



Fotos (Ausschnitte): Markus Hinzen für DIE ZEIT



Ehepaar Deinet in seinem Bonner Geschäft: Rund 300 Produkte gibt es dort lose

»Ich nehm's ohne«

Es muss nicht jede Zucchini einzeln eingeschweißt werden. In ersten Läden verzichten Verbraucher und Ladenbesitzer auf Verpackung VON JANA GIOIA BAURMANN

Es war vor fast einem Jahr, am Silvesterabend 2013, als Julia Beyer und Miriam Klausner mit Freunden über das sprachen, was sie ab morgen besser machen wollten: weniger Süßigkeiten, mehr Bewegung, die üblichen guten Vorsätze eben. Und sie wollten bewusster leben. »Kennst ihr den No Impact Man?«, fragte Klausner in die Runde. »Colin Beavan?« Der New Yorker hatte ein Jahr lang versucht, die Umwelt nicht zu belasten; dazu gehörte auch, auf Verpackungen zu verzichten. Beavans Lebensstil erschien ihnen zu krass, doch könnte man nicht zumindest versuchen, verpackungsfrei einzukaufen? An der Theke im Supermarkt einfach sagen: Ich nehm's ohne? Ein paar Tage später begannen sie, den Vorsatz umzusetzen. Seitdem hat sich für die beiden einiges geändert.

Laut Statistischem Bundesamt werden jedes Jahr mehr als 16 Millionen Tonnen Verpackungsmüll eingesammelt: die Plastikfolie, in die Aubergine eingeschweißt ist; der Karton, in dem das Müsli in einer weiteren Plastikhülle steckt; das Styropor, auf dem die Käsescheiben liegen. Dazu kommen die Plastiktüten, in denen die Einkäufe meist nach Hause getragen werden: Eine Billion Tüten kommen jedes Jahr auf der Welt neu in Umlauf, rund 90 Prozent von ihnen landen anschließend direkt im Müll. In Deutschland liegt der Pro Kopf-Verbrauch bei jährlich 65 Tüten.

Kunststoffeinkaufstüten gelangen meist gar nicht in den Wertstoffkreislauf, laut Deutscher Umwelthilfe wird in Europa nicht einmal jede zehnte Tüte recycelt. Bei anderem Müll ist das anders. Ein Großteil der in Deutschland weggeschmissenen Verpackungen wird recycelt – das aber kostet Energie. Abfälle zu vermeiden ist daher ökologisch am sinnvollsten.

Julia Beyer und Miriam Klausner kommen beide aus dem Medienbereich, sie wollten ihre Erlebnisse teilen, daher bloggen und twitterten sie von Anfang an über ihr Experiment, zwei Freunde machten ebenfalls mit. Schon nach vier Tagen hatte ihre Seite mehr als 10 000 Klicks. »Wir haben einen Nerv getroffen«, sagt Julia Beyer. Wichtig war ihnen, dass der verpackungsfreie Konsum in ihren Alltag passt, er durfte also nicht zu umständlich sein und sollte auch nicht sehr viel mehr kosten. Über Twitter fragten sie deshalb, wo sie am besten einkaufen gehen sollten.

In Köln, wo Beyer und Klausner leben, gibt es noch keinen verpackungsfreien Laden. Anders als in Berlin, wo zuletzt *Original Unverpackt* für Aufsehen sorgte; inzwischen wird selbst im Bordmagazin der Deutschen Bahn über das Unternehmen berichtet, das als erster Supermarkt der Hauptstadt ohne Einwegverpackungen auskommt. Weitere Läden, die versuchen, Verpackungen zu minimieren, gibt es in Kiel und Bonn. Wie aber funktionieren sie? Kann man als Ladenbesitzer einfach auf Verpackungen verzichten?

Anderthalb Jahre hat Hilke Deinet, die Geografie studiert hat, Seminare bei der Industrie- und Handelskammer besucht, sie schrieb Businesspläne und suchte Lieferanten, die ihr größere Mengen liefern können als die handelsüblichen Portionen verpackungsfreier Ware. Die Recherche war aufwendig, die Ware bekommt Deinet nicht über den normalen Großhandel. »Die liefern höchstens ein Kilogramm, nicht mehr.« Vor allem regionale Zulieferer überzeugte sie deshalb persönlich, ihr größere Mengen als üblich zu lie-

fern. Vor einem halben Jahr dann eröffnete sie Freikost Deinet in Bonn-Duisdorf.

Das Geschäft ist an diesem Nachmittag gut besucht, alle Kunden haben Rucksäcke dabei oder Jutebeutel, die Frau, die gerade an der Käsetheke steht, hat ihre Tupperdosen mitgebracht. »Ich darf die Waren in Kundengefäße einfüllen, das ist gesetzlich okay«, sagt Deinet. »Ich muss nur dafür sorgen, dass alles hygienisch ist, das ist mein Risiko.« Trockenfrüchte wie Datteln oder Pflaumen lagern in Glasbehältern, Nüsse in länglichen Plexiglasgefäßen. Auf einem Tisch in der Mitte des Ladens stehen 10-Liter-Kanister mit Glasreiniger, Geschirrspül- und Waschmittel. Rund 300 Produkte bietet Deinet lose an. Anders als herkömmliche Läden hat sie wesentlich mehr Arbeit damit, ihr Lager zu pflegen. Getreide und Trockenfrüchte beispielsweise müssen regelmäßig auf Schädlinge überprüft werden.

