

Neue Wege gegen den Verpackungswahnsinn!

Kommt jetzt erst richtig die Zeit für die drei großen T - Taschen, Trinkflaschen und Tupperware? Die Trends sprechen für solche mehrfach verwendbaren Verpackungen.



Fotograf: eGunter Andersen Shopper Manufaktur

Peppiger Einkaufshopper mit innovativem Multifunktionsgriff für den freudvollen Fahrradeinkauf – hier die Tasche „Basil“ von Andersen

Weniger ist mehr: Man muss wahrlich kein Minimalist sein, um dieses Credo zu beherzigen, und kann als Konsument mit Blick auf Natur, Umwelt und Nachfolgenerationen locker auf manche Annehmlichkeit verzichten. Zum Beispiel auf Coffee-to-go-Becher, die sich nach Gebrauch schnell wegwerfen lassen, auf die vielen Gratis-Plastiktütchen, die Obst so toll trennen und transportieren, auf jede Menge eingeschweißte Lebensmittel, die schöner und hygienischer wirken, oder auf scheinbar „unkaputtbare“ PET-Flaschen. So manche Einweg-Verpackung lässt sich für Hersteller, Händler und Verbraucher noch dazu bequem stapeln

oder im Gebinde transportieren. Der ganze Verpackungsmüll wird hierzulande zwar fleißig gesammelt, aber nach unterschiedlichen Rechenbeispielen nur zu einem geringen Teil wiederverwertet und zum größten Teil in Müllverbrennungsanlagen verfeuert. Während die Bundesregierung eine Quote recycelten Plastiks von 39 Prozent ermittelt hat, kommen eine topaktuelle Studie des BUND (Bund für Umwelt und Naturschutz Deutschland) und der Heinrich-Böll-Stiftung nach Abzug von nicht verwertbaren Verbundmaterialien und von Exporten nur auf 16 Prozent und manche Abfall Experten sogar auf lediglich 5,6 Prozent.

AUFWACHEN UND AKTIV HANDELN! Vor diesem Hintergrund müssen auch wir Verbraucher aktiv handeln und uns überlegen, welche Produkte und Ressourcen nötig sind. Das ist auch das, was die schwedische Vorzeige-Klimaaktivistin Greta Thunberg von der globalen „Friday for Future“ Bewegung in einer aufrüttelnden Rede betonte: „Wir haben bereits alle Fakten und Lösungen. Alles, was wir tun müssen, ist, aufzuwachen und uns zu verändern!“ Genauso sieht es die Umweltorganisation WWF Deutschland, die im Sommer in Berlin ein großes Protestpicknick veranstaltete. „Wir alle können unsere eigenen Gewohnheiten überdenken und gleichzeitig Druck auf Politik und Wirt-

schaft ausüben, um die Wegwerfkultur zu beenden“, betont WWF-Kampagnenplanerin Silke Hahn. „Der Einkauf sowie Zubereitung und Transport der Speisen sollen ohne Wegwerfplastik vonstattengehen. Natürlich geht das etwas auf Kosten der Bequemlichkeit, aber es findet sicher jeder Punkte, die man in den Alltag übernehmen kann.“ Auch die Deutsche Umwelthilfe (DUH) plädiert dringend für Mehrwegsysteme und verweist zum Beispiel auf „Individualbecher, die vom Verbraucher selbst gespült werden“. Diese Aussage ist der springende Punkt, denn immer mehr Konsumenten sind dazu bereit. Und das nicht nur bei Trinkgefäßen, sondern auch bei Frischhaltedosen oder Lunchboxen.

Neben der durch viele Proteste, Aktionen und Informationskampagnen beschleunigten Debatte um Umweltschutz und Nachhaltigkeit tun weitere Trends das ihrige dazu. So schießen unter dem „Unverpackt“-Motto Läden und Sortimentsecken wie die Pilze aus dem Boden. Erfolgreiches Vorbild ist der Berliner „Original Unverpackt“ Lebensmittelladen von Milena Glimbovski, die als deutsche „Zero-Waste“-Pionierin ausdrücklich ihren „Traum vom plastikfreien und unverpackten Einkaufen“ lebt und immer mehr Menschen davon überzeugt, eigene Behälter oder Textiltaschen mitzubringen oder in den Läden Umwelt schonende Boxen oder Netze zu erwerben.



