

„Schere, Stein, Politik“ – Ein Podcast der Volontärinnen und Volontäre der Bundeszentrale für politische Bildung.

Folge 3: „Das Paket“

Intro:

Wie politisch ist eigentlich unser Alltag? Schere, Stein, Politik geht den Dingen auf den Grund.

Lea van der Pütten: Hey, ich bin Lea, und ihr hört "Schere, Stein, Politik", der Podcast, der Gegenstände genau unter die Lupe nimmt, mit der Frage: "Was ist an diesem Gegenstand eigentlich politisch?" Heute geht es um das Paket. Das ist ja meistens mit Glücksgefühlen verbunden. Ich mein, natürlich freue ich mich, wenn endlich die neue Jeanshose ankommt. Aber bei mir ploppen da auf jeden Fall auch noch andere Gedanken auf: "Für den Umweltschutz war das jetzt gar nicht mal so gut." "Und wie ist die CO2-Bilanz von so einem Paket?" Man hört oft von schlechten Arbeitsbedingungen, zum Beispiel bei den großen Onlinehändlern und Paketdiensten. Da steckt also ganz schön viel drin im Paket, was mir ein schlechtes Gefühl macht, und diesem Gefühl gehen wir in dieser Folge nach. Wir wollen wissen, wie steht es um die Nachhaltigkeit von dem Paket, das bei mir in der Wohnung landet, und welche Verantwortung haben wir da? Wie politisch ist so ein Paket? Mit dabei ist heute meine Kollegin Sophia?

Sophia La Mela: Hey.

Lea van der Pütten: Hey, Sophia, und ihr werdet Doktor Imke Schmidt als Expertin zu verantwortungsvollem Konsum hören, und ein paar Meinungen von euch sind natürlich auch mit dabei, die ihr uns vorher geschickt habt, und jetzt geht's los mit der Folge. Wie immer fangen wir an mit dem Histoblock: geballte Geschichte zu unserem Gegenstand.

Histoblock

Sophia La Mela: Hey, Lea, sag mal, woran denkst du denn als erstes, wenn du an das Paket als Gegenstand denkst?

Lea van der Pütten: Ganz klar an den Online-Handel, an die großen Player wie Amazon, und co.

Sophia La Mela: Ja, voll! Ich irgendwie auch. Deswegen habe ich mich mal mit der Geschichte über den Paketversand beschäftigt und ein paar ganz spannende Sachen gefunden.

Lea van der Pütten: Okay, erzähl mal, wie kam das?

Sophia La Mela: Also: Versandhauskataloge wurden ab Mitte des neunzehnten Jahrhunderts sowohl in Europa als auch in den USA ein großes Ding!

Lea van der Pütten: So lange ist das her? Wahnsinn! Und wann kam das dann in Deutschland?

Sophia La Mela: In Deutschland kam der erste bebilderte Katalog 1886 von dem Unternehmen Mey und Edlich. Das war ein Textil-Versandhaus. Der "Katalog" war eigentlich ein Blatt Papier mit illustrierten Herren-Kragen für Hemden. Das war so der Start der Kataloge in Deutschland.

Lea van der Pütten: Okay, das klingt für mich eher nach so einem Kunstprojekt, oder?

Sophia La Mela: Ja, ein bisschen dieses Blatt Papier auch so aus, tatsächlich, finde ich. Später, also nach dem zweiten Weltkrieg, hat sich der Versandhandel dann deutlich ausgeweitet. Ich sage nur Wirtschaftswunderzeit.

Lea van der Pütten: Also Konsum als Zeichen von Wohlstand?

Sophia La Mela: Genau! Alle wollten kaufen, und die Kataloge wurden immer dicker. Die Versandhäuser fing dann auch an, alles mögliche zu verkaufen, also ob T-Shirt oder Kühlschrank, das ging alles! Bestellen konnte man erst per Brief oder Postkarte. Später gab es dann sogar Call-Center mit einer 24 Stunden Bestell-Hotline.

Lea van der Pütten: [Lacht] Fehlen nur noch Brieftaube oder Flaschenpost, oder?

