

# Trennt Magazin

Nr. 19 [Frühling 2020]

TESTIMONIAL  
Wenn der Schuh aber nun  
ein Loch hat? Geh zum Schuster.

KOSMOS  
Wenn der Stahl aber nur  
noch Schrott ist? Schmelz ihn ein.

FOTOGRAFIE  
Wenn der Mensch aber zu viel  
Müll macht? Hilf ihm trennen.



## FROM ZERO TO HERO

*Wie aus der Idee des Zero Waste eine Bewegung wurde*



# FROM ZERO TO HERO

TEXT Greta Taubert  
FOTOS Sonja Müller

Aus dem Gedanken des Zero Waste ist eine ganze Bewegung entstanden. In Wirtschaft, Kultur, Politik und Wissenschaft ist das Prinzip der Ressourcenschonung angekommen. Das TrenntMagazin hat dessen Pioniere von Anfang an begleitet und fragt sich zum 10-jährigen Jubiläum, wie es ihnen ergangen ist.



Eine Schlange hat sich gebildet vor dem neuen Laden im Ostbahnhof. Menschen zwischen 20 und 30 Jahren mit abgeschnittenen Hosen, schwarzen Bomberjacken oder Hipster-Dutt stehen davor und sagen den Türsteherinnen ihren Namen. Eine blonde Frau hat ihr Smartphone in eine Kamerahalterung geklemmt und filmt für Instagram. Es könnte ein Technoclub sein oder eine Kunst-Vernissage. Aber es ist: die Eröffnung des vierten „Sirplus Rettermarktes“, eines Supermarktes für Lebensmittel, die vor der Mülltonne bewahrt und stattdessen vergünstigt verkauft werden.

Raphael Fellmer steht auf einer kleinen Bühne zwischen veganen Reinigungsmitteln, leicht verfärbtem Obst vom Großmarkt und abgelaufenen Aufstrichen. Er breitet die Hände aus und lacht das Lachen eines Retters: „Ich möchte eine Welt schaffen, in der alle genug zu essen haben“, sagt er. „Das war schon meine Vision, als ich noch ohne Geld gelebt und Lebensmittel aus Containern geholt habe.“ Sein Geldstreik mit Frau und Kindern hatte Fellmer vor zehn Jahren berühmt gemacht. „Für andere war die Vorstellung, das Essen aus Mülleimern zu holen, vielleicht eklig, darum habe ich mich gefragt: Wie kann das zum Mainstream werden?“ Er schrieb ein Buch, unterstützte die Gründung der Plattform „Foodsharing“, zog als Speaker durch das Land und warb dafür, sich als „Foodsaver“ zu registrieren und übrig gebliebene Lebensmittel zu teilen, statt wegzuschmeißen. Und war trotzdem nicht zufrieden: „Wir müssen noch mehr machen“, ruft er seinen Mitarbeitenden und Gästen zu. „Wir müssen weiter auf die Menschen zugehen und Lebensmittelretten salonfähig machen.“ Aber wie geht das?

ICH  
MÖCHTE  
EINE WELT  
SCHAFFEN,  
IN DER ALLE  
GENUG ZU  
ESSEN HABEN.

Am Tag zuvor läuft Raphael Fellmer durch seinen Rettermarkt in Steglitz. Die Regale sind aus hellem Holz gebaut, es gibt eine Ecke mit unverpackten Lebensmitteln und eine Diskussionsecke, in die sich Vordenker unserer Zeit setzen. „Es geht darum, die Geschichte neu zu erzählen“, erklärt Fellmer. „Viele Menschen schämen sich dafür, sich nur abgelaufene Lebensmittel leisten zu können. Aus Mülleimern, von der Tafel oder aus solchen Märkten wie unserem. Wir sagen: Sei stolz, dass du etwas Positives für die Welt tust!“

Fellmer läuft durch die Regale, an denen Schilder stehen, wie viel Euro

man bei einem Keksbecher, Fitnessdrink oder einer Chipstüte spart, deren Mindesthaltbarkeitsdatum abgelaufen ist. Denn natürlich ist der Preis für viele Menschen mindestens genauso wichtig wie der Umweltschutz, um in einen Markt zu gehen, dessen Regale einer Wundertüte gleichen. Man weiß nie ganz genau, was man bekommt. Zwei bis drei Millionen Kilogramm Lebensmittel habe Sirplus bereits vor der Mülltonne bewahrt. Aber rentabel ist das Unternehmen noch lange nicht. „Wir sind hoch verschuldet“, sagt Fellmer und guckt dabei unerschütterlich strahlend. „Wir müssen jetzt das System von innen heraus hacken und können nicht warten, bis wir damit genug Geld verdienen und es uns leisten können. Uns läuft die Zeit davon.“

