

Plastikpoker

Spielregeln für die
Entplastifizierung der Welt



politische ökologie ··· Die Reihe für Querdenker und Vordenkerinnen

Die Welt steht vor enormen ökologischen und sozialen Herausforderungen. Um sie zu bewältigen, braucht es den Mut, ausgetretene Denkpfade zu verlassen, unliebsame Wahrheiten auszusprechen und unorthodoxe Lösungen zu skizzieren. Genau das tut die *politische ökologie* mit einer Mischung aus Leidenschaft, Sachverstand und Hartnäckigkeit.

Die *politische ökologie* schwimmt gegen den geistigen Strom und spürt Themen auf, die oft erst morgen die gesellschaftliche Debatte beherrschen. Die vielfältigen Zugänge eröffnen immer wieder neue Räume für das Nachdenken über eine Gesellschaft, die Zukunft hat.

Herausgegeben wird die *politische ökologie* vom
oekom e.V. – Verein für ökologische Kommunikation.



Riesige Müllstrudel, die sich durch die Weltmeere wälzen, Kinder, die inmitten schwelender Brände auf Müllkippen im Globalen Süden arbeiten, oder kläglich verendete Meerestiere – Bilder wie diese erinnern uns täglich daran, wie weit die »Plastifizierung« der Welt bereits fortgeschritten ist. Das Wissen um die Folgen des Mikroplastiks in den Ozeanen ist mittlerweile bei Bürgern und Politikerinnen angekommen. Weniger bekannt ist, dass die Verschmutzung von Böden und Binnengewässern mit Kunststoffen noch viel gravierender als die des Meeres ist. Inzwischen befindet sich so viel (Mikro)Plastik in den Ökosystemen, dass Geolog(inn)en es als »Technofossil« bezeichnen.

Die Kunststoffindustrie ist ein gewaltiger Wirtschaftszweig und beschäftigt allein in Europa mehr als 1,5 Millionen Menschen. Sie stellt die Vermüllung der Umwelt gern als Problem der Abfallentsorgung dar und schiebt wahlweise den Behörden vor Ort oder den Konsument(inn)en die Schuld zu. Die Plastikmisere ist jedoch ein systemisches Problem und der To-go-Becher gleichsam ein Symbol für unseren Ex-und-hopp-Lebensstil, der kein Morgen kennt.

Dabei ist Plastik an sich nicht das Problem, es hat – richtig eingesetzt – viele gute Eigenschaften. Um unseren verschwenderischen Umgang mit Kunststoffen auf ein verträgliches Maß zu reduzieren, müssen Politik, Wirtschaft und Gesellschaft endlich die Scheuklappen ablegen und ihre Wohlfühlzonen verlassen. Es braucht klare politische Vorgaben, etwa in puncto Rezyklateinsatz, aber manchmal auch Verbote von unsinnigen Wegwerfprodukten, wie zuletzt im Rahmen der Einweg-Plastik-Richtlinie der EU. Die Industrie ließe sich so bestimmt leichter davon überzeugen, auf einen intelligenten und möglichst sparsamen Rohstoffeinsatz und Recyclingfähigkeit zu achten, statt wie bisher Scheinlösungen zu propagieren. Verbraucher(innen) können bewusst anders einkaufen, um den Handel zu ermutigen, Produkte möglichst unverpackt anzubieten. – Worauf warten wir noch?