Sophia La Mela: Ja, schon. Über den Paketversand habe ich übrigens auch noch ein paar interessante Fakten gefunden, die ich so vorher noch nicht wusste:

Lea van der Pütten: Okay, Hau raus!

Sophia La Mela: Viele Bestellungen heißt ja auch "viele Pakete und viel los bei der Post". Das sieht man zum Beispiel daran, was los war, als der Versandhandel Quelle 2009 insolvent gegangen ist.

Lea van der Pütten: Was war da nochmal?

Sophia La Mela: DHL hatte nämlich da angekündigt, gezwungenermaßen auch Standorte zu schließen und Stellen abzubauen, und davon waren fast 1000 Mitarbeitende betroffen.

Lea van der Pütten: Wahnsinn, das muss man sich mal vorstellen, was da für eine Maschinerie irgendwie dahintersteckt. Aber okay, ich fasse mal zusammen, die goldene Ära der Kataloge ging so langsam zu Ende, und dann kam ja eigentlich schon der Onlinehandel, oder? Wie ging das dann los?

Sophia La Mela: Ja, so genau weiß man das nicht. Es gibt zum allerersten Online-Kauf mehrere Geschichten. Die erste: In den 1970er Jahren sollen Studierende in Stanford Weed Online über den Vorläufer des Internets gekauft haben. Die andere Story ist: Eine 72-jährige Frau hat über ihren online-angeschlossenen Fernseher, über Teletext Margarine, Cornflakes und Eier bei Tesco gekauft, und die letzte Geschichte mit den meisten Belegen, die ist von 1994, so die offizielle. Da hat jemand eine CD von Sting gekauft.

Lea van der Pütten: Okay, witzig, Weed oder Cornflakes als ersten Online-Kauf hätte ich jetzt so gar nicht erwartet, aber ab dem Verkauf der Sting-CD ging das dann wahrscheinlich superschnell, oder ja?

Sophia La Mela: Jeden Fall, Mitte der 90er Jahre wurde Amazon gelauncht und kam auf den Markt.

Lea van der Pütten: Ich hab irgendwann mal gehört, dass so der erste Gegenstand, der über Ebay verkauft war, ein kaputter Laserpointer war?

Sophia La Mela: Ja, das stimmt, sogar in den 2000er Jahren gab es dann immer mehr Online-Händler, zum Beispiel Zalando oder Mediamarkt. Das sind auch zurzeit die größten Player, in Deutschland.

Lea van der Pütten: Mhm, Okay, und wie hat Corona dann das Geschäft verändert?

Sophia La Mela: Also erst mal boomte der Online-Versand durch die Lockdowns, und

jetzt, wo die Geschäfte wieder offen haben, zeichnet sich einen Rückgang ab. Der hat aber auch mit der Inflation zu tun.

Übergangsmusik

Lea van der Pütten: Okay, also, wir haben gerade gehört, der Paketversand hat schon eine rasante Entwicklung zurückgelegt. Von einem Päckchen Weed zu rund 5000 Paketen weltweit pro Sekunde. Das ist schon krass! So eine Entwicklung hat natürlich auch Auswirkungen: Prekäre Arbeitsbedingungen für Paket-Bot:innen, der ganze Paketmüll und die Transportwege, die da anfallen, leere Innenstädte... Das Ganze löst bei mir schon ein schlechtes Gewissen aus. Aber glaubst du, das geht nur uns so, oder kommt dieses schlechte Gewissen auch außerhalb der politisierten Ökobubble vor?

Sophia La Mela: Ja, das habe ich mich auch gefragt. Deswegen haben wir in der Redaktion mal ein bisschen im erweiterten Bekanntenkreis rumgefragt und vor allem mit Leuten gesprochen, die Anfang bis Mitte 20 sind, also ein paar Jahre jünger als wir. Da ist ein schlechtes Gewissen bei manchen schon vorhanden, aber bei anderen auch gar nicht so.

O-Ton 1: Ich hatte auch schon mal schlechtes Gewissen vor oder nach einer Online-Bestellung, aber dadurch, dass ich das wirklich sehr, sehr selten mache, hält es sich eigentlich in Grenzen.