## Retter-syndrom

Das Thema Klima erfährt eine neue Dringlichkeit. Seit Greta Thunberg mit ihrem Pappschild schulstreikend vorm schwedischen Parlament saß und sich ihr hunderttausende Jugendliche von Fridays for Future weltweit angeschlossen haben, ist etwas passiert: Immer mehr Wissenschaftler, Journalisten, Aktivisten, Unternehmer und Politiker verstehen, dass sie jegliches Handeln unter den Gesichtspunkt der Klimaverträglichkeit stellen müssen.

RAPHAEL FELLMER  
Sirplus





MILENA GLIMBOVSKI  
Original Unverpackt



Das Prinzip des „Zero Waste“ taucht in diesem Zusammenhang immer häufiger auf: „Die Bewahrung aller Ressourcen mittels verantwortungsvoller Produktion, Konsum, Wiederverwendung und Rückgewinnung von Produkten, Verpackungen und Materialien ohne Verbrennung und ohne Absonderungen zu Land, Wasser oder Luft, welche die Umwelt oder die menschliche Gesundheit bedrohen.“ So definiert das Prinzip die Zero Waste International Alliance im Jahr 2018. Oder einfacher gesagt: Zero Waste bedeutet, keinen Müll mehr zu produzieren, sondern alle Stoffe im Kreislauf zu führen. Seit das Konzept zu Beginn des Jahrtausends aufgetaucht ist, hat es eine erstaunliche Karriere gemacht.

Mittlerweile werben schicke Cafés, Restaurants und Lebensmittelgeschäfte damit, keinen Abfall zu produzieren. In der Modewelt wollen hochpreisige Labels keinen Verschnitt produzieren. Initiativen, Unternehmen und Vereine helfen, Reststoffe so lange wie möglich im Kreislauf zu halten, und werden mit Gütesiegeln, Nachhaltigkeitspreisen und Anerkennung überschüttet. Mehrere Städte weltweit haben sich bereits als „Zero-Waste-Citys“ erklärt, darunter auch seit 2019 Berlin. Es scheint, als wäre Zero Waste das neue Vegan: eine Lebensweise, die sich aus der Nische einiger radikal überzeugter Anhänger zum Ideal einer Gesellschaft entwickelt.

## Unverhüllt erfolgreich

„Als ich angefangen habe, gab es für das Thema Zero Waste Zero Awareness“, sagt Milena Glimbovski. Sie steht in ihrem zweiten „Original Unverpackt“-Laden in der Großbeerenstraße in Berlin und schaufelt ein paar Löffel Kräutertee in das Sieb einer Glaskanne, gießt heißes Wasser auf und setzt sich auf einen Stuhl. Hinter ihr stehen Brotbüchsen aus Metall, Klobürsten aus Holz, loses Toilettenpapier, Reinigungsmittel in Kanistern zum Selbst-

abfüllen, Menstruationstassen, Holzbleistifte. Es duftet nach Trockenfrüchten und Papier. Dass Menschen mittlerweile in über 100 Läden in Deutschland plastikfrei einkaufen können, ist zu großen Teilen ihr Verdienst. Glimbovski war zwar nicht die Erste, die versucht hat, keinen Restmüll mehr zu hinterlassen – da waren die Amerikanerinnen Bea Johnson und Lauren Singer eher da, die die Botschaft der fünf R in die Welt trugen: Refuse (lehne verpackte Produkte ab), Reduce (reduziere den Haushalt und bringe Kleidung, Möbel, Geschirr wieder in den Umlauf), Reuse (nutze Dinge so lange wie möglich), Recycle (trenne deinen Müll sorgfältig, damit er in den Stoffkreislauf zurückgeführt werden kann), Rot (kompostiere abbaubare Reste im Garten, in der Wurmkiste oder über den Biomüll). Aber sie jeden Tag umzusetzen, braucht Infrastrukturen. Im Internet erklärten Frauen in Tutorials, warum zum Wäschewaschen auch Waschkastanien taugen oder wie man aus verbrannten Mandeln, Vaseline und Stärke selbst Wimperntusche herstellen kann. Einfacher wäre es natürlich, wenn man faire, unverpackte, biologische Produkte fertig einkaufen könnte.

