

südostasien

Zeitschrift für Politik • Kultur • Dialog

[post_category]

Autor*in: [post_coauthors]

Break free from Plastic: International in Bewegung gegen Plastikverschmutzung



„Ship it Back“ Kampagne auf der Rainbow Warrior III © Mirjam Overhoff

Südostasien/Europa: Greenpeace Philippines und Greenpeace International sind Teil der ‚Break Free From Plastic‘ Bewegung. Gemeinsam wurde in den Philippinen im März 2019 das Projekt ‚Ship The Plastic Monster Back‘ durchgeführt. Das Ziel ist, auf die weltweite Umweltverschmutzung durch Plastik aufmerksam zu machen. Der europäische Teil der Kampagne richtete sich mit der Aktion ‚Ship it back‘ an die Unternehmen, die einen Großteil des Plastikmülls produzieren – wie Unilever oder Nestlé. Im Interview berichtet Manfred Santen, Chemieexperte bei Greenpeace Deutschland und Koordinator der Kampagne in Deutschland, von ‚Plastikmonstern‘ und deren Auswirkungen.

Unsere Ozeane und viele Orte an Land scheinen in Plastik zu ersticken. Seit den 1950er

Jahren begann die Massenproduktion des vermeintlich ‚praktischen‘, aber kaum abbaubaren Materials. Wie viel Prozent des global produzierten Plastiks werden recycelt?

Global gesehen werden weniger als 10% des Plastikmülls recycelt, rund 12% werden verbrannt und deutlich über 70% landen auf wilden oder schlecht kontrollierten Deponien. In Deutschland wird ein Großteil des Plastikmülls in Verbrennungsanlagen verbrannt – eine relativ bequeme Art, das Zeug loszuwerden. Trotzdem wird Plastikmüll nach Südostasien, beispielsweise nach Malaysia, Indonesien oder Thailand exportiert. Die deutsche Recycling-Quote liegt bei etwa 25%. 50 – 60% des Plastikmülls werden verbrannt, entweder in Müllverbrennungsanlagen oder als Brennstoff für die Zementindustrie. Der restliche Plastikmüll verschwindet im Export oder auf heimischen Deponien.



Manfred Santen vor der Beluga © Mirjam Overhoff

Zunehmend werden gesetzliche Rahmenbedingungen zur Eindämmung des so genannten *Single Use Plastic* oder Einwegkunststoffprodukten - Wattestäbchen, Einweggeschirr, Strohhalme, Plastiktüten - geschaffen. Ist die politische Konzentration auf *Single Use Plastic* ausreichend?

Global gesehen nein. Aber auch wir (Greenpeace) konzentrieren uns in unserer ‚*Ship it back*‘-Kampagne auf die Vermeidung von *Single Use Plastic*. Wir beziehen uns in der Kampagne konkret auf *Single Use Plastic* von Nestlé, Protector & Gamble (P&G), Unilever und anderen. Wir sehen in der Reduzierung von *Single Use Plastic* den dringendsten Handlungsbedarf, der kein Abwarten mehr duldet!

Entsprechend ist die Herangehensweise von Europäischer Union und Umweltministerin Svenja Schulze ein Anfang, der dringend ausgebaut werden müsste. Frau Schulzes [Fünf-Punkte-Plan](#) zur

Plastikreduktion ist gut gemeint, allerdings nicht weit reichend. Sie möchte Unternehmen und Konsument*innen auf freiwilliger Basis zur Reduktion von Plastik bewegen. Im 5. Punkt ihres Planes sollen 50 Millionen Euro in diesem Jahr bereitgestellt werden, um Technologie zur Säuberung der Meere weltweit einzusetzen – diese Bemühungen sind gut gemeint, hindern die Großkonzerne aber nicht an der weiteren Plastikproduktion!

Der Verbrauch von Plastikverpackungen in deutschen Supermärkten ist enorm. Was sollte sich dort ändern?

