

Nestlé Deutschland AG  
Lyoner Straße 23  
D-60528 Frankfurt am Main

Berlin, 12.02.2024

### **Offener Brief: Nestlé gegen Plastikverpackungen - eine neue Dimension des Greenwashing!**

Liebe Nestlé A.G.,

wir freuen uns, dass ihr mit eurer aktuellen Kampagne endlich die weltweite Plastikkrise in den Fokus rückt. Wir freuen uns auch, dass ihr damit ein Paradebeispiel für Greenwashing liefert! Ihr sagt, ihr habt in den letzten 6 Jahren 1,1 Million Tonnen Verpackungsmaterial eingespart. Ohne Vergleichswert allerdings ist diese Zahl nichts weiter als eine Worthülse. Daher fordern wir als Unverpackt e. V., Berufsverband der Unverpacktläden euch auf, folgende Frage zu beantworten: **Wie viele Tonnen Einwegkunststoff, Altglas, Papier und Verbundstoffe sind seit 2018 allein durch euren Konzern deutschlandweit entstanden?**

Da wir als Berufsverband uns immer als Teil der Lösung statt des Problems verstehen, schlagen wir euch gleich etwas vor, das leicht umzusetzen sein dürfte: pro Kilo Verpackungsmüll, den eure Produkte in der Bundesrepublik verursachen, spendet ihr einen einzigen Cent an unseren Verband. Mit welcher Summe können wir rechnen? Ihr wärt somit ein ganz einzigartiges Fördermitglied und würdet damit tatsächlich nachhaltiges und ressourcenschonendes Handeln unterstützen. Durch den Einkauf in unseren Mitgliederläden werden nämlich sage und schreibe 84 % Verpackungsmüll entlang der gesamten Lieferkette eingespart.

Dafür stehen die Inhaber:innen von 250 Unverpacktläden täglich in ihrem Betrieb, recherchieren nach Produkten und Ökobilanzen, schleppen 25-Kilo-Säcke, spülen, befüllen und etikettieren Behälter, beraten und leisten Aufklärungsarbeit. Und das alles, um vom Großteil der Bevölkerung als zu aufwendig und teuer abgewertet zu werden. Aber hey, wer kann es ihnen verübeln, wenn der Standard, der ihnen als Vergleichswert dient, von euren Marken und euren Preisen gebildet wird?! Preise und Convenience, die nur funktionieren, weil die Auswirkungen eures Unternehmens auf Mensch und Natur gesamtgesellschaftlich durch Steuern und Abgaben getragen werden müssen?!

Unser zweiter Vorschlag ist eine Unternehmensberatung durch uns. Eure bisherigen Berater:innen scheinen die Sache mit dem Umwelt-, Klima- und Ressourcenschutz nicht ernst zu nehmen und stellen Gewinnmaximierung und ständiges Wachstum über eure Verantwortung als weltweit größter Lebensmittelkonzern. Oder sie beraten euch richtig, es ist euch nur schlichtweg egal. So oder so, das Ergebnis bleibt dasselbe: 2023 wart ihr der zweitgrößte Plastikverschmutzer weltweit. Ihr verpackt 8-Gramm-Schoko-Minz-Tafeln einzeln, um diese dann weitere dreimal überzuverpacken (ja, das Wort mussten wir uns ausdenken). Ein Kilo Kaffee wird durch euch in 200 Gramm Kapseln geliefert - von einer riesigen Menge Kartontage ganz zu schweigen. Mayonnaise gibt's im Einwegglas, in Kunststoff oder in Aluminium.

Nichts davon ist umweltverträglich, alles energieintensiv, teilweise ist die Herstellung nur unter hohem Einsatz von Chemikalien möglich. Für Papierverpackungen werden immer noch Bäume gefällt - welch kostbarer Rohstoff, nur, um als Verpackung zu dienen!

Ihr sprecht von einem Kreislauf, der nicht stattfindet. Papierrecycling ist nur 7-8 Mal möglich, unter dem Recycling von Kunststoff ist thermische Verwertung, also Verbrennung, mitgemeint, Glas- und Aluminium benötigt auch im Recycling noch viel zu viel Energie. Echte Kreislaufwirtschaft im Sinne von Mehrweg ist in eurem Verpackungskonzept schlicht nicht vorgesehen. Eine nachhaltige Abfall-Hierarchie beginnt mit Vermeidung, geht weiter mit Wiederverwendung und zu allerletzt kommt erst Recycling. Denn die beste Verpackung ist die, die gar nicht erst entsteht.

Würdet ihr, statt Greenwashing zu betreiben, tatsächlich nach zukunftsfähigen Verpackungslösungen suchen, hättet ihr einen riesigen Einfluss. Nicht alles, was Konsument:innen unbedarft kaufen würden, muss auch produziert und angeboten werden. Es gibt genug Kritikpunkte an eurem Handel(n) (Rohstoffe aus sozial kritischen Quellen, Abpumpen von Grundwasser, gesundheitsschädliche Inhaltsstoffe...). Euch nun aber selbst als Kontrahent der Plastikkrise, für die ihr selbst zum Großteil mitverantwortlich seid, zu inszenieren, ruft uns laut aus unserer Nische.

Wir fordern euch daher auf:

- die genaue Menge der von euch in Umlauf gebrachten Einwegverpackungen zu nennen, um
- tatsächliche Reduktionen skalierbar zu machen
- eine Gebühr in Form einer Spende an unseren Berufsverband oder Clean-Up-Initiativen für
- die Vermüllung der Welt zu entrichten und
- endlich eurer Verantwortung als Global Player gerecht zu werden und konkrete

Bemühungen um zukunftsfähige Verpackungslösungen anzustellen - und das lieber heute als morgen!

Euer Unverpackt e.V., Berufsverband der Unverpacktläden

Für weitere Informationen und Anfragen steht Ihnen die Pressesprecherin des Unverpackt e. V. gerne zur Verfügung:

Christine Holzmann, Vorständin

[pr@unverpackt-verband.de](mailto:pr@unverpackt-verband.de)

Unverpackt e.V. - Verband der Unverpackt-Läden

Der Unverpackt e. V. – Verband der Unverpackt-Läden ist der Berufsverband der Unverpacktläden in Deutschland und der deutschsprachigen EU. Er vertritt und fördert die ideellen, rechtlichen, wirtschaftlichen, arbeitsmarkt- und sozialpolitischen Interessen seiner Mitgliederläden.

Hier geht es zur Website

Hier geht es zum unverpackt e.V. Pressebereich