



Verpackungsboutique bei Karstadt in Hamburg: „Wir zahlen zweifach, mit dem Kaufpreis und mit den Müllgebühren“

Weihnacht '88 – Fest der Verpackung

SPiegel-Report über neue Wege aus der Wegwerf-Gesellschaft

Nach der alljährlichen Konsumschlacht im Dezember sind neue Abfallrekorde zu erwarten, Umweltpolitiker rufen den Müllnotstand aus. Die Bundesregierung will die Abfall-Lawine mit Pfandgebühren auf Plastikflaschen und

einem Verbot von Wegwerfartikeln stoppen – doch die Industrie blockt ab. Forscher arbeiten unterdessen am Konzept einer „Nullverpackung“, die keine problematischen Rückstände hinterläßt – Vorbild: die Banane.

Soll ich es als Geschenk verpacken?“ fragt die Verkäuferin in der Parfümerieabteilung des Berliner Kaufhauses KaDeWe am Ku'damm. „Logisch“, antwortet der eilige Kunde im teuren Ledermantel.

Das Duft-Flakon Chanel No 19, eingebettet in mehrere Schichten Glas, Karton, Kunststoff und Zelluloid, wird in Geschenkpapier gewickelt und schließlich mit einer silbernen schimmernden Schleife gekrönt. Minuten später trägt der Käufer ein buntes Wunderwerk aus Deutschlands größtem Kaufhaus.

Die Vorweihnachtszeit hat dem Handel in der Bundesrepublik nicht nur zu einem „Rekordgeschäft“ verholfen, wie der Spitzenverband des Einzelhandels registriert. An den Adventswochenenden ist noch eine weitere Höchstleistung aufgestellt worden: Mit Millionen Geschenkartikeln für Familie und Freunde schleppen die Bundesbürger einen gigantischen Müllberg nach Hause – Weihnachten 1988 ist, mehr als die Feiertage früherer Jahre, ein Fest der Verpackung.

Längst vergangen sind die Zeiten, als der Pralinenhersteller Sprengel mit dem Slogan warb: „Auf den Inhalt kommt es an“. Sichtbarer Ausdruck einer neuen Konsumkultur sind spezielle Verpackungsitäten, die sich allerorten etablieren (siehe Seite 75) – Beleg für einen Trend, der sich nicht auf die Weihnachtstage beschränkt.

Die Konsumschlacht im Dezember trägt dazu bei, daß in diesem Jahr Verpackungsmaterial im Schätzwert von insgesamt 20 Milliarden Mark via Konsumenten auf die Kippe wandert. Jeder Bundesbürger wird bis Silvester im Schnitt 480 Mark für Verpackung ausgegeben haben. „Wir zahlen zweifach“, kritisiert Andreas Fußer, Abfalllexperte im Bund für Umwelt und Naturschutz Deutschland (BUND), den allgegenwärtigen Verpackungswahn, „mit dem Kaufpreis und mit den Müllgebühren.“

Immer aufwendigere Verpackungen aus Aluminium und Kunststoff, Pappe und Styropor, Glas und Blech verhelfen den Verbrauchern, nach den Festtagen

mehr noch als sonst, zu einer unfreiwilligen Wertstoff-Sammlung in den eigenen vier Wänden. Unter dem Tannenbaum muß der fluchende Konsument, vor quengelnden Kindern, manch ein Geschenk mit Brieföffner oder Schere von seiner robusten Hülle befreien.

Allein rund eine Million Spielzeugartikel, ein Großteil so aufwendig zurechtgemacht wie die Barbie-Puppe, der amerikanischen Verpackungsklassiker, werden dieses Jahr angeboten. Hi-Fi- und Videogeräte, durch aufgeschäumte Kunststoffe gegen Transportschäden gesichert, hinterlassen langlebige Rückstände. Und auch der Mikrowellenherd, dieses Jahr der Verkaufsschlager unter den Haushaltsgeräten, beschert Makromengen an Abfall.

In der Küche tragen während der Festtage aluminiumverhüllte Fertigmehls, folienverschweißter Lachs, kunststoffverpackte Melonen und vakuumverschlossene Lebkuchen zur Mülllawine bei. Nach Weihnachten quellen allenthalben Tonnen und Container über, ha-

ben die Müllmänner sich ihr Extra- Trinkgeld redlich verdient. „An Weihnachten“, weiß ein Abfallarbeiter in Mannheim, „da brummt’s.“

Dabei macht der Weihnachtsmüll nur die Spitze der alljährlich wachsenden Abfallberge aus: 15 Jahre nach Verabschiedung des ersten „Umweltprogramms“ der Bundesregierung, das „Abfallvermeidung vor Abfallverwertung“ setzte, ist die westdeutsche Müllbilanz erschreckender denn je.

In den Bundesländern haben die zuständigen Umweltminister mittlerweile eine Art Müllnotstand ausgerufen – für den Dreck der satten Jahre findet sich kein Platz mehr in der Bundesrepublik.

Der knappe Deponieraum ist allorten erschöpft, die Müllverbrennung ökologisch umstritten, gegen neue Entsorgungsanlagen hagelt es bundesweit juristischen Bürgerprotest.

„Erhebliche Probleme“ konstatiert denn auch der jüngste Bericht der Bun-

„Das gehört zur Shopping-Kultur“

Neuer Trend im Einzelhandel: Verpackungsservice für Kunden

Wir verpacken alles“, verspricht Gulay Sökel, 28, die als selbständige Unternehmerin für verschiedene Kaufhauskonzerne in Hamburg arbeitet. Traditionsgemäß seien in ihrer Familie, berichtet die seit 20 Jahren in der Bundesrepublik lebende Türkin, Geschenke „viel aufwendiger“ verpackt, als es in Deutschland üblich sei. Mit solchen Erfahrungen hat sich die gelernte Anwaltsgehilfin („Schon für meinen Chef mußte ich immer alles verpacken“) auf einem Zukunftsmarkt spezialisiert: Konsum-Verpackung.

Im „Alsterhaus“ des Kaufhauskonzerns Hertie arbeitete Gulay Sökel erstmals in einem Verpackungsladen

Produkt haben die Pack-Künstler individuelle Lösungen entwickelt.

Da werden teure Krawattennadeln in Knallbonbons oder Rolex-Uhren auch schon mal in einer imitierten Hemdenpackung versteckt – Mogelpakete, die beim Beschenkten, der oft schon alles hat, den Überraschungseffekt steigern sollen. Für Snobs gibt es teure Geschenkkartons im Packpapier-Look.

Der Handel hat bundesweit auf den neuen Trend reagiert. Im Münchner Kaufhaus Beck am Rathausseck sind für die Festtage acht Mitarbeiter für eine spezielle Verpackungsabteilung abgestellt worden. Überdies gibt es, im ersten Stock in der Papeterie, einen ganzjährigen „Geschenk-Verpackungsdienst“, bei dem sich auch gleich die nötigen italienischen Design-Kartons oder englische Glanzpapiere erwerben lassen.

