

KONFRONTATION DES UNTERNEHMENS

VKI Greenwashing-Check

Im Rahmen der Rubrik „Greenwashing-Check“ des österreichischen Vereins für Konsumenteninformation (VKI) widmen wir uns möglichem Greenwashing. Zur Klärung, ob es sich bei einem uns gemeldeten Sachverhalt um Greenwashing handelt oder nicht, setzen wir auf Recherchen und Faktenchecks. Zudem wollen wir den betroffenen Unternehmen selbstverständlich die Möglichkeit einer Stellungnahme geben – die wir im Zuge der Veröffentlichung auf konsument.at und in KONSUMENT auch (ggf. gekürzt) im Original veröffentlichen. Sollten Sie sich entschließen, keine Stellungnahme abgeben zu wollen, veröffentlichen wir auch diese Information – im Sinne größtmöglicher Transparenz für Konsument:innen.

Mail an Lidl (4.3.2025):

Anlassfall: Lidl, Pfandrückgabe

Im Lebensmitteleinzelhandel ist es rund um das Thema Pfand zuletzt zu Werbeeinschaltungen gekommen, die Konsument:innen bei uns mit dem Verdacht auf Greenwashing gemeldet haben. Ihr Unternehmen wurde auch genannt. So wurden wir aufmerksam auf ein Flugblatt von Mitte Feber 2025, bei dem Lidl wie folgt wirbt: „Gut für dich, gut für alle: Jetzt Neu! Mehrweg bei Lidl. Entdecke unsere Pfandautomaten in deiner Nähe.“

Wir wollen der Kritik gerne nachgehen und uns diesem Thema sachlich widmen, um festzustellen, ob Greenwashing vorliegt oder nicht.

Bitte um Stellungnahme

Zu diesem Zweck würden wir folgende Fragen daher gerne von Ihnen bitte spätestens bis zum 13.03.2025 beantwortet sehen:

- Warum wirbt Lidl mit der Erfüllung gesetzlicher Anforderungen – schließlich gibt es seit Jahresbeginn 2024 gesetzliche Mehrwegquoten sowie seit Jahresbeginn 2025 ein gesetzlich verpflichtendes Einwegpfandsystem?
- Wie ist der Slogan „Auf dem Weg nach Morgen“ zu verstehen, wenn damit gesetzlich zu erfüllende Anforderungen und Maßnahmen gegenüber Konsument:innen als möglicherweise herausragend zu verstehende Eigeninitiative beworben werden?
- Auf Ihrer Homepage [Pfandrückgabe | Lidl.at](#) werden weder gesetzliche Mehrwegquoten noch Einwegpfandeinführung als Kontext erwähnt. Warum?
- Vermeidet Lidl auch Verpackungen? Können Sie uns aktuelle Zahlen/Vergleichszahlen übermitteln, die Verpackungsvermeidung bei Lidl empirisch stützen?
- Wie erfüllt Lidl die gesetzlichen Mehrwegquoten in den verschiedenen Getränkebereichen? Bitte um Übermittlung konkreter Zahlen.
- Gab es vor Einführung der gesetzlichen Mehrwegquoten ab 2024 bereits Bier in der 0,5L-Mehrwegflasche bei Lidl?

Mail an Hofer (4.3.2025):

Anlassfall: Hofer – Heute für Morgen, Pfandsystem

Im Lebensmitteleinzelhandel ist es rund um das Thema Pfand zuletzt zu Werbeeinschaltungen gekommen, die Konsument:innen bei uns mit dem Verdacht auf Greenwashing gemeldet haben. Ihr Unternehmen wurde auch genannt. So meldete ein:e Konsument:in beispielsweise einen aktuellen Hofer-Werbespot (vom 3.3.2025 im ORF) mit den Worten: "Als ich den TV-Werbespot zur Rücknahme von Pfandflaschen zum ersten Mal gesehen habe, ist mir sofort negativ aufgefallen, dass Hofer hier mit einer gesetzlichen Verpflichtung wirbt. Laut Umweltministerium müssen nämlich alle Verkaufsstellen, die Einwegpfandverpackungen mit dem Pfandlogo ausgeben, diese auch wieder zurücknehmen. Hofer stellt das in seiner Werbung jedoch so dar, als sei es ein freiwilliger Beitrag für ein nachhaltiges Miteinander – also eine Art Eigeninitiative. Und das finde ich nicht in Ordnung.“ Wir wollen der Kritik gerne nachgehen und uns diesem Thema sachlich widmen, um festzustellen, ob Greenwashing vorliegt oder nicht.