O-Ton 2: Und da man ja immer Preise vergleichen kann, kann ich auch immer mit guten gewissen Dinge bestellen, weil ich weiß, ich habe das beste rausgeholt. Sag ich es einfach mal!

O-Ton 3: Schlechtes Gewissen nach einer Online-Bestellung... Eigentlich selten. Ich überleg mir das schon, sehr gut, doch. Und ich wohne ländlich, eher ländlich.

Sophia La Mela: Es scheint, als würden sich die meisten also schon Gedanken vor dem Kauf machen, ob sie den Gegenstand wirklich brauchen oder nicht. Sobald sie sich aber für den Kauf entscheiden, tritt das schlechte Gewissen dann vielleicht eher in den Hintergrund. Dann sind wohl Fragen wie "Wo bekomme ich das am günstigsten?" und "Wieviel Aufwand, beziehungsweise Strecke - wenn du jetzt zum Beispiel auf dem Land wohnst -, muss ich auf mich nehmen?" Diese Gedanken, wie wir sie uns jetzt direkt beim Pakete-Bestellen machen, also "wie ökologisch ist das jetzt eigentlich?" und "wie geht es denn den Lieferant:innen dabei?" spielen dann vielleicht bei manchen eher weniger eine Rolle. Wobei manchen in unserer kleinen Umfrage war die ökologische Verantwortung doch sehr bewusst, vor allem wenn es um Verpackungsmüll geht:

O-Ton 4: Ein sehr großer Wermutstropfen ist, dass online Einkäufe immer mit sehr viel Verpackungsmüll kommt. Sagen wir mal so. Also, ich bin immer wieder erschrocken, wenn man ein Paket annimmt, wie viel Müll da eigentlich drin ist... Also wie viel Verpackung, dass teilweise alle Kleidungsstücke einzeln verpackt sind... Und da muss ich sagen, dann habe ich schon ein schlechtes Gewissen.

Lea van der Pütten: Die Meinung zeigen also: Nicht alle haben bei jeder Bestellung ein schlechtes Gewissen, aber die meisten machen sich schon irgendwie Gedanken beim Online-Einkauf. Ich wollte auch von einer Expertin mal wissen, ob Online-Shopping uns überhaupt ein schlechtes Wissen machen muss, und wenn ja, warum. Deswegen habe ich auch mit Dr. Imke Schmidt gesprochen. Imke war zum Zeitpunkt unseres Gesprächs Projektleiterin am CSCP in Wuppertal. Das ist das "Collaborating Center On Sustainable and Production". Ihre Schwerpunktthemen liegen in den Bereichen verantwortungsvoller Konsum und Wirtschaft, nachhaltige Lebensstile, Logistik und Kreislaufwirtschaft. Sie sagt, dass schlechtes Gewissen erst mal nichts Schlechtes sein muss:

Dr. Imke Schmidt: Die Tatsache, dass viele ein schlechtes Gewissen dabei haben, ist ein Zeichen dafür, dass das schon etwas im Argen liegt, und das ist auch absolut richtig. Und es ist schon mal super, wenn dieses schlechte Gewissen vorhanden ist, denn das zeigt ja auch, dass Menschen dafür ein Gespür entwickeln, dass man halt auch bereit ist, Dinge zu hinterfragen und auch mitbekommt, dass im System grundsätzlich vielleicht Dinge auch schief laufen.

Lea van der Pütten: Im Gespräch mit Imke wurde insgesamt klar, dass sie mit dem "schieflaufenden System" Kritik an unserem vorherrschenden Wirtschaftssystem übt, denn da beginnen wir, über die aktuellen Vorgänge in der Wirtschaft nachzudenken: Ökologische Belastung, Ausbeutung von Arbeitern und auch die undurchsichtigen Lieferketten. Darüber detaillierter zu sprechen, wäre echt eine ganz eigene Folge wert.

Sophia La Mela: Ich finde Imkes Gedanken echt spannend: Das schlechte Gewissen als Zeichen für ein gesellschaftliches Bewusstsein über die Probleme, die alle hinter einem Online-Bestell-Button liegen. Aber vom schlechten Gewissen alleine ändert sich ja noch nichts, Lea...