In Düsseldorf bietet in der Kö-Galerie eine „Art-Box“ ihre Dienste an, und in Anzeigen wirbt bundesweit die Lederwarenfirma Goldpfeil mit ihrem „virtuosen Verpackungs-Service“: „Eine kunstvolle Verpackung signalisiert dem Beschenkten, daß das Präsent von Herzen kommt.“

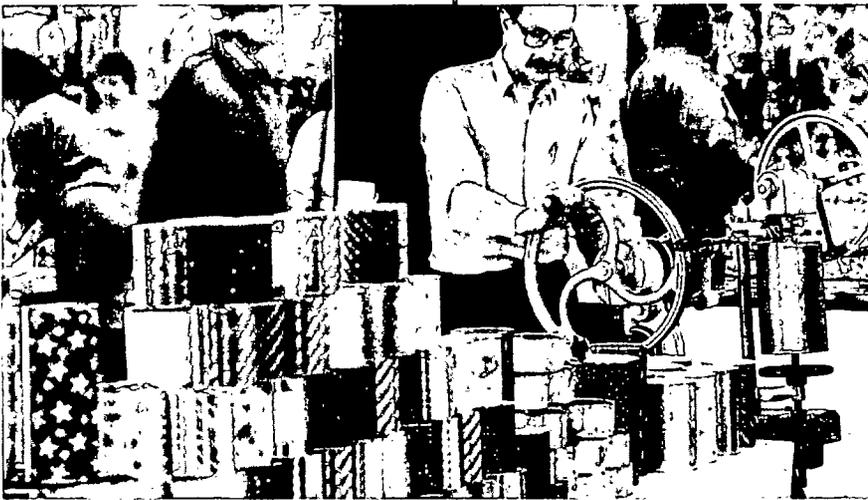
Der Wickeldienst stammt – woher sonst? – aus den USA. Dort hat mittlerweile jeder Department Store der gehobenen Klasse zwischen New York und Los Angeles eine eigene Verpackungsabteilung.

„Die Menschen wollen sich Arbeit sparen“, beschreibt Beck-Sprecher Lothar Fiss die neue Verbrauchermentalität: „Eigentlich schade“, fügt er hinzu, „die Phantasie leidet.“ Auch in dem Münchner Textilhaus ist die Nachfrage nach Geschenkverpackungen à la carte in den vergangenen Jahren „deutlich größer“ geworden. Fiss: „Das gehört inzwischen zur Shopping-Kultur.“

Die Geschenkfirma „Fifth Avenue“ bei Frankfurt bietet bereits „Verpackungskurse“ für Verkäufer an. Handbücher mit Titeln wie „Hübsch verpacken für Fortgeschrittene“ geben Tipps zum Einwickeln.

Die Verpackungsfrau Sökel hat Nachhilfe nicht nötig. Sie hat sogar schon eine nackte Dame als Geschenk für einen arabischen Ölscheich verpackt und ein Geschäftsgebäude mit einer Riesenschleife geschmückt. Ihr Traum: einmal gemeinsam mit dem bulgarisch-amerikanischen Verpackungskünstler Christo zusammenzuarbeiten.

„Christo“, schwärmt Gulay Sökel, „finde ich toll.“



Geschenkverpackung in Dosen*: „Lieber etwas aufwendiger“

desregierung über den Vollzug des Abfallgesetzes. Bonns Umweltminister Klaus Töpfer (CDU) diagnostiziert, trotz diverser freiwilliger Selbstverpflichtungen von Industrieverbänden zur Müllreduzierung drohe Westdeutschland ein „Abfallinfarkt“.

„Wir stehen mit dem Rücken zur Wand“, bekennt der Düsseldorfer Umweltminister Klaus Matthiesen (SPD). Wie zuvor Niedersachsen, das Saarland, Hessen, Baden-Württemberg und Schleswig-Holstein ist jetzt auch das bevölkerungsreichste Bundesland zum Müllexporteur geworden.

Ohne die umstrittene Superkippe in Schönberg in der DDR, gleich jenseits der Grenze bei Lübeck, wäre die Hamburger Hausmüllentsorgung schon zusammengebrochen. Auch der giftmüllspeisenden West-Industrie dient die neu errichtete Verbrennungsanlage Schöneiche bei Berlin als Ausweichmöglichkeit. Doch das Schlupfloch DDR könnte sich

für Süßigkeiten. Nach den Erfahrungen mit der „Zuckertüte“, so der Name des Geschäfts im Geschäft, entwickelte die Kauffrau ein Konzept für große Kaufhäuser.

Nicht nur zu Weihnachten, sondern das ganze Jahr über können sich Kunden, denen die Standardhüllen zu schlicht sind, im Spezial-Shop eine besondere Verpackung basteln lassen. Die meisten wünschen, daß zuvor sämtliche Hinweise auf den Einkaufsort Kaufhaus entfernt werden.

Je nach Materialwahl, vom teuren Straßband bis zum folienbeschichteten Papier, kann eine Verpackung bis zu 100 Mark kosten. „Ich sage den Kunden immer, bei fünf Mark geht es los“, sagt die Umhüllungsexpertin Sökel. Vor allem die männliche Kundschaft wolle es „lieber etwas aufwendiger“ haben, weil ein Geschenk „was hermachen“ müsse. Ob Straps oder Staubsauger – für jedes

* In der Hamburger „Landesbank-Galerie“.



Hausmüll auf der Deponie (In Bochum): Kein Platz für den Dreck der satten Jahre

eines Tages schließen: Gegen eine geplante Giftkippe bei Magdeburg haben dortige Öko-Gruppen bereits erfolgreich protestiert – zum erstenmal hat Bürgerprotest ein Großprojekt des SED-Staates gestoppt.

Für den Verpackungsmüll, der zu 50 Prozent zum westdeutschen Hausmüllvolumen beiträgt, haben sich inzwischen die westeuropäischen Binnengrenzen geöffnet. Per Lastwagen wird aus Ulm schwäbischer Hausmüll ins französische Lothringen gekarrt. Aus nordrhein-westfälischen Gemeinden sollen Müllzüge ins nahe Belgien röllen. Auch Österreich, die CSSR und die Niederlande wollen gegen gutes Geld bundesdeutschen Kehrrecht über ihre Grenzen lassen.

Daß die Abfallflut steigt, liegt nach Beobachtungen des Umweltbundesamtes (UBA) vor allem an einem rapiden Zuwachs an Bauschutt, Bodenaushub und industriellem Dreck. Doch auch der Hausmüll und entsprechende Abfälle aus Büros, Banken, Behörden und Geschäften tragen mit 29 Millionen Tonnen zu dem Abfallgebirge bei, das sich jedes Jahr aufs neue auf türmt.