Fotograf: eAnders Heiberg/Wikimedia.org unter CC BY-SA 4.0



Fotograf: eDaniel Seifert/WWF Deutschland

WWF-Kampagnenplanerin Silke Hahn: Punkte, die man in den Alltag übernehmen kann

Klimaaktivistin Greta Thunberg: „Wir haben bereits alle Fakten und Lösungen“

WIDERSPRÜCHLICHES TRAUERSPIEL

Im Jahr 2018 griffen die Deutschen zu mehr als drei Milliarden dünnen Plastikbeuteln in den Obst- und Gemüseabteilungen deutscher Handelsanbieter. Somit sank der Verbrauch pro Kopf gegenüber dem Jahr 2017 lediglich um zwei Tüten auf 37 Knotenbeutel. Dagegen halbierte sich nahezu der Durchschnittsverbrauch der gängigen Plastiktüten seit dem Jahr 2016 von 45 auf 24 Stück im Jahr 2018.

Etwas widersprüchlich wirkt eine repräsentative Umfrage der Marktforscher von You Gov unter mehr als 1.000 Verbrauchern. Demnach bevorzugen fast drei Viertel der Deutschen beim Einkauf Produkte, die kaum Verpackungsmüll verursachen. Der Zuspruch hängt auch vom jeweiligen Produkt ab. Mit noch einer größeren Quote achten Ältere ab 60 Jahren darauf - sie kennen noch die verpackungsarmen Zeiten. Eine weitere aktuelle You Gov-Studie zur praktischen Nachhaltigkeit kommt zum gleichen Ergebnis: „Vor allem Befragte ab 55 Jahren sind fleißig in Sachen Umweltschutz im Alltag.“

Das heißt: Gerade die jüngeren Leute, die derzeit um die Rettung der Erde und damit um ihre Zukunft kämpfen, müssen sich mit einem Verzicht auf Plastikmüll und umweltfreundlichen Verhalten deutlich mehr anstrengen. Dennoch betonen die Marktforscher von You Gov: „Für Deutschland machen die Ergebnisse Hoffnung, dass die ganz Jungen nicht nur Flagge für Umweltschutz zeigen, sondern diesen auch schon vermehrt im Alltag leben und hier die älteren Generationen als Vorbild nutzen.“

Laut ersterer Umfrage würde sogar die Hälfte der Konsumenten den Supermarkt wechseln, wenn ein Anbieter in der Nähe umweltfreundliche Verpackungen führt. Ein Vergleichstest der Verbraucherzentrale Hamburg in 42 Filialen der acht wichtigsten Lebensmittelhändler zeigt, dass der verpackte Anteil an Obst und Gemüse unverändert hoch ist. „Besonders Discounter schnitten schlecht ab. Häufig sind Waren ohne Plastik sogar teurer. Ein Trauerspiel“, so die VZ Hamburg.

Sämtliche Handelsketten preisen ihr Engagement für den Umweltschutz und alternative Verpackungslösungen wie etwa Netze aus Zellulose oder Kunstfaser an. Dabei ist zu bedenken, dass die Anbieter nicht ganz freiwillig ihren Plastikverbrauch umstellen. Im Jahr 2021 tritt ein EU-Verbot von Einweggeschirr, Trinkhalmen, Wattestäbchen und anderen Wegwerfartikeln aus Plastik in Kraft, und auch die Bundesregierung übt weiter Druck zur Plastikvermeidung von Herstellern und Händlern aus. Allerdings stehen hinter den Kulissen auch gesetzliche Hygiene- und Transportsicherheitsvorschriften solchen Zielen entgegen, wie manche Händler kritisieren. So verbietet es die Lebensmittelhygieneverordnung, dass mitgebrachte Boxen der Kunden über die Fleischtheken zum Befüllen gereicht werden und somit in Kontakt zur Theke kommen. Während schon früher Bäcker seitlich ihrer Theken Beutel empfangen und befüllt haben, haben nun auch Händler und Metzger pfliffige Alternativen gefunden. Sie verkaufen oder verschenken eigene, stets neu gespülte Tupperware zum Austausch oder nutzen Tablets, um die darauf abgestellten Dosen der Kunden erst korrekt abzuwiegen und dann mit der gewünschten Ware zu befüllen. Diese Konzepte werden von den zuständigen Behörden vor Ort kontrolliert.