Milena Glimbovski schrieb 2012 ihren Businessplan für einen plastikfreien Supermarkt und stellte ihn unter anderem in der Vox-Show „Die Höhle der Löwen“ vor. „Damit wurde plötzlich auch außerhalb der Ökoblase bekannt, dass Plastik böse ist und wir dringend davon wegkommen müssen.“ Glimbovski hatte als Grafikerin drei Jahre lang in der Werbung gearbeitet und wusste, wie man aus einem Laden mit Trockenfrüchten und Toilettenpapier eine Idee, eine Geschichte, eine Bewegung macht. Ihre Crowdfunding-Kampagne durchwehte die frische Luft des Öko-Hipster-Lifestyles, in dem Bilder von wiederverwendbaren Kaffeebechern und DIY-Seifen hunderte Herzen auf Instagram generieren können. „Instagram und Blogger sind sehr wichtig für die Zero-Waste-Bewegung“, sagt Glimbovski. „Und wir sind zeitgleich mit ihnen gewachsen.“

ALS  
ICH  
ANGE-  
FANGEN  
HABE, GAB  
ES FÜR DAS  
THEMA ZERO  
WASTE ZERO  
AWARENESS.



# WIR WOLLEN RAUS AUS DER UTOPIE- ECKE.

Der Lifestyle des Zero Waste klopft klassischer Hausarbeit den Staub aus den Einweckgläsern und Stoffbeuteln. Sie galten plötzlich als Insignien der jungen Plastikkritikerinnen. „99 Prozent der Zero-Waste-Bewegung sind weiblich“, räumt Glimbovski ein. Die wichtigsten Influencer, Vordenker und Aktivisten sind weiblich. Im Laden treffe sie dagegen auf ein ausgeglichenes Geschlechterverhältnis. „Vielleicht liegt das daran, dass Zero Waste sehr stark davon lebt, sich gegenseitig auszutauschen, zu teilen, zu helfen. Es ist nicht so wettbewerbsorientiert. Diese Eigenschaften schreibe ich jetzt mal eher Frauen zu.“

Vielleicht liegt es aber auch daran, dass Kochen, Saubermachen und Haushalten immer noch weibliche Domänen sind. Sie selbst hat ihr Wissen auch so weit wie möglich gestreut. In einem Online-Kurs hat sie mittlerweile 681 Menschen in Deutschland und anderen Ländern verraten, wie man einen Unverpackt-Laden gründet. „Ich behaupte mal, dass wir diesen Gedanken bei hunderten Menschen angestoßen und geholfen haben, dass er bis zu einem Laden führt“, sagt sie. Und damit tausenden Menschen, die Philosophie des Zero Waste im eigenen Leben zu verankern.

## Wiege der Menschlichkeit

Nur wenige Kilometer weiter schüttelt Nora Sophie Griefahn darüber den Kopf. „Ich finde dieses Märchen vom Zero Waste schwierig“, sagt sie. Der oder die Einkaufende bekommt zwar das Gefühl, dass er oder sie auf Plastik verzichtet, aber das funktioniert nur, weil er oder sie nicht die ganze Produktionskette sieht. Für Griefahn reicht der individuelle Verzicht bei Weitem nicht aus: „Wir können nicht nur ‚weniger schlecht‘ sein“, sagt sie. „Das ist so, als ob man sein Kind nur weniger schlagen wolle. Wir müssen dagegen alles dafür tun, um gut zu handeln.“ Nora Sophie Griefahn hat zusammen mit Tim Janßen den Verein „Cradle to Cradle NGO“ (C2C) gegründet und will, dass sich der Mensch als Nützlich – und nicht länger als Schädling – auf dieser Welt begreift. Die Produkte sollten von Anfang an so designt werden, dass sie vollständig recycelt oder kompostiert werden können. „Von der Wiege bis zur Wiege“ heißt es übersetzt. Alles, was entsteht, ist wert, dass es wiederaufersteht.

