

Stellungnahme der Initiative „Dialog Natürliches Mineralwasser“ zur Kampagne "Forever Lasting Moments" der Deutschen Umwelthilfe

Wie mangelnde Differenzierung bei der Plastikvermüllung zu einem Zerrbild bei den Verbrauchern führt

Plastikfasten gilt als der neue Trend zu umweltgerechtem Verhalten. Wer dieser Idee folgt, meidet eingeschweißte oder in Kunststoffbehältern abgefüllte Produkte. Klar ist, dass die Ablehnung von Plastik reale Gründe hat. Es stimmt, dass ein Teil der Kunststoffe in der Natur und in den Weltmeeren landet, wo sie nichts zu suchen haben. Es ist unstrittig, dass kein anderes Land in Europa so viel Plastik verbraucht wie Deutschland – Tendenz steigend. So fallen in Deutschland pro Kopf und Jahr 37 kg Kunststoffverpackungen an, während der EU-Durchschnittsbürger nur 31 kg verbraucht. Es ist zutreffend, dass diese Kunststoffteile und Plastikverpackungen nur schwer abbaubar sind.

Von daher begrüßen auch die deutschen Mineralbrunnen Initiativen, die an den Einzelnen appellieren, einen eigenen Beitrag zu leisten, um den Plastikabfall zu reduzieren. Allerdings müssen diese Appelle ausreichend ausdifferenziert sein. Und genau dies bleibt die neue [DUH-Kampagne](#) der interessierten Öffentlichkeit schuldig. Sie lässt die objektiven Resultate und Erfolge des für PET-Getränkeflaschen installierten Recycling-Systems in Deutschland außen vor. Um es an konkreten Zahlen zu verdeutlichen: Nach aktuellen Angaben des vom BUND herausgegebenen Plastikatlas 2019 werden in Deutschland nur etwa 15,6 Prozent der im Gelben Sack anfallenden gebrauchten Kunststoffprodukte zu Rezyklat verarbeitet. Das von Handel, Getränkeindustrie und Recyclingwirtschaft etablierte Rückführungssystem für Mehrweg- und Einwegflaschen kommt nach Angaben des Bundesumweltministeriums auf eine Recyclingquote von 97 Prozent. Dieses Recycling-System ist in ganz Europa vorbildlich. Anstatt dieses System zu verschweigen, sollte es als positives Beispiel herausgestellt werden. Denn hier wird ein effizienter und nachhaltiger Beitrag gegen die Plastikvermüllung geleistet.

Zu welchen Trugschlüssen eine undifferenzierte Berichterstattung über Plastikmüll und seine katastrophalen Folgen führen kann, zeigen die Auswirkungen emotional aktivierender Bilder von verschmutzten Weltmeeren und an Plastik verendeter Tiere auf die öffentliche Meinung. Scheinbar überfordert in der inhaltlichen Decodierung der Ursachen für die grausamen Bildwelten stimmen 66 Prozent aller Befragten in Deutschland der Aussage zu: Einwegflaschen aus PET-Plastik deutscher Mineralwasseranbieter tragen zur Plastikvermüllung der Weltmeere bei. Dies ist das Ergebnis einer im März 2019 von KANTAR TNS, Hamburg, durchgeführten repräsentativen Verbraucherumfrage. „Die Vorstellung, Flaschen oder Tüten aus Deutschland landeten in den Weltmeeren, ist absurd. Die meisten Abfälle stammen aus Schwellen- und Entwicklungsländern, die direkten Zugang zu den großen Meeren haben“, sagt Dr. Frank Welle, Chemiker am Fraunhofer-Institut für Verfahrenstechnik und Verpackung in Freising bei München in einem Bericht des ZEIT-Magazins.

Auch die DUH-Kampagne läuft durch den Zwang, den komplexen Sachverhalt auf ein aktivierendes Bild verdichten zu müssen, Gefahr, eine Botschaft zu transportieren, die vom Betrachter völlig falsch verstanden wird.

Selbst wenn deutsche Lebensmittelhändler ihren Kunden nur noch Getränke in Glasverpackungen verkaufen würden, wird die verheerende Meeresvermüllung mit Plastik vor allem in Afrika und Asien nicht weniger. Dies darf wiederum kein Grund dafür sein, das eigene Verhalten in Deutschland hinsichtlich eines vernünftigen Umgangs mit Plastik nicht

auf den Prüfstand zu stellen. Deshalb sind bewusstseins-schaffende Kampagnen zur Plastikeinsparung generell zu begrüßen. Aber durch undifferenzierte drastische

Gegenüberstellungen ausgewählter Momente der Zeitgeschichte wie in der DUH-Kampagne wird dem Leser die Komplexität des Problems nur bedingt vermittelt, denn die Zeiten der 70er Jahre, wo Plastikabfall achtlos in der Umwelt oder auf der Müllkippe landeten, sind zum Glück längst vorbei.

