



Wegwerf- gesellschaft

Wer produziert den Plastikmüll?

Roman Köster

PD Dr. phil. Roman Köster ist wissenschaftlicher Mitarbeiter bei der Historischen Kommission der Bayerischen Akademie der Wissenschaften. Seine Forschungsschwerpunkte sind die Geschichte von Wirtschaftskrisen und die Geschichte des Abfalls.

Im April 2024 ging die Meldung durch die Medien: Laut einer im Fachmagazin »Science Advances« veröffentlichten Studie sind 60 multinationale Unternehmen für die Hälfte des globalen Plastikmülls verantwortlich, vier davon sogar für ein Viertel. Der wichtigste Umweltsünder ist dabei – wenig überraschend – der Getränkekonzern Coca-Cola, dem sich allein 11 Prozent des von der Studie erfassten Abfalls zuordnen lassen.

Angesichts gigantischer Müllstrudel in den Weltmeeren, zahllosen Deponiebränden – die einen lange unterschätzten Beitrag zur globalen Erwärmung leisten – und der Verschmutzung von Böden erscheint das bedrückend. Aber wird hier nicht trotzdem etwas leichtfertig mit dem Begriff der Verantwortung umgegangen?

»»
**In der Abfalldebatte wird
zu leichtfertig mit dem Begriff
Verantwortung umgegangen.**
««

Denn wer »produziert« den ganzen Plastikmüll eigentlich: Sind das die Hersteller von Kunststoffen? Die Getränkekonzerne, die die Flaschen befüllen? Die Speditionsunternehmen, die die Flaschen zu den Supermärkten bringen? Oder sind gar wir selbst das Problem, die wir diese Flaschen kaufen, nichts mehr mit ihnen anzufangen wissen und sie schließlich in Abfall verwandeln, indem wir sie wegwerfen?

Diese Frage ist offensichtlich kompliziert zu beantworten – so kompliziert, dass auch das Abfallrecht die Frage nach den Produzenten des Mülls flexibel handhabt. Offensichtlich gilt beim Abfall das Motto: »We're in it together – wir hängen alle mit drin.« Müll ist eine Nebenfolge bestimmter Formen von Massenproduktion und -konsum, zu denen auch wir durch Einkäufe im Supermarkt und das tagtägliche Wegwerfen beisteuern.

Das Problem der Verantwortlichkeit ist damit aber noch lange nicht geklärt. Zwar produzieren wir den Müll selbst, aber doch nicht aus freien Stücken. In einer Welt der Supermärkte lässt sich durchaus mit Recht argumentieren, die Verwirklichung eines ökologischen Lebensstils würde immer wieder an den äußeren Bedingungen scheitern.

Und bei der Frage, wer dafür verantwortlich zu machen ist, kommen dann doch wieder die multinationalen Unternehmen ins Spiel. So hat der amerikanische Historiker Bartow J. Elmore die These aufgestellt, die von Coca-Cola forcierte Durchsetzung von Plastikflaschen seit den späten 1960er Jahren hätte damalige Pfandsysteme verdrängt und die Müllmengen ansteigen lassen. Die Recyclingprogramme, die das Unternehmen seit den späten 1970er Jahren finanzierte, hätten lediglich Probleme gelindert, die das Unternehmen überhaupt erst geschaffen hatte.

Elmore begeht jedoch einen Denkfehler: Er behauptet nämlich, Coca-Cola sei zur Einführung der Plastikflasche gar nicht gezwungen gewesen, viele Händler hätten diese damals sogar abgelehnt. Das Gegenteil ist richtig: Wir würden den Namen »Coca-Cola« heute wahrscheinlich nicht einmal mehr kennen, hätte das Unternehmen nicht sukzessive auf Plastikflaschen umgestellt. Diese bieten nämlich gegenüber Glasflaschen zahlreiche logistische Vorteile: Sie sind leichter und vor allem sehr viel strapazierfähiger. Sie erleichterten den Aufbau einer großflächigen Logistik, was mit Glasflaschen sehr viel schwerer möglich war.

Dieser wirtschaftlichen Veränderungsdynamik hätte sich ein Unternehmen wie Coca-Cola nur um den Preis des eigenen Untergangs entziehen können. Der Blick auf Länder, in denen die Einführung von Plastikflaschen nicht politisch gebremst wurde (wie in den USA oder Frankreich), zeigte bald die Dominanz weniger Großunternehmen. Firmen, die sich diesen Neuerungen widersetzen, verschwanden dort vom Markt. Dass in Deutschland am



Konzerne und Konsumenten sind Komplizen in der globalen Müllmaschinerie.

Ende der 1960er Jahre das Pfand auf Glasflaschen erhalten blieb, war nur der Lobbyarbeit der Brauindustrie zu verdanken, die auf diese Weise die zahllosen Klein- und Kleinstbrauereien schützen wollte.

Zugleich profitierten aber auch die Kunden von der flächendeckenden Umstellung auf Plastikflaschen: durch niedrigere Preise und leichteres Handling. Ähnliche Entwicklungen lassen sich bei zahllosen anderen Produkten beobachten. Eine verpackungsintensive Logistik ermöglichte neue Formen der Massenproduktion und -distribution, wodurch Waren immer billiger und leichter verfügbar wurden. Wenn ein Haushalt in Deutschland heutzutage im Durchschnitt weniger als 10 Prozent seines Budgets für Lebensmittel ausgibt – in den 1950er Jahren waren es noch 50 Prozent –, dann hat das ganz wesentlich mit solchen Veränderungen zu tun.

Insofern lässt sich die Verantwortung für den Müll nicht so einfach auf »die« Konzerne abwälzen. Die Veränderungen des Konsumierens laufen ja nicht einfach hinter unserem Rücken ab, sondern wir rationalisieren unser Verhalten gemäß den von ihnen geschaffenen Möglichkeiten – etwa indem wir wie beim Versandhandel oder beim Fast Food ständig Gelegenheiten ergreifen, anders, bequemer, billiger, schneller zu konsumieren. Das macht uns zu Komplizen in der großen globalen Müllmaschinerie.