Das TrenntMagazin berichtet seit seiner ersten Ausgabe über Cradle-to-Cradle, das als die Königsdisziplin der Kreislaufwirtschaft gilt. „Aber wir wollen raus aus der Utopie-Ecke“, sagt Griefahn. Deswegen hat der Verein ein C2C-Lab eingerichtet, in dem das Konzept haptisch begreifbar wird, und zeigt, dass es bereits jetzt umfassend eingesetzt werden kann. Griefahn führt durch die Büroräume des Vereins in einer ehemaligen Apotheke in einem kommunalen Plattenbau. Teppiche, Fensterrahmen, Bürostühle, Tapeten, PVB-Boden, Dämmung, Kabelummantelungen – alles kann nach seiner Benutzung wieder vollständig in den Stoffkreislauf zurückgeführt werden. Die Baubranche zeige sich für C2C-Lösungen offen, auch weil es dort immer gleich um sehr große Mengen von Ressourcen geht. Welcher Wertstoff wo im Lab verbaut wurde, ist digital genau kartiert. Damit wird das Büro zu einer Materialbank, die Wertstoffe zwischenlagert. „Wir möchten die Außenfassade noch mit Zink verkleiden“, sagt Griefahn, „und dafür Aktien herausgeben. So lässt sich die Anschaffung gleich finanzieren. Denn das Metall behält ja seinen Wert – und hat gleichzeitig einen Nutzen für uns und die anderen Stadtbewohner.“ Weil die Fassade auch noch begrünt wird, dient sie nämlich als Luftfilter und Sauerstoffproduzent.

„Wir müssen jetzt endlich ins Handeln kommen“, sagt Griefahn. Es gebe genug Forschung und Konzepte – jetzt sei es an der Zeit, sie auch wirklich umzusetzen. Sie habe bemerkt, wie gerade ein Generationswechsel stattfindet: Die Umweltbewegten der sechziger Jahre gehen in den Ruhestand und machen Platz für eine neue pragmatische Generation. Auch in der eigenen Familie: Ihre Mutter Monika Griefahn gründete einst Greenpeace in Deutschland mit und arbeitete in den neunziger Jahren als niedersächsische Umweltministerin. Ihr Vater Michael Braungart entwickelte als Wissenschaftler zusammen mit dem US-amerikanischen Architekten William McDonough das Konzept Cradle-to-Cradle. „Ich habe nach meinem Studium der Umweltwissenschaft überlegt, ob ich das fortführen möchte, was meine Eltern angefangen haben“, sagt sie. „Es nützt schließlich nichts, immer wieder von vorn anzufangen.“

Die Zero-Waste-Bewegung fällt nicht nur mit dem Aufkommen von sozialen Netzwerken wie Instagram und Twitter zusammen, sondern auch mit jenem Moment, in dem die pragmatische

NORA SOPHIE GRIEFAHN  
Cradle to Cradle NGO





RUTA VIMBA  
Trial & Error



Generation der Millennials ihre Unternehmen gründet. Sie kämpfen für eine Welt – nicht nur mit Protest, sondern auch mit Pragmatismus. „Wir formulieren nicht nur, was wir nicht wollen, sondern auch, was was wir uns wünschen.“ In Familienunternehmen wie C&A, Schwalbe oder Trigema übernehmen die Kinder die Geschäftsführung – und richten sie konsequent an Cradle-to-Cradle aus. Aber auch in Behörden und Ministerien werden Plätze frei. „Wenn die öffentliche Hand anfängt und beispielsweise in ihren Ausschreibungen für Bürostühle eine C2C-Zertifizierung einfordert, dann würden Hersteller ganz schnell umdenken“, sagt Griefahn. „Ich bin noch lange nicht zufrieden. Das geht mir viel zu langsam!“

Wie lang der Weg von einer konkreten Idee bis zu ihrer Marktreife ist, erlebt auch die Mikrobiologin Anke Domaske mit ihrer Idee, aus Milchabfällen Kleidung zu fertigen. Als wir sie für das TrenntMagazin das erste Mal getroffen haben, stapfte sie über den Industriefhof einer 1.500 Quadratmeter großen Produktionshalle. Dort standen Maschinenteile noch einzeln verpackt herum. Nur eine kleine Testmaschine lief bereits, die Investoren, Journalisten und Kunden zeigte, wie aus einer Palette abgelaufener Sahne eine Textilfaser gesponnen werden kann. Das Prinzip: Wenn Milch versauert, entsteht Molke. Darauf setzen sich weiße Flocken ab: das Milchprotein Kasein. Das wird abgeschöpft, getrocknet und pulverisiert. In einem großen Bottich wird dieses Pulver mit Wasser und anderen geheimen Zutaten wieder zu einer klebrigen Masse aufgelöst und durch eine Lochplatte gepresst. Wie bei einer Nudelmachine entstehen: zarte Fasern. Diese Fasern haben viele gute Eigenschaften: Sie verwerten einen Rohstoff, der bisher ungenutzt geblieben ist, in ein komplett kompostierbares Zero-Waste-Produkt. Zudem soll das Biopolymer auch noch natürlich antibakteriell sein und die Haut pflegen.

