

Melanie Kröger, Jens Pape, Alexandra Wittwer (Hrsg.)

# EINFACH WEGLASSEN?

Ein wissenschaftliches Lesebuch  
zur Reduktion von Plastikverpackungen  
im Lebensmittelhandel

# Inhalt

Vorwort 9

## Problembeschreibungen und Analysen zur Verpackungsproblematik

- 1** **Eine Frage der Substanz** 23  
Erzählungen von Verpackungen, Werten und Müll  
**Lis Hansen**
- 2** **Umweltproblem Plastikverpackung** 39  
Aufkommen in Deutschland und Auswirkungen auf die Umwelt  
**Doris Knoblauch | Hannes Schritt**
- 3** **Unverpackt einkaufen:  
Eigentlich ganz einfach, oder?** 57  
Perspektiven auf die Herausforderungen  
eines Vermarktungskonzepts in der Nische  
**Melanie Kröger | Alexandra Wittwer | Jens Pape**
- 4** **Unverpackt – eine Idee wird Begriff** 83  
**Marie Delaperrière**  
Redaktionelle Unterstützung:  
**Lena Braun | Marc Delaperrière**

## **Empirische Studien und Konsumforschung zu Unverpackt und Verpackungsreduktion**

- 5** **Die Schwierigkeit des Weglassens** 101  
Verpackungsfunktionen im Supermarkt  
Lukas Sattlegger
- 6** **Nicht schwierig, aber anders** 119  
Wie funktioniert der Einkauf im Unverpacktladen  
im Alltag von Kundinnen und Kunden?  
Alexandra Wittwer | Melanie Kröger | Jens Pape
- 7** **Soziale Normen,  
Gewohnheiten und Aushandlungen** 139  
Alltagsherausforderungen des verpackungsfreien Einkaufs  
Benjamin Hennchen | Alexandra Wittwer  
Lukas Sattlegger | Melanie Kröger
- 8** **Die Beziehung zum Behälter** 157  
Soziale Aspekte der Mehrwegnutzung  
Elisabeth Süßbauer | Klara Wenzel | Anne Müller
- 9** **Unverpackt einkaufen im Biosupermarkt  
aus Sicht der Kundinnen und Kunden** 177  
Gestaltungsfelder für den Handel  
Laura Nickel | Bettina König
- 10** **Differenzierter Einblick  
in das Image von Unverpacktläden** 195  
Patrick Niehaves | Jennifer Marisa Fröhlich  
Sophia Klatt-D'Souza | Irmela Sinkewitsch

## Systemische Hemmnisse und Zukunftsentwicklungen

- 11**      **Reduzierung von Kunststoffverpackungen  
für Lebensmittel**      213  
Herausforderungen für Verbraucherinnen und Verbraucher  
Thomas Decker | Maria Lipp  
Manuel Lorenz | Friederike van den Adel
- 12**      **Plastik in der Bundesrepublik um 1970**      227  
Kein Umwelt- oder Verbraucherschutz ohne Arbeitsschutz  
Andrea Westermann
- 13**      **Littering – weit verbreitet, wenig erforscht**      243  
Nina Maier | Sonia Grimminger
- 14**      **Ansätze zur Verminderung des Plastikverbrauchs  
bei Lebensmittelverpackungen**      265  
Ergebnisse eines Kreativprozesses  
Andreas R. Köhler | Martin Möller
- 15**      **Geschäftsmodelle zur Reduktion von Plastikmüll  
entlang der Wertschöpfungskette**      285  
Wege zu innovativen Trends im Handel  
Sabrina Schmidt | Frieder Rubik
- 16**      **Verpackungsreduzierte Beschaffung**      305  
Protokoll einer fiktiven Gesprächsrunde  
zwischen Einzel- und Großhandel  
Melanie Kröger | Lukas Sattlegger  
Alexandra Wittwer | Jens Pape

<b>17</b>	<b>Plastikvermeidung auf kommunaler Ebene</b> Linda Mederake   Dorothea Seeger	327
<b>18</b>	<b>Politische Entwicklungen zur Reduktion des Plastikproblems</b> Sonia Grimminger   Nina Maier	345
<b>19</b>	<b>Vom Abfall- zum nachhaltigen Ressourcenmanagement</b> Henning Wilts   Nadja von Gries	363
<b>20</b>	<b>Ökonomie der Abfallvermeidung</b> Henning Wilts	379
<b>21</b>	<b>Bioplastik – Kunststoffe der Zukunft?</b> Carolin Völker   Johanna Kramm	393

## **Anhang**

Autorinnen und Autoren	410
Danksagung	423

Problembeschreibungen  
und Analysen zur  
Verpackungsproblematik

# Eine Frage der Substanz

## Erzählungen von Verpackungen, Werten und Müll

---

LIS HANSEN

### Zusammenfassung

In diesem Beitrag wird anhand einiger literarischer Beispiele, die das Wegwerfen, Verpackungen und Müll thematisieren, ein besonderes Augenmerk auf das Imaginäre, die Zuschreibungen und die Erzählungen von Material gelegt. Sowohl der Fiktionswert von Waren wie auch literarische Imaginationen von Verpackungsmüll zeigen sich dabei eng mit der Frage nach der Substanz von Objekten verknüpft. Auch beim Verzicht auf Verpackungen spielt der Aspekt der Substanz eine wesentliche Rolle. Daher wird abschließend die spezifische Warenästhetik von unverpackten Produkten beleuchtet.