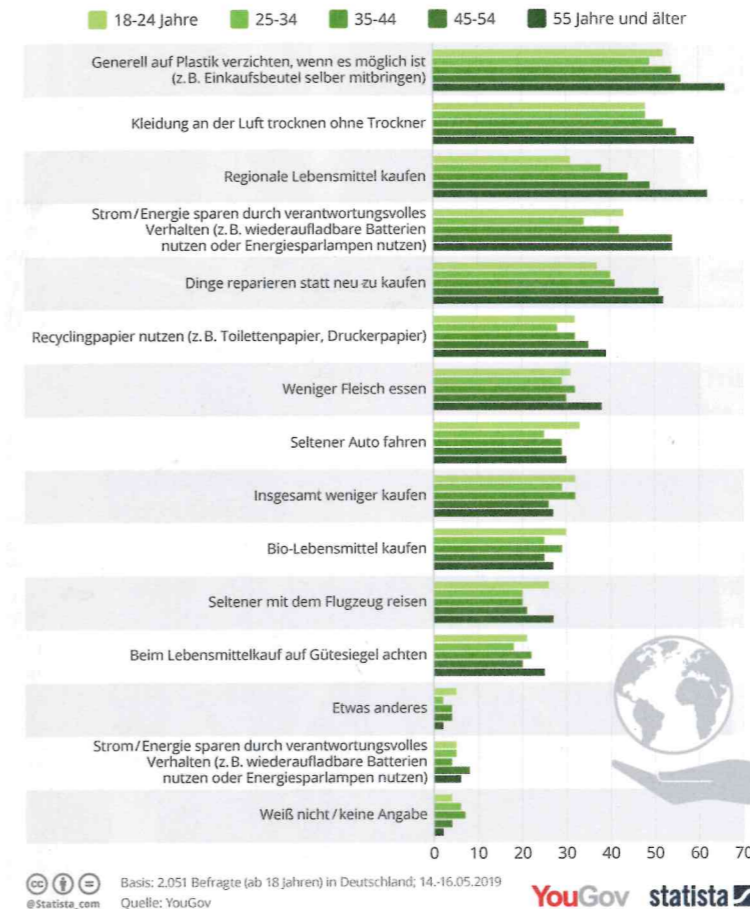
Austauschdose zum hygienischen Befüllen: Neues Konzept bei verschiedenen Edelhändlern und Netzereien



Fotograf: wels: @Eckleka

Je älter, desto nachhaltiger?

Befragte, die folgende Maßnahmen ergreifen, um nachhaltiger zu leben (in %)

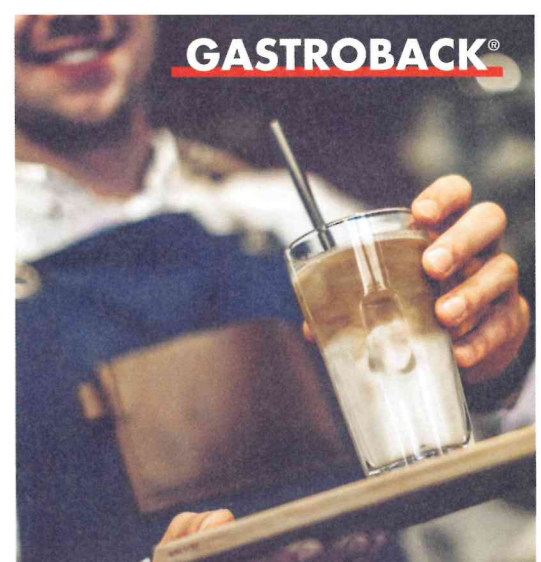


Basis: 2.051 Befragte (ab 18 Jahren) in Deutschland; 14.-16.05.2019
 @Statista.com Quelle: YouGov YouGov statista