Die Plastikeinkaufstüten sind das beste Beispiel. Der Tütengebrauch in Supermärkten und im Einzelhandel ist deutlich gesunken. Doch an Obstständen im Supermarkt, auf dem Markt oder bei Obst- und Gemüseläden werden nach wie vor die dünnen Plastiktüten verwendet. Zwar haben die deutschen Supermarktriesen Edeka, Rewe und andere eine Absichtserklärung zur Reduzierung unterzeichnet, aber es existieren weiterhin keine behördlichen Regulierungen. Täglich werden Unmengen von Tüten verbraucht und das muss möglichst bald ein Ende haben! Gerade die dünnen Tüten landen oft über Umwege im Meer, sie sind für Schildkröten und andere Meerestiere fatal!

Einzelne Produkte von Bonbons bis zum gewaschenen Salat sind in Plastik einzeln und bequem verpackt, aber auch diese produzieren viel Müll! Hier hat Deutschland wahnsinnigen Nachholbedarf!

Was muss passieren, damit auch Plastikverpackungen stärker thematisiert werden?

Im europäischen Maßstab werden Plastikverpackungen jetzt verstärkt thematisiert. Greenpeace England hat eine sehr erfolgreiche Supermarkt-Kampagne durchgeführt. In Frankreich, Spanien und der Türkei arbeiten die Greenpeace-Büros intensiv zu Verpackungen. Aber auch andere deutsche Akteure, wie beispielsweise die Deutsche Umwelthilfe arbeiten zur Reduzierung von Verpackungen.

Ich bin verhalten optimistisch, dass Plastikverpackungen in den Supermärkten langfristig abnehmen. Die Supermarktbetreiber*innen haben gelernt zuzuhören, haben zum Teil gute Ideen und setzen diese nach vielen Gesprächen und gesellschaftlichen Druck auch um. Aber wir müssen immer am Ball bleiben – das ist die eigentliche Herausforderung.



Plastikmonster bei der „Ship it Back“ Kampagne in Köln © Mirjam Overhoff

Du warst kürzlich in Malaysia, welche Erfahrungen konntest du zum Thema Plastikmüll und *Single Use Plastic* mit Politikern und der Bevölkerung vor Ort machen?

Meine malaysischen Greenpeace-Kolleg*innen haben 2018 den Report *The Recycling Myth* (siehe Interview mit Greenpeace Malaysia [in dieser Ausgabe](#)) veröffentlicht, weshalb ich schon vorab einen Eindruck der Situation hatte. Trotzdem war ich überrascht, wie viel deutscher Abfall auf den Mülldeponien lag. Wir sind auf einen hohen Müllberg geklettert, auf dem der ganze Müll unsortiert lag. Im weiteren Gelände fanden wir 50 verschnürte Ballen Haushaltsmüll ausschließlich mit deutschen Etiketten. Der Weg des deutschen Haushaltsmülls beginnt mit der Vorsortierung und Reinigung, bevor er zu Ballen gepresst nach Malaysia verschifft wird. Dabei sind es überwiegend chinesische Unternehmen, die den deutschen Müll in Malaysia (aufgrund des chinesischen Müllimport-Stops) nach verwertbaren Materialien sortieren. Das Material wird zerkleinert, eingeschmolzen und in Pelletform nach China verkauft. Aber über die Hälfte unverwertbarer Materialien häufen sich auf malaysischen Müllkippen an. Ich habe zum Beispiel Capri-Sonne-Verpackungen gesehen, die wegen des dreilagigen Materials und des eingesteckten Strohhalms nicht weiterverwertet werden.