„Ich dachte, wenn wir erst mal die Faser haben, dann geht alles ganz schnell“, sagt Domaske heute. „Aber die Wertschöpfungskette von Kleidung hat viele Zwischenschritte.“ Mit ihrem Modelabel MCC Style hat sie den kompletten Produktionsprozess eines Kleides kennen gelernt. Ist die „Qmilk-Fiber“ in ihrem Werk fertig, wird sie zu Spinnereien geschickt, die sie zu einem Garn verweben. Von dort geht es zu Stoffherstellern, Färbereien und Konfektionären. „Als ich mit 27 Jahren ange-

fangen habe, war mir das auch noch nicht bewusst, wie aufwändig es sein würde, aus Milchfasern eine Kollektion zu schneiden. Manchmal bewundere ich mein altes Ich, das sich als junges Mädchen so furchtlos der Sache gestellt hat.“

Mittlerweile arbeiten etwa 20 Menschen im Werk und es gibt vereinzelte Produkte aus Milchfasern. Der Textilhersteller Vaude hat Teile von Schuhen und Rucksäcken daraus hergestellt, es gibt Papiertaschentücher – und eine Reihe weiterer möglicher Anwendungen. Trotzdem ist sie bei der Entwicklung der Fasern noch immer in der Projektphase. Ein paar Tonnen Qmilk-Fasern verlassen pro Jahr das Werk. „Die Anfragen sind zwar nie abgeebbt, aber bis

DER ZERO-WASTE-HYPE  
MUSS DAZU FÜHREN, DASS  
WIR NICHT NUR ANDERE  
DINGE KONSUMIEREN,  
SONDERN WENIGER.

zu marktreifen Produkten ist es ein weiter Weg.“ Den will sie aber weiter gehen, denn: „Es werden in der Zukunft Textilfasern fehlen.“ Seit einigen Jahren gebe es ein wachsendes Bewusstsein für ökologische Themen. Zero Waste sei kein bloßes Schlagwort mehr. Aber die Märkte reagieren langsam.

### Erwachsene Experimentierer

„Der Zero-Waste-Hype muss am Ende aber dazu führen, dass wir nicht nur andere Dinge konsumieren, sondern insgesamt weniger“, sagt Ruta Vimba. Sie sitzt am Basteltisch vom „Kulturlabor Trial & Error“ in Neukölln. In dessen Keller stehen die Kisten einer Solidarischen Feldwirtschaft, auf einem Tisch liegt Werkzeug für Reparatur-Workshops. Oben hängen Kleiderstangen voller Tauschwaren, es gibt Nähmaschinen, Heißklebepistolen, Stoffreste. Das Kulturlabor war einer der ersten Anlaufpunkte der Upcycling-Szene in Berlin und hat deren Aufstieg nicht nur begleitet, sondern mit verursacht. „Wir sind damals naiv und idealistisch gestartet und haben uns ohne jegliche Vorrecherchen gefragt: Woraus besteht unsere Kleidung? Können wir die selbst machen?“, sagt Ruta Vimba. Es galt, mit konkreten Aktionen „Prototypen für eine postkonsumistische Gesellschaft“ zu bauen.



Dieses Ziel besteht noch immer, aber der experimentelle Charakter ist ein bisschen weg. Die Gründerinnen sind erwachsen geworden, haben Kinder bekommen – und sind auch mit dem Kulturlabor zum Seniorpartner aufgestiegen. Upcycling sei zwar immer noch ein wichtiges, aber nicht mehr das alleinige Thema. Stattdessen geht es um eine neue Form des Miteinanders, um Austausch und Ressourcenschonung.

