

Trennt Magazin

Nr. 17 [Frühling 2019]

FOTOGRAFIE
Wenn aus altem
Schaumstoff neue Schönheit wird.
Ein Meisterwerk.

TESTIMONIAL
Wenn ein Mann für die Liebe
seiner Frau zum 3D-Drucker muss.
Eine Hilfestellung.

KOSMOS
Wenn Korkeichen hinter
ihre Rinde gucken lassen.
Eine Offenbarung.

GRÜN IST KEINE FARBE

Es ist das neue Verkaufsargument großer Unternehmen

Eine Stromleitung haben sie noch gefunden. Aber ringsum wartet die Ödnis von Ackerflächen. „Im Moment sind die Felder stumm“, sagt der Biologe Dr. Hannes Petrischak von der Heinz Sielmann Stiftung. Die industrielle Landwirtschaft, die auf Masse und Preise ausgerichtet ist, vernichtet Artenvielfalt, schädigt Böden, verschmutzt das Wasser und treibt die Klimakrise voran.



FOTO Adobe Stock (Phimak)



Liebe Leserinnen und Leser,

fünf Milliarden Kleidungsstücke kaufen wir Deutsche jährlich, 16 Milliarden Plastikflaschen trinken wir aus und würde man die elf Millionen täglichen Zustellungen im deutschen Onlinehandel stapeln, käme man laut Greenpeace auf einen Turm mit der in etwa zweieinhalbfachen Höhe des Mount Everest. Das Ergebnis: 18,16 Millionen Tonnen Verpackungsabfall in Deutschland 2016.

Dass es so nicht weitergehen kann, rückt immer mehr ins Bewusstsein der Konsumenten – und demnach auch der Verantwortlichen in Unternehmen. Bislang war nachhaltiges Wirtschaften eher ein Nischenphänomen unter überzeugten Öko-Pionieren und Einzelkämpfern. Aber die Zeiten ändern sich. Auch die Großindustrie denkt um. Für unsere aktuelle Titelgeschichte haben wir bei Coca-Cola, IKEA, Lush, C&A und Nordsee nachgeschaut, was globale Unternehmen ihrer großen Ressourcenverschwendung in Zukunft entgegensetzen wollen.

„Wenn ich einen einzigen Punkt nehme und den aufblase, dann ist das Greenwashing.“, sagt der Autor Stefan Kreuzberger in unserem Interview. Er beschäftigt sich mit Nachhaltigkeitsstrategien und erklärt, wie man Marketingaktionen von wirklichen Nachhaltigkeitsstrategien unterscheiden kann, welche Rolle

die Politik spielen sollte und wie Discounter unser Konsumverhalten beeinflussen: „Wir brauchen eben nicht mehr Autos, sondern weniger, keine überzuckerten Limonaden und Cola, keine Energy-Drinks und Fleisch und Fisch bis zum Abwinken.“

Das heißt auch, dass es gut ist, erstmal zu versuchen, Dinge zu reparieren, bevor man sie wegwirft und dann wieder neu kauft. Unserem Autor Piet Weber ist die Espressokanne seiner Freundin kaputtgegangen. Wie er den Griff im 3D-Repair-Café nachgebaut hat, erzählt er uns im Testimonial.

Die Fotografin Suzanne Jongmans recycelt mit vermeintlichen Abfallmaterialien, wie Schaumstoffolie und Plastikhüllen, die Pracht der Bilder alter holländischer Meister. Durch einen hauchdünnen Renaissance-Schleier aus Kunststoff wird auf die Umweltprobleme von heute aufmerksam gemacht. Dadurch bekommt das Überflüssige etwas Ewiges.

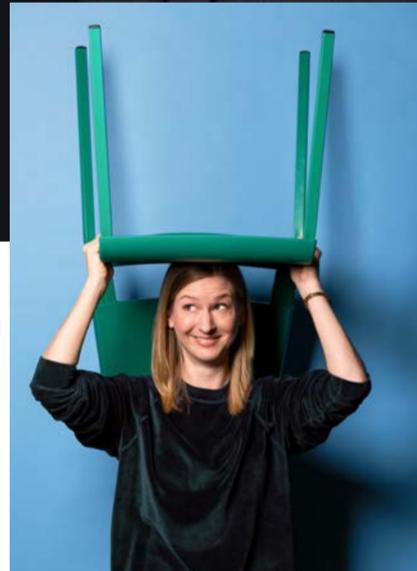
Die Schönheit einer nachhaltigen Welt möchten wir Ihnen auch wieder in dieser Ausgabe zeigen: Viele Menschen, Projekte und Hinweise erzählen davon. Blättern Sie sich doch mal rein – ins gute Leben!

Ihr Trenntstadt-Team

INHALT

Zeitenwende Seite 32

Die Künstlerin Suzanne Jongmans hat aus Plastikabfällen Kostüme geschneidert. Dadurch werden Schaumstoff und Schönheit unsterblich.



Von Waren und Werten Seite 14

Großunternehmen denken jetzt auch in Kreisläufen.

Schwarm mit Charme Seite 48

Ein „Papp-Bienenstock“ zum An-die-Decke-Hängen und weitere Schwärmereien gibt es bei unseren Fundstücken.



- 6 **TRENNTPROJEKTE** Die schönsten Seiten der Wiederverwertung
Wie aus mongolischen Teppichen Mode wird
- 14 **TITEL** Das nächste grüne Ding
Wie Großunternehmen die Nachhaltigkeit entdecken
- 28 **INTERVIEW** „Produkte von gestern müssen halt weg!“
Der Journalist Stefan Kreuzberger erklärt Greenwashing
- 32 **FOTOGRAFIE** Vom Willen zur Schönheit
Suzanne Jongmans recycelt Müll und Meisterwerke
- 44 **TESTIMONIAL** Griff in die Zukunft
Piet Weber repariert mit 3D-Druckern die Liebe
- 47 **ÄUSSERE WERTE** Süßer Schatz
Fünf Fakten über das Marmeladenglas
- 48 **FUNDSTÜCKE** Was uns glücklich macht ...
Aufgeblasene Designerstücke und Samenkonfetti. Hui.
- 51 **TRENNTVORBILD** Lucas Reiber will keine Tiere essen
Weil ihm die Massentierhaltung überhaupt nicht schmeckt

- 52 **ÜBERBLICK** Die große Welt des Mülls
Wo Plastikprodukte gesetzlich reduziert werden
- 54 **KOSMOS** Captain Kork
Vom Flaschenschluss bis zur Marsmission ein Knaller
- 56 **RECYCLINGECKE** Die Zukunft des Wohnens?
Wie ein Berliner Start-up Minihäuser auf Dächer baut
- 58 **KINDERSEITE** Lustig im Kreislauf herum
Wie man aus Getränkekartons Pustekreisel baut
- 60 **RATGEBERSCHWERPUNKT** Saubere Städte
Werft mal nicht so viele Kippen und Kaugummis weg!
- 62 **REZEPT** Die Küche der Achtsamkeit
Salat aus Gemüseschalen mit Zitronendressing
- 65 **IMPRESSUM UND VORSCHAU**
Großer Käse
- 66 **PROTOKOLL** Getrennt befragt
Ist Bioplastik das bessere Plastik?

FOTOS: Suzanne Jongmans, Maurice Kohl, Graypants | FOTO rechts: Adobe Stock (Phimak)

Zwischen 1980 und 2016 sind mehr als die Hälfte aller Feldvögel in Europa verschwunden – darunter Feldlerchen, Kiebitze oder Stare. Das zeigen die Daten eines europaweiten Vogelmonitorings, die das European Bird Census Council ausgewertet hat. Sollen die kleine Piepmatz zurückkommen, muss die Großindustrie radikal umdenken.

TRENNT projekte

SHINE ON

Dass die ständig wechselnden Modekollektionen auch ständig neue Ressourcen verbrauchen, wollte die in Berlin lebende Niederländerin Jeanne Zizi Margot de Kron nicht akzeptieren. „Dafür gibt es einfach schon zu viele tolle Materialien“, sagt sie. Im nordindischen Rajasthan gründete sie vor zwei Jahren gemeinsam mit ihrer Partnerin Madhu Di das Modelabel „Zazi Vintage“, eine Modemarke für farbenfrohe Mäntel und Kleider, die bevorzugt aus Vintage-Seide aus Usbekistan und alten Teppichen aus der Mongolei gefertigt wird. Zazi Vintage entzieht sich bewusst dem Zwang der Modeindustrie, unentwegt neue Kollektionen zu produzieren, und zahlt faire Löhne. Die Kleider und Mäntel sind Einzelstücke in kleiner Auflage, die kein modisches Verfallsdatum kennen.

www.zazi-vintage.com

FOTO: Stefan Dettler

3 FRAGEN AN

Jenny Weidt, die nicht nur auf Spaziergängen Müll sammelt, sondern ihr Leben und Arbeiten dem grünen Leben unterordnet.



Wie reagieren die Menschen darauf, wenn Sie unterwegs Müll aufsammeln?

Als ich anfang, war das ein Impuls. Ich konnte nicht anders, als den Müll, der am Boden lag, aufzuheben. Auch wenn es nur wenig positive Rückmeldungen gab, haben sie mich bestätigt: Wenn ich mit gutem Beispiel vorangehe, werden mir andere folgen. Tatsächlich: In meinem Freundeskreis und über meinen Instagram-Account entdecken immer mehr Menschen den Spaß am Müllvermeiden.

Sie haben eine Filmproduktion gegründet, die nachhaltig sein möchte. Was bedeutet das?

Bei „Filmgrün“ lege ich offen, wie ich nachhaltig wirtschaftete, indem ich beispielsweise ein Firmenkonto bei der Ethikbank habe, alle Telefonate mit dem Fairphone führe, Büromöbel aus zweiter Hand nutze, auf Recyclingpapier drucke und Ökostrom nutze. Meine Kunden kommen aus der Nachhaltigkeitsbranche und dem sozialen Bereich. Wir haben die gleichen Werte: Unser Ziel ist es, eine umweltfreundliche Zukunft zu schaffen.

Vermutlich geht Ihr Engagement im Privaten weiter?

Ja, ich achte auf mein Konsumverhalten. Ich spare Plastik und Verpackung, wo ich kann, kaufe bevorzugt Bio und regional, bei Kleidung ausschließlich Secondhand. Bei Kaufimpulsen frage ich mich, ob ich das wirklich brauche, und wenn, ob ich es nicht ebenso gut leihen kann. Im Bereich Mobilität vermeide ich das Fliegen, fahre Bahn, nehme das Fahrrad. Ich versuche nicht nur mein Essen selbst zu kochen, sondern auch Haushaltsmittel und Kosmetik selbst zu machen. Und mein Kind wickele ich mit Stoffwindeln und wasche es mit Baumwollwaschlappen.

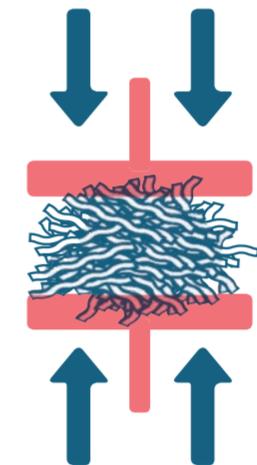
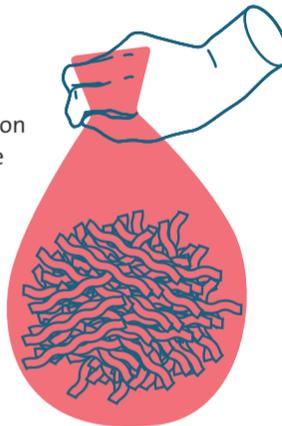
www.filmgrün.de

PRODUKTGESCHICHTE

VOM SEEGRAS ZUM BRILLENGESTELL

An der Küstenlinie der griechischen Insel Syros werden große Mengen an Seegras angespült. Würde es von Unternehmer Stavros Tsompanidis und seiner Firma Phee nicht als Rohstoff verwendet werden, müsste es aufwändig und kostenintensiv entsorgt werden.

Die Behörden der Region Achaia versorgen Phee mit dem angespülten Seegras. So werden sie ihren Müll los und Phee erhält den Rohstoff frei Haus.



Das Seegras wird getrocknet und mit einer patentierten und umweltfreundlichen Methode zu dem sogenannten „Phee-Panel“ gepresst und verarbeitet. Dieses ist wasserabweisend, UV-beständig und überraschend leicht.

Die Phee-Paneele können zu formschönen Brillengestellen, aber auch Handyhüllen und Boxen verarbeitet werden.



www.phee.gr

MESSER, GABEL, LÖFFEL, TUCH

DER ZERO-
WASTE-ETUI-
VERSUCH.

Unterwegs zu essen und keinen Müll zu hinterlassen, bedeutet sich vorzubereiten. Die Nachhaltigkeitsberaterin Laura Konieczny zeigt, wie eine Zero-Waste-Ausstattung für ein Picknick selbst hergestellt werden kann:



www.zerowasteyourlife.de

FOTOS: Hintergrund: Dmitry Naumov/123RF.com | Kokoroyuki/123RF.com

1. Einen festen Baumwollstoff so abmessen, dass in der Breite alles Gewünschte der Wahl – Löffel, Messer, Gabel, Stoffserviette, Teller – nebeneinander liegt und nach beiden Seiten je 0,5 cm Luft hat. Um die richtige Höhe zu finden, gibt man zum längsten Gegenstand ca. 15 cm hinzu.
2. Stoff doppelt legen und mittig an den Rändern Stoffbänder zwischen die Lagen legen. Mit den Bändern bindet man später das fertige Etui zu.
3. Die zwei Stofflagen an den vier Rändern zusammennähen. Jetzt den unteren Rand so weit umklappen, dass alle Utensilien Platz finden, oben aber noch ein breiter Rand zum Umklappen verbleibt. Fächer abnähen.
4. Etui befüllen, oberen Teil umklappen, zusammenrollen und mit den Bändern zubinden. Fertig!

VORHER



VOM SITZER...

FOTO: Flow Khorrani (Unsplash)

Wer ein Auge für Upcycling hat, erkennt, dass in einer Fabrik für Autositze mehr übrig bleibt als Autozubehör. Die Geschwister Bastian und Sandra Baumann entwickelten aus den Produktionsresten eine ganze Schuhmarke mit dem Namen Zweigut.

Das Obermaterial der Schuhe besteht zum Teil aus dem Leder alter, aber nicht verwendeter Autositze. Der Laufsohle werden Überreste von Sohlenfabriken beigemischt. Sie mindern damit die Müllproduktion der Schuhindustrie. Die Geschwister arbeiten mit Fabriken in Portugal und Spanien, die sie regelmäßig persönlich besuchen.

www.zweigut.de

AUSGEZEICHNETE IDEE

UND DIE
GEWINNERIN
IST...

.... PATRICIA ESCHENLOHR mit Landpack

Applaus, Scheinwerfer, glänzende Augen. Selten bekommt eine Jutetasche, eine Strohhplatte oder eine Hanfkiste so viel glamouröse Aufmerksamkeit, aber deren Entwicklerin Patricia Eschenlohr wurde genau für diese Verpackungen mit dem begehrten Victress-Award für mutige Frauen ausgezeichnet. Ihr Unternehmen Landpack, das sie zusammen mit ihrem Mann führt, bietet ökologische Alternativen zu Styroporverpackungen an. Die Dämmplatten, Thermoboxen oder Füllstoffe werden aus Stroh, Hanf und Jute allesamt aus nachwachsenden Rohstoffen erzeugt, die in der Produktion viel weniger Energie verbrauchen als Styropor und außerdem zum großen Teil im Biomüll entsorgt werden können.

www.landpack.de | www.victress.net

WELTIDEE

Die Brüder Oscar und Daniel Kravina träumen einen alten Kolonialhandelstraum: Sie wollen Kaffee, Kakao, Kardamom, Rotwein und Schnaps aus Costa Rica, Guatemala, Honduras und Kolumbien mit einem Segelschiff nach Europa bringen und verkaufen. Das klingt zunächst wie eine Geschichte aus längst vergangenen Tagen, ist aber eine zukunftsweisende Idee angesichts knapper werdender Ressourcen und Schiffsunglücken, die die Meere mit Öl verpesten. Ihr Schiff,

die SV Brigantes, wird derzeit auf Sizilien von einer segelbegeisterten Mannschaft flottgemacht, allesamt Miteigentümer. Denn die Gebrüder Kravina finanzieren ihr Projekt, indem sie Anteile ab einhundert Euro an dem Schiff verkaufen. Ist es seetauglich, wollen sie ihre Waren nachhaltig und fair nach Europa transportieren, eine Kaffeemarke gründen, vielleicht sogar eine eigene Bar. Die SV Brigantes soll eine eigene Marke werden. Wirft sie Gewinn ab, profitieren die Anteilseigner.

Die
Kaffee-
fähret
die
Zukunft



www.brigantes.eu

NACHHER



...ZUM FLITZER

FÜR
SCHLAUE
HÄUSLE-
BAUER

Wer jemals gebaut oder auch nur als Heimwerker gearbeitet hat, weiß, wie teuer die Materialien sind und dass man sie selten in genau den Mengen kauft, die man auch wirklich braucht. Genau daraus hat die Initiative Materialrest24 ihre Geschäftsidee entwickelt: Sie bietet eine Plattform auf der Handwerksbetriebe Restmengen nagelneuer Materialien zu günstigeren Preisen verkaufen. Dämmplatten, Dübel, Fliesen, Ziegel, Holzplatten – es gibt nichts, was es nicht gibt. Nachhaltig ist das Ganze natürlich auch, denn indem der Überschuss verkauft wird, werden neue Ressourcen geschont.

www.materialrest24.de

FOTO: Yoann Siloine (Unsplash)

VON KOPF BIS

Manchmal macht es eben Peng! Das weiß der Orthopädienschuhmacher Hagen Matuszak nur zu gut. Als der 22-Jährige vor einigen Jahren überlegte, womit er seinem Leben und Arbeiten einen Sinn geben könnte, hatte er plötzlich den Geistesblitz: einen Rettungsdienst für Turnschuhe. 10.000 Tonnen Schuhe landen allein in Deutschland jedes Jahr auf dem Müll. Ein Wahnsinn, besonders wenn die eigenen Lieblingsturnschuhe darunter sind, mit denen man die größten Abenteuer durchschritten hat. „Wir müssen aufhören, mit Schuhen so viel Müll zu machen“, findet Matuszak und bietet an: Wer ihm ein Foto seiner Schuhe schickt, erhält einen Kostenvorschlag, kann den Schuh vorbeibringen oder auch einschicken und erhält ihn kurz darauf repariert zurück. Denn alte gewachsene Liebe ist wertvoll. Sie sollte gepflegt werden. Es macht nicht immer Peng.