Lea van der Pütten: Nee, klar, das sagt Imke auch gar nicht.

Dr. Imke Schmidt: Immer, wenn ich etwas kaufe, sollte ich erst mal halt hinterfragen: "Brauche ich das überhaupt, und mache ich das jetzt nur, weil ich jetzt gerade online die Werbung dazu gesehen habe und da ganz schnell draufklicken kann, und kaufe es dann schnell, ohne halt eigentlich noch mal in Ruhe drüber nachzudenken?"

Sophia La Mela: Das stimmt, das merke ich bei mir auch. Online ist die Hürde, einfach auf den Bezahlen-Button zu klicken, so viel geringer, als sich im Laden an der Kasse anzustellen. Da denke ich ja womöglich sogar noch mal darüber nach, ob ich das wirklich brauche. Also, ich erinnere mich an einige Momente, wo ich schon ein paar Minuten in der Kassenschlange stand und dann doch umgedreht bin und das Kleidungsstück wieder weggelegt hab.

Übergangsmusik

Lea van der Pütten: Okay, und deshalb Zeit für ein bisschen Klartext. Steigen wir mal tiefer ein. Was sind denn jetzt eigentlich die Gründe, wegen denen wir uns schlecht fühlen können, wenn das Paket mal wieder vor der Haustür liegt?

Sophia La Mela: Ja, auf jeden Fall ist das schon mal der Umweltaspekt, ganz klar.

Lea van der Pütten: Genau über den sprechen wir gleich noch ausführlicher. Ein anderer großer Punkt ist das Thema Arbeitsbedingungen bei Paketlieferdiensten.

Sophia La Mela: Stimmt, schwieriges Thema. Darüber gibt es ja auch echt schon viele Reportagen und Dokus, was da teilweise vor sich geht.

Lea van der Pütten: Ja, das stimmt, aber die haben vielleicht nicht alle gesehen. Deswegen würde ich uns mal einmal auf denselben Stand bringen. Der Versandhandel ist eine riesige Jobmaschine. Wenn ich euch sage, wie viele Pakete jährlich in Deutschland ausgeliefert werden... Naja, ich sag mal, so, so ganz greifbar ist diese Zahl nicht. Es sind 4 Milliarden Pakete pro Jahr. 4 Milliarden! Das muss man sich mal vorstellen, das sind pro Person etwa 40 Pakete, und die Tendenz ist steigend! Und ein Problem ist, bei einer solch unvorstellbaren Menge sind die Jobs der Menschen, die dafür sorgen, dass all diese Pakete dann vor unserer Haustür landen, wirklich schlecht bezahlt.

Sophia La Mela: Ja und klar gibt es auch in vielen anderen Bereichen wirklich unterirdisch schlecht bezahlte Jobs - auch bei großen Modeketten oder so. Im Versandhandel kommt dann ja noch diese Masche hinzu, dass die Paketdienste Subunternehmen beauftragen, die wiederum verbotenerweise auch andere Subunternehmen beauftragen. Ja und dann verliert man da ganz schnell den Überblick, wie mit den Arbeitnehmer:innen umgegangen wird und welchem Druck sie ausgesetzt sind.

Lea van der Pütten: Genau! Um nur mal ein paar Beispiele zu nennen: Postbotinnen und Postboten werden teilweise während ihrer Arbeit mit einem Tracking-System überwacht. Es gibt Berichte, dass der Paketdienstleister Amazon das Tracking sogar

so weit führt, dass nicht nur nach gezogen werden kann, wann genau und wo genau die Fahrer:innen gerade sind, sondern auch, wie ihr Fahrverhalten ist, wie stark sie bremsen, wie schnell oder langsam sie fahren... Und außerdem haben die Paketbot:innen täglich eine bestimmte Anzahl an auszuliefernden Paketen, die wirklich kaum zu stemmen ist in ihrer Arbeitszeit. Deswegen müssen sie oft auch einfach viel länger arbeiten und Überstunden machen. Manchmal haben sie nicht mal genügend Zeit, um auf Toilette zu gehen. Das muss man sich mal vorstellen! Es gibt Berichte, dass Paketbot:innen dann in Flaschen pinkeln.