Statt der obligatorischen Portemonnaies aus Getränkekartons werden jetzt beispielsweise auch Workshops zum Wachspapier-Machen, Brottöten-Nähen, für Fermentation oder Dörren von gerettetem Obst angeboten. „Der Aspekt des Zero Waste wird für uns immer wichtiger“, sagt Vimba. Dass auch der Senat dafür ein Bewusstsein zu besitzen scheint, ist schön, aber: „Um finanzielle Förderungen zu bekommen, müssen wir uns mit bestimmten Buzzwords immer wieder als neues Projekt verkaufen“, sagt Vimba. So werden die Probleme nur oberflächlich mit Aktionen, Projekten oder Festivals angesprochen, aber nicht strukturell dauerhaft gelöst. Vimba wünscht sich offene Sperrmüllhöfe oder ein wirksames Plastikgesetz. „Aber wir als Pioniere müssen weitermachen“, sagt sie. Denn der Vorbildcharakter des kleinen Labors ist enorm: Mittlerweile gebe es nach dem Vorbild vom Kulturlabor Trial & Error Tauschläden in Israel, Georgien, Ägypten, Lettland, Weißrussland und anderen Ländern. Was in Berlin zum Trend wird, wird es überall.

## Die Leier vom Leihen

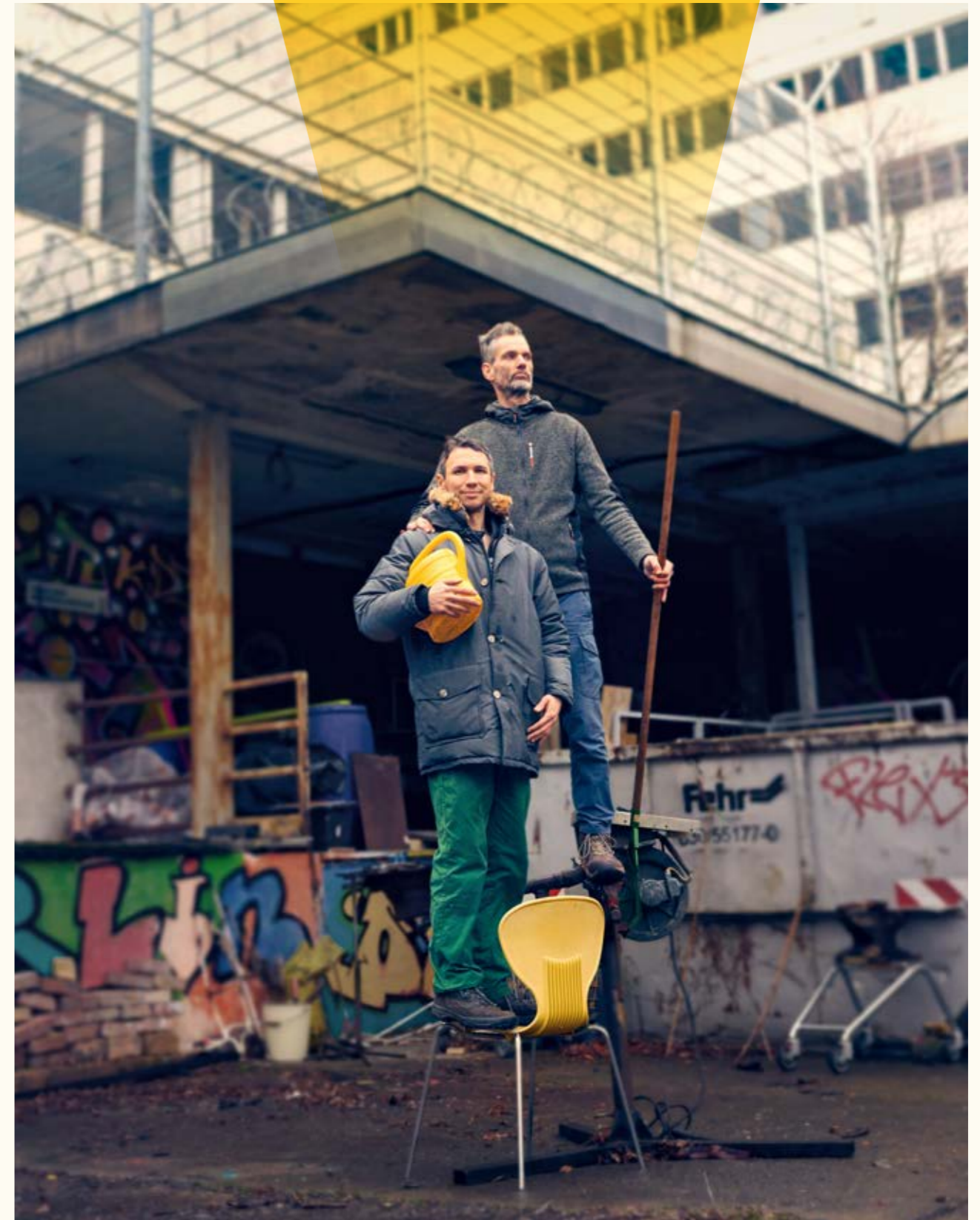
Aber mit der Avantgarde voranzugehen, ist kein einfacher Weg, sondern voller Hindernisse, Steilpisten und Sackgassen. „Es ist riskant, sich für so ein Leben als Aktivist zu entscheiden“, sagt Nikolai Wolfert. „Eine klassische Karriere sieht anders aus.“ Er tastet sich mit seinem Mitstreiter Gerard Roscoe durch die finsternen, fensterlosen Ruinengänge vom „Haus der Materialisierung“, einem Abrissgebäude neben dem Haus der Statistik am Alexanderplatz. „Allesandersplatz“ steht ganz oben am Hochhaus – und das ist tatsächlich auch die Vision: das städtische Leben neu denken.