Zwar ist die sogenannte Hausmüllfraktion dank begrenzter Erfolge im Glas- und Papier-Recycling leicht rückläufig. Aber in den gut sieben Kilogramm Hausmüll, die jeder Einwohner Woche für Woche produziert, steckt ein wachsendes Umweltproblem.

Denn die Kehrichttonne, die im Mittelalter noch unter dem Schutz der heiligen „Petronilla mit dem Besen“ stand, ähnelt heute eher einem Chemiebaukasten. Eine Palette verschiedener Verbindungen – von den allgegenwärtigen „Polys“ wie Polyethylen (PE), Polyvinylchlorid (PVC), Polystyrol (PS) oder Polyethylenterephthalat (PET) bis hin zu komplizierten Verbundkartonagen aus Aluminium,

Papier und Kunststoffen – reichert den Abfall mit einer solchen Vielzahl von Rohstoffen an, daß Umweltschützer von einem „Schatz in der Mülltonne“ sprechen.

Nach amerikanischen Analysen findet sich im Auswurf von Großstädten wie Dallas oder Chicago teilweise ein höherer Anteil wertvoller Edelmetalle wie Silber, Platin und Gold als in Erzadern – elektronische Schaltteile und aufwendige Verpackungen machen die Mülltonne zur Goldmine.

Immer neue Wegwerfprodukte lassen die Müllflut anschwellen. Bereits über zwei Drittel der Raucher zünden ihre Zigaretten mit einem Feuerzeug an, das nach dem Verbrauch der Butangasfüllung im Abfalleimer landet. Alle zehn Tage verbraucht der Bundesbürger im

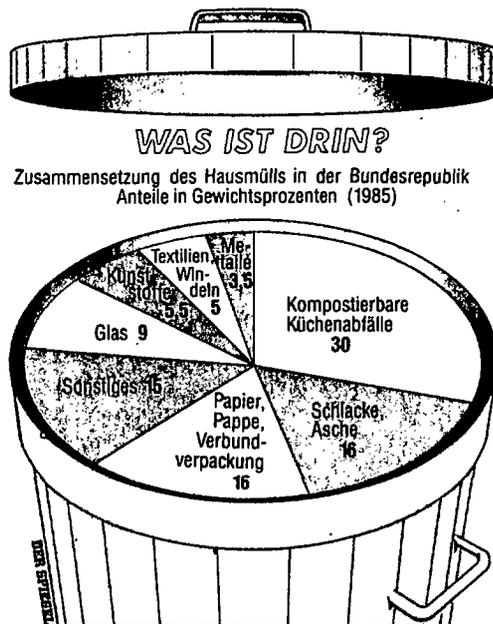
Schnitt eine Plastiktüte. Auch die meisten Kugelschreiber landen auf der Kippe.

„Die Lebensdauer war das Ideal der Vergangenheit“, schreibt der amerikanische Buchautor Alwin Toffler. „Ob nun der Mensch ein Paar Schuhe fertigte oder eine Kathedrale baute, in jedem Fall setzte er alle Kräfte und Fähigkeiten daran, seiner Schöpfung größtmögliche Lebensdauer zu verleihen.“ Im 20. Jahrhundert hingegen gelte genau das Gegenteil.

Eine „Wegwerfkultur“, so Toffler, bestimme die Beziehungen zwischen Mensch und Material. Das wäre weniger problematisch, wenn nicht das chemische Zeitalter zum erstenmal in der Menschheitsgeschichte völlig neu erdachte Stoffe produzierte, mit denen die Natur nicht mehr fertig wird. Die Abfälle der Vergangenheit verrotten größtenteils auf dem Kompost zu nützlichem Humus.

Mit jährlich 374 Kilogramm Hausmüll pro Einwohner liegt die Bundesrepublik im internationalen Vergleich auf dem sechsten Platz – hinter den USA (774 Kilogramm), Norwegen (538), Luxemburg (504), den Niederlanden (500) und Dänemark (399). Bei den Kunststoffverpackungen rangiert Westdeutschland, gemeinsam mit den USA und Japan, sogar im Spitzenfeld.

„Noch nie in der Geschichte der Menschheit“, sagt Wolfgang Gröbl, Staatssekretär im Bonner Umweltministerium, „ist in so kurzer Zeit so viel wertvoller Rohstoff in so viel Abfall verwandelt worden.“ Zwei Drittel der jährlich insgesamt produzierten 1,5 Millionen Tonnen „vermischter



Kunststoffe“ etwa landen auf den Deponien zwischen Garmisch und Flensburg.

Vertreter der Verpackungsindustrie beurteilen den Trend, natürlich, als erfreulich. Stabile, hygienische und leicht transportierbare Behälter seien die Grundvoraussetzung dafür, den Verbraucher kostengünstig beliefern zu können. „Eine gute Verpackung“, behauptete Ruben Rausing, Gründer des Weltkonzerns Tetra Pak, „spart mehr, als sie kostet.“

In der Dritten Welt geht noch immer aufgrund unzureichender Verpackung rund die Hälfte der Ernteträge auf dem Weg zum Verbraucher verloren. Auch der Sowjet-Union mangelt es an einschlägiger Grundausstattung; die Moskauer Regierung vereinbarte daher im Oktober bei der Visite von Kanzler Helmut Kohl mit westdeutschen Industrievertretern Joint-ventures für „Nahrungsmittelverpackung“, um die Versorgungslage im Lande zu verbessern.

Die Bonner Arbeitsgemeinschaft Verpackung und Umwelt (AGVU), die im vergangenen Jahr von 19 Großunternehmen wie Aldi, Coca-Cola, Tengelmann und dem Blechhersteller Otto Wolff gegründet worden ist, schätzt den volkswirtschaftlichen Nutzen der Lebensmittelverpackung für die Bundesrepublik auf das „20fache des Entsorgungsaufwandes“.

Vom derzeitigen Verpackungsstandard, glaubt AGVU-Geschäftsführer Peter Menke-Glückert, einst FDP-Umweltsprecher und Ex-Umweltabteilungsleiter im Bundesinnenministerium, werde kaum ein Bundesbürger lassen wollen:



Müll-Minister Töpfer*: Warnung vor Abfallinfarkt

„Abgesehen vom ‚grünen Lehrerhaushalt‘ gibt es wohl keine Gruppe in unserer Bevölkerung, die auf das gewohnte hohe Anspruchs- und Convenience-Niveau verzichten will.“

„Bequemlichkeit und Handhabung“ sind zwei Schlüsselworte in den Hochglanzbroschüren, in denen die Verpackungsindustrie sich gegen grüne Kritiker zur Wehr setzt. Gegen das negative Image ihrer Produkte – Umweltschützerparole: „Einweg ist Irrweg“ – haben die Schachtel- und Dosenkonzerne eine massive Kampagne gestartet.

