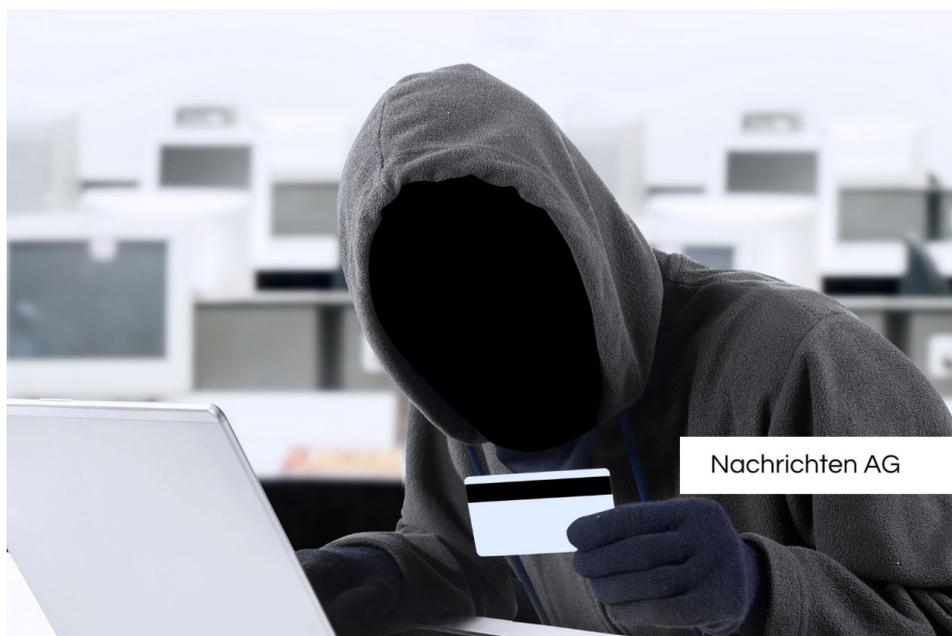


Kaufland führt Tüten-Cent ein: Umweltschutz oder dreistes Greenwashing?

Kaufland führt eine Gebühr für Plastikbeutel ein, löst Kritik von Umweltschützern aus. Ist dies echtes Umweltbewusstsein?



Berlin, Deutschland - Kaufland sorgt mit einer neuen Maßnahme für Aufsehen – sowohl bei Schnäppchenjägern als auch bei Umweltschützern. Seit Anfang des Jahres müssen Kunden beim Kauf von Obst und Gemüse einen symbolischen Betrag von einem Cent für die sogenannten OuG-Beutel, die Plastikbeutel für Obst und Gemüse, bezahlen. Diese Maßnahme soll Kunden dazu anregen, bewusster mit Einwegplastik umzugehen und nachhaltige Alternativen zu wählen. Julia Herrmann, Leiterin des Warengeschäfts bei Kaufland, erklärte in einer Pressemitteilung, dass die Gebühr dazu dient, ein Zeichen für einen nachhaltigeren Umgang mit Plastik zu setzen und das

Sortiment langfristig zu verbessern. **Berlin Live** berichtet, dass die Verwendung dieser Beutel in Deutschland im Jahr 2021 über 2,25 Milliarden betrug, was eine erhebliche Menge an Plastikmüll darstellt.

Doch die Absicht von Kaufland stößt auf scharfe Kritik. Barbara Metz, Bundesgeschäftsführerin der Deutschen Umwelthilfe (DUH), bezeichnete den Vorschlag als „an Dreistigkeit kaum zu überbieten“. Ihrer Meinung nach ist eine Gebühr von einem Cent viel zu gering, um einen wirklichen Lenkungseffekt zu erzielen; eine Erhöhung auf mindestens 20 Cent wäre nötig, um die Verbraucher zu einer Verhaltensänderung zu bewegen. Auch aus Sicht der DUH sollten die Einweg-Plastikbeutel sofort aus dem Sortiment verschwinden, da das Europäische Parlament beschlossen hat, diese bis zum 1. Januar 2030 zu verbannen.

Kritik und Gegenwind

Die Kritik beschreibt Kauflands Entscheidung als dreistes Greenwashing. Anstatt die Tüten direkt aus dem Sortiment zu entfernen, wolle das Unternehmen bis zum Verbot weiterhin von den Kunden profitieren. Diese Ansicht wird von anderen Einzelhändlern geteilt. Aldi hat das Konzept des Tüten-Cents bereits 2019 eingeführt, während Konkurrenten wie Rewe teilweise auf kostenlose OuG-Plastikbeutel setzen. Rewe argumentiert, dass die Nutzung dieser Beutel hygienisch und ressourcenschonend sei, während sie gleichzeitig neue nachhaltige Alternativen voranzutreiben versucht. Im Gegensatz dazu verweist die Edeka-Gruppe darauf, dass nachhaltige Entscheidungen den einzelnen Märkten überlassen werden.

Die Überlegungen zur Umweltverträglichkeit von Kaufentscheidungen werden durch die brisante Diskussion weiter angeheizt. Die Verbraucherzentralen haben festgestellt, dass die dünnen Plastikbeutel im Schnitt nur 20 Minuten genutzt werden, bevor sie im Abfall landen. Die offensive Einführung von Mehrweg-Gemüsebeuteln und Eierkartons seitens Kaufland zeigt zwar ein Engagement für Nachhaltigkeit, aber bleibt hinter dem

zurück, was viele Verbraucher als erforderlich ansehen.

Wege in die Zukunft

Die Debatte rund um den Tüten-Cent steht stellvertretend für die Herausforderungen, denen sich Einzelhändler und Konsumenten im Zusammenhang mit Plastikmüll gegenübersehen. Die Meinung, dass Kaufland mit seiner Maßnahme mehr auf Marketing als auf echte Umweltveränderungen setzt, könnte langfristige Auswirkungen auf das Kundenverhalten und die Markenwahrnehmung haben. Viele Konsumenten tendieren bereits dazu, nachhaltige Alternativen wie Jutebeutel oder Mehrwegnetze ohne zusätzliche Kosten zu nutzen, um einen Beitrag zum Umweltschutz zu leisten.

Die Herausforderung für Kaufland und die gesamte Branche bleibt, wie sie den Umsatz steigern und gleichzeitig nachhaltig agieren können. Die zukunftsorientierte Ausrichtung wird unerlässlich sein, vor allem angesichts der bevorstehenden gesetzlichen Veränderungen in Europa, die ab 2030 in Kraft treten. Angesichts dieser Hintergründe bleibt abzuwarten, wie Kaufland und andere Einzelhändler auf die wachsende Kritik und die Anforderungen des Marktes reagieren werden.

Für viele Verbraucher wird die anhaltende Debatte über die Nutzung von Plastiktüten und die Einführung von nachhaltigen Alternativen entscheidend sein, um künftig verantwortungsvollere Kaufentscheidungen zu treffen. Die Möglichkeit, ökologisch zu handeln und gleichzeitig Kosten zu sparen, könnte der Schlüssel zu einer dauerhaften Verhaltensänderung sein.

Für weitere Informationen zu den Hintergründen und Reaktionen aus der Branche lesen Sie auch den Bericht von **inFranken**.

Details	
Vorfall	Umwelt
Ort	Berlin, Deutschland
Quellen	<ul style="list-style-type: none">• www.berlin-live.de• www.infranken.de

Besuchen Sie uns auf: n-ag.de