SNEAKER auf eingestellt

www.sneaker-rescue.de



In einem Kiezbett kann man mit ruhigem Gewissen einschlafen: das Kiefernholz stammt von regionalen Bäumen. Die Lieferung erfolgt im Schweiße des Berliner Angesichts – mit einem Fahrradkurier und in einer Mehrwegverpackung, die für viele Betten genutzt wird. Davon haben alle etwas: die regionalen Tischlereien, deren Handwerk gefragt wird, die Förderwerkstatt Stephanus-Stiftung, die Holz veredelt und am Umsatz beteiligt ist, und die Umwelt. Denn pro verkauftes Bett werden vier Bäume nachgepflanzt. Sogar die Vögel profitieren: Während sie brüten, wird kein Holz für das Kiezbett geschlagen. Eine Pointe mit Vögeln und Betten sparen wir uns aber – der Umwelt zuliebe.

www.kiezbett.com

TRÄUMCHEN



FOTO: Julia Kneuse

GRÜNE HÖRNER

RICHTUNGSWEISEND



www.streetcycled.com

Alte Verkehrsschilder haben auf ihrem eigenen Weg eigentlich nur eine Richtung: die Sackgasse. Werden sie nicht mehr gebraucht, dann werden sie eingeschmolzen und produzieren dabei umweltschädliches CO₂. Völlig unnötig, finden die Gründer der ehemaligen Schülerfirma „Streetcycled“ in Düsseldorf und bewahren die ausgemusterten Schilder vor den Flammen, indem sie sie zu Einrichtungsgegenständen umarbeiten. Als Uhr, Garderobe, Beistelltisch und Tablett erwartet die Schilder ein zweites Leben.

ABER BITTE MIT LÖFFEL!

DAS GEHT

Eissorten gibt es in vielen Geschmacksrichtungen. Eislöffel jetzt auch. Das Unternehmen Spootainable will Eislöffel aus Plastik durch eine essbare Alternative ersetzen. Spootainable heißt sie und wird aus den Fasern der Kakaoschale gewonnen. Der Löffel ist genau so stabil, dass er eine Stunde lang im Eis oder Joghurt nicht bricht und genau so weich, dass man ihn hinterher wie einen Keks aufessen kann.



www.spootainable.com

Wer seine Biotonne richtig füttert, hilft, saubere Energie zu produzieren und für gesunde Böden zu sorgen.

SCHON GEWUSST?
Haushaltsabfälle biologischen Ursprungs wie Obst- und Gemüse-schalen, Speisereste oder Gartenabfälle gehören nicht in den Hausmüll. Um dieses wertvolle Biogut sinnvoll zu nutzen, gibt es die Biotonne. Das ist gut, denn ihren Inhalt bereitet die BSR auf. Biogut wird zu klimaneutralem Biogas, mit dem rund 150 Müllautos betankt werden, und zu Kompost für die Landwirtschaft verarbeitet.

SCHON GEHECKT?
Plastik gehört nicht ins Biogut. Gelangen Kunststoffe in den Verwertungskreislauf, können sie über die Landwirtschaft in unserer Nahrungskette landen. Das betrifft insbesondere Plastikbeutel, die nicht verrotten und in Kompost- und Vergärungsanlagen aufwändig aussortiert werden müssen.

SCHON PROBIERT?
In der eigenen Küche kann man Biogut in einem Vorsortierbehälter mit Luftschlitzen gut sammeln. Einfach mit kompostierbaren Papierbeuteln befüllen und sich freuen, dass die Reste so aufbewahrt nicht muffeln. Altes Zeitungspapier eignet sich auch zum Einwickeln des Bioguts, denn es bindet unliebsame Gerüche. Den Behälter gibt es übrigens unter www.BSR.de/Shop

SCHON SPAZIERT?
Biogut muss nicht in einem Eimer gesammelt werden. Wer kleinere Behälter nutzt, spaziert täglich zur Biotonne, hält aber die eigenen vier Wände frei von möglichem Fruchtfliegen-Besuch oder üblen Gerüchen. Geeignet sind aufgeschnittene, leere Getränkekartons, die dann in die Wertstofftonne wandern oder Töpfe und Schalen, die ausgewaschen und wiederverwendet werden können.

SCHON MITGEMACHT?
Wenn es im Haus mit dem Trennen von Biogut besser klappen soll, hilft das Aktionspaket BioLogisch! Es beinhaltet viele Infos und praktische Tipps zur Biosammlung. Einfach den Vermieter ansprechen und darum bitten, das Paket hier zu bestellen: www.BSR.de/biologisch

Mehr Infos unter www.BSR.de/Biogut

ILLUSTRATION: Juliane Fliep



WAS IST EIGENTLICH EIN: SUSLET?

Fabian Frei und Wolfgang Schimpfle,
Gründerteam

Zugegeben: Der Name klingt, als hätte man eine Süßspeise mit Raclette gekreuzt. Und mit Genuss hat Suslet auch durchaus zu tun – und mit gutem Stil. Suslet ist ein Wortspiel, das Sustainable und Outlet kombiniert: Es ist also ein nachhaltiges Outlet – und zwar das erste auf der ganzen Welt. Selbst bei einer ökologisch und sozial nachhaltigen Produktion entsteht immer auch Überschuss. Das fanden wir im Rahmen unserer Arbeit für unser eigenes Label Degree Clothing heraus. Wir wollten dieser Überproduktion so schön wie möglich entgegenreten. So kamen wir auf unser Motto: „Kein Kleidungsstück bleibt zurück.“ Konkret bedeutet das, dass wir von ganz unterschiedlichen Händlern überschüssige nachhaltige Mode erhalten, die wir dann auf Kommissionsbasis im Suslet verkaufen. Wer zu uns in die Augsburger Innenstadt kommt, kann auf 200 Quadratmetern ganz unterschiedliche Mode entdecken – nicht nur T-Shirts aus Biobaumwolle. Wir führen Streetwear, Jeans, Schuhe, Kindersachen und sogar „organic couture“. Die Textilien sollen schön, langlebig und nachhaltig sein. Und natürlich billiger: manche Stücke bis zu 70 Prozent. Wichtig ist uns auch, dass die Sachen wirkliche Rückläufer sind und nicht extra minderwertiger für den Outlethandel produziert wurden. Das haben wir im klassischen Outlethandel häufiger beobachtet. Wer bei uns einkauft, erhält zusätzlich die sogenannte Suslet-Pille: Darin befinden sich Samen für besonders pollenreiche Blumen. Genuss hat ja sehr viele Facetten.

www.suslet.com

*Ich war
einmal ...*

RUF AUS SIZILIEN

... eine saftige Orange aus Sizilien. Mein halbes Leben bestand darin, am Baum zu hängen und in der Sonne zu reifen. Bis mich die Orangenbauern pflückten, in Körbe warfen und das letzte bisschen Saft aus mir herauspressten. Normalerweise wäre hier Schluss für mich gewesen, aber zum Glück entdeckte die Modedesignerin Adriana Santanocito vor vier Jahren, was in der besseren Hälfte jeder Orange – der Schale – wirklich steckt. Nach ihrem Modestudium in Mailand kam sie auf die Idee, aus Orangenschalen Textilfasern zu gewinnen. Den sizilianischen Orangenbauern kam das wie gerufen, denn sie hatten große Probleme, die vielen Schalen zu entsorgen, die beim Saftpressen entstehen. Und ich war glücklich, nicht einfach ausgequetscht und auf den Müll geworfen zu werden! In einer kleinen Fabrik, die extra für mich und die anderen Orangen gebaut wurde, gelang es Adriana und ihrem Team mithilfe von Nanotechnologie aus meiner Schale die Fasern so herauszulösen, dass sie Garn daraus spinnen konnten.

Wer hätte gedacht, dass aus meiner schrumpeligen Haut ein seidenweiches Garn wird?

Glänzend aufgelegt ging es dann für mich zurück nach Italien, wo ich in Como zu Stoff gesponnen wurde. Jetzt roch ich zwar nicht mehr nach Orange, war aber dafür so weich und anschmiegsam wie Seide. Genau das Richtige für die modeaffinen Italiener! Als das traditionsreiche Label Salvatore Ferragamo beschloss, eine Kollektion mit Orangenfasern zu schneiden, hoffte ich nur auf eines: bitte nicht in Orange. Denn das war einmal.

www.orangefiber.it



FOTO oben Iryna Denysova/123RF.com

DER SCHIRMHERR DES GUTEN



Thierry Millet ist in Europa der Einzige seiner Art. In seiner Werkstatt Maison Peps in Paris repariert er etwa 9.000 Regenschirme pro Jahr, und zwar so gut, dass Menschen aus aller Welt zu ihm kommen. „Viele hängen an ihrem Regenschirm“, sagt Millet, „er hat sie begleitet und beschützt.“ Wenn seine Kunden ihm Schirme mit verbogenen oder fehlenden Speichen, geborstenem Knauf oder zerrissenem Dach bringen, macht es für den Handwerker keinen Unterschied, ob der Schirm teuer oder billig war. Er repariert sie alle. Verglichen mit den 15 Millionen Schirmen, die allein in Paris jedes Jahr auf dem Müll landen, ist seine Arbeit zwar scheinbar nur ein Tropfen im Regenschirm. Aber: „Das Material, aus dem Regenschirme sind, ist nicht recycelbar, es hinterlässt Rückstände in der Erde“, sagt er. Dagegen will er etwas tun. „Sonst werden unsere Kinder und Enkelkinder Karotten essen, die nach Regenschirm schmecken.“

www.peps-paris.com

FOTO Stephan Gabriel



DAS NÄCHSTE GRÜNE DING

TEXT Louisa Lagé | FOTOS Maurice Kohl

Zirkuläres und nachhaltiges Wirtschaften waren bislang eher Themen von Öko-Pionieren, Einzelkämpfern und Nischenmärkten. Aber um wirklich einen anderen Umgang mit Ressourcen herbeizuführen, muss auch die Großindustrie mitziehen. Wir haben in fünf großen Konzernen nachgeschaut: Ist deren Engagement Greenwashing oder wirklich grün?

FISCH UND FOLIEN GEHÖREN HEUTE MEHR ZUSAMMEN, ALS UNS SCHMECKT.

Wenn Dietmar Hoffmann langweilig ist, dann scharwenzelt der 53-Jährige in die Küche seines Hauses in Loxstedt, etwa zehn Kilometer südlich von Bremerhaven. Etwas versteckt auf der Mikrowelle steht ein großer 30er-Jahre-Messbecher aus Metall, „schön rustikal“. Darin sind Hoffmanns kleine Schätze: Korke, Batterien, Verschlüsse von Milchpackungen, Kaffeekapseln. All diese kleinen Dinge, die eigentlich Müll sind, aber irgendwie auch kostbar. Alle zwei Wochen etwa sortiert Hoffmann das Sammelsurium deshalb pingelig auseinander und entsorgt es in seine 14 Müllstationen. „Du mit deiner Sammelleidenschaft“, sagt seine Frau dann immer und meint es liebevoll.

Mit Hoffmann ist es wie mit der Henne und dem Ei. Man weiß nicht, was zuerst da war: seine Leidenschaft für ordentliche Mülltrennung oder sein Job als Abteilungsleiter für Qualitäts- und Nachhaltigkeitsmanagement bei der Nordsee GmbH. „Man muss es selbst anfangen und vorleben, ganz einfach“, sagt Hoffmann in pfälzischem Dialekt, der sich im Zusammenhang mit Nordsee genauso unerwartet anhört wie das Thema Müllvermeidung. Dabei gehören Fisch und Folien mittlerweile leider mehr zusammen, als uns gut schmeckt.

Glaut man Experten, könnte schon im Jahr 2050 mehr Plastik im Meer schwimmen als Fische. Es ist das Resultat von übermäßigem und fehlgeleitetem Konsum und von den Müllbergen, die daraus entstehen: Fünf Milliarden Kleidungsstücke kaufen die Deutschen jährlich, 16 Milliarden Plastikflaschen trinken sie aus und würde man die elf Millionen täglichen Zustellungen im deutschen Onlinehandel stapeln, käme man laut Greenpeace auf einen Turm mit der in etwa zweieinhalbfachen Höhe des Mount Everest. Das Ergebnis: 18,16 Millionen Tonnen Verpackungsabfall in Deutschland 2016.

Dass es so nicht weitergehen kann, rückt immer mehr ins Bewusstsein der Konsumenten. Das Umweltbundesamt erhebt alle zwei Jahre, welchen Stellenwert Umwelt und Klima bei der deutschen Bevölkerung haben. Mehr als zwei Drittel der Gesellschaft empfinden dieses Thema als die entscheidende Aufgabe für die Zukunft. Die Unternehmen wissen um diesen, um ihren

Auftrag. Und sie liefern scheinbar: Jährliche Nachhaltigkeitsberichte, große Werbekampagnen mit grünen Blütenwiesen, mit glücklichen afrikanischen Kindern oder Händen, die Bäume in ihren Handflächen halten. Das alles soll dem Verbraucher suggerieren, dass nachhaltiges Wirtschaften die Chefetagen und Vorstände großer Konzerne erreicht hat. Dass endlich etwas passiert. Von Müllvermeidung ist die Rede, von Zero Waste, von Up- und Recycling und von Kreislaufwirtschaft. Doch ist das Gebaren derer, die so lange von der verschwenderischen und zerstörerischen Seite der Medaille gelebt haben, wirklich ernst zu nehmen?

Ja, sagt Dietmar Hoffmann inbrünstig. Als er 1989 bei Nordsee anfang, verkauften die Läden das Essen zum Mitnehmen noch in einer 28 Gramm schweren Plastikfisch-Verpackung. „Damit hab’ ich mir regelmäßig den Gelben Sack aufgeschnitten“, erzählt er und lacht. Wohl auch, weil der Plastikfisch to go längst in den Untiefen der Nordsee GmbH versunken ist.

Heute landen Alaska-Seelachs und Bratkartoffeln in Verpackungen aus einem Material namens Bagasse. Das faserige Nebenprodukt der Zuckerrohrherstellung wird zu einem Brei verarbeitet und unter Hitze in Form gebracht. Die Verpackungen bei Nordsee sind damit zu 100 Prozent aus ohnehin anfallenden Resten hergestellt und biologisch abbaubar. Allerdings werden sie, realistisch betrachtet, wohl meistens im Straßenpapierkorb landen und da wird nichts kompostiert. Um Rohstoffe aus Europa zu verwenden, erforscht Nordsee außerdem mit dem Alfred-Wegener-Institut Verpackungen aus Makroalgen. Nicht alle mögen das: Manch einen Kunden stört der Geruch, sagt Hoffmann.

Die Experimente mit Verpackungen reihen sich ein in viele andere Maßnahmen, die Nordsee in den vergangenen Jahren durchgeführt hat: Roten Thunfisch oder Zackenbarsch findet man auf keiner Speisekarte, denn sie sind vom Aussterben bedroht. Lieferanten werden regelmäßig auf soziale und umweltrechtliche Nordsee-Standards überprüft. Zusätzlich fördert Nordsee den Verkauf von bio-zertifizierten Produkten und baut diesen Bereich laut eigenen Aussagen schrittweise weiter aus.

reduce

Das erste „R“ der Abfallhierarchie ist die Müllvermeidung. Denn der beste Müll ist jener, der gar nicht erst entsteht. Wer sich also freut, dass er für seine Äpfel keine kleinen Plastikbeutel mehr im Supermarkt zieht, sondern die Früchte stattdessen in Papiertüten steckt, der sollte überlegen, ob er sie nicht einfach mal lose in seinen Korb legt.

„SICH ALS UNTERNEHMEN FÜR DIE UMWELT ZU ENGAGIEREN, IST HEUTE KEINE KÜR MEHR, SONDERN PFLICHT.“

Dietmar Hoffmann, Nordsee



**„ICH BIN UNSERE GRÖßTE
KRITIKERIN: ICH MAG ES,
PROBLEME ZU FINDEN UND
ZU LÖSEN.“**

Ruth Andrade, Lush

AUS ANGST VOR GREENWASHING- VORWÜRFEN REDEN VIELE KONZERNE NICHT ÜBER NACHHALTIGKEITSSTRATEGIEN.

An dem Geschäftsmodell von Nordsee ändert das nichts: Der Systemgastronom verkauft Fisch im großen Stil, versorgt mehr als 19 Millionen Kunden mit einem Mehr vom Meer – nicht gerade das nachhaltigste Geschäftsmodell in Zeiten von Überfischung und Antibiotika-Zuchtskandalen. Zwar trägt der Konzern unter anderem das Nachhaltigkeitssiegel MSC. Der „blaue Fisch“ ist jedoch umstritten. So werden immer wieder Berichte publik, wonach auch mexikanische Thunfischflotten das Siegel tragen oder Grundschnepnetze vom MSC akzeptiert werden.

„Wir sind auf der Welt, um Essen zu verkaufen.“ Da ist Hoffmann ganz nüchtern. Man sei als Unternehmen in einer „Betreiberpflicht“: Ein Grundstock an Produkten muss in der Auslage liegen, damit die Kunden sich schnell etwas Leckeres aussuchen können. „Unsere Gäste haben nun mal nicht immer Zeit oder Verständnis dafür, dass auch mal ein Produkt alle sein könnte“, sagt Hoffmann. Teilweise werden die Fischwaren jedoch erst kurz vor Ladenschluss aufgefüllt oder Kunden bleiben plötzlich aus. „Da können wir noch so tolle Planungssysteme haben.“

Der Lebensmittelverschwendung begegnet der Konzern mit drei Maßnahmen: 97 Prozent der Filialen sind registrierte Anbieter bei „Too Good to Go“, einer App, mit der Nutzer übrig gebliebenes Essen billiger erwerben und so vor der Mülltonne bewahren können. Wer es lieber analog mag, kann aber auch in der Nordsee-Filiale 30 Minuten vor Ladenschluss und ganz ohne

App alle Produkte um dreißig Prozent reduziert kaufen. Und wenn das Lachsfilet vor Ort einfach nicht mehr in den Magen passt, kann man sich jederzeit an einer Doggybag-Station eine Bagasse-Verpackung ziehen und das Essen einfach mitnehmen. „Sich als Unternehmen für die Umwelt zu engagieren, ist heutzutage keine Kür mehr“, erklärt Hoffmann. „Es ist Pflicht.“

Eine Pflicht, von der niemand etwas wissen soll? Das zumindest beobachtet das Branchenmagazin Horizont. So engagieren sich zwar immer mehr Konzerne für Nachhaltigkeit, kommunizieren dies in ihren Werbekampagnen aber wenig bis gar nicht. Ein Beispiel: der Lebensmittelhandel. Unternehmen wie Aldi, Rewe oder Edeka reduzieren ihren Plastikverbrauch seit Jahren sukzessive, in ihrer Kommunikation spielt das aber nur eine untergeordnete Rolle, so Horizont. Rewe zum Beispiel fahre große Kampagnen zu zuckerreduzierten Produkten, den schrittweisen Verzicht auf Plastik bewirbt der Handelskonzern verhältnismäßig weniger. Vielmehr begegneten die Initiativen der Händler den Kunden vornehmlich am so genannten „Point of Sale“ – an der Gemüsetheke beispielsweise.