Im Haus der Materialisierung haben Material-Retter-Initiativen ihr Lager wie die Schlesische 27, Kunst-Stoffe e. V., Material Mafia oder das Raumlabor. Es sieht aus wie ein Baumarkt für Antikapitalisten. Mit einer Taschenlampe beleuchtet Wolfert die Trümmer, Reste und Stofflichkeiten vergangener Berliner Exzesse – Sperrholz, Fliesen, Beton, Molton-Rollen, Torbögen, Lampen, Festivaldeko –, bis er zu einem kleinen Räumchen kommt, in dem er sich mit Gerard Roscoe das Hauptquartier von „Cosum“ einrichten will, einem Leihladen und einer Leihplattform für Berlin. „Berlins Weg zu Zero Waste“ ist ihr Motto und sie erhielten dafür eine Förderung der Nationalen Klimaschutzinitiative.

Wolfert hatte 2012 bereits „Leila“ gegründet – den ersten Leihladen Deutschlands. Es sollte eine Art Bibliothek der Dinge sein, in der sich die Nachbarschaft der Fehrbelliner Straße Produkte lieber als Gemeingut teilt, statt sie selbst zu besitzen. Sechs Jahre überlebte das Projekt im Prenzlauer Berg – dann meldete der Vermieter für andere gemeinnützige Projekte Eigenbedarf an. Auch das ist eine Variante, was Pionieren des Zero Waste passieren kann: Sie werden verdrängt. Nicht aber aus Wolferts Herz. „Die Idee gebe ich nicht auf“, sagt er. Dass jetzt die Protestierenden von Fridays for Future und Extinction Rebellion auf den Straßen stehen, zeigt ja, dass die Menschen so nicht weitermachen wollen. „Ich will aber nicht nur gegen etwas sein, sondern konkrete Alternativen schaffen“, sagt Wolfert. Sein Partner Roscoe nickt bestätigend.

Zwei Jahre dürfen Wolfert und Roscoe den Raum im Haus der Materialisierung nutzen – dann wird das Objekt abgerissen. Der ständige Neuanfang sei ein Zeichen unserer Zeit, meint Wolfert. Alles sei quick and dirty. „Ich würde lieber wurzeln und wachsen.“ Wolfert musste lernen, dass eine gute Idee allein nicht ausreicht, sondern davon abhängt, wie viele Menschen man dafür begeistern kann. „Fortschritt ist 10 Prozent Inspiration und 90 Prozent Transpiration“, sagt er und lacht. Mit dem Foodsharing-Aktivisten und ausgebildeten Sänger Gerard Roscoe startet er jetzt in eine zweite Runde, denn eine Gesellschaft der Gemeingüter setzt eine Gemeinschaft voraus.

WIR  
WOLLEN  
NICHT NUR  
GEGEN  
ETWAS SEIN,  
SONDERN  
KONKRETE  
ALTERNATIVEN  
SCHAFFEN.







NILS PASSAU  
Meteolytix

# WIR HELFEN DABEI, RESSOURCEN- SCHONEND ZU PRODUZIEREN.

„Wir fangen nicht ganz von vorn an“, sagt Roscoe. Weder mit Cosum noch mit „Commonismus“ insgesamt. „Was seit den sechziger Jahren im Bereich des alternativen Wirtschaftens passiert ist, war nicht sinnlos. Ich glaube, wir erreichen gerade einen Kipppunkt der Gesellschaft, in der wir unsere Wirtschaft wirklich nach sozialen und ökologischen Gesichtspunkten ausrichten können.“

## Brötchenprognose

„Kipppunkt“ ist ein Begriff aus der Klimaforschung und beschreibt jenen Zeitpunkt, an dem sich ein System unumkehrbar in einer bestimmten Weise verändert. Dass sich unser Klima aufheizt, erklären Wissenschaftler seit Dekaden. Aber erst seit die Sommer tropisch heiß sind, spüren wir den Klimawandel im unmittelbar eigenen Leben – und werden davon in unserer Haltung und unseren Handlungen beeinflusst. Schon das alltägliche Wetter beeinflusst unser Verhalten nachweisbar – ist es sehr heiß, kaufen wir zum Beispiel weniger Brot und Kuchen als bei kühlerem Wetter.