„Exportierter deutscher Müll wird offiziell als Rohstoff deklariert, da er nach Wertstoffen vorsortiert wird – der Rohstoff Plastik darf exportiert werden. 2018 wurden rund 100.000 Tonnen Plastikmüll nach Malaysia verschifft, im Vergleich zum Vorjahr hat sich der Wert verdoppelt.“

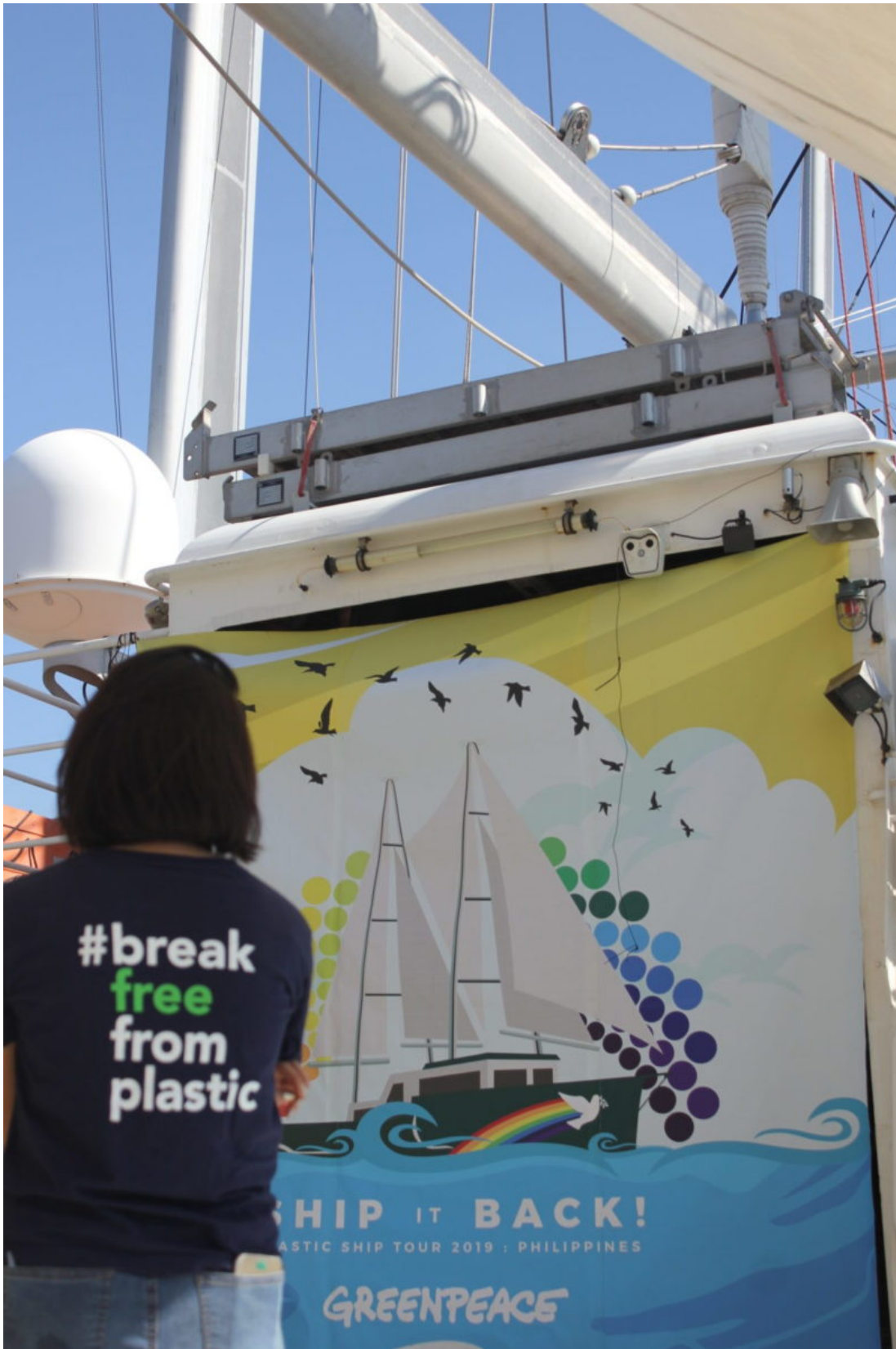
Wie viele Tonnen an deutschem Müll gehen nach Südostasien seit China den Müllimport-Stopp Anfang 2018 verhängt hat?