#### 1.1

### Wegwerfen

In Heinrich Bölls Erzählung *Der Wegwerfer* (Böll 1997), die Mitte der 1950er-Jahre entsteht, wird ein Mann geschildert, dessen ganze Aufmerksamkeit und Leidenschaft einem meist eher nebenher und unauffällig vollzogenen Akt gilt: dem Wegwerfen. Der namenlose Wegwerfer in der Erzählung trennt im Keller seiner Firma an zwei brachialen Holztrögen begeistert das Wertvolle vom Wertlosen, die Post von der Werbung und spart seiner Firma durch das Aussortieren des Überflüssigen wichtige

Arbeitsstunden. Durch jahrelange theoretische Berechnungen, Experimente und praktische Erfahrungen glaubt der Wegwerfer, die effizienteste Art der Entsorgung entwickelt zu haben, sodass er sogar darüber nachdenkt, »Wegwerfeschulen« einzurichten. Dann widmet er sich einem Thema, das zur Zeit des Erscheinens der Erzählung mehr und mehr die Lebenswelt und materielle Kultur der Menschen beeinflusste: Verpackungen. Entsprechend sieht der Wegwerfer in Bölls Erzählung darin ein neues Forschungsfeld für sich: »[...] die reine Postwegwerferei interessiert mich kaum noch; was daran noch gebessert werden kann, ergibt sich aus der Grundformel. Längst schon bin ich mit Berechnungen beschäftigt, die sich auf das Einwickelpapier und die Verpackung beziehen: hier ist noch Brachland, nichts ist bisher geschehen, hier gilt es noch, der Menschheit jene nutzlosen Mühen zu ersparen, unter denen sie stöhnt. Täglich werden Milliarden Wegwerfbewegungen gemacht, werden Energien verschwendet, die, könnte man sie nutzen, ausreichen würden, das Antlitz der Erde zu verändern. Wichtig wäre es, in Kaufhäusern zu Experimenten zugelassen zu werden; ob man auf die Verpackung verzichten oder gleich neben dem Packtisch einen geübten Wegwerfer postieren soll, der das eben Eingepackte wieder auspackt und das Einwickelpapier sofort für den Altwarenhändler zurechtbündelt?« (Böll 1997: S. 270)

Das »Brachland« der Erforschung des Wegwerfens von Verpackungen ist in Bölls Erzählung Mitte der 1950er-Jahre vor allem auf den Verbrauch von Zeit und Energieressourcen bezogen. Die Schilderung der »Mühsal« des Auspackens und der Wegwerfbewegungen verweisen trotz der ironisch gefärbten Darstellung auf die kulturelle Bedeutung von Wegwerfakten. Die Gesellschaft beginnt sich in dieser Zeit zunehmend über den Konsum und die Aneignung von Produkten zu definieren – der Kulturwissenschaftler Hartmut Böhme spricht vom Konsum als dem »kreative[n] Zentrum der Kultur« (Böhme 2012: S. 343). Den damit auf das Engste verbundenen Aspekten der Trennung, des Aussortierens und des Wegwerfens von Dingen muss daher ebenfalls eine zentrale Bedeutung beigemessen werden. Bölls Erzählung mit ihrer Ausrichtung auf Prozesse des Wegwerfens markiert folglich kulturgeschichtlich eine zentrale Zäsur im Umgang mit und der Bewertung von Objekten, besonders im Hinblick

auf die Kategorie *Müll*. Denn nach einer von Sparsamkeit geprägten Nachkriegszeit beginnt der Konsum infolge des sogenannten Wirtschaftswunders in den 1950er-Jahren eine immer zentralere Rolle einzunehmen, die eng an den Aufstieg einer neuen Materialität geknüpft ist: Kunststoffe (Westermann 2007). Plastik ist in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts von kaum zu überschätzender Bedeutung für die Herstellung und Verpackung der Waren sowie eine entsprechende Konsumästhetik. Das günstig und massenhaft produzierbare Material befeuert zugleich das Wegwerfen von verbrauchten, alten oder als überflüssig empfundenen Dingen. In der Folge wird die Gesellschaft nicht nur als Konsumgesellschaft gedeutet, sondern außerdem als Wegwerfgesellschaft. Bereits 1960 bezeichnete der US-amerikanische Soziologe Vance Packard seine Landsleute als *waste makers*. Vor diesem kulturgeschichtlichen Hintergrund wird im Folgenden das Thema *Verpackungen in der Literatur* mit einigen Gedanken zur kulturellen Bedeutung von Kunststoffen wie literarischen Imaginationen von Verpackungsmüll verknüpft.