Anke Oxenfarth

oxenfarth@oekom.de

Inhaltsverzeichnis

Mikroplastik

Einstiege 12

Die letzte Barbie 18

Eine Schatzsuche im Jahr 2050
Von Angela und Karlheinz Steinmüller

Im Plastikstrudel

Entplastifiziert Euch! 24

Sackgassen der Plastikökonomie
Von Joachim H. Spangenberg und Christoph Lauwigi

Profite vor Verantwortung 32

Die Macht der Plastiklobby
Von Kai Schächtele

Was unterm Strich zählt 39

Öko- und Klimabilanzierung von Kunststoffen
Von Lucia Sophie Layritz

Das Kunststoffdilemma

- 46 Das alte Plastik und das Meer**
Kunststoffe und Meeresschutz
Von Dorothea Seeger und Nadja Ziebarth
- 52 Willkommen im Plastozen**
Mikroplastik in der Umwelt
Von Andrea Beste
- 58 Schlankheitskur für den PKW**
Die Rolle von Plastik für die Verkehrswende
Von Dorothee Saar
- 64 „Als Abfall zu wertvoll“**
Kunststoffe im Bauwesen
Ein Interview mit Stephan Nicolay
- 69 Keine echte Alternative**
Bioplastik und konventionelles Plastik im Vergleich
Von Johanna Kramm und Tobias Haider

Mission Entplastifizierung

- 76 Mehr Kohärenz bitte!**
Plastikpolitik in Deutschland, Europa und weltweit
Von Linda Mederake, Ariel Araujo Sosa und Martin Hirschnitz-Garbers
- 83 Verschiebebahnhof schließen**
Plastikmüllexporte in den Globalen Süden
Von Bernhard Bauske
- 90 Die Zügelung des Feuers**
Wege aus der Müllverbrennung
Von Sascha Roth

Impulse

Projekte und Konzepte 96

Medien 104



Spektrum Nachhaltigkeit

By design, not by disaster! 108

Die Corona-Krise als Chance für eine sozialökologische Gemeinwirtschaft
Von Patrick Rohde und Lia Polotzek

Stadt, Land, Stress 112

Planungsprinzipien auf dem Prüfstand
Von Till Jensen

Auf Kosten anderer 116

Strukturen sozialer Ungleichheit
Von Davide Brocchi

Mut zum Gaiazän 120

Plädoyer für mehr anarchisches Denken
Von Peter L. W. Finke

Schöne neue E-Mobilitätswelt? 124

Anmerkungen zum geplanten Bau der Tesla-Fabrik in Brandenburg
Von Tobias Haas und Dirk Marx

Für die gedeihliche Zusammenarbeit und die finanzielle Unterstützung danken wir dem Wissenschaftlichen Beirat des BUND.



Bund für
 Umwelt und
 Naturschutz
 Deutschland

Rubriken

Editorial 7

Inhalt 9

Impressum 128

Vorschau 129

Die Macht der Plastiklobby

Profite vor Verantwortung

Noch viel zu viele Unternehmen setzen Verpackungen aus Plastik ein und wälzen die Verantwortung für deren Recycling auf ihre Kundschaft ab. Das Geschäft mit Einwegplastik ist nicht nur ökologisch, sondern auch wirtschaftlich riskant. Trotzdem verhindert massives Lobbying den dringend notwendigen Kurswechsel.

Von Kai Schächtele

— Anfang der 1970er-Jahre läuft im amerikanischen Fernsehen ein Werbeclip, der so tut, als wolle er die Welt besser machen, zumindest etwas weniger schmutzig. Ein Ureinwohner fährt mit seinem Floß über einen unberührten Fluss. Er erreicht das mit Unrat übersäte Ufer mit mächtigen Industrieanlagen im Hintergrund und landet auf einem Highway. Als er sieht, wie Menschen ihren Müll aus dem Auto werfen, fährt die Kamera nah ans Gesicht. Dem rechten Auge entweicht eine Träne. „People start pollution. People can stop it“ („Menschen beginnen, die Umwelt zu verschmutzen und Menschen können auch damit aufhören“), sagt eine Stimme am Ende.

Der Film wirkt wie der Appell einer Umwelt-NGO. In Wahrheit ist er die Arbeit von „Keep America Beautiful“. Finanziert von Unternehmen der Verpackungsindustrie, und Firmen wie Coca-Cola, hat die Organisation den Auftrag, der Bevölkerung einzureden, dass sie und nicht die Industrie dafür verantwortlich sei, dass der Müll nicht auf der Straße landet. Zur gleichen Zeit denkt der Konzern darüber nach,

Mehrweg-Glasflaschen durch Einwegplastik zu ersetzen, gegen den ausdrücklichen Rat von Ökolog(inn)en. 1975 stellt Coca-Cola, ebenfalls in einer aufwendigen TV-Kampagne, seine neue Plastikflasche vor: den „Easy-Goer“. Leicht, robust, praktisch. Nach eigenen Angaben produziert Coca-Cola heute 88 Milliarden Einwegflaschen im Jahr. Das sind 167.000 Flaschen pro Sekunde.