Bitte um Stellungnahme

Zu diesem Zweck würden wir folgende Fragen daher gerne von Ihnen bitte spätestens bis zum 13.03.2025 beantwortet sehen:

- Was entgegnet Hofer der obigen Aussage des:der Konsument:in?
- Was entgegnet Hofer, dass der Text des TV-Spots „Gutes Morgen! Was du heute kannst entsorgen, das bewirkt etwas für morgen. Ab sofort direkt beim Eingang Pfand abgeben und dann entspannt einkaufen. Heute für Morgen – die Nachhaltigkeitsinitiative von Hofer“ derart verstanden werden kann, dass es sich bei der Pfandabgabemöglichkeit um eine selbst gesetzte Nachhaltigkeitsinitiative von Hofer handelt – und nicht um die Einhaltung einer gesetzlichen Anforderung?
- Wie ist der Slogan „Heute für Morgen“ zu verstehen, wenn damit gesetzlich zu erfüllende Anforderungen und Maßnahmen gegenüber Konsument:innen als möglicherweise herausragend zu verstehende Eigeninitiative beworben werden?
- Auch auf Pfandautomaten selbst wirbt Hofer mit dem Slogan „Hofer recycelt für ein lebenswertes Morgen“. Bitte um Erläuterung dieses Slogans.
- Auf dem Pfandautomaten ist auch abgebildet: „Die Hofer Verpackungsmission: Vermeiden. Wiederverwenden. Recyceln“. Wie vermeidet Hofer Verpackungen? Können Sie uns aktuelle Zahlen/Vergleichszahlen übermitteln, die Verpackungsvermeidung bei Hofer empirisch stützen? Gibt es Bestrebungen, im Bereich von Getränkegebinden, die bei Pfandautomaten zurückgegeben werden können, Verpackungen zu vermeiden?
- Wie erfüllt Hofer die gesetzlichen Mehrwegquoten in den verschiedenen Getränkebereichen? Bitte um Übermittlung konkreter Zahlen.
- Ist bei Hofer eine Spende des Getränkepfands möglich?

Rückmeldung LIDL (12.3.25)

Vielen Dank für die Anfrage, zu der wir gerne Stellung nehmen.

In unserer Werbung und Kommunikation beachten wir neben den Entwicklungen im Bereich der Green-Claims Gesetzgebung die Bestimmungen des UWG und auch die „Werbung mit Selbstverständlichkeiten“.

Das konkrete Sujet hat die Einführung des Mehrwegpfands sowie die Erweiterung des Mehrwegsortiments bei Lidl Österreich zum Gegenstand. Erst mit Herbst 2024 haben wir – entlang der gesetzlichen Vorgaben - in allen Filialen Mehrweg implementiert. Diese Punkte sind daher aus Kundensicht betreffend Lidl Österreich jedenfalls neu. Dazu wollten wir informieren, da nicht davon auszugehen ist, dass alle Konsumenten die gesetzlichen Vorgaben kennen. Das müssen sie auch nicht und ist am Ende aus Kundensicht nicht relevant. Eine „Werbung mit Selbstverständlichkeiten“ liegt unserer Ansicht nach daher nicht vor.

Der Slogan „Auf dem Weg nach Morgen“ ist die kommunikative Klammer für alle Initiativen und Maßnahmen von denen wir glauben, dass sie die Zukunftsfähigkeit unseres Geschäftsmodells, der Umwelt und der Gesellschaft unterstützen. Eine generelle Hervorhebung von besonderen, herausragenden Eigeninitiativen ist daraus nicht abzuleiten. Ein Greenwashing liegt daher aus unserer Sicht nicht vor.

Gleichzeitig können wir Ihnen bestätigen, dass wir zum einen die Mehrwegquoten erfüllen, zum anderen darüber hinaus viele Maßnahmen zur Ressourcenschonung umsetzen und als einziger Lebensmittelhändler transparent dazu informieren: [PFIAT DI PLASTIK - Lidl Österreich](#)

Im Zuge der Strategie zur Reduktion von Verpackungen haben wir vor einigen Jahren Mehrweg in einigen Filialen getestet, schlussendlich damals aber nicht umgesetzt.

Für ein klärendes Gespräch stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung.

Rückmeldung HOFER (12.3.25)

Anbei finden Sie die Antwort der HOFER KG:

Was entgegnet Hofer der obigen Aussage des:der Konsument:in?

Unsere Kampagne soll einerseits zur Aufklärung und zur Bewusstseinsbildung dienen, andererseits auch die Information zu unseren Pfandautomaten und zur Leergutrückgabe einfach und verständlich kommunizieren. Mit der Platzierung der Pfandautomaten bei den Filialeingängen ermöglichen wir eine praktische Rückgabe der Pfandartikel bereits vor dem Einkauf - und haben damit eine besonders kundenfreundliche Lösung geschaffen. Unsere Kund:innen darüber auch in unseren Kampagnen zu informieren, stellt für sie einen Mehrwert dar und ermöglicht ein angenehmes Einkaufen.

