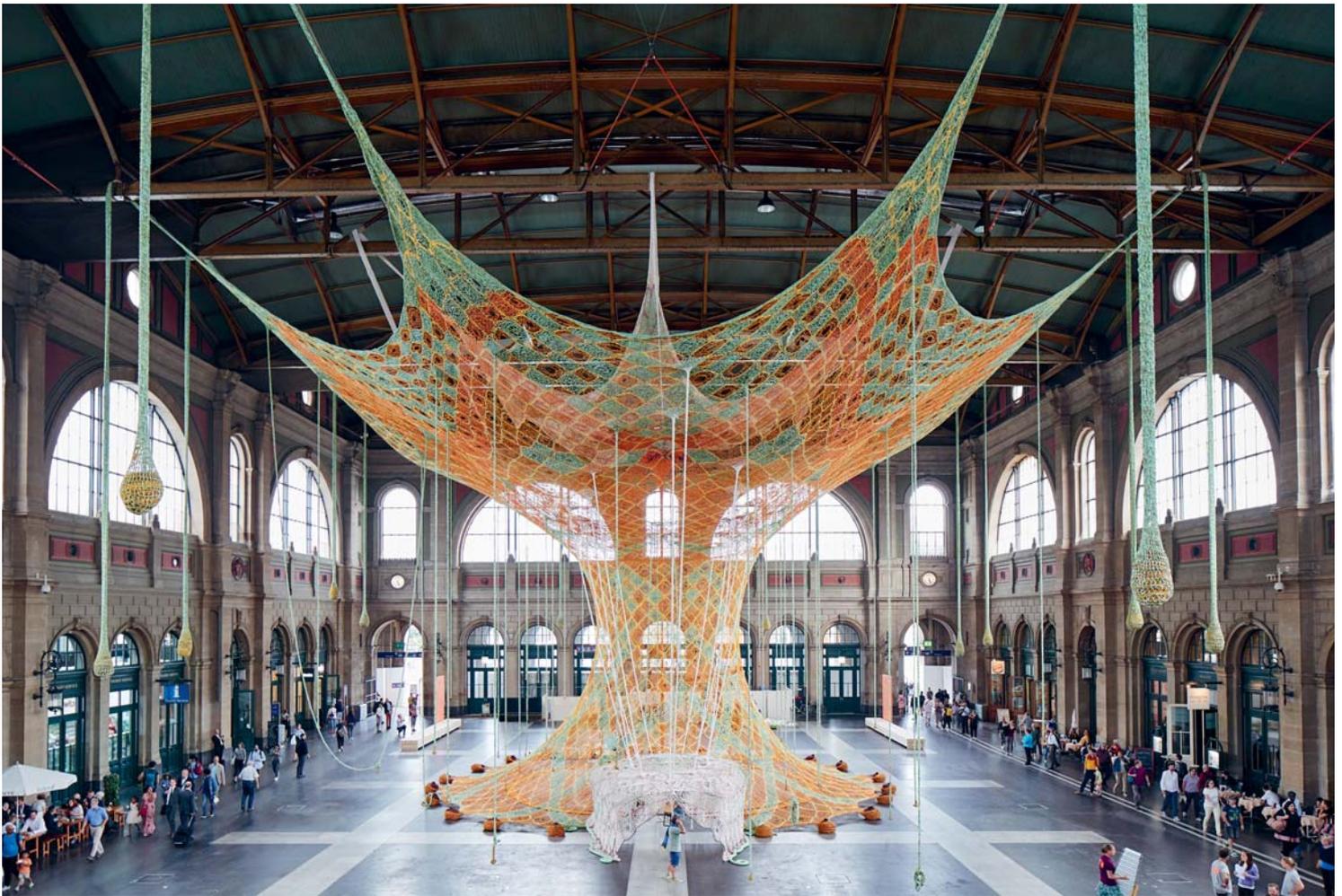


GAIA

3 | 2018

ECOLOGICAL PERSPECTIVES FOR SCIENCE AND SOCIETY

ÖKOLOGISCHE PERSPEKTIVEN FÜR WISSENSCHAFT UND GESELLSCHAFT



- IMPERIAL MODE OF LIVING AND SUSTAINABILITY
- URBAN TRANSFORMATION ON THE RIGHT TRACK?
- CHALLENGES OF TD PROJECT DESIGN

Achtung Plastik!

Wie Verbraucher(innen) beim Einkaufen Plastikmüll reduzieren können



Thomas Decker

Das Plastikproblem und die damit verbundenen Umweltauswirkungen werden von der Öffentlichkeit rege diskutiert. Wie Plastik schon beim Einkaufen von Lebensmitteln und Kleidung vermieden werden kann, untersucht das Projekt Verbraucherreaktionen bei Plastik und dessen Vermeidungsmöglichkeiten am Point of Sale, das im Rahmen der Sozial-ökologischen Forschung vom Bundesministerium für Bildung und Forschung gefördert wird.