Bölls Wegwerfer beschäftigt an den Verpackungen zunächst weniger das gegenwärtig so aktuelle Kunststoffmüllproblem, sondern vielmehr der hohe Verbrauch von Zeit und Energie beim Auspacken eines Produktes. Ab und zu kauft der Wegwerfer selbst ein Produkt, allerdings nur zu Studienzwecken, »um die Prozedur der Sinnlosigkeit an mir selber vollziehen zu lassen und herauszufinden, wieviel Mühe es braucht, den Gegenstand, den man zu besitzen wünscht, wirklich in die Hand zu bekommen« (Böll 1997: S. 271). Um dies zu ermitteln, geht er äußerst professionell zu Werke: Seine Wohnung ist voll von grafischen Darstellungen, von Formeln und Ergebnissen seiner Berechnungen der Zeit und Energie, die das Auspacken eines Gegenstandes benötigt. Beim Öffnen eines gekauften Nervenmittels setzt er seine Stoppuhr in Gang und protokolliert: »äußeres Einwickelpapier, Zellophanhülle, Päckung [sic!], inneres Einwickelpapier, die mit einem Gummiring befestigte Gebrauchsanweisung: siebenunddreißig Sekunden. Mein Nervenverschleiß beim Auspacken ist größer als die Nervenkraft, die das Mittel mir zu spenden vermöchte.« (Böll 1997: S. 272)

Die beschriebene Verpackung ist, abgesehen von der Zellophanhülle und dem Gummiring, in dieser Erzählung vor allem noch eine aus Papier.

Jedoch prägt die Beschäftigung des Wegwerfers mit der Verpackung – ebenso wie gut 70 Jahre später in der Gegenwart – die Frage nach dem Verhältnis der tatsächlichen Substanz, dem Gehalt eines Produktes und seiner materiellen Darbietung, denn am Ende seiner Untersuchungen bilanziert der Wegwerfer: »Sicher ist, daß die Verpackung einen größeren Wert darstellt als der Inhalt [...].« (Böll 1997: S. 272) Diese Feststellung verweist auf zentrale Zusammenhänge für die Auseinandersetzung mit Verpackungen: Von besonderer Relevanz ist dabei die Frage nach dem Wert, dem Inhalt und der Substanz des Gegenstandes im Verhältnis zu seiner Verpackung oder symbolischen Aufladung.

Substanz dient gemeinhin als Bezeichnung für den zentralen Gehalt eines Gegenstandes, das Wesentliche, den *Kern* von etwas. Dieser Begriff ist eng mit ontologischen Dingvorstellungen als verlässliche, objektive Bezugsgröße verknüpft. Eine solche Semantik der Objekte wird durch die Massenproduktion und die Kunststoffe seit den 1950er-Jahren aufgrund der quantitativen wie qualitativen Veränderung der Gegenstände entscheidend herausgefordert. Die Folgen dieser Entwicklungen für die Wahrnehmung von Müll werden an späterer Stelle beleuchtet. Zunächst soll festgehalten werden, dass der Wert der Verpackung, von dem der Wegwerfer spricht, nicht von materieller oder monetärer Art ist – besonders nicht in der Gegenwart, wo Verpackungen meist aus günstigen Kunststoffen bestehen. Die Verpackung ist außerdem keinesfalls *sinnlos*, wie der Wegwerfer sie bewertet. Eher ließe sich sogar geradezu gegensätzlich von einer starken Aufladung der Verpackungen mit kulturellem Sinn und Wert sprechen.

## 1.2

### Fiktionswerte: Verpackung als Erzählung

Verpackungen dienen ganz praktisch dem Schutz, der Portionierung, der Haltbarkeit oder Hygiene von Waren oder Lebensmitteln. Darüber hinaus spielen Verpackungen eine zentrale Rolle bei der Vermittlung der Ware. Für die bestmögliche Darbietung des Produktes treffen an der Verpackung diverse Bereiche der Warenproduktion zusammen, das Markenimage, das



**Abbildung 1.1**  
Reinigungsprodukte verpackt (Quelle: Hansen/privat).

Produktdesign und die Werbung für das Produkt. Die materielle Dimension der Verpackung muss folglich mit den semiotischen Dimensionen und einer symbolischen Aufladung zusammengedacht werden. Denn wenn Produkte vom Gebrauchswert weitestgehend gleichwertig sind, findet ihre Unterscheidung vor allem über das von den Herstellerfirmen kreierte Markenimage statt (Baßler und Drügh 2019: S. 9). Es geht bei Verpackungen neben ihrer praktischen Funktion daher vor allem um die Vermittlung eines Mehrwerts, eines imaginären Gehalts, der von dem Objekt an sich eigentlich nicht ausgeht. Wesentlich für einen solchen erzählenden Mehrwert des Objekts sind Mechanismen der Warenästhetik, die sich seit Mitte des 19. Jahrhunderts herausgebildet haben.

