
Marktcheck “Hygienepapier”

September 2021

Die Kriterien der Bewertung

Beim Marktcheck “Hygienepapier” hat Greenpeace das Angebot an Klopapieren, Taschentüchern und Küchenrollen in den österreichischen Drogerien und Supermärkten unter die Lupe genommen. Dabei wurde bewertet, wie groß der Anteil Hygienepapier aus umweltfreundlichem Altpapier in den Märkten ist. Das Ergebnis ist verbesserungswürdig: Insgesamt sind nur 15 Prozent der Produkte zu 100 Prozent aus Recycling-Papier. Die meisten Hygieneartikel werden aus Frischfasern hergestellt und dafür Unmengen an Holz und Energie aufgewendet. Greenpeace kritisiert den Einsatz von Farbstoffen und gefärbte Papiere. Auch Duftstoffe und Produkte mit “Balsam” oder “Lotion” sind aus ökologischer Sicht nicht empfehlenswert.

> Gut beurteilt sind beim Marktcheck Produkte mit den empfehlenswerten Siegeln “Blauer Engel” und dem “Österreichischen Umweltzeichen” oder einem anderen Hinweis auf 100 Prozent recyceltes Altpapier.

Inhalt des Marktchecks

1. Klopapiere
2. Taschentücher
3. Küchenrollen

Die Kategorien der Bewertung

- I. Verfügbarkeit von Produkten aus 100 Prozent recyceltem Altpapier
- II. Auszeichnung mit Öko-Siegeln wie “Blauer Engel” und dem “Österreichischen Umweltzeichen”
- III. Keine Farbstoffe und Duftstoffe (erkennbar an Hinweisen wie “Duft”, “Balsam” oder “Lotion”)

1. Klopapiere

Gewichtung: 45 Prozent

Greenpeace hat bei den Supermärkten und Drogeriemärkten gefragt und bewertet, ob zumindest ein oder mehrere Produkte aus 100 Prozent Recycling-Papier erhältlich sind.

Zusatzpunkte gab es für Produkte mit einem empfehlenswerten Siegel wie “Blauer Engel” oder das “Österreichische Umweltzeichen”, bei denen 100 Prozent Recycling-Papier vorgeschrieben ist.

Auch der Verzicht auf Farb- und Duftstoffe wurde positiv beurteilt.

Punkte	Recycling-Produkte
4	1 Recycling-Produkt
2	ein weiteres Produkt

Zusatzpunkte:	pro Produkt
1	Siegel "Blauer Engel", "Österreichisches Umweltzeichen", "100 % Recycling"
0,5	Keine Farb- und Duftstoffe

Maximal 10 Punkte waren möglich, wenn mehr als 50 Prozent der Produkte einer Kategorie aus 100 % Recycling-Papier und klar gekennzeichnet waren. Diese Maximal-Punkte hat keiner der Märkte erreicht.

2. Taschentücher

Gewichtung: 40 Prozent

Bewertet wurde das Angebot an Taschentüchern entsprechend dem Raster oben.

3. Küchenrollen

Gewichtung: 15 Prozent

Die Produkte wurden entsprechend dem Raster oben beurteilt.

> Bei Küchenrollen oder Putztücher können KonsumentInnen auf umweltfreundliche waschbare Tücher umsteigen. Wenn Mehrweg, also die Wiederverwendung nicht möglich ist, empfiehlt Greenpeace den Griff zu 100 % recyceltem Papier.

Notenraster für alle Marktchecks

Note	Erreichte Prozentpunkte
Sehr gut	80 bis 100 Prozent
Gut	60 bis 79 Prozent
Befriedigend	40 bis 59 Prozent
Genügend	20 bis 39 Prozent
Nicht genügend	0 bis 19 Prozent