Einen möglichen Grund dafür sieht Horizont aus Sicht der Unternehmen in der Gefahr, die Maßnahmen könnten als Greenwashing verstanden werden. Andere Konzerne fürchten, die Vermeidung von Plastik zu kommunizieren, weil sie so erst ein Bewusstsein bei den Verbrauchern schaffen, das weitere Begehrlichkeiten wecke, die die Unternehmen (noch) nicht bedienen können. Und wiederum andere Konzerne haben erst gar keine richtige Marketingabteilung, die ihre Mission verkünden könnte. Das ist zumindest beim Seifenhersteller Lush der Fall.

refuse

Die in Kalifornien lebende Béa Johnson gilt als Begründerin der Zero-Waste-Bewegung. Sie möchte „null Müll“ verursachen und schafft es nach eigener Aussage, mit ihrer Familie lediglich ein Konservenglas voll Reststoffe pro Jahr zu hinterlassen. Weil sie alles frisch kauft, selbst macht und bewusst konsumiert, lebt Johnson gesünder und spart bis zu 40 Prozent der Kosten, die in einem herkömmlichen Haushalt anfallen. Ihrem Beispiel sind weltweit Menschen gefolgt.

KEIN DRUMHERUM

„Ich finde die Jellybombs ganz interessant, da ist ja auch Agar-Agar mit drin und das macht das Wasser ein bisschen geleeartig.“ Dennis Oprisa steht vor einem Regal voll unzähliger, quatschbunter Badebomben. Es duftet nach Zitrone, Kokos, Rose und Kakaobutter, aus den Lautsprechern schallt laute Popmusik. Nach kurzem Zögern greift der Lush-Verkäufer nach „Secret Arts“, einer schwarzen Kugel, die mit „außen düster, innen lieblich“ beschriftet ist.

Er lässt sie in ein kleines Wasserbecken gleiten, die Kugel fängt an, sich sprudelnd aufzulösen, das Wasser wird dick, herbwürziger Duft steigt auf. „Merkst du schon was?“, fragt er. „Das ist halt wirklich Spaß vom Feinsten, ich meine: schwarzes Glitzerwasser! Das ist doch das, wovon man träumt, oder?“

ETWA NEUN VON ZEHN DEUTSCHEN VERBRAUCHERN UNTERSTÜTZEN DEN TREND ZUM VERPACKUNGSFREIEN EINKAUF.

Badebomben sind einer der Kassenschlager in der Lush-Filiale am Alexanderplatz. Faustgroße Kugeln in pink, gelb, schwarz, blau, als Schildkröte, Schiff oder Aubergine. Bei Lush gilt: Je schriller, desto besser. Dass hinter der knallbunten Fassade des Konzerns eine nachhaltige Mission steckt, bei der es unter anderem um das Verbannen von Plastik geht, wissen nur wenige.

Denn noch beliebter als die Badekugeln sind die Shampoo Bars. Vor mehr als zehn Jahren hat Lush das feste Haarshampoo auf den Markt gebracht. Ein Stück hält für 80 Haarwäschen – und ersetzt damit drei Plastikflaschen. Und weil im Badezimmer noch weit mehr Plastik beseitigt werden muss, gibt es bei Lush auch Deos, Lippenstifte, Gesichtscremes, Duschgels und alle anderen Körperpflegeprodukte „nackig“, wie man bei Lush sagt. Kaufen kann man die zum Beispiel in den drei Naked Shops in Manchester, Mailand und Berlin.

„Wir sind in den vergangenen 30 Jahren in der Diskussion um Recycling weit vorangekommen“, erklärt Ruth Andrade. „Plastik einsparen ist der nächste Schritt.“ Andrade ist so etwas wie die Umwelttante bei Lush. Offiziell heißt ihre Position „Organisational Development and Carbon Drawdown“. Sie selbst bezeichnet sich aber viel lieber als schwarze Optimistin mit einem Hang zum Aktionismus. „Ich bin unsere größte Kritikerin. Ich mag es, Lücken und Probleme zu finden und zu lösen.“

Andrade glaubt daran, dass Unternehmen regenerativ sein können, und dazu gehört für sie nicht nur, dass Lush biologische und nachhaltige Zutaten für seine Kosmetikprodukte verwendet. „Wir wollen unseren CO₂-Verbrauch reduzieren, wassereffizient arbeiten, auf Biodiversität und nachhaltige Bodennutzung achten und auf Chemikalien verzichten“, erklärt sie. „Regenerativ bedeutet für uns aber auch, soziale und ethische Verantwortung zu tragen. Jeder Mitarbeiter soll entlang dieser Leitlinien handeln.“

Erst kürzlich sei ein Mitarbeiter völlig schockiert zu ihr gekommen, weil er herausgefunden hatte, dass die betriebliche Altersvorsorge unter anderem in Palmöl-Fonds investiert wurde. „Ich sagte nur: Änder das sofort!“, so Andrade. „Wir haben hier keine große Bürokratie und können deswegen schnell handeln.“

Lush geht in Sachen Nachhaltigkeit einen Sonderweg. So verzichtet das Unternehmen, das etwa 2015 ganze 574 Millionen

Britische Pfund Umsatz machte (damals 757 Millionen Euro), auf eine klassische Marketingabteilung. Werbeanzeigen, Sampling, Rabatte oder Sponsoring gibt es bei Lush nicht, stattdessen werden Aktivisten aus den Bereichen Menschenrechte, Umweltschutz und Tierschutz gefördert.

In den weltweit 932 Shops werden zudem ausschließlich LED-Lampen verwendet. Die Zutaten bezieht Lush in 67 Prozent der Fälle direkt vom Erzeuger. Auf Palmöl verzichtet Lush genauso vehement wie auf Tierversuche. Zudem unterhält der Konzern einen eigenen Werkstoff- und Recyclinghof in Großbritannien, den „Green Hub“, auf dem die Mitarbeiter den Lush-Müll (Verpackungen aus den Stores, aber auch die Reste aus der Manufaktur in Düsseldorf) selbst sortieren, reinigen und zerkleinern.

Unter deutschen Öko-Aktivisten ist Lush umstritten, weil es durch kein FSC-, Fairtrade- oder Bio-Siegel beglaubigt ist. Ruth Andrade kann diese Kritik nicht verstehen. „Zertifikate sollen Vertrauen schaffen, aber das wollen wir selbst und ohne Umwege über Labels aufbauen“, sagt sie. Zertifikate seien längst nicht so verlässlich, wie viele glauben. „Wir sehen das Fairtrade-Label und wir sehen, dass es nichts bringt. Über FSC reden wir bei Lush schon gar nicht mehr“, sagt Andrade und spielt dabei auf die Fälle asiatischer Unternehmen an, die Urwälder für Palmölplantagen abholzen und gleichzeitig als FSC-zertifiziert gelten.

Dass der Konzern jetzt komplett plastikfreie Läden eröffnet, macht in Deutschland auch betriebswirtschaftlich Sinn. Etwa neun von zehn deutschen Verbrauchern unterstützen den Trend zum verpackungsfreien Einkauf. Gerade im Bereich von Kosmetik und Drogerieartikeln sorgen doppelt eingepackte Zahnpasta oder Cremes für Unverständnis. „Wir hatten zwar auch viel Presse in Mailand, aber das war nichts im Vergleich zu Deutschland“, erklärt Andrade breit grinsend. Während die Umsätze in den anderen Shops der Welt nach der Umstellung sanken, stiegen sie in Berlin sogar noch. Hier kenne und schätze man das „Prinzip Unverpackt“.

In den anderen Lush-Läden fange man erstmal mit recycelten Verpackungen und einem pfandähnlichen Rücknahmesystem an. Als inkonsequent sei das nicht zu verstehen: „Wir beginnen ein Gespräch, machen darauf aufmerksam und zeigen, dass es geht“, sagt Ruth Andrade. „Und dann kommt es darauf an, was die Kunden damit machen.“

Schaut man sich die Studien zu nachhaltigem Kaufverhalten an, fällt auf, dass sich Politik, Industrie und Konsumenten gern gegenseitig den schwarzen Peter zuschieben, wer an dem Konsumüberfluss schuld ist. Laut einer Studie des Beratungsunternehmens PricewaterhouseCoopers verorten 45 Prozent der Befragten die Verantwortung zuallererst beim Hersteller und erst dann bei Handel und Politik. Sich selbst sehen die Verbraucher an letzter Stelle. Dabei braucht es für die meisten Nachhaltigkeitsideen auch bei Großkonzernen bewusste Kunden, die bereit sind Zeit, Geld oder Kraft zu investieren. Zum Beispiel bei IKEA, einem Möbelgiganten, der 2018 erstmals über 5 Milliarden Euro Umsatz machte – allein in Deutschland.

IM KREISLAUF HERUM

Als die Verkäuferin in ihrer gelb-blauen Uniformierung auf den kleinen Pressholztisch guckt, wirkt sie verduzt. „Ich wusste gar nicht, dass der auch dabei ist“, sagt die IKEA-Mitarbeiterin. „Was soll bei 5,99 Euro denn noch groß zurückkommen?“

Sie kniet sich zu dem Tisch, fährt mit den Fingern die Kanten ab, bleibt hier und da mit ihrem prüfenden Blick an kleinen Macken hängen. „Ich hole mal einen Kollegen.“ Doch auch der kann dem Tisch nicht helfen. „Der hat zu viele Macken, wer soll den denn noch nehmen?“, fragt er und bringt die Kundin in Verlegenheit. „Na gut, dann nehme ich ihn wieder mit“, sagt sie und schraubt die Beine traurig wieder ab. Keine zweite Chance für LACK also.

„Zweite Chance“, so heißt das neue Projekt der Nachhaltigkeitsabteilung des schwedischen Möbelimperiums IKEA. Das Prinzip ist einfach: Wer gut erhaltene Möbelstücke von IKEA nicht mehr haben möchte, kann sie zurückbringen und erhält 30 bis 50 Prozent des Kaufpreises in Form eines Gutscheins. Die gebrauchten Möbelstücke kommen in die Fundgrube und werden zum gleichen Preis plus Mehrwertsteuer weiterverkauft. „Wir glauben, dass die Kreislaufwirtschaft der richtige Lösungsansatz ist, um dem Ressourcenmangel zu begegnen“, erklärt Cornelia Obitz, die die zuständige Projektleiterin im Bereich Sustainability bei IKEA Deutschland ist. Auch hier beobachte man, dass die Verbraucher immer mehr Bewusstsein für Verschwendung und Nachhaltigkeit entwickeln. „Die Zweite Chance soll eine einfache

reuse

Das zweite „R“ der Abfallhierarchie weist darauf hin, Dinge häufiger zu benutzen und damit eine längere Lebensdauer zu gewähren. Durch Reparieren, Weiterreichen oder auch Sharing bleiben wertvolle Ressourcen länger erhalten.

und transparente Lösung bieten, ihre gebrauchten IKEA-Möbel weiterzuverkaufen.“

389 Tonnen Lebensmittel, die nicht im Küchenabfall gelandet sind. 49,4 Prozent weibliche Führungskräfte und 230 Prozent Wachstum im Geschäft mit privaten Solaranlagen. Mit diesen Kennzahlen wirbt IKEA in seinem aktuellen Nachhaltigkeitsbericht. Sie stehen für die drei Säulen, auf denen seine Nachhaltigkeitsstrategie fußt: gesünderes und nachhaltiges Leben, Zirkularität und klimafaires Handeln sowie Fairness und Gleichberechtigung. „Kunden, NGO's und Stakeholder erwarten von uns, dass wir Verantwortung übernehmen“, so Obitz. Möbel oder Accessoires aus recycelten Materialien verkörpern diesen Wunsch, ebenso wie die 2017 in Kaarst eröffnete Filiale: Das Gebäude verfügt über eine Solarthermie- und Photovoltaikanlage. Regen- und Abwasser werden wiederverwendet, mehrere mit dem NABU entworfene Gärten im Außenbereich sollen Igel, Fledermäusen und Eidechsen einen Zufluchtsort bieten.

Auf die Möbelproduktion übertragen, heißt das Prinzip „democratic design“: So werden Obitz zufolge schon beim Entwurf die Faktoren Form, Funktion, Qualität, Preis und eben auch Nachhaltigkeit bedacht. Auf Schwedisch heißt das dann „Odger“ oder „Tanum“: Odger ist ein Stuhl mit einer Sitzschale aus 70 Prozent recyceltem Kunststoff und 30 Prozent nachwachsendem Holz. Tanum war eigentlich mal ganz viele: Die bunten Farben des Teppichs stammen aus den vielen Stoffresten, die bei der Fertigung der IKEA-Bettwäsche in Bangladesch anfallen.

Die Zweite-Chance-Idee des Möbelkonzerns klingt zunächst gut, entpuppt sich aber beim näheren Hingucken als geradezu überflüssig. Mit dem Second-Hand-Geschäft begibt sich IKEA auf einen Markt, der längst existiert. Wer auf Second-Hand-Portalen wie Ebay und Shpock nach gebrauchten Möbeln stöbert, kommt an den Schwedenklassikern Pax, Malm und Hemnes kaum

WAS DIE EINEN NICHT MEHR WOLLEN, HAT FÜR DIE ANDEREN EINEN WERT.

vorbei. Konkurrenz wolle man Online-Portalen wie Ebay oder Shpock aber nicht machen, erklärt Obitz. „Wir bieten dem Kunden an, den Wiederverkauf transparent abzuwickeln, so bleibt sein Aufwand gering“, erklärt Obitz. Wozu ein Möbelverkauf „transparent“ sein muss, sagt sie aber nicht. Und auch die Erfahrung mit dem kleinen LACK-Tisch hat gezeigt, dass die Aktion deutlich aufwändiger ist als über Ebay-Kleinanzeigen: Schließlich muss der Kunde den Deal zunächst online vorbereiten, um das komplett aufgebaute Möbelstück dann zu IKEA zu schleppen und schließlich einen IKEA-Gutschein statt Bargeld dafür zu erhalten.

Schaut man sich die „Nachhaltigkeitsinitiative“ genauer an, ist noch ein anderer Aspekt spannend: IKEA Deutschland experimentiert schon seit geraumer Zeit mit seinen Rücknahmeregelungen. 2014 hatte das Unternehmen den Kunden ein lebenslanges Rückgaberecht gewährt. Zwei Jahre später durfte nur noch das zurückgebracht werden, was innerhalb der letzten 365 Tage gekauft wurde. Mit dem Start der „Zweiten Chance“ am 1. September 2018 wurde diese Regelung fast unbemerkt eingeschränkt: Jetzt dürfen nur noch neue, unbenutzte Dinge retourniert werden.

Ob die „Zweite Chance“ vom Projekt zu einem dauerhaften Angebot wird, ist noch nicht entschieden. Derzeit testet IKEA Deutschland sie in fünf Filialen und mit etwa 1.000 der 10.000 Artikel des Sortiments. Cornelia Obitz ist aber optimistisch. Was die einen nicht mehr haben wollen, hat für andere offenbar noch einen Wert.

OHNE PFAND

Dass Müll eine Frage der Betrachtung ist, weiß man nicht nur bei IKEA. Bei Coca-Cola in Genshagen ist das Wort „Müll“ regelrecht verboten. „Alles hat einen Wert“ prangt da in großen Lettern über dem 2.000 Quadratmeter großen Recyclinghof. Die Mitarbeiter haben das fast mantraartig verinnerlicht.

Karolin Övünc steht im Vorraum zur Produktion, zieht erst ihr Haarnetz, dann das beige-braune Coca-Cola-Basecap auf. Als Letztes setzt sie ihre persönlichen, individuell angepassten Ohrstöpsel ein. Dann hält sie die verpackten Einmalohrstöpsel ihrer Gäste hoch. „Woraus bestehen die?“ Die Gäste raten. Kunststoff? „Plastik und Schaumstoff. Deswegen müssen sie leider in den Restmüll.“ Und genau bei solchen kleinen Problemen fängt Övüncs Arbeit an. Karolin Övünc ist so etwas wie die Herrin der Wertstoffe in Genshagen. Seit 2003 arbeitet die Berlinerin bei „Coke“, wie man hier sagt. Nach ihrer Ausbildung blieb sie im Unternehmen, studierte nebenberuflich Wirtschaftsingenieurwesen, arbeitete sich schrittweise hoch.

Heute ist sie Leiterin der Planung und Beschaffung. Mindestens genauso wichtig wie ihr Job ist ihr die Umwelt. „Ich verbringe wahrscheinlich genauso viel Zeit am Standort wie bei meinem Pferd und in der Natur“, sagt sie. „Mir war immer die Frage wichtig: Wie kann man etwas zurückgeben?“ Die Antwort kam 2015, als Coca-Cola Deutschland ihr die Leitung des Pilotprojektes Kreislaufwirtschaft anbot. „Ich war sofort dabei!“

Övünc ist eine leise, aber sehr bestimmt auftretende Frau. Festen Schrittes geht sie durch die Fabrik, grüßt hier und da einen Mitarbeiter. Eigentlich müssten an den Produktionslinien neben ihr gerade Einwegflaschen geformt, gewaschen und mit Cola, Fanta, Sprite gefüllt werden. Heute hängen nur ein paar Cola-Uniformierte in den Motoren der Maschinen. „Wir haben eine technische Störung“, sagt Övünc, als wäre das nicht weiter schlimm, und führt an den verschiedenen Müllstationen vorbei. Diese bestehen aus zumeist drei bis vier Containern, so genannten Kippmulden, die mit Aufklebern in verschiedenen Farben und mit kleinen Symbolen beklebt sind. „Trayfolie bunt“ steht da, „Strapexbänder“ oder „Pappkerne“.

Die 300 verschiedenen Tonnen im und um das Werk und die Aufkleber darauf sind Övünc zu verdanken. Drei Monate lang hat sie das Müllaufkommen der Coca-Cola-Produktionsstätte analysiert und systematisiert. Sie unterteilte die Wertstoffe dabei in über 50 statt nur vier verschiedene Arten. Sie vereinbarte mit Zulieferern, dass diese ihre Verpackungsmaterialien selbst wieder mitnehmen und recyceln. Und sie ersetzte Restmüllposten durch nachhaltige Alternativen. Einmalohrstöpsel zum Beispiel hat sie durch persönliche, individuell angepasste Ohrstöpsel ersetzt.

