken. 97 Prozent davon sind Plastikflaschen. Viele dieser Flaschen werden nicht recycelt. Sie verschmutzen Wälder, Flüsse und landen oft im Meer. Einweg-Plastikflaschen sind eines der größten Müllprobleme an Europas Stränden. Wer offensiv mit vereinfachenden Aussagen zum Plastikflaschen-Recycling wirbt, versucht genau diese Bilder von vermüllten Stränden von den Köpfen potenzieller Kund:innen fernzuhalten, um stattdessen fälschlicherweise zu suggerieren, dass ein unendliches Recycling von Plastikflaschen möglich oder sogar bereits Realität ist.

SERVICE: Den vollständigen Artikel gibt es unter www.konsument.at/Plastikflaschen2023.

RÜCKFRAGEHINWEIS FÜR MEDIENANFRAGEN: VKI-Pressestelle, Tel.: +43 664 231 44 81, E-Mail: presse@vki.at