Exportierter deutscher Müll wird offiziell als Rohstoff deklariert, da er nach Wertstoffen vorsortiert wird – der Rohstoff Plastik darf exportiert werden. 2018 wurden rund 100.000 Tonnen Plastikmüll nach Malaysia verschifft, im Vergleich zum Vorjahr hat sich der Wert verdoppelt. Auch nach Indonesien, Thailand und Vietnam wird deutscher Müll exportiert (siehe auch Artikel von Claire Arkin [in dieser Ausgabe](#)). Gemessen am deutschen Gesamtvolumen des jährlich anfallenden Plastikmülls ist der exportierte Müll gering – doch trotzdem wundere ich mich. Für ein Land wie Malaysia sind die Müllimporte gigantisch. Wir haben auf dem Müllberg Journalist*innen aus Großbritannien, USA, Australien und Neuseeland getroffen. Unser Umgang mit Plastikmüll, den wir nach Malaysia schicken, ist skandalös. Denn dort wird er gereinigt, sortiert, abgelagert – und vergessen.

Greenpeace ist mit der ‚Ship it back‘-Kampagne im März 2019 mit dem Greenpeace-Schiff *Rainbow Warrior III* durch die Philippinen gesegelt. Wie ist es zu der Kampagne in Europa und den Philippinen gekommen?

2017 haben wir gemeinsam mit der Umweltorganisation *Break free from Plastic - Philippines* ein großes Küstenreinigungs-Projekt mit integrierter Markenauflistung auf der Freedom Island vor Manila durchgeführt. Wir haben 54.000 Plastiktütchen nach Marken aufgelistet und anschließend eine Rangliste erstellt: Nestlé, Unilever und P&G lagen auf den ersten Plätzen, aber auch weitere europäische, US-amerikanische und auch philippinische Marken waren vertreten. In der Manila Bay ist das globale Plastikproblem extrem sichtbar. Plastikmüll wächst besonders an Orten ohne geregelte Müllentsorgung visuell an.

Lokale Abfallsysteme können die Mengen an Plastikmüll in Sachet-Tütchen (Einzelpartionsverpackungen) nicht auffangen, auch die großen Sachet-Produzenten wissen davon. Wir entnahmen auch Boden- und Wasserproben aus der Manila Bay und haben den reinsten Chemikaliencocktail vorgefunden. Gemeinsam mit *Break free from Plastic*, den Nichtregierungsorganisationen wie *Global Alliance for Incinerator Alternatives* (GAIA) oder der *Mother Earth Foundation* wollten wir aktiv werden. Wir waren uns einig, wir müssen den großen Plastikmüllproduzenten ihren Müll zurückbringen – ship it back!



„Ship it Back“ Kampagne auf der Rainbow Warrior III © Mirjam Overhoff

Welche Aktionen habt ihr während der sechswöchigen Kampagne durchgeführt und geplant?

In Europa haben wir symbolisch das Monster, was die Firmen einst kreierte, auf dem deutschen Greenpeace-Schiff Beluga II den Rhein hochgefahren. Den Startpunkt an der Mündung zum Meer

haben wir bewusst in Rotterdam, an der Unilever-Zentrale, gewählt. Die niederländischen Greenpeace-Gruppen haben einen großen Rave mit hunderten Leuten organisiert und das Plastikmonster in Szene gesetzt. In Köln wurde drei Tage über die Kampagne mit Musik und Vorträgen informiert. In Basel fand ein kleines Festival zum Thema Plastik statt. Der Genfer See war unser Ziel, da in der Schweiz die Firmenzentrale von Nestlé liegt. In Vevey ist das Monster vor den Toren der Nestlé-Zentrale aus dem See aufgetaucht. Und auch an der Fassade haben Greenpeace-Kletterer ein Banner mit der Forderung ‚Stop Single Use Plastic‘ entfaltet. Die Firmenleitung hat inzwischen eingeräumt, dass Recycling allein nicht die Lösung des Problems sein wird. Aber außer den Lippenbekenntnissen, in Zukunft die Ware mit weniger Plastik zu verpacken, ist aus der Nestlé-Zentrale keine haltbare Aussage gekommen.