Attention, It's Plastics! How Consumers Can Reduce Plastic Waste | GAIA 27/3 (2018): 330–331

Keywords: plastic prevention, plastic reduction, purchase decision, sustainable consumption, textile trade

Das Plastikproblem ist mittlerweile in den Fokus des öffentlichen Interesses gerückt. So greifen die Medien in jüngster Zeit immer häufiger das Thema Verpackungswahn¹ auf oder berichten über neue „Unverpackt-Läden“². Im Alltag ist zwar ein Verzicht auf Plastik nur mit hohem persönlichen Aufwand möglich. Zudem ist vielen nur eingeschränkt bewusst, wie viel Plastik sie durch den Kauf eines Produkts in Umlauf bringen, wie hoch also ihr Plastikkonsum ist (Betker 2015). Dennoch können Konsument(inn)en durch die gezielte Produktwahl am *point of sale* (PoS) den Plastikkonsum in Deutschland beeinflussen.

Vor diesem Hintergrund will das vom Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) im Förderschwerpunkt

*Plastik in der Umwelt*³ geförderte Projekt *Verbraucherreaktionen bei Plastik und dessen Vermeidungsmöglichkeiten am Point of Sale* (VerPlaPoS) untersuchen, inwiefern Konsument(inn)en durch ihre Kaufentscheidungen am PoS Kunststoffabfälle vermeiden und inwiefern sie darin unterstützt werden können. Dies untersucht das Projektteam exemplarisch an Lebensmittelverpackungen (Produktbeispiele: Äpfel, Schnittkäse, Salamiaufschnitt, Brot; siehe Abbildung 1) und Bekleidungstextilien (Produktbeispiele: Herrenhemd, Softshell-Jacke, [Funktions-]Unterhemd).

Die Projektpartner

An dem Projekt sind die Stadt Straubing, die Forschungsstelle für allgemeine und textile Marktwirtschaft der Universität Münster, das Fraunhofer-Institut für Verfahrenstechnik und Verpackung, Freising, die Hochschule Weihenstephan-Triesdorf, Fachgebiet für Marketing und Management Nachhaltiger Rohstoffe, die Ludwig

Stocker Hopffisterei GmbH, München, die Philipps-Universität Marburg, Fachgebiet Bioinformatik, und die Universität Stuttgart, Institut für Akustik und Bauphysik, Abteilung Ganzheitliche Bilanzierung beteiligt.

Neben den wissenschaftlichen Institutionen aus diversen Forschungsdisziplinen konnten viele Praxispartner aus der Textil- und Lebensmittelbranche gewonnen werden. Darüber hinaus unterstützen NGOs das Projekt mit ihrem Wissen und ihren Erfahrungen. Straubing als Stadt der Region der nachwachsenden Rohstoffe fungiert als Bindeglied zwischen den einzelnen Projektpartnern. Dieser für die sozial-ökologische Forschung typische transdisziplinäre Zugang gewährleistet, dass Forschungsergebnisse für Unternehmen und Verbraucher(innen) praxisnah umgesetzt werden können. Die Stadt Straubing koordiniert das Vorhaben und ist zugleich Ort der Erkenntnisgewinnung, Wissensvermittlung und Umsetzung.

Kontakt Autor: Dr. Thomas Decker | Stadt Straubing | Straubing | Deutschland | thomas.decker@straubing.de

Kontakt SÖF: Dr. Frank Betker | Deutsches Zentrum für Luft- und Raumfahrt e.V. (DLR) Projektträger | Umwelt und Nachhaltigkeit | Heinrich-Konen-Str. 1 | 53227 Bonn | Deutschland | +49 228 38211975 | frank.betker@dlr.de | www.fona.de/de/9883

© 2018 T. Decker, licensee oekom verlag. This is an Open Access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License (<http://creativecommons.org/licenses/by/3.0>), which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

- www.sueddeutsche.de/leben/verpackungswahn-aufregung-um-eingeschweisste-bananen-1.1477305-3
<https://www.stuttgarter-nachrichten.de/inhalt.wohin-mit-dem-plastikmuell-wachsender-verpackungswahn.53430d90-1171-4d00-8698-4a005b46c756.html>
- www.berliner-zeitung.de/berlin/brandenburg/nudeln-im-glas-in-potsdam-gibt-es-den-ersten-unverpackt-laden-31116006
https://www.weser-kurier.de/deutschland-welt/zerowaste_artikel,-plastikfrei-einkaufen-kommt-in-bremen-gut-an-_arid,1753060.html
- www.fona.de/de/plastik-in-der-umwelt-20982.html

Die Verbraucherperspektive

Zur Projektbearbeitung konnten verschiedene Geschäfte aus der Lebensmittel- und der Textilbranche als Partner gewonnen werden. Die Einzelhändler in der bayerischen Kleinstadt Straubing stehen exemplarisch für verschiedene Bereiche des Lebensmitteleinzelhandels (Edeka Stadler & Honner, Biokäse Carsten Maly, Hofpfistererei) und der Modeläden (Intersport Erdl, Modehaus Hafner).