Seit sich die moderne Warenwelt entwickelte, stehen die Waren in enger Beziehung zu ästhetischen Stimulationen. Der Philosoph Wolfgang Fritz Haug führte daher den Begriff der »Warenästhetik« ein, um die Funktionalisierung der Ästhetik zur Steigerung der Konsumlust der Kundin-

nen und Kunden zu beschreiben. Haug bezog sich in seiner Kritik der Warenästhetik auf Karl Marx' Theorie des Warenwerts. Für die »Verschleierungsvorgänge« um den Tauschwert verwendet Marx den Begriff des Fetischismus, den Haug 100 Jahre später aufgreift. Haug beleuchtet, wie der Gebrauchswert einer Ware aufgrund von Werbung und Marketingstrategien mehr und mehr an Bedeutung verliert: »An die Stelle des realen Gebrauchswerts trete Suggestion, ein Gebrauchswertversprechen, das sich in der schönen, glänzenden Oberfläche der Waren materialisiere.« (Drügh, Metz und Weyand 2011: S. 10) Die kulturelle Vorstellung, dass mit der glänzenden Oberfläche der Ware zugleich eine inhaltliche Oberflächlichkeit verbunden wird, zeigt sich ebenfalls in der Literatur. Waren, Marken und Konsumgüter sind in der Literatur, außer in Pöpliteratur oder Pop-Art, meist wenig repräsentiert. Sie scheinen mit Vorstellungen von Ästhetik und Kunst als bedeutungstragend und gehaltvoll schwer vereinbar. Ein solches Kunstverständnis ist von einer Distanz zu den profanen und materiellen Dimensionen des Alltagslebens geprägt. Entsprechend werden die Konsumkultur und die Warenwelt meist als oberflächlich, gleichförmig, als Verflachung und Verführung banalisiert oder kulturkritisch gedeutet. Moritz Baßler und Heinz Drügh kritisieren in ihrem Plädoyer für eine Konsumästhetik, dass die Warenästhetik und Markenimages »im Wesentlichen als strukturelle Lüge, als falsches Gebrauchswertversprechen verstanden und verdammt [...]« würden (Baßler und Drügh 2019: S. 9). Eine solche Sichtweise verkenne allerdings die Komplexität und ästhetischen wie kulturellen Dimensionen der Konsumkultur. Wolfgang Ullrich spricht in ähnlicher Hinsicht von der Fiktionalisierung der Waren und ihrer Darbietung (Ullrich 2008: S. 45–52). Er weist auf den Zusammenhang von Konsumkultur und Literatur hin und erklärt, dass der Vorwurf, die Warenwelt würde die Menschen belügen, eine ähnliche Ausrichtung habe, wie es seit jeher Vorwürfe gab, die Dichterinnen und Dichter beziehungsweise die Literatur würden »lügen« (Baßler und Drügh 2019: S. 9). In beiden Fällen, bei den Illusionen und Versprechungen der Waren, die über Markenimages und Verpackungen vermittelt werden, wie beim Erzählen von Geschichten, also bei der Literatur, sei den Konsumentinnen und Konsumenten jedoch üblicherweise bewusst, dass es auf

beiden Gebieten keinen Anspruch auf Wahrheit gibt. Im Gegenteil, es handelt sich um zwei Bereiche, in denen vor allem Fantasien, Illusionen, Fiktionen, Wünsche und Träume von Bedeutung sind.

Die Komplexität und Ausrichtung der Fiktionen literarischer Texte und der Warenästhetik unterscheiden sich zwar, doch bietet das Zusammendenken dieser zwei Sphären bereichernde Perspektiven. Denn die Fiktionen, Wünsche und Träume der Menschen manifestieren sich gegenwärtig besonders in der Warenästhetik: »Nirgendwo ist die Formel vom Versprechen der Schönheit so präsent wie auf den realen und virtuellen Märkten der Gegenwart.« (Liessmann 2012: S. 8) Nirgendwo würde der Gegenstand so viel mehr als sein Gebrauch versprechen, und zwar nichts weniger als »Freiheit, Glück, Sex und Erfolg« (ebd.). Solche Versprechen der Ware als moderne Fetischobjekte werden von Werbung, Markenimages und Verpackungen erzählt und kulminieren in dem Bonmot Don Drapers, dem Kreativdirektors einer Werbeagentur in der Serie *Mad Man*, die Liebe sei von Typen wie ihm erfunden worden, um Nylonstrümpfe zu verkaufen. Eva Illouz' Beobachtung einer »Romantisierung der Waren« in einer kapitalistischen Gesellschaft (Illouz 2007: S. 53) weist in eine ganz ähnliche Richtung, die als ein *Erzählen* von Träumen, Hoffnungen und Selbstbildern gedeutet werden kann. Aufgrund dieses fiktionalen Gehalts stehen die Warendarbietungen in engem Bezug zu Mechanismen der Literatur. Zugleich ist die Literatur ein Bereich, in dem insbesondere seit der Mitte des 20. Jahrhunderts intensiv die Kehrseite der neuen, glänzenden und schönen Waren, der Müll, dargestellt und reflektiert wird. Vor diesem Hintergrund lässt sich fragen: Was passiert eigentlich mit dem geschilderten imaginären *Mehr*, den Versprechungen oder Fiktionen eines Warenobjekts beim Anblick von ebendiesen Produkten als Müll?