In den Philippinen haben wir uns auf Aktionen mit der Rainbow Warrior in der Manila Bay und auf die Tour von Manila bis nach Cebu City konzentriert. Die Manila Bay symbolisiert die Plastikverschmutzung der Philippinen. Dort werden mehrmals am Tag riesige Schiffe mit Plastikmüll gefüllt und von einer Seite zur anderen Seite der Bucht gefahren, wo die Mülldeponie liegt. Wenn starke Winde über die Bucht hinwegfegen, fliegt der Müll direkt ins Meer. Wir haben in einer Aktion ein riesiges Banner mit der Aufschrift „Stop Single-Use Plastic!“ an das Müllschiff gehängt. In der Manila Bay war auch ein Tauchgang geplant, aber wegen der Verschmutzung stellte dies für die Taucher*innen eine zu große Gefährdung dar. Und für den Tauchroboter war die Brühe zu trüb. Nicht weit von Manila liegt die Isla-Verde-Passage, eine Meerenge zwischen den Inseln Luzon und Mindoro, eines der artenreichsten Unterwassergebiete weltweit. Unser Team hat die Schönheit dieser Unterwasserwelt erkundet und die Plastikverschmutzung unter Wasser dokumentiert. Wir haben die große Artenvielfalt und Korallenriffe bestaunt und waren gleichzeitig frustriert, da unter Wasser kleine bunte Tütchen von Nescafé, Maggie und Konsorten auf dem Meeresboden lagen und schwammen. Für die Natur und auch für den Tourismus ist die Müllverschmutzung im Meer fatal - der Müll bleibt und verschwindet nicht.

Welche Resonanz hat Greenpeace in der philippinischen Zivilgesellschaft auf die Kampagne erhalten?

In den sozialen Medien haben wir eine große Resonanz auf die Kampagne erhalten. Mich hat ein Artikel in einer philippinischen Tageszeitung auf der dritten Seite beeindruckt, der die *Rainbow Warrior* und unseren Kampagneninhalte detailliert und ungeschönt beschrieb. Viele Medienvertreter*innen kamen zu uns an Bord der *Rainbow Warrior*, führten Interviews und berichteten über unsere Arbeit. Die philippinischen Kolleg*innen machen tolle Arbeit, sind gut vernetzt und werden von der Politik und Zivilgesellschaft ernst genommen. Niemand kann sich im Moloch Manila vor dem Thema Müll verstecken! Viele Menschen leben neben zum Teil ‚wildem Müllbergen‘ und verdreckten Flüssen, es stinkt und stört.

Konntet ihr mit eurer Kampagne auch die lokale Bevölkerung für die Probleme des Plastikmülls sensibilisieren?

Auf allen Stationen haben wir die Schiffe für Besucher*innen geöffnet. In Manila und Cebu City sind viele Interessierte auf die *Rainbow Warrior III* gekommen, genau wie in Köln auf die *Beluga II*. Insgesamt haben mehrere tausend Personen die Schiffe besichtigt und sich informiert. Cebu City schien mir dabei eine besondere Stadt, die umwelttechnisch in Bewegung ist.



Kaffee-Sachets in philippinischem Supermarkt © Mirjam Overhoff

In Gesprächen mit Akteur*innen aus Cebu City habe ich einen ähnlichen Eindruck gewonnen, allerdings ist die junge Umweltszene zwar sehr aktiv aber kaum organisiert. Welche Eindrücke hast du von der Umweltbewegung in Manila erhalten?

Die Umweltszene Manilas, die zu Plastikmüll arbeitet, ist organisierter, untereinander vernetzt und arbeitet aktiv mit Müllsammler*innen zusammen. Die Müllsammler*innen leben oft seit Generationen vom Müll, sind untereinander organisiert und springen ein, wenn das öffentliche Müllmanagement versagt. Einige Müllsammler*innen haben uns 2017 bei dem Brand Audit sehr geholfen den Müll zu sortieren und die Plastikstoffe aufgrund ihrer Expertise zu kategorisieren. Ganz tolle Leute! (zur Lebensrealität von Müllsammlerinnen vgl. auch Artikel [„Müllbanken in Indonesien“](#) und [„Müllsammlerinnen und ihr Umgang mit Plastik in den Straßen Phnom Penhs“](#))

Wie wird Greenpeace nach dem Abschluss der ‚Ship it back‘-Kampagne weiter am Plastikthema arbeiten?