„KUNDEN UND STAKEHOLDER ERWARTEN VON UNS, DASS WIR VERANTWORTUNG ÜBERNEHMEN.“

Cornelia Obitz, IKEA



**„WIR TUN DOCH SO
VIEL, WARUM WIRD
DAS NICHT GESEHEN?“**

Karolin Övünc, Coca-Cola

**6.000 EINWEGFLASCHEN
PRO STUNDE – EIN ALBTRAUM.**

Das Ergebnis ist eine Recyclingquote von über 99 Prozent – kein unerheblicher Wert für eine Fabrik, die im Monat 35 bis 50 Tonnen Müll produziert. „Es ist ein großer Erfolg“, schwärmt Övünc, die die Standortmitarbeiter in insgesamt 1.600 Stunden geschult hat. Gänsehautfeeling bereite es ihr, wenn sie sehe, wie die nun mitziehen. „Hier hat sich ein richtiges Feuer entfacht.“ Ein Feuer, das Karolin Övünc am Lodern hält. Sie weiß: „Das ist kein Thema, wo man sagen kann, Schublade zu, das ist jetzt abgeschlossen.“

Genshagen ist der erste von insgesamt 18 Standorten von Coca-Cola in Deutschland mit dem neuen Sortiersystem. Weitere sieben wollen nachziehen. Seitdem steht Övüncs Telefon nicht mehr still. Coca-Cola in Deutschland gibt sich bemüht, nachhaltiger zu wirtschaften. So hat man sich im Bereich Verpackungen vorgenommen, bis 2025 „Vorreiter im Bereich nachhaltiger Verpackungen sein“, einschließlich des Einsatzes von nachwachsenden Rohstoffen. Den Anteil von Recyclingmaterial bei Einwegflaschen will man von 27,5 auf 50 Prozent steigern.

Das ändert nichts daran, dass der größte Getränkeproduzent in Deutschland den Anteil von Mehrwegflaschen seit Jahren senkt. Waren es 2015 noch knapp 54 Prozent, betrug er zwei Jahre später nur noch etwa 41 Prozent. Genshagen ist ein reiner Einwegstandort, etwa 60.000 Einwegplastikflaschen werden hier pro Stunde produziert – ein Albtraum für Nachhaltigkeitsexperten. „Die Diskussion um Plastik ist sehr emotional und die Mitarbeiter bewegt das Thema sehr“, sagt Karolin Övünc. „Wir tun doch so viel, warum wird das nicht gesehen? Ich glaube, wir müssen das noch mehr zeigen.“

recycle

Beim dritten „R“ der Abfallhierarchie geht es darum, die Wertstoffe so lange wie möglich im Kreislauf zu behalten. Dafür werden sie chemisch und physikalisch aufbereitet. Je besser der vermeintliche Müll getrennt ist, desto weniger Energie muss aufgewendet werden, um ihn zu recyceln. Dies scheint vor allem bei Plastik ein Problem zu sein: Wie „Der Spiegel“ herausfand, werden jährlich weltweit rund 350 Millionen Tonnen Plastik produziert, aber nur 9 Prozent davon weiterverwertet. Der Rest werde verbrannt, auf Müllhalden gelagert – oder lande im Meer.

Bei Coca-Cola in Genshagen bei Berlin macht man sich Gedanken darüber, wie man Reststoffe der Produktion sinnvoll sortieren und die Wertstoffe recyceln kann. 550 Kilometer weiter westlich, in der Düsseldorfer Firmenzentrale von C&A, einem der größten Textilhersteller der Welt, setzt man in der Kreislaufkette weiter vorn an: bei der Produktion.

VON WIEGE ZU WIEGE

Ganz einfach ist es nicht. Wer die ominösen „Cradle to Cradle Certified™-Shirts“ bei C&A am Berliner Alexanderplatz kaufen will, muss schon genau hinschauen. Gleich hinter dem großen Winterausverkauf und den Zwei-Euro-Shirts, kurz vor der Bio-Baumwoll-Kollektion, hängen sie. Über zehn verschiedene Farben hängen dem Regenbogen nach an einem Warenständer. Kein großes Schild, kein grüner Pfeil, keine John-Lennon-Musik deuten auf die Shirts, die gerade einmal neun Euro kosten und die Welt retten sollen. Zumindest die Mode-Welt. „Cradle to Cradle“ heißt das Prinzip, mit dem C&A die nachhaltige Zukunft einläutet. Von der Wiege zur Wiege sollen Kleidungsstücke zukünftig kontinuierlich in biologischen Kreisläufen gehalten werden. Auch der Verzicht auf Giftstoffe und Plastik spielt eine Rolle. Die Kleidung wäre damit theoretisch kompostierbar.

„Materialien sollen sicher und mehrfach nutzbar sein, Ökosysteme sollen geschützt und Menschen auch menschenwürdig beschäftigt werden“, sagt Charline Ducas, die Leiterin Globale Kreislaufwirtschaft bei C&A. „Das heißt für uns, dass wir schon bei der Herstellung an die nächste Nutzung denken.“ Man spreche also nicht vom Lebensende eines Produktes, sondern vielmehr von dessen Nutzungsende. Das sind große Worte für ein Unternehmen, das jährlich mehrere Hundert Millionen Kleidungsstücke verkauft, die in Ländern produziert werden, in denen faire Arbeitsbedingungen und Umweltschutz gelinde gesagt eher locker genommen werden. Länder wie Bangladesch, dessen Näherinnen weniger Lohn als ein Prozent des Ladenpreises eines T-Shirts bekommen.

DAS KOMPOSTIERBARE SHIRT DARF NICHT IN DIE BIOTONNE.

Doch C&A will neuerdings „Mode zu einer Kraft des Guten machen“. Von Umweltschutz, fairen Arbeitsbedingungen und Kreislaufwirtschaft ist da die Rede. Zwangs- und Kinderarbeit sollen abgeschafft und die Gemeinden gestärkt werden. Bis 2020 sollen darüber hinaus alle Produkte der Eigenmarken aus Bio- und Better-Cotton-Baumwolle hergestellt werden – und komplett giftfrei sein. Dazu verpflichtete sich der Konzern mit seiner Beteiligung an der Detox-Kampagne von Greenpeace.

Das Ergebnis ist nun also das kompostierbare Shirt, das laut aktuellen Müllbestimmungen allerdings gar nicht in der Bio-Tonne entsorgt werden darf. Aber das Kompostieren an sich sei auch gar nicht wichtig, erklärt Nachhaltigkeitsexpertin Ducas: „Das war nie die Bestimmung des T-Shirts. ‚Kompostierbar‘ soll einfach kurz und knapp sagen, dass alle Komponenten, von den Farben bis zu den Fäden, biologisch abbaubar und damit nicht schädlich für die Umwelt sind.“

Das ist nicht so simpel, wie es klingt. Wer einen Cradle to Cradle Certified™-Stempel auf seinem Produkt sehen will, muss einiges nachweisen: den Einsatz von umweltsicheren, gesunden und wiederverwertbaren Materialien sowie von regenerativer Energie, Wassereffizienz ebenso wie soziale Verantwortung. Kurzum: Es ist ein Haufen Arbeit. Oder wie Ducas es ausdrückt: „überdurchschnittlich viel Aufwand und beispieles viel Kollaboration.“

Ducas ist keine Anfängerin. Schon seit über zehn Jahren jongliert sie mit den Bällen Nachhaltigkeit und Mode, erst für Adidas, dann bei der Nichtregierungsorganisation Textile Exchange. Seit 2014 arbeitet Ducas bei C&A. Die C2C-Shirts forderten sie dennoch heraus. Das Problem: Kleidung besteht in der Regel weder ausschließlich aus biologischen noch ausschließlich aus technischen Materialien, sie ist ein Hybrid, deren Materialien nicht einfach getrennt werden können. Shirts zum Beispiel bestehen zwar aus Baumwolle, werden aber mit Fäden aus Polyester oder Nylon zusammengenäht und mit Waschanleitungen aus Polyester bestückt.

All diese Zutaten mussten ersetzt werden mit Materialien, die laut C2C-Zertifikat erlaubt sind und den Ansprüchen von C&A entsprechen. „Bei der Jeans zum Beispiel stellte uns das, was die Hose bequem macht, nämlich das Elastan, vor große Herausforderungen. In unserer Lieferkette gab es keines, das C2C-zertifiziert war“, erzählt Ducas. Erst nach intensiven Recherchen sei man fündig geworden: „Roica® V550“, der Trüffel der C2C-Welt – von Japanern erfunden, in Deutschland produziert.

Mit dem Ergebnis ist man zufrieden. Die nachhaltige Kleidung, die genauso viel kostet wie „normale“ Kleidung, funktioniert auch auf dem Massenmarkt. Immerhin vier Millionen C2C-zertifizierte Produkte hat C&A weltweit verkauft. Ducas' Erwartungen wurden damit übertroffen. Sicher, das ist nur ein Bruchteil der Gesamtverkaufszahlen, das weiß sie. Aber es ist eben auch ein Anfang: „Wir wollen den Anteil kontinuierlich steigern.“

Damit andere Unternehmen sich den aufwendigen und teuren Entwicklungsprozess sparen können, hat C&A die gesamte Anleitung samt „Zutatenliste“ veröffentlicht. Der für die Textilindustrie ungewöhnliche Schritt soll als Einladung verstanden werden, erklärt Ducas: „Wir wollen auch die anderen Hersteller darin bestärken, ihre Produktionsprozesse so schnell und effektiv wie möglich umzustellen. Wir können es nicht allein schaffen.“

rethink

Cradle-to-Cradle, von der Wiege bis zur Wiege, ist ein Müllvermeidungsprinzip, das Ende der 1990er Jahre vom deutschen Verfahrenstechniker und Chemiker Michael Braungart zusammen mit dem US-amerikanischen Architekten William McDonough entworfen wurde. Die Idee: ein Wirtschaftssystem, in dem alle Produkte am Ende ihrer Lebenszeit in etwas Neues, Gleichwertiges verwandelt werden – anders als bei der linearen Wirtschaft, in der die meisten Produkte wenig benutzt und dann weggeworfen werden. C2C unterscheidet in technische und biologische Kreisläufe. Wer eine Zertifizierung haben möchte, muss sich an strenge Vorgaben halten.

„WIR WOLLEN SCHON BEI DER HERSTELLUNG EINES TEXTILS AN DESSEN NÄCHSTE NUTZUNG DENKEN.“

Charline Ducas, C&A



**„PRODUKTE
VON GESTERN
MÜSSEN HALT
WEG!“**

INTERVIEW Louisa Lagé | FOTOS Maurice Kohl

Stefan Kreuzberger beschäftigt sich seit Jahren mit Nachhaltigkeitsstrategien in Politik und Wirtschaft. Im Interview erklärt er, wie man Marketingaktionen von wirklichen Nachhaltigkeitsstrategien unterscheiden kann, welche Rolle die Politik spielen sollte und wie Discounter unser Konsumverhalten beeinflussen.

Herr Kreuzberger, geht's heutzutage noch ohne Nachhaltigkeit?

Natürlich geht es nicht. Die Frage ist nur: Wie definiert man Nachhaltigkeit?

Ja, wie denn?

Die berühmte Definition der Brundtland-Kommission zur Nachhaltigkeit von 1987 besagt: ‚Entwicklung zukunftsfähig zu machen heißt, dass die gegenwärtige Generation ihre Bedürfnisse befriedigt, ohne die Fähigkeit der zukünftigen Generation zu gefährden, ihre eigenen Bedürfnisse befriedigen zu können.‘ In der UN-Konferenz für Entwicklung und Umwelt in Rio de Janeiro 1992 wurde dann festgelegt, dass es dabei immer einen Gleichklang zwischen ökologischer, wirtschaftlicher und sozialer Nachhaltigkeit geben muss. Das hinzubekommen gleicht einem Wunder. Denn diese drei Prinzipien schließen sich in unserer momentanen Gesellschaftsweise aus.

Immer mehr Großkonzerne verfolgen „Nachhaltigkeitsstrategien“. Wann und warum fing das an?

Nach der Konferenz in Rio ging es in Deutschland langsam damit los, dass Großkonzerne Öko-Berichte oder Öko-Bilanzen veröffentlichten. Opel beispielsweise war 2002 der erste Autobauer, der dann einen umfassenderen Nachhaltigkeitsbericht verfasste. VW zog ab 2005 nach. Die Berichte sind richtig super geschrieben. Wenn man dann erfährt, wie sie in der Zeit ihre Kunden hinsichtlich der Abgase betrogen und belogen haben, macht einen das fassungslos.

Gibt es einen Großkonzern, der Sie persönlich mit seinem Nachhaltigkeitskonzept überzeugt?

Ich kenne bislang keinen, ich kann es leider nicht beantworten. Bei kleinen und mittleren Unternehmen sieht das allerdings anders aus. Hier finden sich viele gute Ansätze und Konzepte.

Was ist das Problem mit Großkonzernen und Nachhaltigkeit?

Die Frage ist doch: Warum machen ressourcenfressende und global agierende Konzerne auf Nachhaltigkeit? In erster Linie natürlich, um ihre Umsätze zu steigern. Es bringt für die Umwelt

nichts, Produkte effizienter zu gestalten, um dann noch mehr davon zu verkaufen. Autos sind das beste Beispiel. Das richtige Nachhaltigkeitskonzept ist nicht, Autos mit einem Spritverbrauch von 5,7 statt 7,5 Litern zu bauen und davon umso mehr zu verkaufen – an Leute, die vorher kein Auto hatten. Der richtige Weg wäre, das Gewicht und die Leistung eines Autos deutlich zu reduzieren, ansprechende Alternativen zum Individualverkehr zu schaffen, bessere Radwege zu bauen und Ähnliches. Auch E-Autos mit in der Herstellung energieintensiven und umweltzerstörenden Lithium-Batterien führen die Idee der Nachhaltigkeit ad absurdum. Ich will nicht sagen, dass die Unternehmen keine Umsätze und Gewinne machen sollen, aber bitte mit wirklich nachhaltigen und gemeinwohlorientierten Produkten.

Wenn man über Unternehmen und Nachhaltigkeitsstrategien spricht, dann kommt man an dem Thema Greenwashing nicht vorbei. Was ist das?

Greenwashing, also Grünfärberei, findet sich überall dort, wo die Grundproduktion nicht grün ist. Der Konzern lenkt durch geschicktes Marketing davon ab, indem er einen grünen, guten Zweig der Produktion medial enorm aufbläst und so das Nicht-Grüne überdeckt. Oder indem er Maßnahmen verspricht, die er so nicht einhalten wird. Ich ziehe mir ein umweltfreundliches grünes Mäntelchen an, das verdeckt, wie dreckig und umweltschädlich ich eigentlich bin. So hat beispielsweise E.ON 2008 in einer Werbung so genannte Gezeiten-Kraftwerke versprochen...

... Wasserkraftwerke, die Energie aus dem Tidenhub des Meeres in elektrischen Strom wandeln und daher umweltfreundlicher sind als Kohlekraftwerke...

Bis auf eine kleine Pilotanlage wurden diese Kraftwerke allerdings bis heute nicht realisiert. Das Grundproblem bei Nachhaltigkeitsdiskussionen ist, dass die Strategien der Konzerne bewusst immer nur einen sehr engen Ausschnitt betrachten. Herstellungskosten und ökologische und soziale Folgekosten werden ausgeblendet und eben nicht einberechnet. Die werden an die Steuerzahler und die Politik ausgelagert. Die Zeche für ewig strahlenden Atommüll, Bergbauschäden und vergiftete Böden darf die Allgemeinheit tragen.

Ist das nicht alles wahnsinnig durchschaubar?

Nein, das ist es eben nicht. In den kleinen Ausschnitten, die die Konzerne präsentieren, wirkt das alles stimmig und schön. Aber das ist eben nur ein Teil der Wahrheit. Es gibt viele Differenzierungen, die zu berücksichtigen sind.

Helfen denn die Siegel, die auf den Produkten abgedruckt sind?

Es kommt darauf an. Jedes der an die tausend Siegel hat einen anderen Hintergrund und eine andere Grundlage. Manche Konzerne bauen sich sogar ein eigenes Gütezeichen. „Aus verantwortlicher Landwirtschaft“ – dieses Fantasie-Siegel gibt es wirklich, sagt aber gar nichts über Nachhaltigkeit aus. Viele Unternehmen kaufen sich einfach das billigste Siegel mit den geringsten Verpflichtungen und stellen sich dann als größte Sozial- und Umwelthelfer dar. UTZ im Kaffee- und Kakaosektor ist beispielsweise so eins. Bei dem teureren Fairtrade-Siegel sind die Verpflichtungen schon höher, insbesondere bei der Mindestvergütung. Es stellt sich allgemein die Frage: Wer überprüft eigentlich die Zertifizierer? Die legen die Richtlinien einfach selbst fest und werden von ihren Auftraggebern bezahlt. Die Feinheiten der Unterschiede sind für den Verbraucher meistens schwierig bis gar nicht mehr nachvollziehbar.

Was kann dann helfen, um nachhaltige Produkte zu erkennen?

Es muss faire soziale Mindeststandards über die gesamte Produktions- und Lieferkette geben, die gesetzlich festgeschrieben sind. So wie im Lebensmittelbereich: Das EU-Bio-Siegel ist tatsächlich das erste und bislang einzige Siegel, das einheitlich für die gesamte EU und Importe gilt und gesetzlich eindeutig geregelt ist. Seitdem sind die Begriffe „Biologisch“ und „Ökologisch“ geschützt und dürfen nicht zweckentfremdet werden.

Auch das Unternehmen Lush übt scharfe Kritik an den Siegeln und nennt dies als Grund, keine Siegelzertifizierungen zu haben.

Lush hat eine Nische gefunden, in der sich das Unternehmen glaubwürdig darstellen kann. Lush ist aber auch keine Naturkosmetikfirma, auch wenn sie sich so verkauft. Sie verwenden bei-

spielsweise Parabene, auf die andere problemlos verzichten. Sie könnten also durchaus grüner sein, sich auch zertifizieren lassen, aber sie entscheiden sich aus wirtschaftlichen Gründen dagegen.

Wie stehen Sie zu den anderen Maßnahmen, die wir in der Titelgeschichte vorstellen? Coca-Cola beispielsweise recycelt an seinem Standort Genshagen mehr als 99 Prozent der in der Produktion angefallenen Wertstoffe.

Das ist eine wirtschaftlich sinnvolle Entscheidung, weil es billiger ist, das so zu entsorgen. Hier stellt sich die Frage: Warum geht Coca-Cola denn nicht weg von Einwegflaschen und hin zu Glas im Mehrweg, wie das früher war? Wenn ich einen einzigen Punkt nehme und den aufblase, dann ist das Greenwashing. Man lenkt von den wirklichen Problemen ab: dass Coca-Cola Generationen von Kindern mit Zuckerlösung vergiftet und abhängig macht.

Auch das „Zweite Chance“-Modell von Ikea ist sicher nicht ganz ohne wirtschaftliche Interessen zu verstehen oder wie sehen Sie das?