Wer verstehen will, warum die Welt heute in Plastikabfällen schier erstickt, wie die Industrie ihre Verantwortung auf diejenigen abzuwälzen versucht, die ihre Produkte kaufen, und inwiefern Lösungen erst möglich werden, wenn es gelingt, deren Strategien zu durchschauen – die Geschichte von Coca-Cola ist ein aussagekräftiges Symbol. Der Konzern ist mit drei Millionen Tonnen Kunststoffverpackungsabfällen pro Jahr aber nur die Spitze eines stetig anwachsenden Müllbergs. Danach folgen Nestlé (1,7 Millionen Tonnen), Danone (750.000 Tonnen) und Unilever (610.000 Tonnen). (1)

Im Kunststoff-Kapitalismus unserer Zeit sind alle Zukunftsfragen angelegt, die über den Erhalt unserer Ökosysteme entscheiden. Die Menschheit hat zugelassen, dass sie die Kontrolle verloren hat. Sie muss die Kontrolle jetzt wieder zurückerlangen.

Vom Segen zum Teufelszeug

Die Zahlen und Daten zum Plastikkonsum sind im Wortsinn überwältigend. Zwischen 1950 und 2017 sind 9,2 Milliarden Tonnen Plastik produziert worden, die Hälfte davon seit dem Jahr 2004. Man könnte mit dieser Menge ein Land von der Größe Argentiniens bis zu den Knöcheln komplett mit Plastik bedecken. (2)

Eines der größten Probleme im Umgang mit dieser Flut besteht darin, dass der größte Anteil auf den Kunststoff mit der kürzesten Nutzungsdauer fällt. Verpackungen wie Einwegflaschen oder Joghurtbecher werden meist nur einmal benutzt, nach durchschnittlich einem halben Jahr landet der Plastikbehälter im Müll. Im Jahr 2015 machten sie allerdings knapp 40 Prozent der weltweit produzierten Menge von 407 Millionen Tonnen aus. Kunststoffe im Bausektor oder in der Industrie dagegen halten zwischen 20 und 35 Jahre (vgl. S. 64 ff.). Dafür wurden 2015 aber nur 68 Millionen Tonnen produziert. (2)

Die Menschheit hat Stoffe hervorgebracht, die zu unverzichtbaren Bausteinen unserer Welt geworden sind und die auch für die sozialökologische Transformation

dringend gebraucht werden. Dadurch, dass aber auch Industrien mit den Stoffen arbeiten, für die sie nie gedacht waren, ist das richtige Maß aus dem Blick geraten. Nicht das Material schafft die Probleme, sondern unser Umgang damit. Rohre für die Kanalisation beispielsweise, Düsenantriebe beim Flugzeugbau oder Fenster für die energetische Sanierung haben weiter ihren Zweck. PVC, Acryl oder Polyamid sind – richtig eingesetzt – ein Segen für die Menschheit. Die gleichen Stoffe aber werden zu Teufelszeug, das Meere wie Menschen vergiftet, wenn sie in einem solchen Übermaß produziert werden, dass eine sachgemäße Entsorgung gar nicht möglich ist.

Recycling allein ist nicht die Lösung

Der Werbeclip von Coca-Cola in den 1970er-Jahren war der Anfang einer beispiellosen Kampagne, die sich seitdem überall auf der Welt ständig wiederholt. Das Zauberwort lautet: Recycling. Das Plastik wird eingesammelt und in Rezyklat verarbeitet, das dann Grundlage ist für neues Plastik. So entsteht ein ewiger Kreislauf, der verhindern soll, dass Kunststoffe verbrannt werden oder in der Umwelt enden. Soweit die Theorie.