„Ich war eine Dose“, bekennen seit Jahren schon lustige Blechspielzeuge in großformatigen Anzeigen des Verbandes der Weißblechindustrie. Damit verweist der Verband auf die Möglichkeit,

das Material, aus dem die Ex-und-hopp-Dosen sind, durch Recycling mehrfach zu verwenden.

Verschwiegen wird freilich das zähe Preis-Poker, das sich Städte und Landkreise mit den Stahlkochern über die Abnahme von Altmetallen liefern, jährlich rund 700 000 Tonnen verzintten Blechs. Immerhin: Jede zweite Dose wird mittlerweile wiederverwertet.

Auch der „Fachverband Kartonverpackungen für flüssige Nahrungsmittel“ lobt seine Produkte als „geeignet fürs Recycling“. In der Müllverbrennung blieben sie „ohne Schadstoffprobleme“, wegen der Verwendung „schwermetalloser Druckfarben“ für die Pakungsbeschriftung seien sie gar, trotz Aluminiumbeschichtung, „kompostierbar“.

Im übrigen, verbreitet der Industrieverband, machten die Pappkartons für Saft, Wein, Milch oder Sahne lediglich ein Prozent des Hausmüll-Gewichts aus. Dieses Argument lenkt davon ab, daß das Volumen der Wegwerfbehälter, eine angesichts des knappen Deponieraums durchaus bedeutsame Meßgröße, bei rund einem Zehntel der Gesamtabfallmenge liegt.

Als „große Mogelpackung“ beurteilt daher Heinz E. Graffmann, Geschäftsführer des Bundesverbandes des deutschen Bier- und Getränkefachgroßhandels, die Argumente der Einweglobby. Die von Graffmann vertretenen mittelständischen Brauereien und Sprudelwasser-Abfüller haben sich 1983 in einem „Verein zur Bekämpfung und Verminderung von Einwegverpackungen“ in Düsseldorf organisiert.

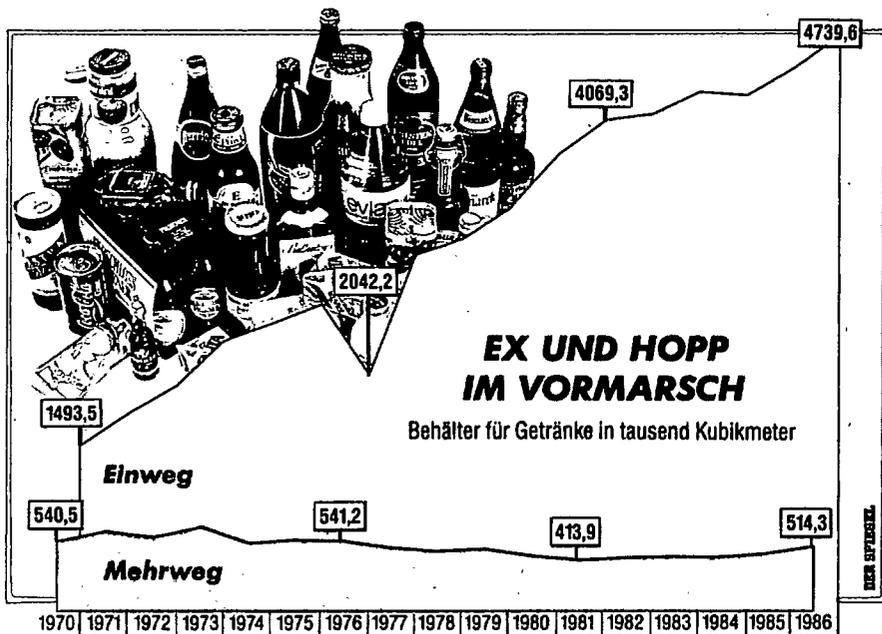
„Pro Mehrweg“, so der Verbandsname, will gemeinsam mit den Naturschutzorganisationen den „Kampf gegen die sinnlose Verschwendung“ führen: Jede Mehrwegflasche entlastet den bundesdeutschen Müllberg um rund 35 Wegwerfdosen oder -flaschen.

Doch trotz aller Absichtserklärungen, die Industrieverbände seit Beginn der siebziger Jahre gegenüber bislang sechs Bonner Umwelt- und Innenministern abgegeben haben, ist der „Mehrweganteil“ bei fast allen Getränkearten stetig gesunken – bis an die kritische Grenze von 70 Prozent. Wird dieser Wert unterschritten, so zeigt die Entwicklung in den skandinavischen Ländern, kippt der Markt, Einweg verdrängt Mehrweg.

Umweltschonende Verteilungswege wie das Pfandsystem sind dann kaum aufrechtzuerhalten. Mit dem Ende der Pfandflasche würde jedenfalls, nach Berechnungen von „Pro Mehrweg“, der Verlust von 95 000 meist mittelständischen Arbeitsplätzen einhergehen.

In den USA kommen schon heute 90 Prozent aller Drinks aus der Wegwerfdose. In der Bundesrepublik (Einweganteil: 25 Prozent) hat die Industrie jahre-

* Auf der Industriemesse „Interpack“ in Düsseldorf.



lang gehofft, mit „freiwilligen Verpflichtungen“ weiterhin verhindern zu können, daß scharfe Umweltgesetze zum Schutz der Mehrwegflasche verabschiedet werden.

Der ehemalige Bonner Staatssekretär Günter Hartkopf, der als Spitzenbeamter im Innenministerium sowohl dem Liberalen Gerhart Baum als auch dem Christozialen Friedrich Zimmermann die Ministervorlagen erarbeitet hat, hält die jahrelang betriebene Bonner Strategie für gescheitert. „Versprechungen der Industrie“, urteilt Hartkopf heute, „nützen überhaupt nichts.“

Ohne den „gesetzlichen Knüppel“, wie ihn Umweltminister Töpfer im Herbst gegen die PET-Flasche eingesetzt hat, würden die Produzenten weiterhin auf Einweg setzen. Hartkopf, der im Präsidium des Deutschen Naturschutzrings sitzt, begrüßt es daher, daß vom 1. April nächsten Jahres an für jeden Kunststoffbehälter zwischen 0,2 und drei Liter 50 Pfennig Pfand gezahlt werden müssen; überdies ist der Handel zur Rücknahme der Plastikflaschen verpflichtet.

Aus der Sicht der Fast-Drink-Branche freilich ist Töpfers Verordnung, abgesichert durch eine Entscheidung des Luxemburger Gerichtshofs und der EG-Kommission, eine „Strafaktion“ (Menke-Glückert). „Der Markteingriff ist weder ökologisch noch wirtschaftlich zu rechtfertigen“, klagt ein Sprecher der deutschen Coca-Cola-Tochter.

Umweltfachleute sehen das anders. Nach einem bislang unveröffentlichten „Getränkebericht“ des Umweltbundesamtes hat sich das Volumen der Einwegverpackungen seit 1970 mehr als verdreifacht – auf 4,7 Millionen Kubikmeter jährlich.