Auch Mineralwasserflaschen aus PET stehen stets im Mittelpunkt kritischer, zumeist undifferenzierter Betrachtungen, wenn es um Plastikvermeidung geht, so auch in Bild und Text von „Forever Lasting Moments“.

Letztendlich geht es „den Überzeugungstätern“ beim Plastikfasten in Sachen Mineralwasser aber nicht um die umweltpolitisch richtige Kaufentscheidung zwischen einer Einweg- oder Mehrweg-PET-Flasche, sondern um eine grundlegende Verhaltensänderung beim Trinken von Wasser. Durch den Konsum von Leitungswasser sollen nicht nur mögliche ökologische Belastungen vermieden, sondern auch positive Lerneffekte bei der Verpackungsvermeidung beim Konsumenten ausgelöst werden, die dieser dann auch auf andere Konsumprozesse übertragen soll. Damit dies dem Verbraucher leichter fällt, wird zusätzlich mit dem auch von der Politik gerne benutzten Mythos „das am besten kontrollierte Lebensmittel in Deutschland“ argumentiert, der mit der Realität aber nicht das Geringste zu tun hat.

Statt sich den vielen ungelösten Problemfeldern der Plastikvermeidung gezielt zu stellen, dramatisiert auch die DUH-Kampagne das Problem der Plastikvermeidung unter anderem am Beispiel der Getränkeverpackungen. Diese leisten in Deutschland aufgrund der Befandung und Sammlung über den Handel keinen Beitrag zum Littering von Kunststoffabfällen; gleichzeitig existiert eine vorbildliche Lösung eines funktionierenden PET-Kreislaufsystems. Im Gegensatz zu den Kunststoffen, die im Gelben Sack oder in der Gelben Tonne landen, ist der sortenreine PET-Kunststoff von Einweg- und Mehrweg-Mineralwasserflaschen hochwertig und kann in Form einer neuen Flasche aus 100 Prozent recyceltem Kunststoff oder in anderen hochwertigen Produkten in ein zweites Leben entlassen werden.

Auch in Zukunft werden wir auf Plastik nicht völlig verzichten können, weil es einzigartige Vorzüge aufweist. Die Glasflasche wiegt bis zu 20 Mal mehr, ist aufwendiger herzustellen, teurer zu transportieren, geht leichter zu Bruch und hat einen deutlich schlechteren CO₂-Fußabdruck als jede PET-Mehrweg-Flasche. Die entscheidende Frage, die es bei dem Thema Plastikverpackung zu beantworten gilt, lautet: „Wie verantwortungsvoll gehen wir nach dem Kauf bzw. Konsum eines Produktes mit dem Plastikmüll um?“ Gut entsorgtes Plastik ist ein kleines, (aber lösbares) Umweltproblem; Plastik in der Umwelt ein großes.

Die in einem Stoffkreislauf wiederverwertbare PET-Flasche ist in diesem Prozess nicht das Problem, sondern die Lösung. Sie garantiert dem Konsumenten eine Reinheit des Mineralwasserproduktes bis zum unmittelbaren Verzehr, das Leitungswasser trotz der immensen Anstrengungen der Wasserversorger nicht garantieren kann. Letztere übernehmen die Produktverantwortung für die Genussfähigkeit ihres Produktes nicht bis zum Wasserhahn, sondern nur bis zur Wasseruhr des Hauses, was deutlich macht, dass der in den Medien kommunizierte Mythos „das am besten kontrollierte Lebensmittel in Deutschland“ nicht aufrecht zu erhalten ist, weil die Verpackung des Leitungswassers in Form der Hausinstallation erhebliche Risikopotentiale aufweisen kann.

Das Verhalten in Bezug auf Einwegplastik kritisch zu hinterfragen, stellt die Kreation als Ziel der DUH- Kampagne heraus. Die Langzeitfolgen von Plastik, das achtlos weggeworfen wird, sind die gleichen, unabhängig ob es sich um Einweg- oder Mehrwegplastikprodukte handelt.

Unterscheiden zu lernen, wo es Sinn macht auf Plastik zu verzichten und wo wir auf die Vorzüge dieses Materials beispielweise aufgrund einer vorteilhaften Verpackung von Naturprodukten aus Gesundheits-, Frische- und Hygienegründen nicht verzichten wollen, ist das Gebot der Stunde. Dabei gilt es auch stets alle Einflüsse auf die Ökobilanz sowohl für die benutzten Plastikartikel als auch für mögliche alternativen Handlungsweisen kritisch im Auge zu haben. Erste Mineralbrunnen haben diese Herausforderung bereits angenommen und bieten ihre Produkte klimaneutral an, d.h., diese Produkte haben keine das Klima beeinflussende Wirkung.

Dialog Natürliches Mineralwasser

Der Dialog Natürliches Mineralwasser ist eine Kommunikationsinitiative der deutschen Mineralbrunnen. Sie fördert den faktenbasierten wissenschaftlich fundierten Austausch rund um das Naturprodukt Mineralwasser. Mehr Informationen unter:

<https://dialog-mineralwasser.de/>