Die Kampagne wurde global geplant, entsprechend werden wir das Augenmerk auf andere Länder mit ähnlichen Plastikproblemen, wie Indonesien, Malaysia oder Thailand, richten. Im September werden wir beim International Coastal Clean-Up Day weltweit aktiv sein. In den Philippinen greifen wir dann noch mal das Thema *Break free from Plastic* auf. Wir werden international vernetzt weiter zu Plastikmüll arbeiten.

Wie könnte ein langfristiger Bewusstseinswandel bei den Plastikproduzenten erreicht werden?

Während unserer Kampagne hat Unilever leider nicht reagiert. Nestlé reagierte schon in der Vergangenheit häufiger mit Pressemitteilungen, indem sie bekräftigten, sich der Plastikproblematik anzunehmen. Wir müssen die Verursacher*innen direkter adressieren, ihnen das Plastikproblem verdeutlichen und sie in die Pflicht nehmen. Wir müssen in den Dialog treten und über effektive und

plastikreduzierte Verteilsysteme in einzelnen Ländern sprechen.

„Eine unserer philippinischen Kolleginnen war erstaunt, dass es keine Sachets in den Niederlanden oder Deutschland gibt. Sie empfand die Situation als zynisch, da Nestlé und Unilever in den Philippinen argumentieren „Wir bringen den Filipin@s das, was sie brauchen. Da die Filipin@s wenig Geld haben und überwiegend Tagelöhner sind, kriegen sie Tagesrationen unserer Produkte.“ Monatlich summiert kosten die Tagesrationen deutlich mehr als größere Verpackungen. Das Zynische an dieser Situation ist: du brauchst Geld, um zu sparen! „

Nescafé wird weltweit getrunken, allerdings müssen die Portionen nicht einzeln in Tütchen verpackt und mit Zucker und Milchpulver angereichert sein. 3-in-1 Portionierungen müssen überdacht und diskutiert werden. Nestlé hat zumindest alternative Verteilsysteme öffentlich ausgesprochen. Unser Job ist es, beharrlich zu bleiben und auf effektive und vernünftige Lösungen zu drängen - ,so wie jetzt kann es nicht bleiben, das habt ihr selber zugegeben!'

Besonders in Südostasien werden Waren in gering dosierten Sachets verpackt und in kleinen Lädchen verkauft. Die leeren Sachets landen nach dem Gebrauch auf der Müllkippe, in der Natur oder werden direkt vor Ort verbrannt. Wie kann die Sachet-Problemik konstruktiv angegangen werden?

Eine unserer philippinischen Kolleginnen war erstaunt, dass es keine Sachets in den Niederlanden oder Deutschland gibt. Sie empfand die Situation als zynisch, da Nestlé und Unilever in den Philippinen argumentieren „Wir bringen den Filipin@s das, was sie brauchen. Da die Filipin@s wenig Geld haben und überwiegend Tagelöhner sind, kriegen sie Tagesrationen unserer Produkte.“ Monatlich summiert kosten die Tagesrationen deutlich mehr als größere Verpackungen. Das Zynische an dieser Situation ist: du brauchst Geld, um zu sparen!

Auch in Ländern wie Bulgarien werden Tagesrationen an Lebens- und Gebrauchsmitteln in Sachets verkauft. Um weltweit gegen die Müllproblematik vorzugehen, müssen wir die doppelten Standards in der Verpackungsherstellung der Großkonzerne thematisieren und alternative Lösungen suchen. In den Philippinen gibt es viele Initiativen und Gemeinden, die Müll komplett vermeiden und ohne Sachets auskommen - ich bin optimistisch.



Dieser Text erscheint unter einer [Creative Commons Namensnennung 4.0 International Lizenz](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).