Ob bei Bier, Wein, Milch, Joghurt oder Erfrischungsgetränken – zweistellige Wachstumsraten belegen die Marketing-Erfolge der Einwegstrategien. Im selben Zeitraum stagnierte die Menge der Mehrwegprodukte aus Glas auf dem Niveau der siebziger Jahre (siehe Schaubild Seite 80).

Mit einem Jahresumsatz von 31 Milliarden Mark ist die Verpackungsbranche mit ihren rund 500 000 Beschäftigten derweil zum zwölftgrößten Industriezweig der Bundesrepublik aufgerückt. Die deutschen Hersteller von Verpak-

kungsmaschinen (Jahresumsatz: fast drei Milliarden Mark) liegen weltweit vorn im Exportgeschäft. Vier von fünf der in der Bundesrepublik produzierten Abfüll- oder Eintütungsautomaten werden ins Ausland geliefert, in die USA ebenso wie in die Volksrepublik China.

Weltspitze ist auch der westdeutsche Verbraucher: 200 Milliarden Packungen aller Art gehen jährlich in der Bundesrepublik über den Ladentisch. Im deutschen Durchschnittshaushalt werden binnen Jahresfrist 9000 Verpackungen aufgerissen, -geschnitten, -gebogen oder -gefaltet.

Und der Trend weist weiter steil nach oben. Bruno Daengeli, in der Genfer Europazentrale des US-Chemiekonzerns Du Pont für Polymerprodukte zuständig, prognostiziert für die Jahrtausendwende „eine Verdopplung der Kunststoffverpackungen“.

Zunehmende Berufstätigkeit von Frauen, geänderte Lebensgewohnheiten und neue Lebensmitteltechnologien seien die wichtigsten „Triebfedern“ des Wachstumsmarktes. In Westeuropa, glaubt Daengeli, würden die Verbraucher künftig immer „mehr Geld, aber weniger Zeit“ für die Zubereitung von Mahlzeiten haben.

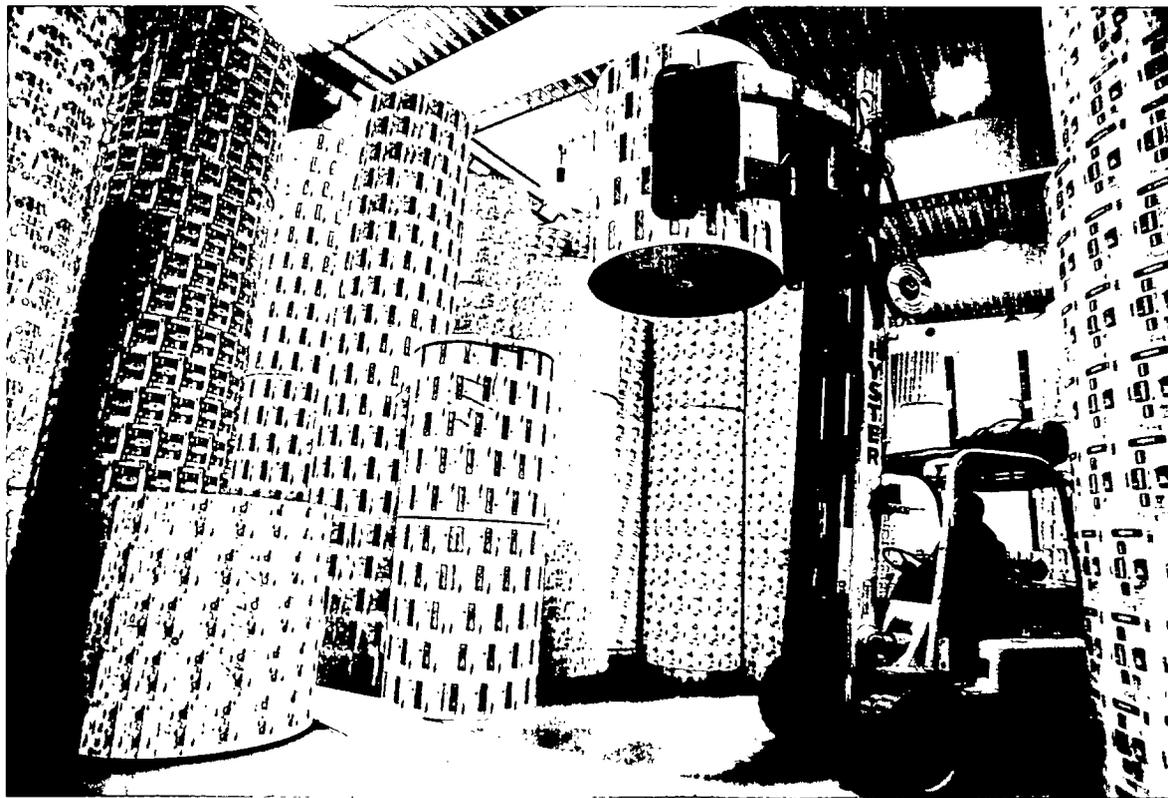
Tischfertige Menüs für den Mikrowellenherd etwa verlangen aufwendigere Verpackungen. In den Entwicklungslabors der Chemiekonzerne wird bereits



Umweltschützer Hartkopf
Ruf nach Gesetzesknüppel

der „herd- und mikrowellengeeignete Kunststoffbehälter“ („Lebensmittelzeitung“) erprobt – in drei bis vier Jahren soll die Pizza samt Plastik in den Ofen geschoben werden können.

Eine „weitere Marktchance“ für Kunststoffverpackungen, so Du-Pont-Manager Daengeli, liege in der „Strahlenbehandlung“ von Lebensmitteln. Sie wird heute bereits, gegen den Protest von Verbraucherverbänden, zur Konservierung von Obst und Gemüse aus Übersee angewendet. „Die Kunststoffe“, tri-



Verpackungsmaterial für Getränke bei Tetra Pak: Einweg verdrängt Mehrweg

umphiert Daengeli, „setzen ihren Siegeszug fort.“

Wenn die Verpackungsstrategien recht behalten, gehört die Zukunft Unternehmen wie dem schwedischen Einwegriesen Tetra Pak. Die Firma unterhält weltweit 27 Produktionsstätten, die allesamt baugleich sind mit der Deutschland-Filiale im West-Berliner Stadtteil Heiligensee.

Auf dem Areal einer ehemaligen Schrebergarten-Siedlung, in einem langgestreckten Betonbau mit haushohen Rotationsmaschinen, verwandeln sich auf zwei Fertigungsstraßen jeweils tonnenschwere Papierrollen in modernstes Verpackungsmaterial. Spezialdüsen tragen hauchdünne Kunststoffschichten auf, um das Papier wasserdicht zu machen. Behälter für H-Milch, Sahne und Fruchtsäfte werden zusätzlich mit Aluminium beschichtet; anderthalb Gramm des Metalls reichen jeweils für das Einliter-Gefäß.

