südostasien
Zeitschrift für Politik • Kultur • Dialog

2 | 2026, Philippinen,
Autor*in: Mirjam Overhoff und Anica Peters

Der ewige Kampf gegen Einwegplastik



Plastik-Sachets sind ein riesiges Umweltproblem. In den Philippinen werden sie an jeder Ecke verkauft, wie hier am Strand von Moalboal auf Cebu. In Sachets kann man alles kaufen, z.B. Kaffee, Shampoo, Waschpulver. © Mirjam Overhoff, alle Rechte vorbehalten

Philippinen: Winzige Plastik-Sachets sind ein riesiges Umweltproblem. Im Interview mit südostasien erklärt Tiffany Joy Schlaug, wie Refill-Projekte Alternativen schaffen.

***südostasien*: Wie bist du auf das Thema der Sachets-Problematik aufmerksam geworden?**

Unsere Interviewpartnerin



© Privat

Tiffany Joy Schlaug ist Deutsch-Filipina. Sie studiert an der United Nations University und der Universität Bonn Geography of Environmental Risk and Human Security. 2024 hat sie ein dreimonatiges Praktikum bei Greenpeace Philippines absolviert. Anschließend schrieb sie ihre Bachelorarbeit im Fach Geographie zum Thema Sachets, Reuse und Refill Systemen in Metro Manila.

Tiffany Joy Schlaug: Die Plastikkrise in den Philippinen ist mir erstmals 2023 bewusst geworden, als ich meine Familie besuchte. Mein Shampoo war leer und ich habe mit meiner Cousine beim Sari-Sari-Store (kleine, meist familiengeführte Nachbarschaftsläden, auch Tindahans genannt) um die Ecke schnell ein Shampoo-Sachet gekauft.

Auf dem Rückweg fielen mir die vielen Sachet-Verpackungen am Boden auf. Sie waren teilweise schon so stark in den Boden getreten, dass es wirkte, als seien hätte die Erde sie absorbiert. Mir viel es wie Schuppen von den Augen. Danach fing ich an für meine Hausarbeit zu recherchieren, suchte nach Projekten und kam mit Marian Ledesma, einer Plastic Waste Campaignerin bei Greenpeace Philippines, in Kontakt. Im Oktober 2024 kam ich für ein dreimonatiges Praktikum zu Greenpeace Philippines nach Metro Manila.

Was sind Sachets?

Sachets sind kleine, kostengünstige Einzelportionen von Alltagsprodukten wie Shampoo oder Kaffee, die in Südostasien meist in kleinen kioskähnlichen Läden verkauft werden. Durch die kleine Packungsgröße können die Kunden immer gerade nur so viel kaufen, wie sie benötigen. So sind Konsumgüter auch für einkommensschwächere Haushalte mit unregelmäßigen Einkommen erschwinglich.

Du konntest das Projekt *Kuha sa Tingi* begleiten, wie funktioniert es?

2024 startete Greenpeace Philippines das Pilotprojekt *Kuha sa Tingi* (Gekauft in Kleinmengen) in San Juan and Quezon City. *Kuha sa Tingi* wurde als Pilot Refill-Projekt von Greenpeace und RIPPLEx als Hersteller der Refill-Produkte eingeführt. Der Name *Kuha sa Tingi* ist an die Worte *Makuha* (ich sehe es und will es direkt haben) und *Tingi* (die philippinische Einkaufskultur, bei der Waren in kleinen Mengen gekauft werden) angelehnt.



Tiffany Joy Schlaug hat die Initiative „Kuha sa Tingi“ von Greenpeace Philippines als Praktikantin begleitet. © Tiffany Joy Schlaug, alle Rechte vorbehalten

Mit Brand-Audits wurde zunächst geprüft, bei welchen Produkten die Kunden am meisten Sachets verwendeten, um diese gezielt zu ersetzen. Basierend darauf entschied Greenpeace, drei Produkte – nämlich Waschmittel, Weichspüler und Spülmittel – als Refill-Produkte in Sari-Sari-Stores zu testen. In 30 Pilot-Läden wurden zunächst die drei Produkte in großen Kanistern mit Pumpspendern angeboten. Ein Pumpstoß entsprach einer Sachet-Portion. Preislich war die Refill-Alternative sogar im Schnitt 8 Pesos günstiger als die Sachets. Mit der Zeit weitete sich das Projekt auf 3.000 Sari-Sari-Stores aus, hauptsächlich in San Juan und Quezon City und später auch in anderen Orten.

Wie sah das Projekt in der Praxis aus?

Sari-Sari-Stores werden oft von Frauen geführt und sind Teil des philippinischen Alltags. Greenpeace hat zusammen mit den Local Government Units (LGU, kleinste Verwaltungsebene der Philippinen) die Ladenbesitzer:innen für das Projekt ausgewählt und für Refill-Bewusstsein trainiert. Die Besitzer:innen wiederum sollten der Nachbarschaft das Refill-Prinzip sowie ein stärkeres Umweltbewusstsein näherbringen und als *„Changemaker“* fungieren.