Was entgegnet Hofer, dass der Text des TV-Spots „Gutes Morgen! Was du heute kannst entsorgen, das bewirkt etwas für morgen. Ab sofort direkt beim Eingang Pfand abgeben und dann entspannt einkaufen. Heute für Morgen – die Nachhaltigkeitsinitiative von Hofer“ derart verstanden werden kann, dass es sich bei der Pfandabgabemöglichkeit um eine selbst gesetzte Nachhaltigkeitsinitiative von Hofer handelt – und nicht um die Einhaltung einer gesetzlichen Anforderung?

Mit der Kampagne und der Image-Headline "Was du heute kannst entsorgen, das bewirkt etwas für morgen" wollen wir Achtsamkeit für das Thema Nachhaltigkeit/Recycling schaffen - und die Kund:innen darauf hinweisen, dass sie durch die Rückgabe der Pfandartikel, einen wesentlichen Beitrag zum Recycling und dem Handlungsfeld Klima & Umweltschutz leisten können.

Die Entscheidung, die Pfandautomaten direkt beim Eingang zu bauen, ist keine selbst gesetzte Nachhaltigkeitsinitiative, sondern stellt wie erwähnt die besonders kundenfreundliche Lösung dar. Damit müssen Kund:innen das Leergut nicht mit in die Filiale nehmen, sondern können dieses noch vor dem Einkauf bequem abgegeben.

Wie ist der Slogan „Heute für Morgen“ zu verstehen, wenn damit gesetzlich zu erfüllende Anforderungen und Maßnahmen gegenüber Konsument:innen als möglicherweise herausragend zu verstehende Eigeninitiative beworben werden?

Bei "Heute für Morgen" handelt es sich nicht um einen Slogan aus der Kampagne, sondern um unsere Nachhaltigkeitsinitiative, in der wir unser gesamtes Engagement im Bereich Nachhaltigkeit und gesellschaftliche Verantwortung bündeln. Es ist uns besonders wichtig, Kund:innen aufzuklären und gemeinsam einen Beitrag zum Schutz der Umwelt zu leisten.

Auch auf Pfandautomaten selbst wirbt Hofer mit dem Slogan „Hofer recycelt für ein lebenswertes Morgen“. Bitte um Erläuterung dieses Slogans.

Es liegt in unserer Verantwortung, ressourcenschonend, effizient und sozial zu wirtschaften und zu handeln. Mit Recycling tragen wir wesentlich zum Handlungsfeld Klima & Umweltschutz bei.

Auf dem Pfandautomaten ist auch abgebildet: „Die Hofer Verpackungsmission: Vermeiden. Wiederverwenden. Recyceln“. Wie vermeidet Hofer Verpackungen? Können Sie uns aktuelle Zahlen/Vergleichszahlen übermitteln, die Verpackungsvermeidung bei Hofer empirisch stützen? Gibt es Bestrebungen, im Bereich von Getränkegebinden, die bei Pfandautomaten zurückgegeben werden können, Verpackungen zu vermeiden?

Im Rahmen der HOFER Verpackungsmission verbessern wir gemeinsam mit unseren Kund:innen, Mitarbeiter:innen und Partnern kontinuierlich unsere Verpackungen. Unser Ziel ist es, nur den notwendigen Materialaufwand zu betreiben, die Recyclingfähigkeit der Verpackungen zu erhöhen und, wo möglich, recycelte Materialien einzusetzen. Die Hauptaufgaben von Verpackungen sind der Schutz der Produkte und die Sicherstellung ihrer Haltbarkeit. Schon seit mehreren Jahren setzen wir bei Getränken bei zahlreichen Produkten Flaschen ein, die fast ausschließlich aus Recyclingmaterial bestehen, wodurch primärer Kunststoff eingespart werden kann. Zusätzlich arbeiten wir intensiv an der Reduktion des Flaschengewichts, beispielsweise durch dünnere Flaschen oder auch kleinere Deckel.

Wie erfüllt Hofer die gesetzlichen Mehrwegquoten in den verschiedenen Getränkebereichen? Bitte um Übermittlung konkreter Zahlen.

HOFER erfüllt in allen Getränke-kategorien die gesetzliche Quote. Die genauen Zahlen wurden bereits dem BMK übermittelt.

Ist bei Hofer eine Spende des Getränkepfands möglich?

HOFER ist sich seiner Verantwortung gegenüber der Gesellschaft bewusst, und kooperiert mit verschiedenen Sozialorganisationen. Kund:innen können dabei verschiedene Spendenprojekte wie "Gemeinsam spenden und Gutes tun", welches jährlich Ende November durchgeführt wird, unterstützen. Eine Spende direkt am Pfandautomaten ist derzeit in Prüfung.