Ikea nimmt beim Programm „Zweite Chance“ alte Ikea-Möbel zurück und verkauft sie als „gebraucht“. Das ist löblich und dient in erster Linie der

Kundenbindung. Gleichzeitig verschlingt Ikea als Möbelkonzern aber für Billy und Co. etwa ein Prozent der weltweiten Holzproduktion, auch aus Urwäldern.

Sie schlagen den Konzernen vor, grundsätzlich neu zu denken und ihre Produkte ganz neu aufzustellen. Die Cradle to Cradle-Produkte von C&A müssten Ihnen ja dann gefallen ...

Der Wiege-zu-Wiege-Ansatz ist für sich gesehen super, da er in Verwertungskreisläufen der verwendeten Materialien denkt. Aber leider berücksichtigt er, produktbezogen wie er ist, nicht die sozialen Arbeitsbedingungen.

Der Lebensmittelbereich ist Ihr Steckenpferd. Hier passiert gerade eine ganze Menge. Der Systemgastronom Nordsee arbeitet mit biologisch abbaubaren Doggy Bags, der App „Too Good to Go“ und Strandaufräumaktionen. Wie finden Sie diesen Ansatz?

Nordsee hat ein grundsätzliches Problem, nicht nur den Müll: Die kaufen jede Menge Fisch von diversen Hochseefloten ein. Und zwar nicht nur in der Nordsee, sondern auch vor den Küsten

Afrikas, die bald leergefischt sein werden. Und damit nehmen sie den Fischern dort ihren Lebensunterhalt weg. Die soziale Komponente muss immer auch eine wesentliche Rolle spielen.

Auch im Einzelhandel sind spannende Entwicklungen zu beobachten. Viele Discounter sind auf den Bio-Zug aufgesprungen. Warum machen die das und was bedeutet dies für die Branche?

Wenn die Großen einsteigen, dann gehen die Kleinen kaputt. Dass Aldi, Lidl und andere Discounter Bio-Ware anbieten, merken die Bio-Ketten und die kleinen Bio-Läden natürlich. Gerade bei Lidl ist die Entwicklung beachtlich. Vor ein paar Jahren durften die Lidl-Mitarbeiter nicht einmal einen Betriebsrat gründen, heute verkauft Lidl Bioland und 20 Prozent der Bananen sind Fairtrade – mit dem Ziel, auf 100 Prozent zu kommen. Kaufland, wie Lidl Teil der Schwarz-Gruppe, verkauft jetzt Demeter. Demeter! Da diskutiert man innerhalb der Bio-Branche natürlich hitzig, ob man das als Bio-Hersteller mitmachen darf. Oder ob man dadurch seinen ganzheitlichen Anspruch verliert und sich zukünftig von den verhandlungsstarken Discountern über den Tisch ziehen und die Preise diktieren lässt.

Sind diese Sortimentserweiterungen auch als Greenwashing zu verstehen?

Das ist kein Greenwashing mehr, das ist eine sehr, sehr gute Verkaufsstrategie. Denn so werden neue finanzkräftige Käuferschichten angelockt, die dann weitere normale Waren einkaufen. Doch jede Medaille hat zwei Seiten. Das Ganze hat den Vorteil, dass in der Tendenz dreckige, konventionelle Produkte immer weniger gekauft werden. Am besten sieht man das am Boom der Bio-Eier. Wobei es dann aber auch öfters zu Betrügereien kommt.

Sie lassen es immer wieder anklingen: Sie trauen den Konzernen nicht.

Ich will nicht sagen: Die sind alle böse oder verarschen uns. Natürlich gibt es in den Unternehmen große Abteilungen, die viel zum Thema Nachhaltigkeit machen wollen und auch etwas erreichen. Aber die arbeiten eben auch gegen andere mächtige Abteilungen im gleichen Unternehmen, die knallharte wirtschaftliche Interessen verfolgen. Und am Ende können die noch so viel machen: Wenn das Grundprodukt schlecht ist, wird es nicht besser, auch wenn ich es noch so schön rede. Bestimmte

„WENN ICH EINEN EINZIGEN PUNKT NEHME UND DEN AUFBLASE, DANN IST DAS GREEN-WASHING.“

Produkte, die von gestern sind, müssen halt weg. Wir brauchen eben nicht mehr Autos, sondern weniger, keine überzuckerten Limonaden und Cola, keine Energy-Drinks und Fleisch und Fisch bis zum Abwinken.

Wie kann Nachhaltigkeit ganzheitlich durchgesetzt werden?

Wir brauchen gemeinwohlorientierte Nachhaltigkeitsstrategien. Hier ist die Politik gefragt. Schluss mit den schnell vergessenen Selbstverpflichtungen und Schluss mit Lippenbekenntnissen. Wir brauchen gesellschaftlich und ökologisch verantwortungsvolle Produktionen. Die Kriterien dafür müssen von der Gesellschaft und den Konsumenten selbst festgelegt werden, nicht von den Profitinteressen der Konzerne. So wie es mit der Verbrennung von Braunkohle, der größten Dreckschleuder überhaupt, heute immer noch passiert. Wir brauchen jetzt ein Klimagesetz und klare gesetzliche Schranken. Darüber hinaus ist natürlich auch jeder selbst gefragt: Brauchen wir wirklich immer mehr seltene Erden aus Afrika, um die Laufzeit unserer Smartphone-Akkus um noch ein paar Prozente zu steigern? Denn, wenn wir ehrlich sind, wissen wir doch, dass das so nicht endlos weitergehen kann. Das widerspricht jedem Nachhaltigkeitsgedanken.

Was glauben Sie, wie wird die Welt in 2030 aussehen?

Die Zukunft ist: Wir produzieren und entwickeln uns ökologisch und tatsächlich nachhaltig oder wir entwickeln uns gar nicht mehr. Und dann ist Feierabend.

STEFAN KREUTZBERGER arbeitet als freier Journalist, Autor und Medienberater. Seine Schwerpunkte sind Umwelt und Verbraucherthemen sowie Entwicklungspolitik. Er ist Vorstandsmitglied vom Verein Foodsharing, war Autor der „Ökologischen Briefe“ und deckte den Betrugsskandal um einen der ersten Umwelt- und Ethikfonds in Deutschland auf. Er hat mehrere Bücher geschrieben, u. a. „Die Ökolüge: Wie Sie den grünen Etikettenschwindel durchschauen“ und „Harte Kost: Wie unser Essen produziert wird“ mit Valentin Thurn zusammen.





VOM
WILLEN
ZUR
SCHÖNHEIT

Die Künstlerin Suzanne Jongmans recycelt mit Schaumstofffolie und Plastikhüllen die Pracht der Bilder alter holländischer Meister. Dadurch bekommt das Überflüssige etwas Ewiges.

Abdruck mit freundlicher Genehmigung der Galerie Wilms, Amsterdam

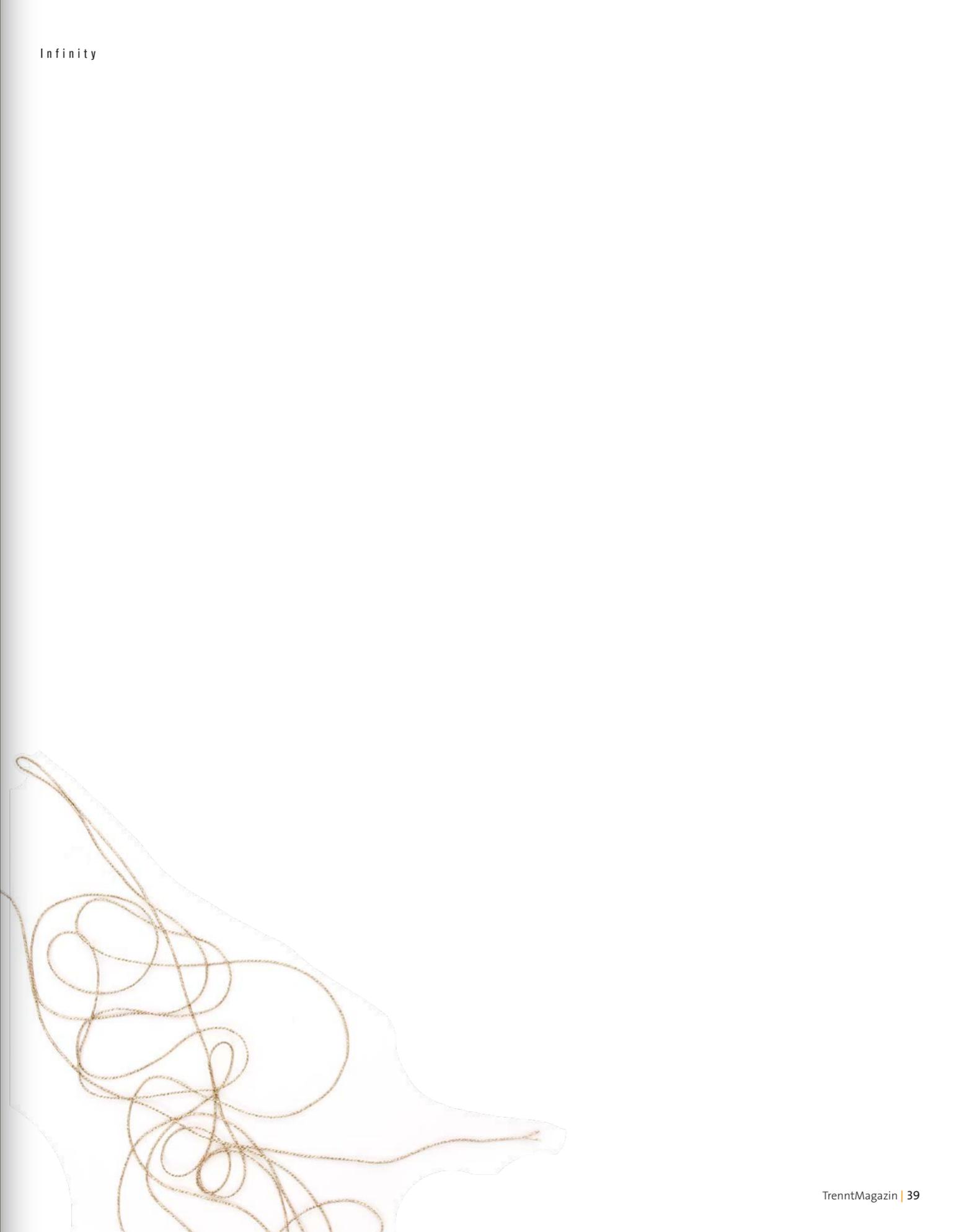


Transparentes Verpackungsmaterial, das sich wie Seide um den Körper schmiegt. Luftpolsterfolie als rüschenähnliches Accessoire, ein Mandarinennetz als Spitze. So inszeniert die niederländische Bildhauerin und Kostümdesignerin Suzanne Jongmans vermeintliche Abfallmaterialien in ihrer Fotoserie „Mind over Matter“, was sich in etwa mit „Reine Willenssache“ übersetzen lässt. Diesen Willen entdeckte sie zufällig, als ihr bei einer Kostümanprobe der Stoff ausging und sie sich mit der anschmiegsamen Schaumstoffolie behalf.

„Die Idee, aus nichts etwas zu machen, verändert unseren Blick auf die Realität“, erklärt sie. „Ein Stück Plastik, auf das Text gedruckt ist und zum Verpacken einer Kaffeemaschine oder eines Fernsehgeräts verwendet wird, kann einem Stück Seide ähneln.“ Zumindest wenn es auf eine völlig andere Weise drapiert wird. Jongmans lässt sich von Malern wie Holbein, Jan van Eyck und Rembrandt inspirieren – den mittelalterlichen Malern, deren detaillierte Pinselstriche sie in ihrer Arbeit nachahmen möchte. „Wenn Sie die alten Meister betrachten, können Sie wirklich die Zeit sehen, die in die Bilder gesteckt wird“, erklärt sie. „Und das passt zu meiner Methode.“

Denn auch Jongmans' Arbeit ist eine aufwändige Inszenierung des Materials, bei der ihre unterschiedlichen künstlerischen Ausdrucksformen zusammenfließen: als Kostümbildnerin adaptiert sie Verpackungsmaterialien wie Schaumstoff und Schaumgummi, um historische Kostüme des 15. und 16. Jahrhunderts herzustellen. Als Fotografin ebnet sie die dreidimensionalen Kunstwerke wieder in eine Fläche ein. Und als Beobachterin des Zeitgeschehens zeigt uns Suzanne Jongmans die grassierenden Umweltprobleme durch einen hauchdünnen Renaissance-Schleier aus Kunststoff.











TEXT Piet Weber | FOTOS Stephan Pramme

Unser Autor Piet Weber hat die Espressokanne seiner Freundin kaputt gemacht. Kann er ihre Liebe zu Kaffee und ihm in einem Repair-Café retten?

GRIEF IN DIE ZUKUNFT

TEXT Piet Weber | FOTOS Stephan Pramme

Zu Kaffee habe ich ein zwiegespaltenes Verhältnis. Auf der einen Seite konsumiere ich ihn nicht, weil er mir nicht schmeckt: Americano, Espresso Macchiato, Cortado, Latte Macchiato, Caramel Cream Frappuccino Con Panna mit Parmesanstreusel – Barista haben sich schon viele Verrücktheiten ausgedacht, ohne mich am Ende überzeugen zu können. Auf der anderen Seite bereite ich Kaffee aber sehr gern zu und bringe ihn morgens meiner Freundin ans Bett, weil sie Kaffee liebt. Sie behauptet, nicht so sehr wie mich, aber wenn ich sie frage, was sie besonders an mir mag, bekomme ich als Antwort: „Dass du mir morgens Kaffee ans Bett bringst.“ Das macht misstrauisch.

Das Gute an ihrer Kaffeepassion ist die Tatsache, dass sie keine ausgefallenen Wünsche hat. Da müssen keine Kekskrümel über aufgeschäumte Mandelmilch gestreut werden, sondern es genügt, dass Wasser zusammen mit Kaffeepulver in einer Espressokanne auf dem Herd zu erhitzen und das kulinarische Resultat in eine formschöne Tasse zu gießen. Es klingt genauso leicht, wie es ist, und doch habe ich es neulich geschafft, bei diesem Prozedere einen folgenschweren Fehler zu begehen. Daraus habe ich gelernt: Es ist nicht ratsam, die Espressokanne aufzuschrauben, indem man bequem den Griff umklammert und ruckartig gegen den Uhrzeigersinn dreht. Das führt lediglich zu einem Knacken und einer abrupten Trennung von Espressokanne und Griff, was wiederum das komplette Gerät unbrauchbar macht.

Man erlebt ja häufiger, dass ein kleines defektes Teil dafür sorgt, dass die gesamte Funktionalität einer Sache in die Binsen geht. Ob geplante Obsoleszenz oder altersbedingte Abnutzung: Wenn es keine passenden Ersatzteile gibt, muss das Produkt wegen einer Kleinigkeit in Gänze ersetzt werden. Aber der Markt für einzelne Espressokannengriffe scheint derart klein zu sein, dass ich ihn nicht finden konnte. Um eine komplette Neuanschaffung zu vermeiden, musste ich also andere Wege gehen: Im 3D-Repair-Café können Menschen ihre benötigten Ersatzteile mit einem 3D-Drucker selbst herstellen. Bislang dachte ich, dass 3D-Drucker in klinisch weißen Zukunftsforschungslaboren stehen oder höchstens mal von irren Amerikanern benutzt werden, um Waffen auszudrucken. Da habe ich mal einen Bericht gesehen, der mich etwas verstört zurückgelassen hat.

Doch als ich das 3D-Repair-Café in der Pappelallee betrete, stehen direkt drei dieser Geräte auf zwei Tischen im Raum und weit und breit ist keine Pistole zu sehen. Mit einem freundlichen Lächeln werde ich von Elisa Garrotte Gasch empfangen. Sie gehört zum Upcycling Future Lab und betreibt das Repair-Café, das gar

nicht wie ein Café aussieht. Keine kleinen runden Tische, auf denen Zuckerstreuer stehen, keine Getränkekarte, kein Tresen, hinter dem ein Barista einen Chai Latte zubereitet. Zum Glück! Stattdessen hängen alte Kleidungsstücke an der Wand, es stehen Nähmaschinen in Regalen und auf den Tischen liegen neben den 3D-Druckern aufgerollte, dünne Schläuche. „Wenn wir nicht unseren Repair-Workshop machen“, erklärt Elisa, „werden hier aus den alten Kleidern solche Sachen gemacht.“ Sie zeigt auf Rucksäcke, die vor dem Schaufenster baumeln. Das Repair-Café findet in den Räumlichkeiten des Caridoo, einem Projektladen der Caritas, statt, in dem der Austausch von neuzugewanderten und alteingesessenen Menschen durch gemeinsames Reparieren und künstlerisches Arbeiten gefördert wird. Die Atmosphäre ist der einer Werkstatt deutlich näher als der eines Cafés, was mir durchaus recht ist. Schließlich bin ich nicht hier, um Kaffee zu trinken, sondern um es möglich zu machen, dass meine Freundin wieder Kaffee trinken kann.

RUMS, KNACK, VORBEI.

Ich zeige Elisa, wie sich Espressokanne und Griff (mit meinem Zutun) auseinandergelebt haben. Sie begutachtet den Griff von allen Seiten. „Wir können im Internet gu-

cken, ob es schon eine Zeichnung dafür gibt“, schlägt sie vor und zeigt mir Internetseiten wie www.myminifactory.com und www.thingiverse.com, auf denen man mit Suchbegriffen allerhand Produkte findet, die irgendwann schon mal irgendwer mit einem 3D-Drucker hergestellt hat. Wenn man fündig wird, kann man sogenannte STL-Dateien runterladen, die im Prinzip wie PDF funktionieren. Die Datei öffnet man mit der entsprechenden Software für die 3D-Drucker und schon kann die wilde Fahrt losgehen. Ganz so leicht wird es für mich aber nicht, weil wir keine Vorlage finden können. Vermutlich war noch niemand so stark oder blöd und hat den Griff einer Espressokanne abgebrochen.

„Kein Problem!“, sagt Elisa. „Das ist kein sehr komplexes Teil. Wir können den Griff am Computer neu modellieren.“ Sie gibt die beiden Teile an Harold am Nebentisch weiter. Harold ist der Mann für die technische Zeichnung. Er misst den Griff akribisch aus. „Es geht um Millimeter“, erklärt er, „damit am Ende auch die Verbindung zwischen dem neuen Henkel und der Kanne genau passt.“ Während Harold misst und den Griff am Computer nachzeichnet, erklärt Elisa mir, dass nachher beim Druck darauf geachtet werden muss, das richtige Material zu wählen. „Man muss immer schauen, ob etwa Hitzebeständigkeit wichtig ist oder zum Beispiel Flexibilität im Vordergrund steht.“ Die aufgerollten, dünnen Schläuche auf den Tischen entpuppen sich als Filamente und sind die „Druckerpatronen“ für den 3D-Druck.