DIY UND BEWUSSTER LEBEN

Auch Glimbovski spricht in einem Zeitungsinterview von den Menschen als Gewohnheitstieren und dem Versuch der Lebensmittelindustrie, den Menschen das Leben einfacher zu machen: „Sie entwickelt mehr Convenience-Produkte, die für mehr Schnelligkeit und Leichtigkeit stehen“. In ihrem Gegenentwurf geht es um überlegte Schritte, den Lebensmitteleinkauf möglichst verpackungsfrei zu gestalten und auch Verzicht zu üben: „Man merkt schnell, was man wirklich braucht und was nicht.“ Das geht bei Glimbovski damit einher, wieder mehr Lebensmittel selbst herzustellen. Auch das Selbermachen oder „Do-It-Yourself“ (DIY), wie es noch in den 1960er- und 70er-Jahren weit verbreitet war, ist vor allem in der neuen Sehnsucht nach Entschleunigung und mehr Natur, Ursprünglichkeit und Landleben wieder gefragt. Diesen Lebensstil spiegeln zum Beispiel erfolgreiche Medien wie die Monatszeitschrift „Landlust“, die DIY-Publikationen der Online-Plattform smarticular.net und das Nachhaltigkeits-Portal utopia.de

wider. Oder mit dem Wiederentdecken der „Weck“-Gläser, bei denen das Herstellerprodukt als Synonym für das Einkochen gilt. Das deckt sich mit dem Eindruck des GPK-Handelsverbands Koch- und Tischkultur, wonach „Ernährung die neue Religion“ sei, die „neuen Ernährungsweisen vor allem den jüngeren Konsumenten eine Orientierung und Abgrenzungsmöglichkeit bieten“ würde und es einen Wandel zu mehr Wertschätzung gebe: „Wie im Einrichtungsbereich natürliche Materialien einen immer größeren Stellenwert und Status hätten, gewinnen für viele Menschen auch die Qualität, die Produktionsweise, die Verarbeitung von Nahrungs- und Genussmitteln einen immer höheren Stellenwert.“ Auch das lustvoll erlebte Einkochen ersetzt zunehmend den oftmals als reine Notwendigkeit vollzogenen Vorgang. Statt mühsamem Schleppen kommen bewusste Verbraucher bequem mit einem Einkaufsroller ansparziert, der heute nichts mehr mit „Omas Hackenporsche“ gemein hat.



ESPRESSOMASCHINE MIT MAHLWERK AB SEPTEMBER ERHÄLTLICH!



DESIGN ESPRESSO ADVANCED BARISTA
 ART. 42619

IFA
 CONSUMER ELECTRONICS UNLIMITED

HALLE STAND
6.1/107

gastroback_deutschland gastroback
 gastroback_deutschland gastroback_deutschland

www.gastroback.de



Fotografische: eOut of the blue KG

Dezenter „Lieblingsbeutel“ von Bolsa Fashion: mit hohem Baumwollanteil und natürlichen Kordelzügen



Fotografische: reisenthel

„Twist Silver“-Tragetasche von Reisenthel: moderne wie komfortable Vielfalt



Fotografische: Angelina Swirski/Kozioł

Schick, recycelbar und auf Zellulosebasis: Shopping-„Tasche XL“ von Kozioł - hier nach dem Markteinkauf

MODERNE MULTIPLIKATOREN

Moderne Einkaufshopper haben je nach Art und Ausstattung ein schönes, buntes oder dezentes Design, abnehmbare Taschen, Kühlfächer, Leichtlaufräder und zumeist ein Aluminiumgestell. Dazu kommen weitere komfortable Eigenschaften, die von anderen Transportwägelchen übernommen wurden wie etwa ein zusammenklappbares oder multifunktional verwendbares Gestell, wendige Räder, Zusatzräder für das einfachere Treppensteigen, Bodenbügel für den festen Stand, ein herunterklappbarer Sitz zum Ausruhen sowie Griffe zum Ziehen beim Gehen oder zum Einhängen in einen Fahrradgepäckträger. Dient der Einkaufstrolley als Radanhänger, gehört eine Verbindungskupplung dazu. Ein solcher Einkauf zu Fuß oder mit dem Radl hält auch noch fit.