Die ersten aseptischen Milch- und Kakaoverpackungen von Tetra Pak waren 1962 in Form eines zehn Jahre zuvor entwickelten Tetraeders (Berlin-Jargon: „Picasso-Euter“) in die Bundesrepublik gekommen. Seither hat sich das Sortiment auf 700 unterschiedliche Tetra Paks für flüssige Nahrungsmittel aller Art vergrößert.

Sich selber halten die industriellen Verpackungskünstler für verkannte Umweltschützer. Tetra-Pak-Sprecher Norbert Schneider verweist auf sogenannte Umweltprofile, die das Unternehmen von schwedischen Consultingfirmen hat erstellen lassen.

Ergebnis der Firmenuntersuchung: Ob es um den vergleichsweise geringen Ölverbrauch für die Kunststoffherstellung geht (anderthalb Prozent der Welt-Ölproduktion), die Papiergewinnung (Wald wächst nach), die Druckfarben (biologisch abbaubar), die Energiebilanz (positiv bei Müllverbrennung) – die Einwegverpackung könnte, glaubt man den Propagandisten, glatt eine Erfindung von Ökologen sein.

Allerdings, gesteht Tetra-Pak-Vertreter Schneider, hätten „die Herren im Umweltbundesamt noch Mühe, das zu verstehen“. Obgleich die Branche hart daran arbeitet, solche Verständigungsprobleme auszuräumen, bereitet sich die Packindustrie, so Schneider, „auf das Schlimmste“ vor: auf eine im Bundesumweltministerium bereits entworfene „Kennzeichnungsverordnung“ für Einwegprodukte, die das ungebremste Wachstum jäh stoppen könnte.

Schon vom Frühjahr nächsten Jahres an soll nach den Vorstellungen von Minister Töpfer jede Getränkeverpackung eindeutig beschriftet werden: Mehrweg oder Einweg, Höhe des Pfandbetrages, Liste der verwendeten Materialien. „Der Laie muß wissen, woran er ist“, erläutert Helmut Schnurrer, Ministerialrat im Bonner Umweltministerium.

Wenn der Verbraucher künftig das Wort „Mehrweg“ auf der Packung liest, fürchten hingegen Branchenvertreter, werde „Einweg“ als „umweltschädlich disqualifiziert“. Zu den Unternehmen, die von der geplanten Verordnung betroffen sind, gehören Konzerne wie die norwegische Firma Elopac, die Jagenberg AG, eine Tochterfirma des Rüstungskonzerns Rheinmetall, und die US-schwedische PLM-Ball, die, wie Tetra Pak, im Subventionsparadies West-Berlin jährlich bis zu 600 Millionen Export- und -hopp-Dosen produziert.

Von den Sorgen der Verpackungshersteller wissen zumindest jene Bonner Abgeordneten, in deren Wahlkreisen einschlägige Unternehmen ansässig sind, etwa der umweltpolitische Sprecher der CDU/CSU-Fraktion, Bernd



Umweltplaner Bölkow
Nullverpackung vom Reißbrett

Schmidbauer aus dem Rhein-Neckar-Kreis (Capri-Sonne), oder sein Fraktionskollege Joachim Clemens aus Braunschweig (Schmalbach-Lubeca). „Die Kartonagenfritzen“, verrät ein Bonner Umweltexperte, „gehen aggressiv ran.“

Nachdem sie mitten ins „Kreuzfeuer des Umweltschutzes“ („Wirtschaftswoche“) geraten sind, müssen Westdeutschlands Verpacker ihre Marktanteile auch noch gegen grüne Newcomer verteidigen. Zu ihnen gehört die Mehrweg-Milchflasche, die in einzelnen Regionen zur Zeit eine Renaissance erlebt und mancherorts von zehn Prozent der Verbraucher bevorzugt wird.

Die Pfandflasche von Anno dazumal, jetzt meist mit höherwertiger Kuhmilch gefüllt, gilt vielen ökologisch orientierten Kunden als Statussymbol. Die Vertreter der Plastik-Papier-Konkurrenz wollen jetzt jedoch gerichtlich gegen das

Öko-Gütesiegel „Blauer Engel“ vorgehen, mit dem die Mehrweg-Milchflasche vom Umweltbundesamt ausgezeichnet worden ist. Mehrweg, argumentiert die Pappfraktion, sei nicht grundsätzlich umweltfreundlicher als Einweg.

Ein internes Papier des Umweltbundesamtes kommt zu einem gegenteiligen Ergebnis. Unter dem drögen Titel „Vollzug des Abfallgesetzes“ haben Töpfers Beamte eine Art Folterkatalog gegen die mächtige Verpackungsindustrie zusammengestellt.

Nach dem „wichtigen ersten Schritt“, der bevorstehenden Einführung des Plastikflaschen-Pfandes, müsse in „kurzer Frist“ eine „eindeutige und einheitliche Kennzeichnung“ von Mehrweg- und Einweg-Getränkeverpackungen folgen, heißt es in dem Papier. „Erstmals“ müßten zudem für Kunststoffverbund-, Karton- und Aluminiumverpackungen „Zielvorgaben“ für ein Material-Recycling verabschiedet werden. Und:

Auf längere Sicht ist es abfallwirtschaftlich unerlässlich, daß die praktisch nicht verwertbaren Erzeugnisse, insbesondere die Mehrstofferzeugnisse, aus dem Markt genommen werden, soweit Alternativen vorhanden sind. Die gegen Kunststoff-Getränkeverpackungen eingeleiteten Maßnahmen sind daher auf diesen gesamten Bereich auszuweiten, wobei auch Verbotsregelungen in Betracht zu ziehen sind.

Auch wie der Ausstieg aus der Wegwerfgesellschaft zu bewerkstelligen ist, erläutert der Berliner Katalog:

In einer nächsten Stufe ist schrittweise eine Regelung für die übrigen Bereiche herbeizuführen, in denen Einwegprodukte durch mehrfach verwendbare Erzeugnisse abgelöst werden können. Kurzlebige Einwegprodukte sind insbesondere bei Hygieneartikeln (Einwegwindeln, Papiertaschentüchern etc.) und sonstigen Gebrauchsgegenständen (Feuerzeuge, Kugelschreiber, Papier- und Plastiktüten, Tafelgeschirr und Besteck etc.) in die Abfallwirtschaft belastenden Mengen gegeben.

Die beamteten Umweltschützer haben darüber hinaus die „Vermeidungspotentiale“ berechnet, die bei „konsequenter Anwendung des Verursacherprinzips“ und dem Einsatz „fiskalischer Instrumente“ erreichbar seien. So könne allein der Jahresverbrauch von Verbundmaterialien (2,9 Millionen Tonnen), Druckerzeugnissen (2,6), Kunststoffverpackung (0,7) und sonstigen Gebrauchsgegenständen (1,4) um mindestens ein Viertel reduziert werden.