### 1.3

## Die Enthüllung des Verblendungszusammenhangs: Die Wahrheit der Ware als Müll

In einer Konsumkultur stellt das Auspacken eines Produktes gemeinhin ein positiv konnotiertes und lustvolles Moment dar. Die neu verpackten, jungfräulichen Waren ermöglichen demjenigen oder derjenigen, der oder die sie erstmals öffnet, einen direkten Aneignungsprozess, nicht nur des Produktes selbst, sondern ebenfalls der mit ihm verbundenen Fiktionswerte. Das durch die Verpackung vermittelte Neue, Unverbrauchte eines verheißungsvollen Produkts steht damit in denkbar krassem Kontrast zu Eigenschaften der Objekte, die als Müll gelten. Diese Gegenstände sind benutzt, verbraucht, möglicherweise zerkratzt, zerbrochen oder beschädigt. Es sind genau diese Spuren der Vergangenheit oder des Gebrauchs, die neben der topografischen Platzierung den Status eines Objekts als Müll konstituieren. Die Gebrauchsspuren und der Formverlust bewirken außerdem ein besonderes Hervortreten der Materialität des Objekts, das als Müll bewertet wird. Diese Exponiertheit der materiellen Seite der Gegenstände scheint zum einen die Möglichkeit zu suggerieren, den tatsächlichen Gehalt, die Substanz eines Objekts offenzulegen. Darüber hinaus stellt der Fokus von Mülldarstellungen auf die materielle Seite eines Objekts einen Gegensatz zu den imaginären Werten der Warenästhetik dar, wie sie im vorherigen Absatz geschildert wurden. Die Aufladung der Waren mit Werten, Fiktionen und Versprechungen bewirkt, dass mit Darstellungen von Müll häufig die Erwartung verknüpft wird, das Wahre und Reale, ebendie materielle Kehrseite der Illusionen zu zeigen. Mit der Darstellung von Müll scheinen daher die mit Wolfgang Ullrich gesprochene Fiktionalisierung oder Eva Illouz' Beobachtung der »Romantisierung der Waren« entblößt und ein »Verblendungszusammenhang des Konsums« (Linck und Mattenklott 2006: S. 9) gelüftet. Müllszenen können auf diese Weise als der nicht schöne Kontrapost zu den Werbenarrativen gelesen werden. Das Abfällige wirkt daher, wie es der Protagonist Hagen Trinker in Helmut Kraussers Roman *Fette Welt* ausdrückt, »unsimuliert« (Krausser 1999: S. 18) und wahrhaftiger. Mülldarstellungen suggerieren

eben nicht, *den schönen Schein* zu inszenieren, sondern das tatsächliche *Sein*, die Substanz des Objekts an sich, zu zeigen.

Die Frage nach der Substanz beschäftigte bereits den Wegwerfer, allerdings aus einem anderen Grund. Er beklagt die Differenz zwischen dem Wert der Verpackung und des Inhalts bei seinen Auspackstudien als unverhältnismäßig. In ganz ähnlicher Weise trauert er an anderer Stelle in der Erzählung über die Effizienz seiner Wegwerfhandlungen. Nachdem er die überflüssigen Werbeprospekte von den wertvollen Briefen getrennt hat, bemerkt er: »Immer wieder stimmt es mich traurig, den Pfortner in einem Blechkorb von der Größe eines Schulranzens wegtragen zu sehen, was vom Inhalt dreier Postsäcke übrigblieb.« (Böll 1997: S. 266) Die Trauer des Wegwerfers um die Diskrepanz zwischen dem wenigen Wertvollen und der Masse des als wertlos aussortierten Materials lässt sich mit gegenwärtigen Bewertungen von Kunststoffen verknüpfen. In diesen Zusammenhängen wird ebenfalls eine große Differenz zwischen der Masse von Objekten und ihrem Wert ersichtlich.

Einen zentralen Unterschied stellt jedoch der Umstand dar, dass die Entsorgung des Überflüssigen, Verbrauchten oder Wertlosen gegenwärtig nicht mehr so reibungslos funktioniert, wie es in Bölls Erzählung noch perspektiviert wird. Der Müll, den der Wegwerfer gesammelt hat, verweist zwar auf die Diskrepanz von Masse und Substanz sowie einen entsprechenden Wertverlust, doch der aussortierte Teil kann ohne Probleme entsorgt werden. Diese reibungslose Entsorgung stellt einen gravierenden Unterschied zu gegenwärtigen Diskursen und literarischen Darstellungen von Verpackungsmüll dar.

#### 1.4

### Literarische Imaginationen von Verpackungsmüll

Günter Grass beschreibt bereits 1986 in seinem Roman *Die Rättin* die Eigenbeweglichkeit und Dauerhaftigkeit des alltäglichen Mülls einer Konsumgesellschaft. In diesem Text ruft eine darin geschilderte Ratte den Menschen vorwurfsvoll zu: »Was vom Menschengeschlecht geblieben, zählen wir zum Gedächtnis auf. Von Müll befallen, breiten sich Ebenen,

strändelang Müll, Täler, in denen der Müll sich staut. Synthetische Masse wandert in Flocken, Tuben, die ihren Ketchup vergaßen, verrotten nicht. Schuhe, weder aus Leder noch Stroh, laufen selbsttätig mit dem Sand, sammeln sich in vermüllten Kühlen, wo schon des Seglers Handschuh und drolliges Badegetier warten. All das redet von euch ohne Unterlaß.« (Grass 2007: S. 14).