Sophia La Mela: Und durch Sub-Subunternehmen und die unkomplizierten Bedingungen, die man als Arbeitnehmer:in erfüllen muss, können zwar wirklich viele Menschen einen Job bekommen, nur leider unter miserablen Bedingungen, oft unter Mindestlohn und mit enorm viel Druck. Häufig werden vor allem Arbeiter:innen aus dem Ausland dann dafür angeworben und letzten Endes ausgebeutet.

Dr. Imke Schmidt: Also wie geht es eigentlich denen, die uns die Pakete liefern, die die Pakete verpacken müssen, die die Retouren bearbeiten müssen? Die sind unter einem enormen Zeitstress, unter einem enormen Druck, auch körperlich, und bekommen dafür unglaublich wenig Gehalt. Und da sind natürlich schon Faktoren, wo ein schlechtes Gewissen durchaus gerechtfertigt ist, zumal es eben schon oft so ist, dass die Kunden auf ganz schnelle Lieferung pochen.

Übergangsmusik

Lea van der Pütten: Genau daran sehen wir ja, dass die soziale Verantwortung wirklich eng gekoppelt ist an die ökologische Verantwortung. Viele Transportwege führen nämlich neben Stress und prekären Arbeitsbedingungen für die Lieferanten auch zu vielen Emissionen.

Sophia La Mela: Ja, das kam auch in der Umfrage raus, dass sich einige vor allem Gedanken wegen der Nachhaltigkeit machen.

O-Ton 5: Genau, schlechtes Gewissen auf jeden Fall. Wenn es halt irgendwie von weiter weg kam, also keine eine Ahnung, aus China geliefert oder aus Korea geliefert oder auch aus den USA geliefert, da habe ich dann halt immer schon ein schlechtes Gewissen irgendwie, weil es ja auch so ein bisschen mit CO2-Fußabdruck zu tun hat.

Lea van der Pütten: Ah, ökologischer Fußabdruck, gutes Stichwort! Dazu mal ein kleiner Exkurs, um das Paket auch auf einer systemischen Ebene mal richtig zu fassen. Über den ökologischen Fußabdruck habe ich mit Imke auch gesprochen. Ich hatte nämlich den Eindruck, dass der ökologische Fußabdruck vor allem ein Konzept ist, das die Verantwortung von großen Unternehmen oder auch der Politik in erster Linie auf uns Endverbraucherinnen und -Verbraucher umlenkt.

Sophia La Mela: Voll so ist es ja auch ursprünglich gewesen.

Lea van der Pütten: Ha, wusste ich es doch!

Sophia La Mela: Das Konzept des ökologischen Fußabdrucks wurde überhaupt erst durch den Ölkonzern BP groß gemacht. Das war eine PR-Strategie Anfang der 2000er-Jahre, um, wie du schon vermutet hast, Lea, von der eigenen Verantwortung abzulenken und diese auf die Konsumentinnen und Konsumenten zu übertragen.

Lea van der Pütten: Offensichtlich erfolgreich, obwohl das eigentlich gar nicht dem ursprünglichen Sinn entspricht.

Sophia La Mela: Ja, total, dabei kann der ökologische Fußabdruck doch eigentlich wirklich für alle möglichen Instanzen berechnet werden, oder? Also ich meine, nicht nur für die einzelnen, sondern auch für Unternehmen und sogar Staaten?

Lea van der Pütten: Genau dieses Verständnis teilt Imke auch. Sie sieht in dem ökologischen Fußabdruck vor allem ein Instrument dafür, um zu schauen, wo in der Lieferkette oder auch darüber hinaus beim Konsum die meisten Auswirkungen sind und eben auch, wo dann Stellschrauben sind, um zukünftig vielleicht auch was verändern zu können.