Die Praxis hat der Wissenschaftler Roland Geyer durchleuchtet, Professor für industrielle Ökologie an der Bren School of Environmental Science and Management in Kalifornien. Mehrere Jahre lang hat er mit zwei weiteren Wissenschaftlerinnen alle verfügbaren Daten gesammelt und ausgewertet. Ihre im Juli 2017 veröffentlichte Studie (2) ist zu einer Art Zentralregister geworden, das in Wissenschaftskreisen genauso wie in Publikumsmedien zitiert wird.

Geyer gelangt zu einem eindeutigen Ergebnis: „Die Menge an Plastik, die wir produzieren, ist schlicht zu groß, als dass Recycling allein das Problem lösen könnte.“ Der Wissenschaftler kann seine Aussage belegen: 6,5 Milliarden Tonnen des jemals produzierten Kunststoffs endeten als sogenannter Primärmüll, einmal verwendet und danach weggeworfen. Gerade einmal zehn Prozent des Plastiks ist nach seiner Schätzung recycelt worden. In Deutschland sieht die Lage kaum besser aus: Im Jahr 2017 wurden von 5,2 Millionen Tonnen Abfällen aus dem – gemäß Definition der Abfallwirtschaft – gewerblichen und haushaltsnahen Bereich nur 810.000 Tonnen recycelt, das entspricht einer Quote von 15,6 Prozent. (3)

Selbst die Plastikindustrie ist sich bewusst, dass Recycling als Lösung des Müllproblems so tauglich ist wie Taschentücher bei der Behandlung einer Grippe. Ende März 2020 ist in Amerika der Dokumentarfilm „Plastic Wars“ erschienen. Darin erzählen Manager(innen) vor laufender Kamera, dass schon in den 1990er-Jahren klar war, dass Recycling für das Abtragen der drohenden Müllberge nicht ausreichen würde. Trotzdem arbeiteten sie vor wie hinter den Kulissen daran, an die Verbraucher(innen) zu appellieren, den Plastikmüll besser zu trennen. Die Alternative wäre gewesen, ihr eigenes Geschäftsmodell zu überdenken, mit weitreichenden Folgen für Produktion und Profite.

„ Im Kunststoff-Kapitalismus unserer Zeit sind alle Zukunftsfragen angelegt, die über den Erhalt unserer Ökosysteme entscheiden.“

Das in Deutschland aktuellste Beispiel ist die Kampagne „Mülltrennung wirkt“, die Anfang März dieses Jahres in Berlin präsentiert worden ist. Die dualen Systeme, also die Unternehmen, die hinter dem Gelben Sack stehen, klären auf der dazugehörigen Website auf, warum Mülltrennung sinnvoll ist und warum das sich hartnäckig haltende Gerücht nicht zutrifft, dass aller noch so sorgsam getrennte Müll am Ende ohnehin im selben Ofen einer Müllverbrennungsanlage landet. Der Sprecher der Kampagne, Axel Subklew, hat selbst lange für eines der dualen Systeme gearbeitet. Sein Auftrag ist heute vor allem Aufklärungsarbeit über die richtige Trennung. Es sei beim Recycling noch Luft nach oben, räumt er ein. „Aber wir können auch nur die Verpackungen recyceln, die richtig getrennt wurden und bei denen schon beim Design ans Recycling gedacht wurde.“

Genau hier verbirgt sich eine der düsteren Seiten im Kunststoff-Kosmos: Die Produzent(inn)en von Plastikprodukten haben in der Vergangenheit deutlich mehr Wert darauf gelegt, dass ihre Produkte gut aussehen und praktisch sind, als darauf,

dass sie einen möglichst geringen ökologischen Schaden anrichten. Solange Konsument(inn)en sich darauf einlassen und im Supermarkt weiter lieber zur Einweg-Mineralwasserflasche greifen als zur Mehrweg-Glasflasche einen Meter daneben, machen sie sich selbst zu einem Teil des Problems.