Während Bölls Erzählung aus den 1950er-Jahren sich vor allem mit dem Verbrauch von Zeit und Energie beschäftigt, wird in Grass' Roman die räumliche Dimension von Verpackungsmüll als Umweltproblem ersichtlich. Der Müll befindet sich am Strand und damit an einem nicht für ihn vorgesehenen Ort. Ferner vergessen die Verpackungen, die Tuben, zwar ihren ehemaligen Inhalt, selbst bleiben sie jedoch bestehen und verrotten nicht. Die leeren und verbrauchten Hüllen der Waren reden unablässig: »ohne Unterlaß«, wie es heißt. In Grass' Roman wird der synthetische Müll nicht nur als Umweltproblem dargestellt, sondern außerdem als menschliches Erbe. Die Ratte zählt den Müll »zum Gedächtnis« auf und erklärt ihn als den »Nachlaß« (Grass 2007: S. 15) der Menschen. Stellt Dauerhaftigkeit üblicherweise einen kulturellen Wert dar, wird die Persistenz des Verpackungsmülls hier als ein negatives Erbe und eine transgenerationale Belastung inszeniert. Darüber hinaus wird die Mobilität der Polymere, die aktive Seite des Kunststoffmülls – er wandert, läuft selbstständig, sammelt sich und wartet –, an dieser Textstelle besonders betont. Die Unbeherrschbarkeit und Widerspenstigkeit der Kunststoffe werden damit eindringlich bebildert.

Zwei Dekaden später werden diese Aspekte in gesteigerter Form erneut Gegenstand einer literarischen Auseinandersetzung. In Dea Lohers Theaterstück *Deponie* (Loher 2001) wird der Mageninhalt von einigen Wildtieren imaginiert. Ein Müllwagenfahrer, der Wildtiere auf einer Mülldeponie beobachtet, malt sich den Mageninhalt der Tiere aus: »[...] manchmal stelle ich mir vor, wie ihnen beim Ausweiden der ganze Dreck aus den aufgeschlitzten Bäuchen rausquillt, faulige Windeln, zernagte Schaumstoffteile, halbe Schuhe, Splitter von Plastikflaschen, versupptes Obst [...]« (Loher 2001: S. 40). Während der Müll in Grass' Roman den Strand verschmutzt, inszeniert Dea Loher anhand der Tiere und ihrer körperli-

chen Verbindung mit synthetischem Material die Art von Verschmelzung und materieller Grenzüberschreitung, welche in den letzten Jahren Politik, Wissenschaft und Gesellschaft in zunehmendem Maße beunruhigt. Vor dem Hintergrund, dass Tiere in Kultur und Literatur als typische Stellvertreter für menschliche Ängste fungieren, können diese Narrative im Zusammenhang aktueller Diskussion um Mikroplastik, das über kontaminierte Lebensmittel in den menschlichen Körper zurückgelangt, gelesen werden.

In diesen zwei Beispielen literarischer Inszenierungen von Verpackungsmüll zeigt sich erneut eine Beziehung zu Fragen von Substanz, Inhalt und Werten. Die enge Verbindung von Verpackungen mit dem Aspekt der Substanz scheint im Hinblick auf Kunststoffmüll sogar eine weitere Ebene zu beinhalten, und das liegt vor allem an der kulturellen Semantik der Kunststoffe selbst. Diesem Material wird üblicherweise wenig Wert zugeschrieben, und das vor allem, da Plastik als Signum für Substanzlosigkeit fungiert. Das mag daran liegen, dass Kunststoffe zur Zeit ihrer *Erfindung* im 19. Jahrhundert zunächst als Ersatzstoffe, etwa für Elfenbein oder andere knappe Ressourcen, fungierten. Schon früh in der Entwicklungsgeschichte wurde das Plastik in verschiedenste Formen, Farben und Texturen gegossen, um anderes Material zu imitieren. Teure Materialien wurden täuschend echt nachgeahmt: Imitate von Elfenbein und Ebenholz oder falsche Perlen wurden an die aufstrebende Mittelschicht verkauft, die sich nach dem Wohlstand der Reichen sehnte, ihn sich aber nicht leisten konnte (Miodownik 2016: S. 144). Die Frage, ob etwas *echt* oder *eben nur aus Plastik* ist, hat an seiner Aktualität nichts verloren, wie beispielsweise in Diskursen um Modeschmuck ersichtlich wird. Der Verdacht einer Täuschung prägt die Wahrnehmung von Kunststoffen offenbar immer noch und bewirkt zusammen mit der Vorstellung der Wandlungsfähigkeit des Materials, dass Plastikobjekten gemeinhin wenig Substanz, im Sinne eines beständigen, verlässlichen Gehalts eines Objekts, zugeschrieben wird. Diese Semantik der Kunststoffe fasst der Philosoph, Schriftsteller und Literaturkritiker Roland Barthes folgendermaßen zusammen: »[d]as Plastik ist weniger eine Substanz als vielmehr die Idee ihrer endlosen Umwandlung« (Barthes 1964: S. 79). Die von Barthes beschriebene