Die Initiative *Kuha sa Tingi* experimentierte am Anfang mit der Farbe und der Konsistenz der Produkte, was die Kund:innen zunächst vom Kauf abhielt. Die Schwierigkeit lag darin, mit einem No-Name-Produkt gegen bekannte Marken und bestehende Konsumgewohnheiten anzukommen.

Ich habe selbst zwei Wochen in einem Sari-Sari-Store gearbeitet und das Projekt beobachtet. Dabei ging ich folgenden Fragen nach: Wo funktioniert das Projekt *Kuha sa Tingi* gut? Was muss verändert werden? Was motiviert die Leute zur Nutzung von Refill-Spendern? Hinterfragen sie ihr Verhalten? Immer wieder kamen Nachbar:innen für einen Plausch und den Einkauf vorbei. Die Ladenbesitzerin war sehr angetan von Kuha sa Tingi. Sie sprach viel mit der Nachbarschaft und konnte so viele Menschen überzeugen.

Konnten die Ladenbesitzer:innen den Sachet-Verkauf durch *Kuha sa Tingi* reduzieren?

Sie haben Sachets aus finanziellen Gründen und wegen der Kund:innenbindung weiterhin angeboten. Um keine Kundschaft zu verlieren, sind ihre Konsumpräferenzen elementar für den

Erfolg des Sari-Sari-Stores. So wurden weiterhin auch Sachet-Produkte angeboten, um die Kund:innen zufrieden zu stellen.



Tiffany Joy Schlaug hat die Initiative „Kuha sa Tingi“ von Greenpeace Philippines als Praktikantin begleitet. © Tiffany Joy Schlaug, alle Rechte vorbehalten

Viele Ladenbesitzer:innen entwickelten aber ein stärkeres Umweltbewusstsein durch das Projekt und versuchten ihre Kund:innen von *Kuha sa Tingi* zu überzeugen. Dabei wiesen sie auf die Verbindung von Plastikmüll, Taifunen und Überflutungen hin. Dank der Unterstützung der LGUs konnten sie viele Konsument:innen schnell umstimmen.

Wie sieht es heute mit *Kuha sa Tingi* aus?

Das Projekt veränderte sich 2024, als RIPPLEx als Marke die Führung übernahm. Die Produkte mussten wirtschaftlicher werden. Ab da hat sich die Frage gestellt, wie wirtschaftlich das Projekt für die Ladenbesitzer:innen und die Konsument:innen war.

Für Greenpeace war das Modellprojekt trotzdem ein Erfolg. Sie konnten beweisen, dass Refill-Produkte eine nachhaltige Alternative zu Sachets sind. Insgesamt wurden mehr als 3,9 Millionen Sachets eingespart und das Bewusstsein um die Plastikkrise und praktikable Alternativen stieg. In Indonesien gab es vergleichbare Projekte. Auch die Mother Earth Foundation betreibt ähnliche Projekte in den Philippinen.

Das Refill-Prinzip funktioniert seit langem punktuell auch bei kleineren Läden, die Öl oder Essig in

kleinen Gin-Flaschen abfüllen und verkaufen. Auch Benzin wird am Straßenrand in Wasserkanistern verkauft. Manche Läden haben ein eigenes Pfandsystem.

Wie hat deine Familie auf das Praktikum bei Greenpeace reagiert? Hat sich etwas in ihrem Konsumverhalten geändert?

Je weiter ich mich in das Thema eingelesen habe, desto mehr habe ich auch über Single Use Plastic (Einwegplastik) erzählt und mit meiner Familie geteilt. Meine Mutter habe ich zu Konsumveränderungen in den Philippinen gelöchert. Meine Oma hat mir von früher erzählt, als sie noch mit eigenen Flaschen zum Abfüllen in Läden ging, Shampoo und Waschpulver wurde in Stücken verkauft. Meine Familie wunderte sich selbst über ihr Konsumverhalten in kleinen Plastikportionen, aber ändern ließ sich das nicht so einfach. Sachets sind günstig und schnell erreichbar. Meine Familie kauft ihr Shampoo in der Nachbarschaft, unmittelbar wenn sie es brauchen. Sachets sind leider komfortabel.

Bist du aktuell zum Thema Plastik in Deutschland aktiv?

Leider nein. Ich war zwar immer wieder in Kontakt mit Greenpeace, aber hier wird derzeit an anderen wichtigen Themen gearbeitet. In Bonn wird der RhineCleanUp veranstaltet, aber die Art von Plastik-Aktivismus wie in den Philippinen gibt es hier nicht. Da die Plastikkrise in Deutschland im Alltag nicht so sichtbar wie in Südostasien ist, wird Plastik auch im Klimaaktivismus nicht in gleicher Weise priorisiert. Leider geht ein Großteil des deutschen Aktivismus nicht über Petition und Unterschriften sammeln hinaus.