Dr. Imke Schmidt: Und wenn ich mir zum Beispiel ein Auto angucke, dann fällt halt einfach, die meisten Emissionen fallen da in der Gebrauchsphase an, also wie oft und wie lange ich das Auto fahre. Und natürlich aber ist es ja auch so, dass die Hersteller wiederum im Grunde festlegen, welche Autos sie verkaufen und wie viel die dann in der Gebrauchsphase wiederum verbrauchen. Und ich kann als Konsument wieder entscheiden, wie lange ich dieses Auto fahre und wann ich eben meine, dass ich ein neues brauche, wie kurz also diese Nutzungszyklen sind.

Sophia La Mela: Genau, und die Politik hat auch noch eine Regulierungs- und Steuerungsfunktion, indem sie zum Beispiel so Entscheidungen trifft, wie dass keine Verbrennermotoren mehr in der EU ab 2035 zugelassen werden sollen, oder sie kann auf die Verbraucher:innen einwirken, wenn zum Beispiel über ein Tempolimit nachgedacht wird.

Lea van der Pütten: Stimmt, wenn wir jetzt wieder auf das Paket zurückkommen, bedeutet das im Umkehrschluss, wir Konsument:innen tragen die Verantwortung dafür, wie oft und wie viel wir bestellen, und uns da auch regelmäßig zu hinterfragen, ob wir das überhaupt brauchen. Also auch möglichst wenig Retouren und Transporte zu generieren. Unternehmen sind dann aber zum Beispiel wieder dafür verantwortlich, dass ihre Mitarbeitenden unter fairen und schaffbaren Bedingungen

arbeiten. Und die Politik muss ihre Regulierungsfunktion dann zum Beispiel dafür nutzen, dass Lieferketten möglichst nachhaltig gestaltet sind oder auch, dass die Lieferdienste nicht mehr mit diesem Sub-Subunternehmen und den damit einhergehenden Arbeitsbedingungen in so rechtlichen Graubereichen agieren können.

Sophia La Mela: Ja, also kann quasi jeder zu jeder Zeit und an jeder Stelle Verantwortung übernehmen und muss es vielleicht auch. Es geht eben nicht darum, Schuldige zu finden, sondern darum, Verantwortung gleichmäßig zu verteilen.

Lea van der Pütten: Wir halten also fest: Die Verantwortung für nachhaltigen Konsum liegt nicht allein beim Endverbraucher oder der Endverbraucherin. Im Gegenteil, da steckt noch viel mehr dahinter und die Verantwortung ist auf mehreren Schultern verteilt. Aber eins nach dem anderen, Jetzt sind wir ja doch wieder ganz schön weit weg von unserem Paket als Gegenstand

Übergangsmusik

Sophia La Mela: An gewissen Stellen lässt sich eine negative Ökobilanz beim Paket halt nicht leugnen. In der Innenstadt kannst du das geshoppte T-Shirt zum Beispiel in deinen mitgebrachten Beutel packen. Zu Hause kommt das Shirt aus dem Online-Shop im Paket meistens nochmal in Plastik verpackt an. Vermüllung spielt da schon eine Rolle, oder?

Lea van der Pütten: Ja, auf jeden Fall, das lässt sich nicht verneinen. Gerade da macht sich bei mir auch das schlechte Gewissen besonders bemerkbar. Wir arbeiten ja auch beide im Printbereich und kriegen natürlich auch beruflich mit, dass es gerade zum Beispiel einen krassen Papiermangel gibt. Da stellt sich mir dann die Frage, ob so viel Papier für den Paketversand unbedingt verbraucht werden muss.

Sophia La Mela: Hm, ja, wobei die Papierknappheit betrifft vor allem hochwertiges Papier, das für Zeitungen, Bücher und zum Drucken verwendet wird. Die Verpackungsbranche ist davon kaum betroffen.

Lea van der Pütten: Und woran liegt das?

Sophia La Mela: Das hat bestimmt auch mit der Coronapandemie zu tun. Ja, im Homeoffice wird weniger gedruckt, Arbeitsprozesse wurden digitalisiert, gleichzeitig wurde vermehrt online bestellt, und dadurch hat sich der Papiermarkt einfach stark verändert. Die Produktion von druckfähigen Papier wurde zurückgefahren, und Verpackungspapier wurde vermehrt hergestellt.