Illusion eines substanzlosen Materials im permanenten Transformationsprozess wird ikonografisch im *Grünen Punkt* mit seinen sich unablässig im Kreis befindlichen Pfeilen anschaulich bebildert. Die Konnotation der Kunststoffe als ein substanzloses und sich im ständigen Transformationsprozess befindliches Material stellt möglicherweise einen Grund für die jahrelange gesellschaftliche wie politische Ignoranz von Plastik als Müllproblem dar. Wo keine Substanz, kein Kern, angenommen wird, muss der materielle Rest seltsam unwirklich und abstrakt erscheinen und kommt daher in seiner materiellen Präsenz überraschend. Hinzu kommt die Mär von der hohen Wiederverwertung und Recyclingquote Deutschlands, die jüngst ebenfalls als Täuschung, etwa als »Plastik-Lüge« (Asendorpf 2018) und »Mogelpackung« (Bethge 2019), thematisiert wurde. Die literarischen Darstellungen von Plastikmüll stehen der Vorstellung eines in permanenter Umwandlung begriffenen substanzlosen Materials entgegen und perspektivieren vielmehr seine Substanz, seine materielle Beständigkeit wie Eigenbeweglichkeit.

## 1.5 Glänzende Oberflächen. Die Verpackung des Mülls

Doch nicht nur die Verpackung von Produkten prägt die Wahrnehmung und Bewertung von Gegenständen und steht in engem Bezug zu Kunststoffen und Wegwerfakten. Auch der Müll selbst erfährt unterschiedliche *Verpackungen*. In Italo Calvinos Erzählung *Die Mülltonne* aus dem Jahr 1990 denkt der Erzähler intensiv über die Beziehung zwischen Müll und Gesellschaft sowie die Bedeutung des Wegwerfens für das Individuum nach. Er reflektiert die Praktiken, Akteure und Materialitäten, die bei der Müllentsorgung interagieren. In diesen Zusammenhängen beobachtet er durch die Einführung der Kunststoffe – ähnlich wie bei den Verpackungen der Waren – eine Veränderung in der Wahrnehmung der Objekte. Früher, so berichtet der Erzähler, seien die Mülleimer mit Zeitungspapier ausgelegt gewesen: »Heute steckt er [der Müll, *L. H.*] in glatten und glänzenden Hüllen.« (Calvino 1997: S. 101) Die Entwicklung, den Müll in



oder den Nachweisen von Mikroplastik in tierischen wie menschlichen Körpern auf Plastik an sich beziehen: Inwieweit lassen sich gegenwärtig Kunststoffverpackungen wahrnehmen, ohne das starke Bild seiner Müllwerdung bereits mitzudenken?

In allen angeführten literarischen Beispielen, in denen das Wegwerfen, Verpackungen und Müll thematisiert wurden, waren diese Auseinandersetzungen mit Fragen nach der Substanz und dem Wert von Objekten verbunden. Dabei zeigten sich die Zuschreibungen, die Bilder und die Fiktionen, die an die Waren, die Verpackungen und auch den Müll geknüpft sind, als signifikant für ihre kulturelle Deutung und konkretes Handeln. Daher lässt sich vor dem Hintergrund der Entwicklung der kulturellen Semantik der Kunststoffe vom einstigen Wunderstoff zum Müllproblem folglich nicht nur fragen, welche Bilder die Verpackungen der Waren gegenwärtig evozieren. Im Zusammenhang mit verpackungsfreien Produkten wäre außerdem zu bedenken, dass der Verzicht auf die Verpackung ebenfalls mit Fiktionen verbunden ist. Die Werte, Träume und Wünsche, die über unverpackte Produkte vermittelt werden (etwa Naturnähe, eine modernekritische Nostalgie oder ein direkteres Verhältnis zu den Dingen), entfalten ebenfalls eine eigene Konsumästhetik. Diese bezieht sich in den Unverpacktläden materiell wie in ihrer ästhetischen Darbietung mit Weckgläsern, Brotdosen aus Edelstahl und Bastkörben stark auf das frühe 20. Jahrhundert.