Die Plastikkrise war vor Covid-19 in der Öffentlichkeit sehr präsent und viele Organisationen haben zu dem Thema gearbeitet. Zahlreiche Plastikalternativen setzten sich durch. Während der Pandemie verschwanden allerdings immer mehr Unverpacktläden und das Thema Plastik ist seither aus der Öffentlichkeit verschwunden.

Das habe ich auch beobachtet. Corona hatte große Auswirkungen auf die Unverpackt-Szene. Aus hygienischen Gründen und Abstandsgeboten blieben die Kund:innen aus, sodass viele Läden schließen mussten. Es gab eine „Rückbesinnung“ auf Plastikverpackungen.

Viele Leute können sich finanziell keinen Unverpackt- oder Bioladen leisten – oder die Läden sind zu weit entfernt. Auch das schränkt umweltbewussten Kosum ein.



Frontansicht eines Sari-Sari-Stores: Alltagswaren werden an Gittern und Haken in und vor dem Verkaufsstand präsentiert. © Tiffany Joy Schlaug, alle Rechte vorbehalten

Politische Entscheidungsträger:innen und Großkonzerne müssen erkennen, welche Auswirkungen Plastik auf unseren Planeten hat und dass eine Grenze erreicht ist. Wir müssen jetzt aufhören Plastik zu produzieren und auf eine Kreislaufwirtschaft umsteigen. Leider ist es für Konzerne lukrativer auf Plastik zu setzen als auf Kreislaufwirtschaft. Und im Privaten müsste jede:r seine:ihre Kaufentscheidung wirklich hinterfragen.

Das Paradoxe: Jede:r kennt die depressiven Fotos von Müllbergen, aber wir sind dagegen unempfindlich geworden. Man sieht Plastik im Haus, Plastik im Meer oder ein in Plastik gefangenes Meerestier. Greenpeace titelt, dass jeder Mensch eine Bankkarte aus Mikroplastik im Gehirn hat. Ein Schockmoment nach dem anderen, doch die Reaktion bleibt aus.

Die Sachet-Kultur der Philippinen ist in Konsum und Produktion eng miteinander verknüpft. Gleichzeitig dauern Veränderungen sehr lange. Auch sind die Auswirkungen der Plastikkrise oder des Klimawandels sehr frustrierend und stark fühlbar. Was motiviert Dich, aktiv gegen Plastik zu sein und für die Umwelt zu kämpfen?

Die Frage nach Hoffnung ist sehr komplex. Ich habe dazu leider keine finale Antwort. Zunächst beschäftigte ich mich aus Neugier mit Plastik; gleichzeitig sah ich eine tiefe Ungerechtigkeit, die mich getroffen hat. Diese Ungerechtigkeit motiviert mich. Ich wollte verstehen, warum meine Cousine Shampoo, Snacks und ähnliches in Sachets konsumiert und unter den Folgen des Mülls leidet.

Wenn ein Taifun die Philippinen trifft und ganze Landstriche überflutet, wird die Plastikkrise am deutlichsten: Müll wird angeschwemmt, Sachets verstopfen Gullys und die Kanalisation. Das Wasser fließt irgendwann wieder ab, aber der Müll bleibt. Das macht mich wütend und lässt mich weiter machen. Gleichzeitig geben mir Positivbeispiele und Initiativen wie *Kuha sa Tingi* Hoffnung.

Vielen tollen Projekten fehlt die ‚Awareness', sie brauchen mehr Aufmerksamkeit, um zu wachsen. Es gibt sehr gute Initiativen und auch sehr viele Alternativen. Diese Projekte zu unterstützen und dadurch hoffentlich einen Unterschied zu machen, motiviert mich und gibt mir die Kraft weiterzuarbeiten.

Die Autor:innen

Mirjam Overhoff

Mirjam Overhoff ist Sozialwissenschaftlerin und Geschäftsführerin des philippinenbüro e.V. in Köln. Seit 2013 arbeitet sie intensiv zum Thema Migration und Diaspora rund um die Philippinen. Weitere Schwerpunktthemen ihrer Arbeit sind Politik, Stadtentwicklung, Klima und der Umgang mit Müll in den Philippinen.

Anica Peters

Anica Peters studiert Politikwissenschaft und Sociocultural Anthropology an der Universität Heidelberg. Ihr Schwerpunkt liegt in den Internationalen Beziehungen sowie der Vergleichenden Analyse politischer Systeme, mit besonderem Fokus auf die Philippinen. Thematisch beschäftigt sie sich mit Fragen der Demokratisierung, innerstaatlicher Konflikte, Diaspora und Heritage, nachhaltiger Entwicklung sowie der Auseinandersetzung mit Rassismus in Deutschland.



Dieser Text erscheint unter einer Creative Commons Namensnennung 4.0 International Lizenz.