„Wir nutzen hier hauptsächlich PLA als Material“, sagt Elisa und steckt die Rolle mit dem orangenen Schlauch an den Drucker. PLA steht für Polyactid und ist ein Biokunststoff aus Maisstärke. Gut möglich also, dass die 3D-Druck-Waffen aus den USA immerhin biologisch abbaubar sind.

Es dauert ungefähr eine halbe Stunde, bis Harold den Griff am Computer nachgebildet hat. Das Programm hat prognostiziert, dass der Druck 30 Minuten dauern wird, das Display des Druckers widerspricht erst, indem es erschreckende 48 Stunden anzeigt, korrigiert sich dann aber auf 35 Minuten. Man kann dem Spektakel stoisch zuschauen, wie eine feine Düse Schicht für Schicht dünne Fäden übereinander drückt.

Wenn ich der Erschaffung neuen Kunststofflebens mal nicht zusehe, esse ich Kekse und trinke Wasser, um den minimalen Café-Aspekt des 3D-Repair-Cafés vollumfänglich auszukosten. Ein älteres Ehepaar betritt den Laden. Sie sind extra aus Steglitz hergekommen, um ein Ersatzteil abzuholen, dessen Erstellung beim letzten Workshop angefangen wurde. Von einem faltbaren Tisch war ein kleines, aber entscheidendes Plastiknübelteil abgebrochen, das für die gesamte Stabilität des Konstrukts verantwortlich ist. Anstatt den Tisch zu entsorgen, wurde der Stabilisator nachgebaut, damit zukünftig wieder „Kaffee- und Brötchen-aufbackmaschine darauf Platz finden“, wie die Besitzerin erklärt.

Nachdem der Drucker seine Arbeit vollendet hat und drei Minuten lang abgekühlt ist, kann Elisa den neu erstellten, orange-farbenen Espressokannengriff von der Druckerplatte nehmen. Nun wird sich zeigen, ob Harolds Maßarbeit so exakt war, dass der Griff an der Kanne montiert werden kann. Mein handwerkliches Geschick lässt sich ganz gut mit der U6 vergleichen: Beides ist meistens unterirdisch. Deswegen übernehmen Elisa,

Harold und ich das Feintuning, weil das alles nicht so ganz zusammenpassen mag. Da müssen mit einem manuellen Fräswerkzeug Löcher minimal vergrößert und mit einer Feile die Außenseiten nachgebessert werden, damit ein kleiner Metallstift Kanne und Griff wieder zusammenhalten kann. Doch alle Bemühungen bleiben vergebens. Schließlich nehme ich mich der Sache doch selbst an und versuche es mit dem einfachsten aller Mittel: Gewalt. Ich funktioniere eine Zange als Hammer um und versuche den kleinen Stift durch die winzigen Löcher zu prügeln.

Wer etwa glaubt, dass meine Grobmotorik dazu führen würde, das gesamte Konstrukt zu zerstören, soll nach wenigen Schlägen recht behalten. Rums, knack, vorbei. Griff und Kanne liegen wieder getrennt nebeneinander auf dem Tisch und ich blicke hilfeschend zu Elisa. Die eindrucksvolle De-

monstration meiner Unfähigkeit scheint Wirkung zu zeigen: „Wir drucken das nochmal aus und ich mache das für dich fertig“, sagt sie und ich glaube, ein bisschen Mitleid heraushören zu können. Mit etwas mehr Zeit und Geduld werde das schon funktionieren. Es wäre ohnehin ein wenig unüblich gewesen, wenn man ein Ersatzteil während eines Workshops fertig bekommen würde, zwei Tage seien da schon realistischer. „Manchmal müssen wir etwas häufiger ausdrucken und rumprobieren, ob es passt“, erklärt Harold. Elisa bietet an, dass ich die Espressokanne mit Griff eine Woche später abholen kann.

Und es hat tatsächlich geklappt. Im zweiten Anlauf, mit mehr Geduld und Geschick hat die Espressokanne einen neuen Griff bekommen, der fest sitzt und einsatzbereit ist. Der Workshop, die Arbeit von Elisa und Harold und die Materialkosten (die bei solchen Kleinteilen nur wenige Cents betragen) werden vom Umweltministerium gefördert und sind für die Teilnehmenden gratis. Die Liebe meiner Freundin, wenn ich ihr wieder frischen Kaffee ans Bett bringe, hingegen ist unbezahlbar.

MAN KANN DEM SPEKTAKEL
STOISCH ZUSCHAUEN,
WIE EINE DÜSE SCHICHT FÜR SCHICHT
DÜNNE FÄDEN
ÜBEREINANDER DRÜCKT.

SÜSSER SCHATZ

GLAS-SCHERBENSPIEL

Ein Marmeladenglas ist geduldig. Es lässt sich beliebig oft einschmelzen und zu neuen Flaschen oder Gefäßen gießen oder pressen, ohne an Qualität einzubüßen. Weil seine Scherben bei niedrigeren Temperaturen zerfließen als die Glasrohstoffe, wird beim Schmelzen nicht nur Sand, Soda und Kalk, sondern auch Energie gespart.

DICKES DING

Ein Team der Technischen Hochschule von Los Reyes (Mexiko) schaffte es im vergangenen Jahr mit einem 600 Kilogramm schweren Pott voll Brombeermarmelade ins Guinness-Buch. Sie hatten dafür 600 Kilo Beeren mit 300 Kilo Zucker eingekocht, mit 3 Kilo Zitronensäure abgeschmeckt und mit zweieinhalb Kilo Pektin geliert.

SPÜLVERDERBER

Ein leeres Marmeladenglas muss nicht ausgespült werden. Karma-Punkte gibt es bereits für alle, die den Pott ausgekratzt in den Altglas-container schmeißen – und den Deckel in die Wertstofftonne. Wer extra ausspült, verschwendet Wasser und Energie und wird womöglich beim Müllrausbringen von einer Taube angekackt. Instant Karma!

ZAHLEN, BITTE!

Wir so: Wusstest Du schon, dass auf Berlins Straßen rund 6.000 Glas-container stehen? Du so: »Nee.« Und dass jeder Berliner da pro Jahr an die 18 Kilogramm Flaschen und Glasverpackungen reinwirft? »Aha.« Und dass deswegen jede Glasflasche im Laden zu 60 Prozent aus recycelten Scherben besteht? Du so: »Jetzt reicht's aber mal mit den ganzen Zahlen.«

SCHATZ, SIE HABEN DIE GLÄSER GESCHRUMPT

Alles wird teurer. Nur die Lieblingsmarmelade nicht? Kann sein, dass der Hersteller auf den Weniger-drin-Preisgleich-Trick setzt. Als die Verbraucherzentrale Hamburg kürzlich wieder die »Mogelpackung des Jahres« kürte, landete zum Beispiel ein Apfelaufstrich in den Top 5. Versteckte Preiserhöhung: gut 40 Prozent.



FOTO: Melanie Buß

WAS UNS GLÜCKLICH MACHT ...



♥ BRETTER, DIE DIE WELT BEDEUTEN

Obwohl Surfer sich selbst als echte Naturmenschen begreifen, ist ihr Sport in den letzten Jahrzehnten immer weniger naturnah geworden. Leichte Bretter, die aus Hartschäumen und Kunstharzen bestehen, hinterlassen Mikroplastik in den Wellen und ein schlechtes Gewissen bei den Wellenreitern. Mit ihrer Manufaktur „fairleimt“ in Schwerin kehren jetzt zwei leidenschaftliche Surfer wieder zurück zu den Wurzeln und bauen Surfboards aus zertifiziertem Holz. Für Bretter, denen die Welt etwas bedeutet.
www.woodensurfing.com

FOTO Fairleimt-Surfboards (links)

♥ 3, 2, 1! Stimmung! Konfetti!

Hey, ihr Jecken, Narren und Raver, wenn ihr schon eure gute Laune in Form von bunten Schnipseln der Umwelt weitergeben wollt, dann nehmt doch dieses Saatgutkonfetti. Das ist eine mit Kurkuma, Asche oder Karmin gefärbte Stärkemischung, an der Blumensamen kleben. Hurra!
Bestellen unter saatgutkonfetti@mail.de



♥ Udo liebt sie alle

Dennis und Carina glauben an die These, dass jeder Pott auch einen Deckel braucht. Deswegen haben die Unternehmensgründer Udo, den Kaffeetassendeckel, erfunden. Er soll auf alle möglichen Tassen, Becher und Gefäße passen und damit die Müllberge von Einwegdeckeln reduzieren. Udo ist also nichts für nur einen Drink, aber besonders treu im Sinne der Pott-Deckel-These ist er auch nicht.
www.cadios.de



♥ Kunst am Knacks



Kintsugi heißt die alte japanische Kunst, zerbrochenes Geschirr mit Gold zu verkleben. Das Imperfekte wird dabei geradezu rituell veredelt. Geht jetzt auch mit einem goldähnlichen Klebstoff, der auch Glas, Marmor, Holz oder Plastik kittet.
www.humade.nl

♥ Luftküsse

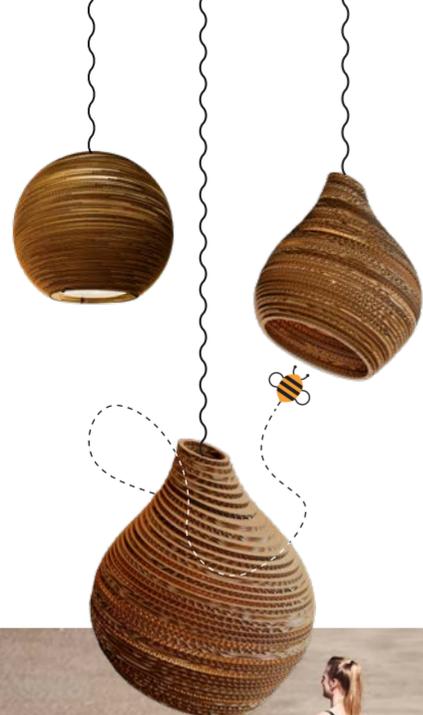
Man kann beispielsweise auch riesige Papiertüten aufblasen und in ein Gestell klemmen, was dann als Stuhl dienen könnte. „Ein Möbelstück, wie gemacht für moderne Nomaden“, sagen dessen Designer Agata Kulik-Pomorska und Pawel Pomorski. Kann nämlich jederzeit wieder abgeblasen werden – die Wohnzimmergemütlichkeit.
www.shop.malafor.co



Manche finden, „Upcycling“ sei ein ziemlich aufgeblasenes Phänomen. Wir auch: Denn es ist Zeit für den Rollkoffer Zippelin vom Upcycling-Pionier „Freitag“.



Die Tasche aus LKW-Plane lässt sich von einem kleinen Rollmops auf einen 80-Liter-Behälter aufpumpen.
www.freitag.ch/de/zippelin



♥ Nicht von Pappe?

Doch! Hauchfein von einem Laser in Ringe geschnitten, verleimt und mit nichttoxischem Flammenhemmer behandelt. www.graypants.com



♥ Karma, Baby!

Die Lehre von der Wiedergeburt ist die Basis des indischen Yoga. Und die Lehre von der Wiederverwertung von Schaumstoffresten ist die Basis dieser Yogamatte. www.hejhej-mats.com



♥ Wachs in deinen Händen

Im Grunde hat uns die Frischhaltefolie doch sowieso in den Wahnsinn getrieben mit ihrem ständigen Aneinanderkleben. Und ökologisch war sie auch nie. Jetzt setzen sich zum Einwickeln und Gläserabdichten allmählich Wachstücher durch: Baumwolltücher mit einer Schicht Bienenwachs, Baumharz und Jojobaöl. Wahnsinnig niedlich sind sie außerdem. www.wax-wrap.de



♥ Die ganze Bio-Affen-Bande brüllt:

„Wer hat die Gemüsebrühe, wer hat die Gemüsebrühe geklaut?“ Zum Glück keiner. Der Beutel mit 22 getrockneten und gesalzenen Kräuter- und Gemüseresten der Lebensmittelretterin Nina Litzow, die sich selbst als „Affe aus Leidenschaft“ bezeichnet, lässt sich ganz einfach bestellen. www.bio-affe.com

♥ Ein Topf für alle Fälle

Als Vince Fricke klein war, hat seine Oma ihm leckerste Eintöpfe vorgesetzt. Sie waren oft aus Essensresten gekocht. Heute ist er erwachsen und Koch. Seine Geheimnisse der Resteküche verrät er in diesem Buch. Und ein paar seiner Oma. Neuer Umschau Verlag, 29,99 Euro



FOTO links Christin Schwarzer (hejhej-mats)

♥ Hast du deinen Teller aufgegessen?

Schon schlimm, wenn man als Kind eine Schale Weizenkleie vorgesetzt bekommt und alles aufessen muss. Jetzt könnte man theoretisch sogar noch die Suppenschale mitessen. Das polnische Unternehmen Biotrem fertigt aus Kleie biologisch abbaubares Einweggeschirr für Picknicks oder Gartenpartys. Zum Glück gibt es da ja aber meistens keine Kleie-Pampe. www.biotrem.pl



FOTO Jeanne Degraa

Wir produzieren fröhlich weiter...

Plastik und Massentierhaltung sind die größten Probleme, die wir uns geschaffen haben. Ich achte in meinem Leben darauf, möglichst wenig Plastik zu benutzen, denn ein großer Teil des Plastiks, was jemals hergestellt wurde, ist immer noch da und wir produzieren fröhlich weiter. Vermutlich müssen Recycling und plastikfreies Leben ein noch größerer Trend werden, um das zu stoppen. Massentierhaltung ist die Hauptursache für den Klimawandel, die Wasserproblematik und die Regenwaldrodungen. Und auch da gilt: Wir müssen unseren Konsum von tierischen Produkten überprüfen, reduzieren und vor allem darüber nachdenken, was uns Medien, Konzerne und ganze Industrien vermitteln wollen – und wer am Ende davon profitiert. Ich habe in diesem Bereich bereits einiges verstanden und lebe seit mehreren Jahren fast ohne tierische Produkte. Es ist nicht nur gesünder, sondern auch viel günstiger.

Lucas Reiber, Schauspieler



Die große WELT des MÜLLS

DIE VERBANNUNG DES PLASTIKS

Immer mehr Länder weltweit versuchen gesetzlich Plastikmüll zu reduzieren. In einem Report des Umweltprogramms der Vereinten Nationen wurde die Plastikpolitik verschiedener Länder vorgestellt. Darin werden Gesetze, Steuern oder alternative Kunststoffe gezeigt, die in etwa 50 Ländern zu einem deutlichen Rückgang der Plastikmenge geführt haben. Doch die Ansätze sind vielfältig: Manche Länder wollen bestimmte Kunststoffarten verbannen (zum Beispiel Styropor in Sri Lanka), andere bestimmte Kunststoffprodukte verbieten (zum Beispiel Plastikgeschirr in der Europäischen Union, auf Jamaika, Barbados, den Bahamas, auf Dominica, Grenada sowie in Trinidad und Tobago). Andere gehen gegen Mikroplastik in Kosmetikprodukten vor (zum Beispiel Schweden, Kanada, USA und Großbritannien). Am heftigsten wurde in den vergangenen Jahren die Plastiktüte bekämpft. Bangladesch war das erste Land der Welt, das 2002 dünne Plastiktüten verboten hat. Seitdem haben auch Italien, Marokko, Eritrea, Kongo, Botswana oder Gambia Plastiktüten abgeschafft. Wir zeigen einige ausgewählte Beispiele und ihren Kampf gegen Plastikprodukte:

Costa Rica

gilt als Vorreiter in Sachen Umweltpolitik. Das Land hat sich schon erfolgreich gegen die Abholzung des Regenwaldes gewehrt. Jetzt will Costa Rica bis 2021 das erste Land der Welt sein, das Einwegplastik komplett verbietet. Im Juni 2017 kündigte die Regierung eine neue nationale Maßnahme an, die Einwegprodukte aus Plastik durch biologisch abbaubare Alternativen ersetzen soll.

Chile

hat 2018 als erstes Land in Südamerika ein Gesetz verabschiedet, dass die Abgaben von Plastikbeuteln im Einzelhandel komplett verbietet. Unternehmen, die sich an das neue Gesetz nicht halten, müssen Geldstrafen in Höhe von 370 US-Dollar zahlen. In Chile wurden jährlich 3,4 Milliarden Plastiktüten verwendet, von denen viele danach im Meer landeten.

Irland

ist in Europa ein Vorreiter im Kampf gegen Plastik. 2002 wurde die „PlasTax“ eingeführt: Plastiktüten durften nicht mehr kostenlos, sondern nur gegen 15 Cent pro Tüte an Kunden abgegeben werden. Dadurch sank der Konsum von Plastiktüten innerhalb eines Jahres um 90 Prozent – von jährlich 328 Plastiktüten pro Person auf 21 Tüten pro Person. Die Plastiksteuer steigt jedes Jahr weiter an – mit einem Limit von 70 Cent pro Plastiktüte. Aktuell kostet eine Tüte 22 Cent.

China

Die Volksrepublik China hat bereits seit 2008 ein Verbot von dünnen Plastiktütchen erlassen, wie man sie von Obstständen kennt. Auf dickere Tüten ist eine Steuer fällig. Vor dem Gesetz wurden etwa 3 Milliarden Tüten in China jeden Tag verwendet. Schon ein Jahr nach der Einführung des Verbotes wurden 70 Prozent weniger Plastiktüten verteilt. Nach sieben Jahren sank die Nutzung von Plastiktüten um zwei Drittel. Das bedeutet, dass ca. 1,4 Milliarden Tüten vermieden wurden. Trotzdem bleibt China noch der größte Produzent von Plastikverpackungen der Welt.

Kenia

hat das schärfste Gesetz gegen Plastiktüten der Welt. Im Februar 2017 hat sich das ostafrikanische Land dafür entschieden, Herstellung, Einfuhr, Verkauf und Verwendung von Plastiktüten komplett zu verbieten. Wer auf der Straße mit einer Plastiktüte erwischt wird, dem droht eine Strafe von bis zu 32.000 Euro oder sogar auch bis zu vier Jahren Haft. Noch gibt es keine konkreten Statistiken über die Wirkungen des neuen Verbotes, aber die Supermärkte sind schon komplett auf Mehrwegtüten umgestiegen.

NEUSEELAND

hat sich zu einem drastischen Schritt gegen Mikroplastik entschieden und ab vergangem Jahr verboten, dass Mikrokügelchen in Pflegeprodukten wie Shampoo, Rasierschaum und Sonnencremes enthalten sein dürfen. Denn die nur 0,5 bis 500 Mikrometer großen Partikel können häufig nicht von Kläranlagen herausgefiltert werden und gelangen über das Duschwasser in den Wasserkreislauf. In anderen Ländern mit einem solchen Verbot hatten Kosmetikhersteller daraufhin schlichtweg neue Produktkategorien erfunden, die ihre Waren nicht mehr als „Pflegeprodukt“ einsortierten, um das Verbot zu umgehen.