Ohne die Notwendigkeit einer Reduktion von Verpackungsmüll zu bezweifeln, sollten die vermittelten Werte der verpackungsfreien und damit Unmittelbarkeit und Substanz versprechenden Produkte als Form einer Warenästhetik erkannt werden. Diese Fiktionen sind aus einer erzählanalytischen Perspektive sogar besonders interessant. Denn im Gegensatz zu Verfahren der herkömmlichen Warenästhetik suggerieren sie, ohne wertsteigernde Materialitäten (wie ehemals die Kunststoffe) oder Versprechungen von Werbung und Markenimages auszukommen und gewissermaßen *pur* zu sein. Die Substanz der Objekte scheint damit unvermittelt zugänglich. Der große Fiktionswert der Produkte ohne Verpackung liegt so darin zu erzählen, weniger eine kurzlebige Ware als vielmehr ein reines und verlässliches Objekt zu sein. Der französische Sozio-

loge und Philosoph Jean Baudrillard erkannte in dieser Hinsicht bereits in den 1960er-Jahren im Verhältnis der Menschen zu ihren alltäglichen Gegenständen eine »Nostalgie für den Ursprung und die Versessenheit auf das Authentische« (Baudrillard 1991: S. 98). Er bezieht sich dabei vor allem auf alte Objekte, jedoch scheinen unverpackte Produkte, die außerdem zumeist nicht aus Kunststoffen bestehen, gegenwärtig ganz ähnliche Werte zu vermitteln, die sich vor allem in ihrem Kontrast zu konventionellen Formen der Warenästhetik zeigen.

## LITERATURVERZEICHNIS

- Asendorpf, D.; Habekuß, F.; Middelhoff, P.; Pausch, R.; Peer, M.; Pinzler, P. (2018): Die Plastik-Lüge. Für immer Dein, in: Die Zeit, 19. April 2018.
- Barthes, R. (1964): Mythen des Alltags, Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Baßler, M.; Drügh, H. (Hrsg.) (2019): Konsumästhetik. Umgang mit käuflichen Gegenständen, Bielefeld: transcript.
- Baudrillard, J. (1991): Das System der Dinge. Über das Verhältnis zu den alltäglichen Gegenständen, Frankfurt am Main/New York: Campus.
- Bethge, P. et al. (2019): Mogelpackung. Von wegen Vorreiter: Deutschlands Recycling-System ist Müll, in: Der Spiegel, 19.01.2019.
- Böhm, H. (2012): Fetischismus und Kultur. Eine andere Theorie der Moderne, Hamburg: Rowohlt Taschenbuch Verlag.
- Böll, H. (1997): Der Wegwerfer, in: Böll, H.: Erzählungen 1952–1959. Hrsg. von V. Böll und K. H. Busse, Köln: Kiepenheuer und Witsch.
- Calvino, I. (1997): Die Mülltonne und andere Geschichten, München: Deutscher Taschenbuch Verlag.
- Drügh, H.; Metz, C.; Weyand, B. (Hrsg.) (2011): Warenästhetik. Neue Perspektiven auf Konsum, Kultur und Kunst, Berlin: Suhrkamp.
- Grass, G. (2007): Die Rätin, München: Deutscher Taschenbuch Verlag.
- Illouz, E. (2007): Der Konsum der Romantik. Liebe und die kulturellen Widersprüche des Kapitalismus, Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Krausser, H. (1999): Fette Welt, Hamburg: Rowohlt Taschenbuch Verlag.
- Liessmann, K. P. (2012): Schönheit, Stuttgart: utb.
- Linck, D.; Mattenklott, G. (Hrsg.) (2006): Abfälle. Stoff- und Materialpräsentation in der deutschen Pop-Literatur der 60er Jahre, Hannover: Wehrhahn.

- Loher, D. (2001): *Magazin des Glücks*, Frankfurt am Main: Verlag der Autoren.
- Miodownik, M. (2016): *Wunderstoffe. Zehn Materialien, die unsere Zivilisation ausmachen*, München: Deutsche Verlags-Anstalt.
- Packard, V. (1960): *The Waste Makers*, Philadelphia: Penguin.
- Ullrich, W. (2008): *Habenwollen. Wie funktioniert die Konsumkultur?*, Frankfurt am Main: Fischer.
- Westermann, A. (2007): *Plastik und politische Kultur in Westdeutschland*, Zürich: Chronos.

Können und sollten wir Verpackungen zukünftig einfach weglassen – so wie es Hunderte Unverpacktläden allein in Deutschland vormachen? Klar ist, Verpackungen haben viele Vorteile: Sie sind praktisch, schützen Inhalte gut und sind im Lebensmittelhandel wichtig für Hygiene-Standards, effiziente Logistik, Marketing und Kundeninformation.

Richtig ist aber auch: Das Plastikproblem ist eine der zentralen Nachhaltigkeits-Herausforderungen unserer Zeit. Weltweit steigen die Kunststoffmengen und die damit verbundenen Umweltprobleme kontinuierlich an, und Verpackungen sind ein wesentlicher Teil davon. Folgerichtig erwarten Kundinnen und Kunden Branchenlösungen, um Verpackungen einzusparen – doch in der Praxis ist die Verpackungsreduktion alles andere als einfach.

21 Beiträge bieten einen umfassenden Überblick über die Herausforderungen, Potenziale und Chancen des Weglassens von Verpackungen. Expertinnen und Experten aus Wissenschaft und Praxis beleuchten das Thema aus verschiedenen Blickwinkeln, diskutieren und illustrieren die vielfältigen Aspekte der Verpackungsreduktion im Lebensmitteleinzelhandel.