Der Verweis auf die Nachfrage ist nach wie vor eines der wichtigsten Argumente der Plastikproduzent(inn)en. Beim Weltwirtschaftsforum in Davos beispielsweise sagte der Sprecher von Coca-Cola, sein Konzern verkaufe nur, was seine Kund(inn)en wünschten. Parallel arbeiten die Konzerne und ihre Lobbyverbände aber nach Kräften daran, dass diese Bedürfnisse bei der Politik genauso Gehör finden wie die Wünsche der Plastikindustrie.

Lobbyarbeit ist Chefsache

Die NGO „Corporate Europe“ hat die Lobbyaktivitäten unterschiedlicher Akteurinnen und Akteure im Vorfeld der Verabschiedung der Kunststoff-Richtlinie der Europäischen Union ausgewertet. Mit dem Konzept soll die Verwendung von Artikeln aus Einwegplastik eingedämmt werden. Von den insgesamt 92 Treffen mit Vertreter(inne)n der Europäischen Kommission fanden 70 mit Industrievertreter(inne)n und 22 mit NGOs und anderen Organisationen statt. (4)

Was bei solchen Zusammenkünften besprochen wird, kommt selten ans Tageslicht. Aber es ist nicht viel Fantasie nötig, um es sich vorzustellen. Der Branchenverband Plastics Europe, ein Zusammenschluss von mehr als 100 Unternehmen der Plastikindustrie, veröffentlicht jährlich eine Broschüre mit dem Titel „Plastics – the facts“. Darin werden nicht nur die Recycling-Erfolge und der Nutzen von Kunststoffen für Mensch und Klima ins Rampenlicht gerückt. Es geht in der Publikation auch um Arbeitsplätze und Wertschöpfung. Im Jahr 2017 hat die Plastikindustrie danach einen Umsatz von 355 Milliarden Euro erwirtschaftet und mehr als 1,5 Millionen Menschen beschäftigt.

Im Vergleich zu den Konzernen spielen die Verbände nach Eindruck von Beobachter(inne)n allerdings eine eher untergeordnete Rolle. Die Lobbyarbeit nehmen die Unternehmen und ihre Chefinnen und Chefs gern selbst in die Hand. Der Konzern INEOS etwa, Europas größter Plastikproduzent, meldet sich immer wieder zu Wort, gern auch in Person des Gründers und CEO Jim Ratcliffe, reichster Mann Großbri-

tanniens und Unterstützer der Brexit-Kampagne. Im Februar 2019 schrieb er einen Brief an den damaligen EU-Kommissionspräsidenten Jean-Claude Juncker. Niemand werde weiter in Europa investieren. Die chemische Industrie werde vielmehr in die USA oder nach China abwandern, solange die Europäische Union weiter an strengen Umweltabgaben festhalte, „die bestenfalls als töricht bezeichnet werden können, da sie den gegenteiligen Effekt haben, wie sie beabsichtigt waren“. (5)

**„Nicht das Material schafft die Probleme,
sondern unser Umgang damit.“**

Wie eine Industrie nach dem Geschmack von Ratcliffe aussieht, beschreibt am besten die Infrastruktur, die INEOS im Moment selbst aufbaut. Acht Schiffe, jeweils von der Größe zweier Fußballfelder, sollen mithilfe von Fracking gewonnenes Gas von den USA nach Europa transportieren. Für ein wirklich effektives Recycling sind das keine guten Nachrichten: Plastik aus gefracktem Gas ist deutlich günstiger als das aus Rezyklat. Da können die Menschen ihren Müll noch so penibel trennen.

Antiquiertes Geschäftsmodell

Und Coca-Cola? Vor drei Jahren sind interne Papiere in die Öffentlichkeit gelangt, in denen die Brüsseler Chef-Lobbyistin des Konzerns auf die Gefahr schärferer Recyclingquoten aufmerksam gemacht hat. Inzwischen hat Coca-Cola zwar angekündigt, seine Recyclingquote bis zum Jahr 2030 weltweit auf 50 Prozent steigern zu wollen. Gleichzeitig baut die Firma Produktions- und Abfüllanlagen für noch nicht erschlossene Märkte in Afrika.