Das Unternehmen Meteolytix sammelt Wetterdaten und reichert sie mit mehr als 400 weiteren Faktoren an und kann daraus zum Beispiel für Bäckereien ableiten, wie viele Brote oder Kuchen am nächsten Tag verkauft werden. „Dadurch werden im Durchschnitt 20 Prozent weniger Backwaren weggeworfen“, sagt der Geschäftsführer Nils Passau. Je genauer die Vorhersagen seiner Software sind, umso präziser kann der Bäcker sein Personal und seinen Rohstoffeinsatz planen. Das TrenntMagazin hatte die Kieler Wetterforscher zum ersten Mal im Jahr 2013 besucht. Schon damals waren Bäcker die Hauptkunden von Meteolytix, weil sie jeden Tag ihr Angebot gestalten können. Und sie sind es auch bis heute. Denkbar wären auch Getränkeshändler (wenn es heiß wird, wird mehr getrunken,

als wenn es regnet), Tourismusanbieter (wenn die Sonne scheint, kommen mehr Ausflügler) oder Lebensmittel-Einzelhändler (bei Kälte wird mehr Schokolade gekauft), Verkehrsbetriebe (bei Regenfahnen mehr Menschen Straßenbahn) oder Systemgastronomie (weniger Fleisch bei Hitze). Was jeder Verkäufer und jede Verkäuferin aus Erfahrung weiß, kann Meteolytix mit konkreten Zahlen benennen – und jeden Tag neue Absatzstatistiken rausschicken. „Wir helfen dabei, ressourcenschonend zu produzieren“, sagt Passau. Aber den Begriff „Zero Waste“ kennt er nicht. An seinem Rechner gibt er die zwei Worte in die Suchleiste ein. „Keinen Müll mehr zu

produzieren, ist wichtig. Damit setze ich mich aber eher als Privatmensch auseinander.“ Er könne keine Lebensmittel wegschmeißen und finde immer noch eine Möglichkeit, altes Brot zu verarbeiten. Außerdem regt er auch bei seinen Bäcker-Kunden an, auf Pfand-Kaffeebecher umzustellen, die nachhaltigen „Umtüten“ eines Kieler Start-ups einzusetzen, oder er unterstützte die Bäckerei Junge bei ihrem Brotretter-Projekt, bei dem übrig gebliebene Backwaren vom Vortag günstiger verkauft werden.

„Jeder Mensch kann auf seine Weise ein Influencer sein und auf seine Art einen Unterschied machen“, sagt Raphael Fellmer vom Rettermarkt Sirplus. „Wir haben angesichts der Klimakatastrophe keine Zeit mehr für Experimente. Wir müssen jetzt die richtigen Ideen skalieren.“ Fellmer will mit seinem Team im nächsten Jahr ein Franchise-System von Rettermärkten in Deutschland aufbauen und gerettete Lebensmittel unter eigener Marke in normale Supermärkte bringen. Auch Milena Glimbovski weitet die Palette von Original-Unverpackt-Produkten aus, damit es bald für alle Dinge eine plastikfreie Alternative gibt. Der Verein Cradle to Cradle untersucht auf seinem Kongress die Kreisläufe der Lebensmittelproduktion und berät Konzerne dabei, ihre Produkte neu zu designen. Anke Domaske spinnt weiter geduldig an den Qmilk-Fäden aus Milchabfällen und Ideen einer Ressourcenwende im Textilbereich, Ruta Vimba öffnet das Kulturlabor Trial & Error für weitere Ideen, den Warenfetisch des immer Neuen zu überwinden. Und Nikolai Wolfert hat im Haus der Materialisierung den Lichtschalter gefunden und steht vor den Einzelteilen eines Verschenkschranks. Die Idee des Zero Waste lebt und ist zu einer bunten Bewegung geworden – und steht trotzdem noch am Anfang.