Einen Laden auf den Verkauf loser Waren umzustellen, kostet zwischen 4000 und 10 000 Euro, schätzt Eva Brandt. Sie arbeitet für Unverpackt einkaufen, ein Berliner Unternehmen, das Einzelhändler berät und Ladeneinrichtungen für verpackungsfreies Einkaufen konzipiert. Die Nachfrage, sagt Brandt, sei hoch. »Der Hype wundert mich nicht, denn es war an der Zeit. Die Verbraucher nervt es doch auch, wenn jede Zucchini einzeln eingeschweißt ist. Der Einzelhandel reagiert darauf.« Anfragen bekommen sie und ihre Kollegin Emily Florenkowsky aus ganz Deutschland – und nicht nur aus Großstädten.

Die Plexiglasbehälter, die auch bei Hilke Deinet im Laden stehen, kommen aus den USA. Der weite Lieferweg ist ein Punkt, den Eva Brandt gerne ändern würde, doch in Deutschland, sagt sie, würden die Behälter noch nicht hergestellt.

Ohne Läden wie dem von Hilke Deinet kann verpackungsfreies Einkaufen jedoch ziemlich anstrengend sein. »Mal spontan einkaufen zu gehen, ist schwierig«, sagt Julia Beyer, die Bloggerin. »Man muss immer an den Jutebeutel denken und ausreichend Tupperdosen dabei haben.« Ein weiteres Problem: Kosmetik. »Das ist der Horror«, sagt Co-Bloggerin Miriam Klausner. »Alles ist doppelt und dreifach verpackt, Zahnpasta, Shampoo, Cremes, selbst ein Stück Seife ist in Plastik eingeschweißt.« Hier blieb den beiden

oft nichts anderes übrig, als die Ware mit Verpackung zu kaufen. Das Feedback der Nutzer habe sie aber angespornt, weiterzumachen, sagen beide.

Ursprünglich wollten sie eine Woche lang komplett auf Verpackungen verzichten, dann einen Monat, inzwischen haben sie den Anspruch, Verpackungen soweit es geht zu meiden, in ihren Alltag integriert. Miriam Klausner lässt sich beim Bäcker Brot und Croissants in die Jute packen, genauso wie Obst und Gemüse auf dem Markt, zu den großen Supermarktketten geht sie nur noch selten. Schokobons isst sie gar keine mehr, obwohl sie die so gerne mag. »da ist einfach zu viel Plastik drum«, sagt sie. Kaffee trinkt sie immer aus Porzellan-, nie aus Pappbechern. Auch Julia Beyer hat ihren Konsum verändert. Käse kauft sie ausschließlich auf dem Markt, ohne Papier, ohne Plastik drum herum, auf Kartoffelchips verzichtet sie, wegen der Verpackung.

Die beiden schätzen, dass sie ihren Verpackungsmüll um mindestens die Hälfte reduziert haben. Die Studie der Portland State University hat errechnet, dass die Amerikaner jährlich rund 33 Millionen Tonnen Verpackungsmüll vermeiden könnten, wenn sie Mandeln nicht in Plastik eingeschweißt kaufen, sondern sie sich aus einem Behälter ab-

füllen. Ähnliches gilt für Kaffee: Durch verpackungsfreien Konsum könnten dort pro Jahr etwa 109 Millionen Tonnen Folie eingespart werden. Unternehmer, die sich für Großbehälter statt einzeln verpackter Waren entscheiden, könnten laut Studie im Schnitt mehr als 50 Prozent an Transportkosten sparen können.

»Wir werden oft gefragt, ob diese Art einzukaufen

nicht teurer ist«, sagt Miriam Klausner. »Ist sie nicht. Man kauft viel bewusster ein und schmeißt weniger weg.« Neben ihrem Blog haben die Aktivistinnen Beyer und Klausner nun ein neues Projekt: Kölner Läden, die verpackungsfreie Waren verkaufen, bekommen von ihnen einen Sticker, den sie sich ins Schaufenster kleben können: »Ich nehm's ohne«, steht da drauf. Auf

ihrer Webseite soll es bald eine Karte geben, auf der all diese Läden eingezeichnet sind.

Hilke Deinet, die Ladenbesitzerin aus Bonn, glaubt ganz fest an den Erfolg der Bewegung: »Der Handel muss sich ändern. Immer zu sagen, dass der Verbraucher die Verpackungen will, stimmt einfach nicht. Ich erlebe hier jeden Tag das Gegenteil.«



Ein Arbeitsmodell mit Zukunft +++ Mensch und Maschine gemeinsam +++ An einem Band +++ Mit Robotern +++ Die körperliche Belastung minimieren +++ Und so die Gesundheit fördern +++ Die BMW Group +++ Vorreiter bei der Produktion 4.0

Mehr erfahren im Film unter:
BMWGROUP.COM/WHATSNEXT

WARUM WIR MIT ROBOTERN IM TEAM ARBEITEN? WEIL ES KEINE FOLGEN HAT.

INNOVATIVE PRODUKTION OHNE KÖRPERLICHE BELASTUNG. FÜR UNS DER NÄCHSTE SCHRITT.

BMW GROUP



Rolls-Royce
Motor Cars Limited