Lea van der Pütten: Also alles ein Ding der Nachfrage, Prioritäten halt. Aber das ist ja auch nicht der einzige Grund, wenn es um die ökologische Verantwortung geht. Imke hat zum Beispiel immer wieder betont, dass es wichtig ist, wie man die Wege beim Einkauf immer wieder zurücklegt.

Dr. Imke Schmidt: Wenn ich jetzt also zu Fuß oder mit dem ÖPNV oder mit dem Fahrrad den Einkauf gemacht hätte, ist ganz klar das die ökologisch bessere Alternative. Aber wenn ich allein jetzt mit dem Auto losgefahren wäre, ist es so, dass doch eigentlich dann die Lieferung besser ist, weil die..., weil da normalerweise halt eben viele Pakete zusammen geliefert werden, und weil die halt auch auf zum Beispiel schon Elektrofahrzeuge nutzen.

Lea van der Pütten: Das beinhaltet dann aber auch, dass ich zum Beispiel durch Retouren keine zusätzlichen Transporte verursachen sollte und idealerweise, wenn dann Sammelbestellung, zum Beispiel mit Freundinnen und Freunden, aufgabe.

Sophia La Mela: Ja okay, das klingt sinnvoll. Und hinzu kommt ja, dass auch Läden Emissionen verursachen. Sie müssen mit Strom versorgt werden und geheizt werden...

Lea van der Pütten: Ja, aber auch die Server, über die die Online-Shops laufen, verursachen Emissionen. Also, wenn du gar keine Emissionen ausstoßen willst, dann ist der nachhaltigste Konsum wirklich der, der überhaupt gar nicht erst entsteht.

Sophia La Mela: Das stimmt, aber unterscheidet es sich dann überhaupt so sehr, ob wir online einkaufen oder direkt in den Geschäften? Müsste die Frage dann nicht vielmehr lauten: "Kaufen, ja oder nein?"

Lea van der Pütten: Ja, grundsätzlich, ja.

Erklärblock Anfang

Lea van der Pütten: Man müsste sich jetzt eigentlich erst mal fragen, warum wir überhaupt konsumieren. Da spielen auch Werbungen, das soziale Umfeld oder Gruppenzwang eine große Rolle. Da gehen wir jetzt aber schon echt in philosophische Fragen rein, das sprengt an dieser Stelle leider den Rahmen. Deswegen verlinken wir euch dazu mal eine Podcastfolge vom Fluter, in den Show-Notes und auf unserer Webseite.

Erklärblock Ende

Wichtig ist vor allem: Wenn ich mich entscheide, etwas zu kaufen und es mir leisten kann, dann ist die nachhaltige Variante natürlich verantwortungsbewusster. Und da

bietet Online-Shopping tatsächlich auch Chancen. Du kannst halt mehr Informationen zum Produkt bekommen, wo und unter welchen Bedingungen es hergestellt wurde, und es gibt sogar schon online Shops, wo nachhaltigere Varianten zum Produkt daneben direkt angezeigt werden.

Sophia La Mela: Genau, und wenn das noch zusammengehen würde mit wenigen Retouren und längeren Lieferzeiten, sodass eben auch die Lieferant:innen entlastet wären, dann könnte das sicherlich auch eine gute Alternative sein. Ja, das wäre ein Traum.

Sophia La Mela: Boah Lea, jetzt haben wir schon so viel geredet, aber wir kommen immer noch weitere Gedanken. Wir haben ja gerade auch schon von Läden gesprochen, die Emissionen verursachen, mit Strom und Gas und so weiter. Ich bin ja in Hildesheim aufgewachsen, und jedes Mal, wenn ich meine Eltern dort besuche, sehe ich: Ja... hat wieder ein neuer Laden zugemacht. Haben wir als Konsument:innen auch dafür noch Verantwortung?

Lea van der Pütten: Ich würde sagen, eine Mitverantwortung. Je mehr wir online bestellen, desto weniger nutzen wir natürlich auch die Angebote in der Innenstadt, sodass sich der Markt schon Richtung E-Commerce verschoben hat, würde ich sagen, auch gerade weil wir dann nicht unbedingt bei den Online-Shops der Einzelhändler in unserer Innenstadt irgendwie kaufen, sondern vor allem die großen Player wie Amazon oder Otto wählen. Imke sieht die Verantwortung von den Verbrauchern da interessanterweise etwas anders.