Mit dem jetzigen Personalbestand lasse sich eine solche Kursänderung aller-

dings nicht durchsetzen. „Zur Umsetzung und Überwachung dieser Konzeption“, fordern die Autoren, „sind die personellen und organisatorischen Kapazitäten im Umweltbundesamt und Bundesumweltministerium anzupassen.“

Die Verpackungsindustrie kritisiert derlei Umweltpläne als dirigistisches Teufelszeug. „Wir wollen nicht hinter jedem Mülleimer einen Polizisten“, sagt Abfallexperte Menke-Glückert, der statt neuer Verbote klare „ökologische Eckdaten“ fordert.

Nach Paragraph 14 des Abfallgesetzes, argumentiert Menke-Glückert, hätte das Umweltministerium schon vor über zwei Jahren weitreichende „Zielvorgaben“ zur Eindämmung der Müllflut festsetzen können. Im kanadischen Ontario sei auf diese Weise „eine ganze Provinz saubergemacht“ worden. In Bonn dagegen werde „immer noch in den alten Kategorien gedacht“.

Dabei fahre, glaubt der Verbandsvertreter, in der Industrie „der Zug schon längst in eine andere Richtung“ – gen Ökotoxia. In den Entwicklungslabors der bayrischen Technologiefirma Messerschmitt-Bölkow-Blohm (MBB) etwa wird nicht nur über neue Kampfflieger nachgedacht, sondern auch über den Abbau der Müllberge.

In einem „Forum Zukunft“ läßt MBB-Gründer Ludwig Bölkow, 76, in Ottobrunn bei München einen Stab von 50 Umweltingenieuren auch neue Wege aus der Müllgesellschaft entwerfen. Einen Ausweg aus der Abfallkatastrophe sieht MBB-Ingenieur Hubert Fleckenstein in dem von ihm und seinen Kollegen entwickelten Konzept einer „Nullverpackung“.

Ein neues „System der Warenverteilung“, so Fleckenstein, soll herkömmliche Verpackungen schlicht überflüssig machen. Grundgedanke: Abfall entsteht nur, solange die Produktions-, Warenverteilungs- und Logistikprozesse noch nicht ausgereift sind.

Schon heute werden in ersten Versuchen bei der schweizerischen Lebensmittelkette Migros Produkte in Rücklauf-Flaschen angeboten. Der Waschtelhersteller Procter & Gamble bietet in Deutschland seit vorigem Jahr eine Nachfüllpackung für seine Vier-Liter-„Lenor“-Flaschen an. Dabei sollen 85 Prozent des bisher benötigten Verpackungsmaterials eingespart werden.

Der französische Parfümhersteller Cartier wiederum hat mit einem Aufwand von drei Millionen Dollar einen wiederverwendbaren Flakon aus Glas und Kunststoff mit Goldverzierungen entwickelt. Das „Panthère de Cartier“ kann von der recyclingbewußten Dame mit einer Parfümpatrone nachgefüllt werden. Allein der Preis der schmucken Flasche, 270 Mark, werde, wie Fachleute glauben, ein allzu frühes Wegwerfen verhindern.

Einfache „schütt- und rieselfähige Ware“ wie Nudeln oder Reis sollen die Verbraucher nach dem Konzept der „Nullverpackung“ im Supermarkt künftig direkt einem Container entnehmen. Die aufwendigen Einzelverpackungen sollen durch einen eigens in den MBB-Labors entwickelten Transportkoffer für feste und flüssige Nahrungsmittel ersetzt werden. Auf der letzten Münchner Ernährungsmesse haben die Zukunftsforscher bereits einen „Kuko“-Kundenkoffer, eine Art Einkaufstasche der Zukunft, präsentiert.

Bis jedoch das „Mineralwasser im Koffer“ („Frankfurter Allgemeine Zeitung“) kommt, werden wohl noch Millionen von Einwegflaschen auf dem



Protest gegen Verpackungsmüll*
„Die Leute haben ja recht“

Müll landen. Bei Gesprächen etwa im bayrischen Wirtschaftsministerium erfuhr MBB-Mann Fleckenstein, „wie wenig noch über den Tellerrand hinausgedacht“ wird. Von dem ökologisch notwendigen „Zeitschritt nach übermorgen“, sagt Fleckenstein, wolle die Industrie nicht allzuviel wissen; sie verdient ihr Geld schließlich mit Voll- und nicht mit Nullverpackung.

Dennoch wissen die Hersteller, daß ein negatives Umweltimage ihrer Produkte auf die Bilanzen durchschlagen kann. Um das zu vermeiden, hat beispielsweise der britische Chemiekonzern ICI eine „zerfallbare Plastiktüte“ aus ei-

nem Polymer namens Biopol entwickelt, das im Boden „ohne Rückstände“ biologisch abbaubar sein soll.

Selbstauflösende Kunststoffhüllen produziert auch die Schweizer Firma Belland. Eine milchige Belland-Folie schützt Neuwagen des Automobilbauers BMW auf dem Weg zum Händler. Durch die Konzentration des verwendeten Lösungsmittels läßt sich die „Auflösungsgeschwindigkeit“ der Karosserieverpackung ziemlich exakt bestimmen.

Als Vorbild für die „High-Tech-Verpackung“ der Zukunft gilt den Systemingenieuren, die sich im Oktober in Stuttgart zu einem Kongreß „Leben ohne Müll“ trafen, eine alte Bekannte – die Banane: Die gelbe Frucht wird von einer stabilen Schale geschützt, ist transportsicher, läßt sich wegen der Aufreißstruktur ihrer Hülle ebenso leicht öffnen wie hygienisch verspeisen, und der Abfall bereitet, weil biologisch abbaubar, kaum Entsorgungsprobleme.

In dieser „logistischen Meisterleistung“ (Menke-Glückert) der Natur sehen einige Lebensmittelkonzerne bereits das Vorbild für neue Markenartikel. Schon arbeiten Entwicklungsingenieure an essbaren Joghurtverpackungen aus Waffeln oder Hartbrot. Der schleswig-holsteinische Bauernpräsident Karl Eigen schöpft angesichts der Bemühungen, jährlich vier Milliarden Joghurtbecher durch Lebensmittel zu ersetzen, Hoffnung auf neue Absatzmärkte für Agrarprodukte.

Eine in Husum geplante Fabrik soll Spezialweizen zu Stärke verarbeiten, aus der Verpackungsmittel hergestellt werden können. Im Gartenbau ist zerfallbares Packmaterial aus Zellulose, Stroh und Gelatine bereits im Einsatz.

„Wir würden gern in die Design-Büros der Großkonzerne schauen“, gesteht der Bonner Umweltministerialrat Schnurrer. Dort, weiß der Beamte, entstehen „heute auf dem Reißbrett“ die Abfälle von morgen“. Durch umweltgerechte Produktgestaltung ließen sich Tausende Tonnen von Müll vermeiden. Reparaturfreundliche Konsumgüter oder austauschbare Module etwa könnten die Abfalllast drastisch verringern.