In diesen Geschäften wird in einem ersten Schritt die Ausgangslage untersucht. Das Konsumentenverhalten steht im *VerPlaPoS*-Forschungsprojekt im Mittelpunkt. So wird generell das Einkaufsverhalten am *PoS* und speziell bezüglich Plastik erfasst. Darüber hinaus zielt das Projekt darauf ab, das Wissen, die Motive und das Problembewusstsein in Sachen Plastik zu eruieren. Dabei zeichnet sich ab, dass Verbraucher(innen) eine sehr unterschiedliche Meinung zu Plastikverpackungen haben.

VerPlaPoS analysiert auch das Angebot in den Geschäften und den anfallenden Plastikmüll sowie die Entsorgungswege in der Kommune Straubing. Es deutet sich an, dass eine sortenreine Trennung von Plastik in den Geschäften sehr schwer umzusetzen ist. Darüber hinaus werden die entsprechenden vorgelagerten Wertschöpfungsketten der jeweiligen Beispielprodukte betrachtet und der angefallene Plastikmüll erhoben.

Strategien zur Plastikvermeidung

Aufbauend auf dieser Bestandsaufnahme (Plastik aus Verbrauchersicht, Plastik in den Geschäften, Plastik entlang der Wertschöpfungskette) erarbeitet das Projekt Strategien, um das Plastikaufkommen für die ausgewählten Produkte zu reduzieren. So werden etwa für den Lebensmittelbereich Verpackungen aus alternativen Materialien entwickelt, für Pilotanwendungen hergestellt oder bei Industriepartnern produziert. Für den Textilbereich richtet sich der Fokus vorerst auf die vorgelagerte Wertschöpfungskette: Das Projektteam erarbeitet zusammen mit den Praxispartnern aus der Textilbranche innovative Strategien zur Analyse der gesamten Wertschöpfungskette, um den Kunststoffein-satz zu reduzieren.

Vom Plastik-Index zur Verbraucher-App

Die neu entwickelten Strategien werden mittels einer kontextspezifischen Analyse mit Blick auf den gesamten Lebensweg der möglichen Produktlösungen (Textil, Lebensmittel) beziehungsweise des Plastiks (etwa Lebensmittelverpackung) untersucht und bewertet. Dabei soll ein quantitativer „Plastik-Index“ in Verbindung mit einem qualitativen Warnsystem für andere Probleme, basierend auf der Methode der Ökobilanz, entstehen. Der Index soll anzeigen, wie viel Plastik durch die Änderung der Prozessschritte direkt eingespart werden kann. Der quantitative Plastik-Index fasst Kriterien wie das verwendete Verpackungsmaterial, dessen Recyclingfähigkeit und die dazugehörige Umweltwirkung zusammen. Zur Verdeutlichung sowie vereinfachten Anwendung und Steigerung des Wiedererkennungswerts wird daraus eine Verbraucher-App entwickelt, mit deren Hilfe Nutzer(innen) erkennen können, wie groß der „Plastik-Rucksack“ für ausgewählte Produkte ist.

Die erarbeiteten Strategien zur Plastikvermeidung werden am *PoS*, also mit den

Praxispartnern aus dem Einzelhandel und den Kunden, umgesetzt. So werden etwa in den Geschäften Verbraucherexperimente durchgeführt. Im Lebensmittelsektor werden herkömmliche Produkte Produkten mit den neuen Verpackungsalternativen gegenübergestellt (im Textilsektor werden Produkte, die weniger Plastik verursachen, zur Wahl gestellt). Verbraucher(innen) werden beim Einkauf zum Beispiel durch die App über den Plastikrucksack der verschiedenen Alternativen informiert. Getestet wird, wie sich die Informationen auf das Kaufverhalten auswirken. Neben den Verkaufszahlen wird die Meinung der Kund(inn)en in persönlichen Interviews erfasst. Schließlich münden die erfolgreichen Strategien in Handlungsempfehlungen, die in der Praxis wirksam zur Plastikvermeidung beitragen sollen.

WEITERE INFORMATIONEN:

www.plastikvermeidung.de

Literatur

Betker, F. 2015. Risiken durch Mikroplastik und die Ambivalenz von Plastikkreisläufen. *GAIA* 24/2: 130–131.

ABBILDUNG 1: Ein transdisziplinäres Projektteam untersucht im Rahmen der Sozial-ökologischen Forschung, wie Verbraucher(innen) Plastikmüll reduzieren können. Außerdem entwickelt es Strategien, wie überflüssige Verpackungen im Herstellungsprozess von Lebensmitteln und Textilien vermieden werden können.