FOTO: iStock.com/mattjeacock



Captain KORK



K

ork gilt als eines der vielseitigsten Materialien der Welt. Seit etwa 2.000 Jahren wird die Rinde der Korkeiche von den Stämmen geschält und verarbeitet: als Flaschenverschluss, Pinnwand, Fußbodenbelag – und bald auch als Raketenteil. „Kork ist ein schlechter Wärmeleiter und deswegen ein fantastischer Hitzeschutz, so dass unsere Astronauten sicher nach Hause kommen können“, sagt Bill Famiglietti von Amorim Cork Composites. Die Firma ist einer der größten Korkhersteller weltweit und beliefert auch die NASA, die damit die nächste Generation von Langstreckenraketen ausstatten will.

#1 ZELLE



Der britische Universalgelehrte Robert Hooke baute im 17. Jahrhundert Mikroskope, mit denen er alle möglichen Pflanzengewebe untersuchte. Unter anderem auch die Korkrinde. Dabei stieß er auf etwas Ungeheuerliches: nämlich „dass der Korkstoff ganz und gar mit Luft gefüllt ist, die in kleinen, voneinander getrennten Schachteln oder Zellen vollkommen eingeschlossen ist“, wie er in seinem Buch „Micrographia“ schrieb. Daran erinnert sich zwar keiner mehr, aber das Wort „Zelle“ wird bis heute benutzt.

„Einen Korkbaum pflanzt man für seine Enkel“

Portugiesisches Sprichwort, da es mehr als 40 Jahre dauert, um qualitativ hochwertigen Kork ernten zu können.



Prozent eines Korkens können recycelt werden.

In Deutschland hat der NABU in seiner „Korkkampagne“ über 1.000 private und öffentliche Sammelstellen. Die Flaschenkorken werden dann größtenteils in integrativen Werkstätten sortiert, zu Granulat verarbeitet und als Isolations- und Dämmstoffe weiterverkauft.

EMISSIONS-STOPPER



KORK — PLASTIK — ALUMINIUM

Eine von PricewaterhouseCoopers/ Ecobilan durchgeführte und von Corticeira Amorim geförderte Studie über den Lebenszyklus von Naturkorken im Vergleich zu Aluminium- und Plastikverschlüssen kommt zu dem Schluss, dass bei Produktion und Einsatz jedes Plastikverschlusses 10-mal soviel CO₂ und bei Aluminiumverschlüssen 26-mal soviel CO₂ wie bei einem Naturkorken ausgestoßen wird.

PFEIF MIR DAS LIED VOM KORK



Die größte und älteste Korkeiche der Welt wird Assobiador genannt, übersetzt „der Pfeifer“. Der 1783 südlich von Lissabon gepflanzte Baum ist über 14 Meter hoch und lässt auf seinen Ästen viele Singvögel nisten, die dort laut zwitschern.



ALLER KORKEICHEN

stehen in Portugal. Die Wälder beherbergen viele einmalige oder geschützte Arten wie beispielsweise den iberischen Luchs oder den Steinadler. Der portugiesische Nationalbaum steht unter Naturschutz und darf im ganzen Land nicht abgeholzt werden.

LEXIKON ↓

Ver|kork|Zen, das;
(Geduld, die man aufbringen muss, um Kork zu ernten)

Knor|ke, is;
(Prädikat für hochwertigen Kork)

Kor|relation, die;
(Verhältnis von Korkeiche und Korkbauer)

WANN DARF DIE KORKEICHE ERSTMALS GESCHÄLT WERDEN?

- A** Ab **3 JAHREN** und von da an jedes Jahr
- B** Ab **10 JAHREN** und von da an alle fünf Jahre
- C** Ab **25 JAHREN** und von da an alle neun Jahre

(Antwort: C)

Korkschuhe von Montado
www.montado.pt

Möbelset von Creative-Cork
www.creative-cork.com



Kleider von Abiti Anna Grindi
www.suberis.ch

Fassade von Korkmanufaktur
www.korkmanufaktur.de

Zwei Drittel des abgebauten Korks werden zwar noch immer zu Wein- und Sektverschlüssen verarbeitet, aber das Material verbreitet sich auch in Mode, Design und Architektur als nachhaltiges, nachwachsendes, veganes Material.

Mit Kork KERZEN BASTELN

Korken lassen sich auch als Kerze nutzen. So geht's:



Weinkorken eine Woche in einem mit Aceton-Alkohol gefüllten Glas verschließen.



Dann einfach in ein Glas einsetzen und anzünden.

DIE ZUKUNFT DES WOHNENS?

Ein Start-up will Minihäuser
auf Berliner Dächer bauen

TEXT Stefan Strauß | ILLUSTRATION Edith Carron

Der Spiegel im Flur weiß alles. Er funktioniert wie ein Rechner, kennt das Datum und die Uhrzeit, steuert die Innentemperatur und erstellt Einkaufslisten. Licht und Musik sind so ausgewählt, wie der Bewohner es sich gewünscht hat, wenn er die Wohnungstür öffnet. Natürlich ohne Schlüssel. Diese Wohnung ist eine High-Tech-Anlage, die technischen Dinge darin lassen sich per Tablet und App steuern. Doch das ist nicht die einzige Besonderheit.

Mit nur 25 Quadratmetern Wohnfläche ist das Häuschen kleiner als manche Garage, und es hat dennoch alles, was man zum gemütlichen Wohnen braucht: ein Bad mit Dusche, Toilette, Waschbecken und Oberlicht sowie eine Küche mit Herd, Geschirrspüler und Kühlschrank. Eine schmale Treppe führt zum breiten Hochbett, darüber befindet sich ein Dachfenster. Im Liegen schaut man in den Himmel. Versteckt im Flur befindet sich sogar noch eine Waschmaschine und Stauraum für Kleidung und Schuhe. Den Strom liefert eine Photovoltaik-Anlage.

Viele solcher Häuschen könnten bald auf bisher ungenutzten Dächern dieser Stadt stehen. Theoretisch gibt es dort genug Platz. Praktisch ist das alles nicht so einfach.

Die Häuser wirken größer, als sie sind

Cabin Spacey haben zwei junge Architekten ihr Start-up genannt. Es steht für eine neue Form von Minihäusern. Der erste Prototyp ist gerade einmal vier Wochen alt, er steht auf einem Parkplatz

in Schöneberg und sorgt dafür, dass ständig Passanten fragen, ob sie das Holzhäuschen mal von innen besichtigen können. Simon Becker freut sich über das große Interesse. „Solche Häuser sind wichtig für unsere Städte“, sagt er. Er wolle mit seinem Entwurf zeigen, „dass man problemlos in dieser Größe wohnen kann.“ Tatsächlich wirkt das Häuschen wegen seiner schrägen Bauweise – eine Wand wird nach oben hin breiter – größer, als es tatsächlich ist. Ein Giebeldach schafft eine luftige Innenhöhe. Die Inneneinrichtung ist geschmackvoll und dezent. Holz, Glas, Metall. Viel Licht. Auf dem Dach eines Hauses stehend, böte die Wohnung einen wundervollen Blick über die ganze Stadt.

Die Senatsverwaltung für Stadtentwicklung schätzt, dass es in Berlin etwa 50.000 Dächer gibt, die für solche Aufbauten geeignet wären. Das könnten Parkhäuser, Kaufhäuser und Industriebauten sein. Simon Becker verhandelt derzeit mit Wohnungsbaugesellschaften und privaten Eigentümern über mögliche Standorte in Berlin. Doch es gibt viel zu berücksichtigen: Statik, Strom, Abwasser, Fluchtwege, Eigentumsrechte, Abfallentsorgung. Bauämter und andere Verwaltungen müssen mitspielen.

14 Tonnen wiegt das Minihaus. Ein Kran kann das Holzhaus in die Höhe heben, auf dem Dach liegt ein großes Gerüst darunter, es verteilt die Last auf die gesamte Fläche. Zwischen 90.000 und 130.000 Euro kostet das Haus derzeit, abhängig von Technik und Ausstattung, eine Firma im Allgäu produziert es in Serie. Niemand muss selber basteln.

Simon Becker sagt, das Minihaus sei gut geeignet für Berlin-Besucher und Mieter, die kurzzeitig eine Unterkunft suchten. „Man muss es nicht besitzen, man kann es mieten“, sagt er. Auch das ist ein Trend moderner Großstadtmenschen. Alles wird geteilt: Autos, Werkzeug, Wohnung.

Radikale Raumreduktion nennen Architekten ihre Modelle, wenn sie sich mit der Wohnraumgestaltung in Großstädten beschäftigen. In den USA entstand die Tiny-House-Bewegung mit ihren mobilen „Motorhomes“ bereits in den 20er Jahren als Antwort auf Wohnungen in Metropolen, die immer teurer wurden. In asiatischen Großstädten wie Hongkong und Tokio leben Bewohner in immer kleineren Räumen, die Wohnkäfige genannt werden. In manche passt nur ein Bett hinein. In Deutschland verfügt heutzutage jeder Mensch über durchschnittlich 44 Quadratmeter Wohnfläche.

Doch in dicht besiedelten Städten werden Mikroapartments immer beliebter und scheinen angesichts steigender Mieten für immer mehr Menschen als bezahlbare Alternative zu gelten. Minihäuser sind gefragt wie nie zuvor.

In Berlin hat der Architekt Van Bo Le-Mentzel mit seiner „Tiny-house-University“ die Minihaus-Bewegung mit vorangetrieben. Vor fünf Jahren hat er auf einem Autoanhänger ein mobiles Holzhaus gebaut. Nur fünf Quadratmeter groß, mit Küche, Toilette, Dusche, Esstisch und Schlafkabine auf dem Dach. Mittler-

weile bietet Le-Mentzel Workshops an, dort lernen die Teilnehmer, selbst ein transportables Minihaus zu bauen.

Vor drei Jahren wurde auch Simon Becker gefragt, ob er so ein Mikrohaus errichten könne. Becker hatte Architektur an der Technischen Universität Berlin studiert und begonnen, sich mit neuen minimalistischen Wohnformen zu beschäftigen. Mit dem Architekten Andreas Rauch gründete er 2016 das Start-up Cabin Spacey. Die Verulung des Namen des US-Schauspielers („House of Cards“) wurde zum einprägsamen Label und Wortspiel. Da konnten die Start-up-Gründer noch nicht ahnen, dass die Polizei einmal gegen Kevin Spacey wegen sexueller Belästigung und Nötigung ermitteln werde.

Die Minihäuser können überall stehen

Becker und Rauch sammelten per Crowdfunding erfolgreich für ihr Minihaus-Projekt. Sie beteiligten sich am „Urban Pioneers“-Wettbewerb, ihr Projekt kam unter die ersten drei und erntete viel Aufmerksamkeit. Im Juni 2018 stand das Minihaus auf der Tech Open Air, einem Technologie- und Musikfestival in Berlin.

Zu dem Start-up gehören heute vier Mitarbeiter, zwei Investoren finanzieren das Projekt. Sie glauben an den Erfolg des High-Tech-Häuschens auf Berliner Dächern. Auch eine temporäre Nutzung sei möglich. „Brachen, Nischen, Dächer, urbane Restflächen – die Minihäuser können überall stehen“, sagt Simon Becker.

Liebe Kinder,

wenn ihr eine Milch oder einen Apfelsaft leer getrunken habt, müsst ihr den Getränkekarton nicht sofort in die Wertstofftonne schmeißen. Es lässt sich aus dem festen Material und einer goldenen Umschlagklammer auch ein toller Kreisel basteln. Zum Durchdrehen!



Puste-
KREISEL
aus
GETRÄNKE-
KARTON



DAS
brauchst
DU:

UND
so geht's:

Getränkekarton ausspülen,
trocknen lassen und
anschließend der Länge
nach aufschneiden.

Vorlage auf Getränkekarton
übertragen, durchgezogene
Linien einschneiden und
gestrichelte Linie hochknicken.

In der Mitte ein Loch mit dem
Bleistift machen und Muster-
beutelklammer durchstecken.
Fertig ist der Kreisel!



Mein Müll & ich



Nachgefragt bei:

FRANZISKA VOSS
BSR-ABFALLBERATERIN
Abfallberatung@BSR.de
Telefon 030 7592-4900

Franziska Voß ist Expertin für alles, was man loswerden möchte: Sie weiß genau, in welche Tonne welcher Abfall gehört und was danach mit ihm passiert. Ihre Fragen beantwortet sie direkt per E-Mail oder Telefon. Und an dieser Stelle.

DIE SACHE MIT DEN DICKSTEN KARTOFFELN

Nur etwa die Hälfte aller produzierten Lebensmittel wird auch gegessen. Über eine Milliarde Tonnen landet weltweit jedes Jahr im Müll. Das muss nicht sein.

Wo werden
Lebensmittel
verschwendet?

An allen Stellen der Produktionskette eines Lebensmittels kommt es zu Verlusten. Wenn wir uns mal die Kartoffeln angucken: Da bleiben beispielsweise all jene Knollen auf dem Acker liegen, die für den Handel äußerlich nicht schön genug sind. Ist die Kartoffel nicht eiförmig makellos, endet sie als billige Industriestärke.

Auch beim maschinellen Waschen gehen Kartoffeln kaputt oder ihre Schutzschicht wird zerstört. Werden sie in Netzen verkauft oder liegen sie im Supermarkt in der Auslage, beginnen sie vorzeitig zu keimen und werden weggeschmissen. In Restaurants und Imbissen sollen die Buffets immer gut bestückt sein, weswegen Unmengen an Pommes, Brei oder Klößchen weggeschmissen werden. Und wie oft der Verbraucher seinen Teller mit dicken Kartoffeln nicht aufisst, weiß jeder selbst.

Wie
kann ich mich
gegen Lebensmittel-
verschwendung
engagieren?

Seit einigen Jahren gibt es viele Initiativen, die sich gegen Lebensmittelverschwendung einsetzen. Über die Plattform „foodsharing“ kann man beispielsweise Essen weiterreichen, für das man selbst keine Verwendung hat.

Mit der App „Too Good to Go“ kann man sich informieren, welche Restaurants, Bäcker und Hotels ihre Gerichte gegen Ladenschluss billiger abgeben. Und das Landwirtschaftsministerium hilft mit seiner Kampagne „Zu gut für die Tonne“ – die ebenfalls eine App enthält –, wie man die Lebensmittelverschwendung eindämmt.

Können wir
etwas dagegen
tun?

Ja, indem jeder Einzelne genauer überlegt, wie viel er wirklich braucht. Gehen Sie mit einer Einkaufsliste in den Laden. Und lagern Sie Ihre Einkäufe richtig, so dass sie länger halten. Kartoffelknollen in einem dunklen Sack in den Keller, die Reste vom Mittagessen können eingefroren oder zunächst im Kühlschrank auf der untersten Ebene über dem Gemüsefach aufbewahrt werden, wo es am kältesten ist.

Am nächsten Tag lassen sich Reste mit neuer Kreativität verwandeln. Ein Mindesthaltbarkeitsdatum auf Produkten ist übrigens nur ein Richtwert und bedeutet nicht, dass bei Stempelablauf das Produkt verdorben ist. Prüfen Sie es mit Ihren Sinnen. Es kann manchmal noch Wochen später verzehrt werden.

Zum Abtrennen und Sammeln

SAUBERE STRASSEN

KIPPEN, KAUGUMMI, KRONKORKEN. ZURÜCKGELASSENE ABFÄLLE

VERUNSTALTEN DEN ÖFFENTLICHEN RAUM. DOCH WAS LÄSST SICH DAGEGEN TUN?

TEXT Zola Schumacher | ILLUSTRATION Julia Fernández

Mit den ersten Frühlingstagen steigt nicht nur die Temperatur, sondern auch der Müll. Je mehr Menschen draußen sind, desto mehr Abfall wird gedankenlos auf die Straßen oder in den Park geworfen. Ein Kaugummi hier, eine Kippe da. Jeder kennt es. Jeder hat es schon mal getan. Doch kaum einer weiß, dass diese Unart einen Namen hat: Littering. Gemeint ist das achtlose Auf-den-Boden-Werfen sowie das Zurücklassen von Müll.

Die Humboldt-Universität hat 2017 eine wiederholte Studie veröffentlicht, in der sie die Verschmutzung im öffentlichen Raum in Deutschland untersucht hatte. Am häufigsten nehmen wir Kippen an Haltestellen und vor S-Bahn-Stationen wahr. Interessant ist, dass 2005 noch Hundekot auf Platz eins rangierte, mittlerweile aber kaum noch bemerkt wird, da immer mehr Menschen den Kot ihrer Hunde mit Plastiktüten aufsammeln.

Nur wer sind die Übeltäter? Wie die Wissenschaftler herausfanden, hängt die Neigung, den eigenen Müll einfach auf der Straße oder in Parks zu lassen, weder vom Geschlecht noch vom Bildungsstand ab, vielmehr hängt es davon ab, ob wir zum bewussten Wegwerfen erzogen wurden.

Junge Erwachsene zwischen 21 und 30 Jahren werfen am achtlosesten weg, gefolgt von Jugendlichen. Jugendliche sind übrigens die einzigen, die häufiger littern, wenn sie in einer Gruppe unterwegs sind. Bei allen anderen ist es umgekehrt.

Aber warum fällt es uns so schwer, bis zum nächsten Mülleimer zu gehen, um unseren Abfall zu entsorgen? Warum müllen wir Straßen und Parks zu? Erwischt man einen Litterer auf frischer Tat, heißt die Ausrede Nummer eins, es gäbe zu wenig Abfalleimer. Doch hier klaffen Selbst- und Fremdwahrnehmung auseinander, denn in 45 Prozent der Fälle stand einer maximal zehn Meter entfernt.

Bewusster Umschauen ist also etwas was wir uns im Kampf gegen Littering vornehmen sollten.

Auf den Boden schnipsen, austreten, weitergehen. Jeder Raucher kennt diese Bewegungsabfolge. Doch so locker sie vielleicht aussehen mag, so schädlich ist sie für die Umwelt. Noch in den Stummeln sind so viele Giftstoffe, dass sie zu toxischem Sondermüll werden. Nagetiere könnten sich an ihnen vergiften. Dabei haben fast alle der 23.000 Berliner Papierkörbe einen Kippeneinwurf.



Aber muss überhaupt so viel Müll sein?