Im Februar 2020 hat die britische Großbank HSBC eine Analyse veröffentlicht. Darin heißt es, das Bewusstsein um die schädlichen Auswirkungen von Einwegplastik steige rapide an. Konsument(inn)en forderten ein Umsteuern, Recycling, einst als Zauberformel positioniert, sei nicht mehr nachhaltig. Auf Seite vier warnt die Analyse Investor(inn)en vor den Risiken, die im Geschäftsmodell von Coca-Cola

liegen: Neue Regulierungen könnten die Umsätze schmälern. Und der Konzern sei womöglich überfordert, sein Geschäftsmodell schnell genug anzupassen. Coca-Cola muss wohl bald beweisen, dass es dem Konzern wirklich ernst ist damit, nicht weiter frisches Plastik über die Welt zu kippen. _____

Anmerkungen

- (1) www.newplasticseconomy.org
- (2) Geyer, R. et al. (2017): Production, use, and fate of all plastics ever made. In: Science Advances (3/2017). <https://advances.sciencemag.org/content/3/7/e1700782.full>
- (3) www.bvse.de/images/news/Kunststoff/2018/181011_Kurzfassung_Stoffstrombild_2017.pdf
- (4) <https://corporateeurope.org/en/power-lobbies/2018/05/plastic-promises>
- (5) www.ineos.com/news/ineos-group/letter-to-the-european-commission-president-jean-claude-junker/



Wie lautet Ihre Zauberformel für die Entplastifizierung der Welt?

Meine Zauberformel hat zwei Zutaten: Aufklärung für den persönlichen Umgang, Verbote für den politischen Rahmen.

Zum Autor

Kai Schächtele, geb. 1974, ist Journalist. Im

vergangenen Jahr hat er als Projektleiter am Plastikatlas von BUND und Heinrich-Böll-Stiftung mitgewirkt. Außerdem hat er das Bühnenformat vollehalle mit entwickelt, das zu einem konstruktiven Umgang mit Zukunftsfragen inspirieren will.

Kontakt

Kai Schächtele

E-Mail ks@kaischaechtele.de

Wir leben in einer plastifizierten Welt. Kunststoffpartikel kontaminieren weltweit Böden, Meere und die Luft. Auch in Körpern von Tieren und Menschen sind sie längst nachweisbar. Anstatt die Hauptverantwortlichen zur Rechenschaft zu ziehen und konsequent gegenzusteuern, lässt die Politik sich dennoch viel zu oft von der Plastik-Lobby einlullen, wenn diese die Aufmerksamkeit geschickt auf den privaten Konsum lenkt oder für die Vermüllung der Umwelt mangelnde Abfallentsorgung vor Ort verantwortlich macht. Die Plastikmisere ist jedoch ein systemisches Problem und der To-go-Becher gleichsam ein Symbol für unseren Ex-und-hopp-Lebensstil, der kein Morgen kennt. Deshalb kommen wir der »Entplastifizierung« auch nur dann näher, wenn Politik, Wirtschaft und Konsument(inn)en endlich an einem Strang ziehen und ihre Scheuklappen ablegen.

politische ökologie Die Reihe für Querdenker und Vordenkerinnen

Die Welt steht vor enormen ökologischen und sozialen Herausforderungen. Um sie zu bewältigen, braucht es den Mut, ausgetretene Denkpfade zu verlassen, unliebsame Wahrheiten auszusprechen und unorthodoxe Lösungen zu skizzieren. Genau das tut die *politische ökologie* mit einer Mischung aus Leidenschaft, Sachverstand und Hartnäckigkeit. Die vielfältigen Zugänge eröffnen immer wieder neue Räume für das Nachdenken über eine Gesellschaft, die Zukunft hat.

17,95 € (D), 18,50 € (A)

www.oekom.de

