

# Shampoo zapfen

Ein Lindenthaler Frisör füllt Shampoo in die mitgebrachten Flaschen seiner Kunden

VON EVA REIK



Frisör Andreas Wienand

Angesichts der weltweiten Plastikverschmutzung in den Ozeanen gleicht die Initiative von Andreas Wienand dem berühmten Tropfen auf den heißen Stein. Einem sehr, sehr kleinen obendrein, dennoch ist sein Impuls bemerkenswert. Seit vergangenen Dezember bietet der Eigentümer des Salons „Die Frisöre Köln“ in seinem Lindenthaler Geschäft an, Haarpflegeprodukte aus den großen Flaschen eines Herstellers in die mitgebrachten seiner Kunden abzufüllen. „So wie man sich in einer Handvoll verpackungsfreier Supermärkte Haferflocken und Nudeln abfüllen kann, füllen wir Shampoo und Spülung ab – und sparen Plastik.“ Das schöne ist, dass das Angebot seit Beginn der Aktion von den Kunden gut angenommen wurde und Wienand sowohl einen Dialog mit ihnen als auch ein Umdenken bei ihnen anstößt. „Ich bin mir sicher, würde das Angebot bei vielerlei Unternehmen bestehen, würde es von der Bevölkerung auch akzeptiert und umgesetzt. Das zeigt das bisherige Experiment.“ Leider habe er bisher nur eine Firma, die mitmache.

## Großkonzerne müssen umdenken

Immerhin gehört Wienands Haarpflegeserie zum Weltkonzern L'Oréal, was insofern Hoffnung macht, als dass in absehbarer Zukunft vielleicht doch noch mehr Produkte auffüllbar angeboten werden. Denn gerade Großkonzerne müssten ein flächendeckendes Konzept anbieten, um die weltweite Plastikverschmutzung einzudämmen, fordert Wienand. „Die beste Umweltschutz-



maßnahme ist nun mal nicht das Recycling, sondern die Müllvermeidung.“

Wienand engagiert sich schon lange und weiß, dass er in einem Gewerbe arbeitet, das nicht gerade positiv zur Ökobilanz beiträgt. „Wir arbeiten mit Einweghandschuhen beim Haarfärben und machen uns danach auch nicht die Mühe, die Alufolien der Farbsträhnen abzuwaschen, um sie anschließend wiederzuverwenden. Aber als ich vergangenen Sommer Hotelurlaub in Ägypten machte und diese Unmengen an Plastikflaschen im Badezimmer sah, wusste ich, dass ich handeln muss.“ Die Vorstellung, dass es 450 Jahre dauert, bis sich eine Plastikflasche im Meer vollständig aufgelöst hat, scheint ihm so unvorstellbar wie unerträglich. Bevor das Plastik sich zersetzt hat, ist es wahrscheinlicher, dass es in kleinen oder großen Einheiten in den Mägen der Meeresbewohner endet.

## Elf Flaschen Duschgel pro Jahr pro Bürger

Wienand wünscht sich, sein Angebot mit vielen Firmen ausbauen zu können, aber die weigern sich bislang – noch. In vielen Großkonzernen stehen immer noch Marketing und Branding vor Umweltschutz. Und dass mit wachsenden Umweltschutzmaßnahmen Marketing betrieben wird, das ändert sich gerade erst langsam.

In der Regel ist so: Wenn Millionen in die Werbung für ein neues Shampoo investiert werden, sehen die Konzerne auch die passende Flasche dafür vor – und nicht private Tupperware. „Ich sehe das anders: Auf den Inhalt kommt es an, nicht auf den Aufdruck. Ich warne nur, wenn die Kunden mit Glasflaschen kommen, weil die in der Dusche gefährlich werden können.“

Gestaltung: Benjamin Brandt/ Foto: Rakoczy



\* jährlicher Durchschnittsverbrauch in Deutschland

Im Schnitt verbraucht jeder Deutsche zehn Shampoo-Flaschen im Jahr. Elf Flaschen Duschgel, knapp vier Tüten Flüssigseife. Multipliziert man das Ergebnis mit der Einwohnerzahl und rechnet mit einem durchschnittlichen Lebensalter von 80 Jahren, kommt man auf etwa 166 Milliarden Plastikflaschen. Und das ist nur die Menge Plastik, die der Umhüllung der

„Für den Einsatz von recyceltem Plastik haben wir ein ehrgeiziges Ziel

Katharina Marquardt, P & G

allernötigsten Körperhygienemittel dienen.

Was macht die Industrie angesichts solcher Zahlen? Wann kommt ein natürlich abbaubares Verpackungsmaterial, wie es bei Geschirrspülmittel und neuerdings Waschmittel schon im Einsatz ist, das nicht nur solange verschleißt bis es gebraucht wird, weil es sich während des Spülgangs auflöst, sondern auch Haushaltsreiniger und Rasierschaum so einschließt, damit seine Hülle nicht mehr Flora und Fauna der Ozeane zerstört?

„Wir nehmen die Verantwortung sehr ernst“, sagt die Nachhaltigkeitsexpertin des Welt-

marktführers der Konsumgüterhersteller Procter & Gamble, Katharina Marquardt. „Unser Ziel ist es, den weltweiten Plastikverbrauch zu senken. „Dafür hat sich der Konzern ein ehrgeiziges Ziel gesteckt: „Den Einsatz von recyceltem Plastik bis 2020 im Vergleich zu 2010 zu verdoppeln.“ Das geht mit den Forderungen des deutschen Gesetzgebers einher: Bis 2022 soll die Recyclingquote für die gelbe Tonne auf 63 Prozent steigen. Derzeit sind es knapp 50 Prozent, der Rest geht in die Müllverbrennungsanlagen. Bis 2030 will Procter & Gamble ausschließlich recyclingfähiges Verpackungsmaterial verwenden.

Marquardt sieht die Problematik dank der strengen EU-Richtlinien und der deutschen Gesetzgebung auch weniger auf dem europäischen Markt als vielmehr in Afrika und Asien. Vor einigen Wochen hat Procter & Gamble deshalb die Alliance to End Plastic Waste (AEPW) ins Leben gerufen. Die weltweiten Industriepartner der gesamten Wertschöpfungskette wollen Lösungen für den Plastikeintrag in die Flüsse und Meere mit Fokus auf Südostasien entwickeln. Dafür will die Allianz in den nächsten fünf Jahren 1,5 Milliarden US Dollar bereitstellen. Primär sollen die Mittel für die Auf-



**birkhölzer**  
Möbel & Küchen

Carl-Schurz-Str. 74-76, 50374 Erftstadt-Liblar | [www.moebel-birkhoelzer.de](http://www.moebel-birkhoelzer.de)  
ÖZ: Mo. - Fr. 9 - 13 und 14 - 18:30 Uhr; Sa. 9 - 14 Uhr