Der To-go-Becher ist eine der zentralen Littering-Erscheinungen der letzten Jahre. In Berlin werden täglich mehr als 460.000 Einwegbecher besinnungslos in die Natur, Straßen und Mülleimer geschmissen – jährlich sind es sogar 170 Millionen Stück. „Berlin gibt den Becher ab!“ ist deshalb das Motto der Bewegung #betterworldcup. Kaffee schmeckt aus Glas oder Porzellan sowieso besser. Und der Wechsel lohnt sich: Immer mehr Berliner Cafés und Bäckereien geben Rabatt auf Heißgetränke in Mehrwegbechern.



lieber in Straßenpapierkörben oder Wertstofftonnen entsorgen. Oder sammeln und nach Pankow bringen. Der Verein Kunst-Stoffe versteht sich als Zentralannahmestelle für wiederverwertbare Materialien. Heimwerker, Künstler und sogar Kindergärten bedienen sich dann der Materialien aus dem Lager.

Gerade Kronkorken, aber auch andere Müllüberbleibsel lassen sich nämlich super im Kunsthandwerk benutzen. Auf der Website Hauptstadtunikat finden sich zahlreiche Mode- und Schmuckeinzelstücke mit Littering-Vergangenheit. Barbara Oesterreich verkauft dort Handtaschen aus PET-Flaschendeckeln und Umweltbeuteln. Jede Tasche wird liebevoll von Hand gefertigt. Als ihr Markenzeichen arbeitet sie einen kleinen Deckel mit einem Berliner Bären ein.

Auch in anderen Städten wird Littering in Design verwandelt. Zum Beispiel in Amsterdam, wo aus den abgekratzten Kaugummis die Sohle eines Turnschuhs gemacht wird. Der Gum Shoe hat eine Hubba-Bubba®-mäßig rosafarbene Sohle und hinterlässt bessere Spuren als ausgespuckte Süßigkeiten.



Die passen auch gut in den Korb mit dem Picknickgeschirr, mit dem im Park deutlich weniger Abfall entsteht. Mal ganz davon zu schweigen, dass er wesentlich stilvoller ist als ein Alugrill, Plastikgabeln und Dosenbier. Ganz Unermüdliche können „Kehrenbürger“ werden und Spielplätze aufräumen, Wiesen säubern oder Blumen in Innenhöfen pflanzen. Die ehrenamtlichen Helfer werden von der Berliner Stadtreinigung mit einem Kehrpaket unterstützt.

Nur was tun mit all dem angehäuften Abfall? Anstatt Kronkorken auf den Boden zu werfen, sollte man sie



Salat aus Gemüseschalen mit Zitronendressing

Meine Mutter hat mir schon immer erklärt, dass in den Schalen von Gemüse und Obst die meisten Nährstoffe stecken. Bei einer Party, bei der Gemüsesticks mit Dip auf den Tischen standen – natürlich alle aus geschältem Gemüse –, ging mir nicht aus dem Kopf, welche Mengen wertvoller Vitamine und Mineralien dafür in den Müll gewandert waren. Da habe ich mir dieses Rezept ausgedacht.

Tainá Quedes

Zutaten (für 4 Personen)

Schale von 1 Gurke
Schale von 2 Karotten
Schale von 1 Rettich
Schale von 1 Zucchini

Für das Dressing:

Saft und Zesten von 1 Zitrone
1 TL Agavendicksaft
1 TL Senf (Sorte nach Belieben)
2 EL Olivenöl

Zubereitung

Für das Dressing alle Zutaten – außer das Olivenöl – in einer kleinen Schüssel miteinander verrühren, bis sich das Salz aufgelöst hat. Das Olivenöl langsam einrühren und verschlagen, bis das Dressing emulgiert. Die Gemüseschalen in Streifen schneiden.

Entweder werden die Gemüseschalen einige Zeit im Dressing mariniert, oder sie werden – so wie auf dem Bild zu sehen – auf einem großen Teller arrangiert und anschließend mit dem Dressing übergossen. Zum Schluss die Zitronenzesten darüberstreuen und servieren.



REZEPT Tainá Quedes, „Die Küche der Achtsamkeit“, ISBN 978-3-95614-135-5



Wohin mit Ihrem Abfall? Gut sortiert entsorgen.

Die meisten Abfälle lassen sich heute gut recyceln. Das schont begrenzte Rohstoffe und spart jede Menge CO₂.

Voraussetzung: Sie kommen in der richtigen Tonne beim Entsorger an. Was wohin gehört, erfahren Sie hier.

Alles zum Thema Recycling auch unter www.trenntstadt-berlin.de

Wertstoffe

Verpackungen und andere Gegenstände aus:

Kunststoff

Becher, z. B. Joghurt-, Margarinebecher
Kunststoffflaschen, z. B. Pflege-, Spül-, Waschmittelflaschen, Saftflaschen
Gebrauchsgegenstände, z. B. Gießkannen, Plastikschüsseln, Spielzeug
Folien, z. B. Einwickelfolie, Plastiktüten
Schaumstoffe, z. B. Styroporschalen für Lebensmittel

Metall

Getränke-, Konservendosen, Flaschenverschlüsse
Töpfe, Werkzeuge, Besteck, Schrauben
Alufolie, -deckel, -schalen

Verbundstoff

Getränkekartons, Kaffeevakuumverpackungen

Bitte keine Elektrogeräte, Energiesparlampen, Batterien, Textilien, Datenträger und Holz!

Glas

Flaschen, z. B. Getränkeflaschen, Essig- und Ölfaschen
Gläser, z. B. Marmeladen- und Konservengläser sowie Gläser für Babynahrung

Bitte nach Weiß- und Buntglas trennen! Spiegel- und Fensterglas sowie Geschirr bitte in die Hausmülltonne.



Papier / Pappe

Zeitungen
Zeitschriften
Verpackungen aus Papier, z. B. Mehl- und Zuckertüten
Prospekte
Kartons, z. B. Waschmittelkartons
Kataloge
Schreibpapier
Bücher, Hefte

Kartons bitte flach zusammenfallen oder zerreißen!



Biogut

Schalen und Reste von Obst und Gemüse, auch von Zitrusfrüchten
Kaffeesatz samt Filter
Tee und Teebeutel
Eierschalen
Essensreste, auch Gekochtes
alte Lebensmittel (ohne Verpackung)
Blumen
Gartenabfälle, auch Rasenschnitt
Grün- und Strauchschnitt
Laub
Einwickelpapier, z. B. altes Zeitungs- oder Küchenpapier

Gut in Zeitungs- und Küchenpapier einwickeln, keine Plastiktüten verwenden!



Hausmüll

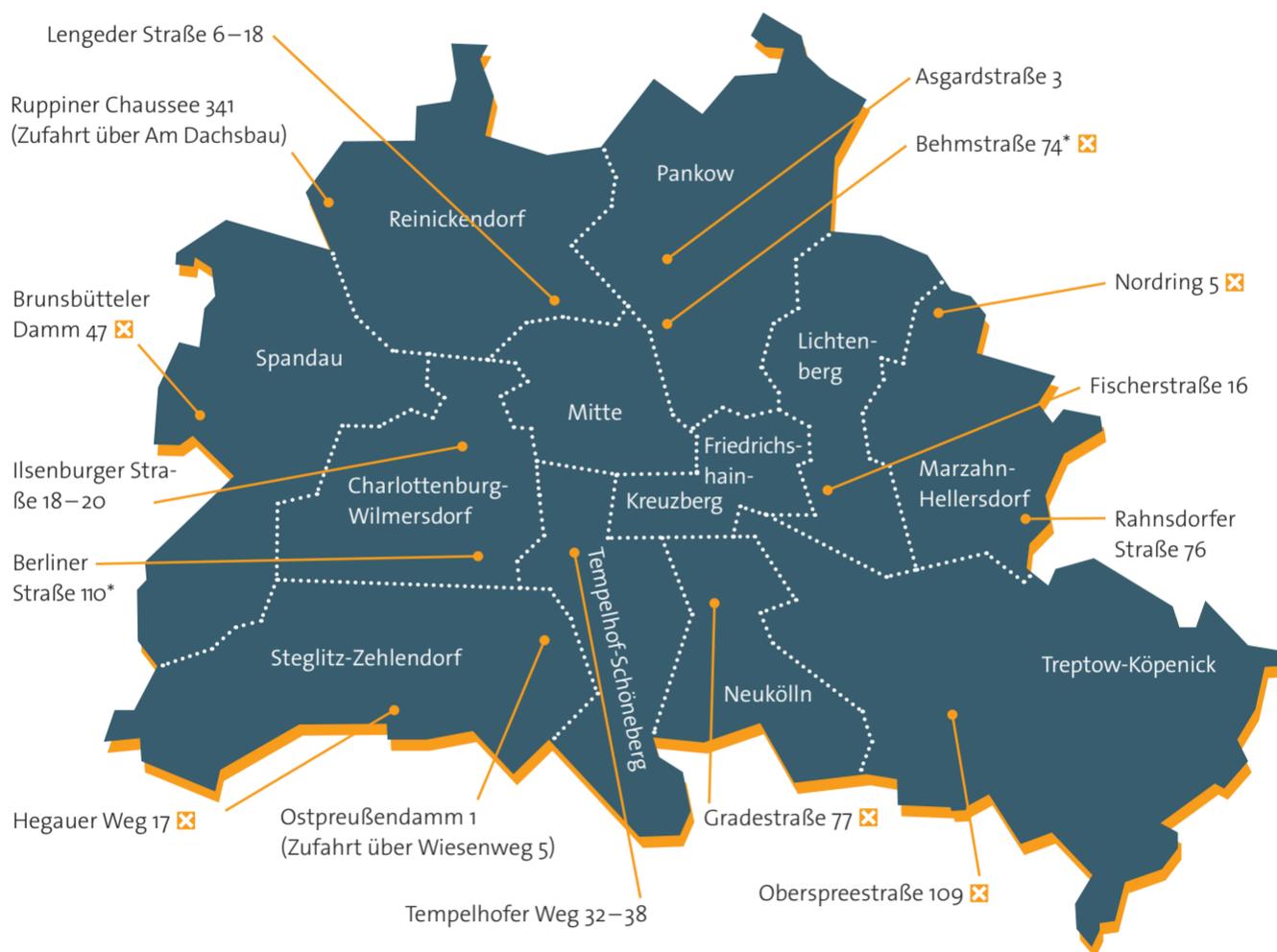
Hygieneartikel
Hygienepapiere
Geschirr
Staubsaugerbeutel
Papier, verschmutzt oder beschichtet
Tierstreu
Windeln
Tapetenreste
Folien, verschmutzt
Farben, eingetrocknet
Kehricht, Fegereste
Asche und Aschenbecherinhalt
Spiegel- und Fensterglasscherben
Fotos

Bauabfälle oder Schadstoffe bitte nicht in oder neben die Tonne!

Die Recyclinghöfe der BSR

Vieles, was der Eine nicht mehr braucht, wird von einem Anderen verzweifelt gesucht. Der Tausch- und Verschenkmarkt bringt beide zusammen, völlig kostenlos: www.BSR-Verschenkmarkt.de. Das ist Abfallvermeidung pur. Denken Sie beim Einkauf bitte auch an Korb oder Tasche und nutzen Sie Mehrwegangebote.

Leider lassen sich aber nicht alle Abfälle vermeiden. Die gute Nachricht: Die meisten dieser Abfälle lassen sich inzwischen recyceln. Das schont begrenzte Rohstoffe und spart jede Menge CO₂. Die Voraussetzung dafür: Abfalltrennung. Bitte machen Sie mit! Mehr Infos unter www.BSR.de.



Sperrmüll: maximal 3 m³ pro Kfz entgeltfrei
(inkl. Altholz, Metallschrott, Teppiche, Teppichboden)

Elektroaltgeräte: keine Mengenbegrenzung für private Haushalte

Schadstoffe: maximal 20 kg pro Abfallart und Tag entgeltfrei

Den **Sperrmüll-Abholservice** erreichen Sie telefonisch unter 030 7592-4900, per Mail unter Service@BSR.de oder im Internet: www.BSR.de

Öffnungszeiten:

Mo. – Mi., Fr. 07.00 – 17.00 Uhr
Do. 09.30 – 19.30 Uhr
Sa. 07.00 – 15.30 Uhr

* Öffnungszeiten Behmstr./Berliner Str.:

Mo. – Fr. 09.00 – 19.00 Uhr
Sa. 07.00 – 14.30 Uhr

☒ gleichzeitig Schadstoffsammelstelle

IMPRESSUM

Berliner Stadtreinigungsbetriebe
Anstalt des öffentlichen Rechts
Ringbahnstraße 96
12103 Berlin
Telefon 030 7592-4900 | Fax 030 7592-2262

V. i. S. d. P. / Projektleitung Trenntstadt Berlin
Birgit Nimke-Sliwinski
Leiterin Marketing
Telefon 030 7592-2031 | Fax 030 7592-2034
E-Mail Birgit.Nimke-Sliwinski@BSR.de

Konzept

Peperoni Werbe- und PR-Agentur GmbH, Berlin

Team Peter Eibenstein, Jochen Kirch, Jule Svoboda,
Greta Taubert, Peter Quester

Redaktionsteam

Redaktionsleitung: Jule Svoboda, Greta Taubert

Text: Débora Backes, Clara Bergmann, Alex Bohn,
Max Gehry, Luisa Lagé, Zola Schumacher, Stefan
Strauß, Piet Weber

Gestaltung: Melanie Buß, Tidian Camara,
Julia Fernández, Franziska Spindler, Jule Svoboda

Illustration: Tidian Camara, Édith Carron,
Julia Fernández, Juliane Filep, Andree Volkmann

Postproduktion: Michael Weber

Lektorat: Heide Waechter-Akkus

Beratung: Franziska Voß

Druck

Königsdruck GmbH
Alt-Reinickendorf 28, 13407 Berlin
Klimaneutral gedruckt
auf 100 % Recyclingpapier mit dem Blauen Engel

Online

Alle Inhalte des TrenntMagazins, Ansprechpartner
für die einzelnen Müllfraktionen, Hintergründe zur
Abfalltrennung in Berlin und Wissenswertes rund um
die Kampagne „Trenntstadt Berlin“ können Sie auch
online unter www.trenntstadt-berlin.de nachlesen.

Urheberrecht

Alle im TrenntMagazin abgedruckten Beiträge
sind urheberrechtlich geschützt. Nachdruck oder
anderweitige Verwendung ist nur mit vorheriger
Genehmigung des Herausgebers gestattet.

„CHEEEEEEEEEEESE!“

Das Käseregal im Supermarkt offenbart den ganzen Wahnsinn unserer Plastikwelt. Für jeden Käse gibt es ein eigenes Kunststoffkästchen. 24 Kilogramm Käse isst der Deutsche pro Jahr – das bedeutet auch mehrere Kilo Käseverpackungsabfall. Mal die hauchzarte Folie um Scheibletten, mal eine Dose für Frischkäse, mal die Schale für Schnittkäse. „Diese Käsehüllen sind besonders umweltbelastend“, sagt Philipp Sommers von der Deutschen Umwelthilfe.

Im TrenntMagazin wollen wir herausfinden, ob und wie sich das ändern ließe, und starten die Cheese-Challenge. Wir befragen Großkäsereien, die sukzessive auf Recyclingplastik setzen, Umweltaktivisten, die sich für einen Plastikpfand auch für Käse einsetzen, Forschungsinstitute, die Käseverpackungen aus Wiesengras oder Milcheiweiß synthetisieren, Handelsketten, die trotz Hygienevorschriften den Käse unverpackt verkaufen, und Start-Upperinnen, die in Workshops zeigen, wie sich Wachstücher selbst machen lassen.

Das nächste TrenntMagazin erscheint im Herbst 2019.

GETRENNT BEFRAGT

Bioplastik wird von vielen Herstellern als klima- und ressourcenschonend verkauft. Trotzdem ist es immer noch ein schwer zu recycelnder Kunststoff. Das TrenntMagazin hat zwei Experten gefragt:

IST BIOPLASTIK DAS BESSERE PLASTIK?



Es gibt nicht DEN einen Biokunststoff, sondern unterschiedliche Arten. Daher ist es falsch, Biokunststoffe grundlegend als schwer recycelbar zu bezeichnen.

Kunststoffe wie PE, PET und PP können statt aus fossilen Rohstoffen aus Mais, Zuckerrohr oder anderer Biomasse gewonnen werden. Sie helfen fossile Brennstoffe zu sparen und reduzieren Emissionen. Außerdem können sie mit den erdölbasierten Kunststoffvarianten recycelt werden. Biobasierte Kunststoffe sind somit besser als herkömmliche Kunststoffe.

Manche Biokunststoffe sind biologisch abbaubar und werden in Kompostanlagen von Mikroben zu Wasser, Biomasse und CO₂ transformiert. Dies ist wichtig, wenn ein Kunststoffprodukt mit organischen Abfällen entsorgt wird. Zum Beispiel erfüllt der Bioabfallbeutel aus zertifiziert kompostierbarem Kunststoff strenge Ökotoxizitätskriterien – im Gegensatz zu Zeitungen und Papiertüten. Er hilft, nasse Bioabfälle im Recycling und nicht abbaubares Plastik in der Biotonne zu minimieren.

Kristy-Barbara Lange
Deputy Managing Director / Regulatory Affairs von European Bioplastics e. V. (EUBP)



Bioplastik ist heute noch keine nachhaltige Alternative zu den klassischen Kunststoffen. Auch wenn es sich so anhört: Nicht alles, was „bio“ heißt, baut sich auch biologisch ab.

Biobasiertes Plastik – also aus nachwachsenden Rohstoffen gewonnenes Plastik – lässt sich schwer aus dem Kunststoffgemisch der Wertstofftonne herausfiltern. Bioabbaubare – also kompostierbare – Kunststoffe können zwar durch Mikroorganismen zersetzt werden, jedoch dauert dieser Prozess für die industrielle Kompostierung zu lang. Viele Kompostierer sortieren nicht vollständig abgebaute Biokunststoffe zusammen mit anderen Kunststoffen aus dem Kompost, weil sie die Qualität des Komposts verschlechtern.

Einwegverpackungen werden auch durch Bioplastik nicht umweltfreundlicher. Gegen die heutige Plastikflut helfen eher intelligente Verpackungen, die auf weniger verschiedenen Kunststoffsorten beruhen, Mehrwegverpackungen und insgesamt weniger Verschwendung.

Dr. Frederik Wurm
Research Group Leader am Max-Planck-Institut für Polymerforschung

ILLUSTRATIONEN: Andree Volkmann | FOTO rechts (Ausschnitt): The images were commissioned by UK environmental charity Keep Britain Tidy and LIDL UK, in support of their ongoing partnership – inspiring young people to take a more active role in caring for the environment.



Altglas gehört in die Glascontainer.





Wir
brauchen
ein neues
Rollen-
verhalten.

Entsorge Papier und Pappe
in der Papiertonne.

Trenntstadt  Berlin
www.trenntstadt-berlin.de

BSR