Bonner Umweltbeamte denken auch darüber nach, wie sich durch eine Kennzeichnung von Verpackungen das späte-

* Entpackungsaktion des „Bundes Naturschutz“ in München.

re Sortieren der Abfallstoffe und damit deren Wiederverwendung rentabler gestalten ließe. Die elektronisch erfassbare schwarz-weiße Strichkodierung auf Plastikpackungen etwa könnte auch Aufschluß über den Kunststofftyp geben und in sogenannten Verwertungszentren automatisch abgelesen werden.

Umweltverbände konzentrieren ihre Aktivitäten derweil auf handfeste Proteste gegen den „Verpackungswahn“. Öko-Streiter deponieren Verpackungsmüll in Supermärkten und Kaufhäusern gleich nach dem Einkauf direkt an der Kasse. In einer Müllbroschüre – Titel: „Was Sie schon immer über Abfall wissen wollten“ – rät auch das Umweltbundesamt, „unnütze Verpackungen gleich beim Händler zu lassen“.

Im Frankfurter Kaufhof an der Zeil, den Jungsozialisten jüngst mit einer vorweihnachtlichen Entpackaktion bedachten, bekannte ein Verkaufsmanager: „Die Leute haben ja recht.“ In Bayern unterstützen Mitglieder der Jungen Union und der Grünen sowie 41 Bürgerinitiativen einen neuen Dachverband namens „Das bessere Müllkonzept“. Ziel ist ein Volksbegehren zur Verankerung eines „Anti-Müll-Artikels“ in der bayrischen Verfassung. In Hannover beschlossen die SPD und die Grün-Alternative Bürger-Liste die Einführung einer „Verpackungssteuer“, die der Deutsche Städtetag allerdings für „rechtlich unzulässig“ hält.

Der BUND empfiehlt seinen 155 000 Mitgliedern, „umweltbewußten Einkauf“ zu praktizieren – Motto: „Der beste Abfall ist der, der erst gar nicht entsteht.“ Auch Gerd Billen, Vorsitzender der alternativen Bonner „Verbraucher-Initiative“, hofft, daß selbstbewußte Konsumenten sich vom Handel „nicht einwickeln lassen“.

Die Geschäftswelt allerdings zeigt sich von müllkritischen Aktionen der Umweltschützer nicht selten irritiert. In einem Hamburger Penny-Markt rief der Geschäftsführer die Polizei, als Kunden anfangen, Milch in Mehrwegflaschen umzufüllen. In Springe mußte ein Packprotestler im Aldi-Markt 50 Mark Bußgeld bezahlen. In Bayreuth und in Buxtehude verpaßten die Behörden Abfallbojkotteuren, die sich gegen den Anschluß an die öffentliche Entsorgung wehrten, zwangsweise eine Mülltonne samt Gebührenbescheid.

Andere Städte und Gemeinden haben immerhin telephonische „Umweltberatungsstellen“ eingerichtet. Unter der Nummer 682 973 048 ist beispielsweise in Hamburg zu erfahren, daß Pralinen auch unverpackt erhältlich sind und Früchte in Papiertüten angeboten werden.

Die wichtigste Entscheidung, das weiß die Parfümerieverkäuferin ebenso wie der Umweltexperte, trifft letztlich der Kunde. „Ohne den Verbraucher“, sagt der Bonner Entpackungsstrategie Hartkopf, „können wir einpacken.“

TOURISMUS

Manchmal verrückt

Die Manager der Robinson-Clubs denken über neue Ideen nach – die jungen Leute bleiben weg.

Auf Reisen geht Johann-Friedrich Engel, 51, für sein Leben gern. Mehr als 200 Tage pro Jahr verbringt der Chef der Touristikfirma Robinson-Club weit weg von seinem Frankfurter Schreibtisch, mal im Fernen Osten, mal näher dran am Mittelmeer – immer auf der Fährte nach sonnigen Urlaubsplätzen.

Bislang hat die Suche gelohnt. Fast jede Saison konnte Engel irgendwo auf der Welt neue Clubs anbieten, Jahr für

und Phoecea, meist örtliche Banken und Investoren, bekamen ihren deutschen Partner immer seltener zu Gesicht. Nur halbherzig verhandelte Engel über die künftige Nutzung der Anlagen durch Robinson-Urlauber.

Jetzt ist Engel ganz draußen vor. Die Urlaubsdörfer werden an die Konkurrenz verpachtet. So schlecht, wie Engel meint, sind die Clubs denn doch nicht. Phoecea beispielsweise wurde von einem Tochterunternehmen der Fluggesellschaft LTU übernommen.

Das Robinson-Management ist durch den Verlust der drei Ferienanlagen in eine mißliche Situation geraten, denn Ersatz gibt es so schnell nicht. Zwar plant Engel weitere Clubs am Mittelmeer. Die aber sind erst 1990 oder noch später bezugsfertig.



Tanzanimation im Robinson-Club: Zweifel an der Qualität

Jahr verbuchte die Robinson-Gesellschaft, die je zur Hälfte dem Reisesmulti TUI und dem Hotelkonzern Steigenberger gehört, prächtige Steigerungsraten. „Unser Konzept“, sagt Engel, „hat mitten ins Gemüt der Deutschen getroffen.“

Doch offenbar hat Engel zu sehr aufs Gemüt geachtet: Er beging im harten Alltagsgeschäft Fehler, die das Unternehmen viel Geld und auch einen Teil der zahlungskräftigen Kundschaft kosteten.

Drei der 18 Robinson-Clubs nämlich mußten zum Saisonende geräumt werden. Die Pachtverträge für die Urlaubsdörfer Cala Vadella auf Ibiza, Calampiso auf Sizilien und Phoecea im Norden Griechenlands sind abgelaufen.

Schon seit geraumer Zeit hatte Engel die Lust an den Clubs verloren, sie waren ihm nicht mehr fein genug. Die Eigentümer von Cala Vadella, Calampiso

In den verbleibenden Robinson-Dörfern wird jetzt der Platz knapp. Mehr als 10 000 Club-Gäste, so wurde hochgerechnet, müssen ihre Sommerferien 1989 bei der Konkurrenz verbringen. Die Robinson-Gesellschafter werden allein im kommenden Jahr etwa 20 Millionen Mark weniger einnehmen.

Die Bettennot bei Robinson kommt der Konkurrenz gerade recht. Vor allem der französische Club Méditerranée mit seinen weltweit rund hundert Feriendörfern hofft auf zusätzliche deutsche Kundschaft.

Jahrelang hatten die Franzosen diesseits des Rheins kaum Chancen. Den deutschen Anhängern dieser Ferienart war der Club Méditerranée entschieden zu frankophil. Doch damit scheint es vorbei. Schon in diesem Jahr buchten bereits 68 000 Bundesbürger ihren Urlaub bei Méditerranée – 15 Prozent mehr als vor einem Jahr.