Auch bei Einkaufskörben ist die Vielfalt groß. Neben den klassischen Flechtkörben mit oder ohne Innenfutter und Kör-

ben aus Soft- oder Hartplastik haben sich die leichten, handlichen Varianten mit Alurahmen und Tasche aus wasser- und schmutzabweisend beschichteter Kunstfaser etabliert. Sie haben Griffe zum Umklappen und oftmals eine Schutzabdeckung mit Reißverschluss. Manche Körbe sind noch vollständig mit einer wattierten Silberfolie zum Kühlen frischer oder tiefgefrorener Lebensmittel ausgeschlagen oder verfügen über ein Kühlfach. Innen- oder Außenfächer zum verdeckten Aufbewahren von Geldbörsen und Schlüsseln sowie schonende Standnoppen runden den Komfort ab. Für kleinere oder kurzfristige Einkäufe eignen sich besonders Beutel oder Tragetaschen aus Baumwolle, Jute, Hanf, Leinen oder Filz mit natürlicher Struktur. Die Beutel sind unbedruckt oder unifarben, mit Mustern oder peppigen Designs versehen und immer öfter aus umweltschonenden Stoffen mit den zertifizierten Siegeln GOTS oder

Oeko-Tex Standard 100. Auch luftige Taschen oder Beutel aus gehäkelter Wolle sind wieder in oder ein guter Ersatz für die umstrittenen Obst- und Gemüse-Plastikbeutelchen. Wer dagegen Beutel aus flexibler wie widerstandsfähiger Kunstfaser bevorzugt, kann auf ausfaltbare Varianten mit Rundumreißverschluss zurückgreifen, die ebenso bequem Platz in der Hosens- oder Hemdentasche finden.

Aus natürlich oder chemisch hergestellten Werkstoffen sind auch Dosen bzw. Boxen zum Transportieren, Frischhalten, Aufbewahren oder Aufwärmen von Lebensmitteln. Sie sind aus Glas oder unterschiedlichen Kunststoffen und haben verschiedene Formen und Größen. Bei ersterer Variante ist vor allem auf eines zu achten: auf temperiertes Glas mit einem breiten Temperaturbereich an verträglichen Minus- und Plusgraden für Herd, Mikrowelle oder Tiefkühlschrank. Bei den mitgelieferten

Kunststoffdeckeln ist wie auch bei den Plastikbehältern wichtig, dass sie frei von BPA und damit von dem als gesundheitsschädlich geltenden Weichmacher Bisphenol A sind.

Die Behälter aus Sicherheitsglas oder Kunststoff sind von Haus aus lebensmittelecht, hygienisch, geruchsneutral, fleckenfrei, luftdicht und spülmaschinengeeignet. Beide Arten gelten auch als bruch- und kratzfest. Bei den Kunststoffdosen, aber auch anderen Verpackungsprodukten geht der Trend hin zu Materialien mit sogenannten Bio-Kunststoffen auf Basis von Zellulose oder Polymilchsäure (auch Polylactid oder kurz PLA), die allesamt aus den Zuckermolekülen von Pflanzen wie etwa Mais,

Zuckerrüben oder Getreide gewonnen werden.

Trinkgefäße bieten für unterwegs ebenfalls eine große Bandbreite an Größen, Materialien, Merkmalen und Designs. So sind einfache, dickwandige Glasflaschen mit Bügelverschluss genauso im Trend wie cool designte Trinkflaschen, Thermo-Riesenbecher oder klassische Thermoflaschen aus Edelstahl oder Produkte mit einem Materialmix. In jedem Fall wichtig ist, dass die Nutzer mit den sämtlich erwähnten Produkten auf einem guten Weg, dem Konsum-Mehrweg sind. Dieser ist bewusst, wertschätzend, sinnlich, nachhaltig, umweltschonend und absolut modern.

Arnd Westerdorf



Fotografische: emsa

Neues „Travel Mug“ Design von emsa: zweiteilig spülbarer Thermobecher mit dichtem Schnellverschluss und 360-Grad-Trinken



Fotografische: glasslock

Behälter-Vielfalt von Glasslock aus temperiertem Glas: zum Befüllen, Transportieren, Frischhalten, Aufbewahren oder Aufwärmen

Cooler Edelstahl-Isolierflasche von FLSK: ohne BPA-Material, mit beigelegter Spülbürste



Fotografische: FLSK Produkte

IN KÜRZE: Der Verpackungswahn mündet in Handels-Appellen zum vernünftigeren Einkaufen. Nicht nur, was die Produkte, sondern auch den Vorgang angeht. Alternativen sind:

- Länger haltbare Mehrweg-Lösungen
- Statt Plastikmüll nachhaltige Befüll- und Transportmöglichkeiten
- Umweltschonende, weil vielfach benutzbare Produkte wie Einkaufshopper, Tragetaschen, Einkaufsbeutel, Trink- und Isolierflaschen, Tupperware.