Dr. Imke Schmidt: Ich glaube, dass man mit seiner individuellen Entscheidung nicht unbedingt dafür verantwortlich gemacht werden kann. Also, ich persönlich habe es schon erlebt, dass ich in dem Geschäft war, vor Ort, und die zu mir auch gesagt haben: "gucken sie doch mal online, da ist es noch verfügbar!" Wo ich dann denke: "Okay, dann scheint das zumindest meine Entscheidung in diesem Moment, jetzt nicht das Problem zu sein."

Sophia La Mela: Ah, spannend! Ich denke, hier findet wieder das Konzept vom ökologischen Fußabdruck Anwendung. Es gibt eine gewisse Verantwortung bei uns, Konsumentinnen und Konsumenten, wie du schon sagst, aber eben auch auf einer wirtschaftlichen und politischen Ebene.

Sophia La Mela: Also nochmal zum schlechten Gewissen jetzt. Wir haben ja jetzt schon echt einiges besprochen, und laut unserer Expertin Imke, habe ich jetzt schon so mitbekommen: Mein schlechtes Gewissen ist zum Teil schon gerechtfertigt, aber ich stehe auch nicht alleine in der Verantwortung. Also was mache ich denn jetzt damit? Ist online bestellen okay? Und überhaupt, das ist jetzt ein Bereich meines Lebens, wo ich mich sozusagen verbessern kann. Aber es gibt ja auch noch zig

andere, wo in meinem ethischen Handeln Luft nach oben wäre. Und jetzt ist da die soziale Verantwortung, die ökologische Verantwortung. Dann spielen Geld und Zugang auch noch eine Rolle. Das überfordert mich manchmal, ehrlich gesagt, ein bisschen.

Lea van der Pütten: Das kann ich voll verstehen und wir können auch einfach nicht erwarten, dass sich alle immer die ökologische Alternative leisten können oder lange Anfahrten in die Innenstädte auf sich nehmen, was ja auch gar nicht unbedingt ökologisch ist, wie wir gelernt haben. Aber darum geht es ja auch gar nicht laut Imke:

Dr. Imke Schmidt: Also ganz klar muss man da einfach unterscheiden: Welche Möglichkeiten hat wer, und wie kann ich meinen eigenen Lebensstil überdenken? Und das bedeutet dann keineswegs, dass man sich von irgendwie irgendjemandem vorschreiben lassen muss, wie man zu leben hat und welche Produkte man zu kaufen hat, sondern das ist auch eine sehr individuelle Entscheidung. Die Verantwortung, die man hat, ist schon, die zu hinterfragen und das, und nicht nur seine eigenen Konsum infrage zu stellen, sondern auch das System dahinter und auch mal ruhig öffentlich Fragen zu stellen.

Sophia La Mela: Das ist schon ein interessanter Punkt, so habe ich noch nicht drüber nachgedacht. Trotzdem wäre es ja aber schon blöd, jetzt einfach nur zu sagen: "Ich bestelle online so viel, wie ich will, und für das gute Gefühl frage ich mich ab und zu, warum das System so ungerecht ist!" Ja, und dann bin ich fein raus.

Lea van der Pütten: Stimmt. Sophia, da merkt man echt, dass du dir wirklich Gedanken machst, und das ist auch gut so. Fertige machen brauchst du dich aber deswegen nicht. Alle, so wie sie können und wie es in ihrem Rahmen möglich ist.

Dr. Imke Schmidt: Nicht unbedingt darum, jetzt zu sagen, "du bist schuld daran, dass dieses Produkt jetzt so hergestellt wurde und dass es den Arbeiterinnen in Bangladesh schlecht geht", sondern es geht eher darum, was kannst du in deinem Rahmen der Möglichkeiten tun, um das zu verhindern, vielleicht in Zukunft und um das besser zu machen?

Lea van der Pütten: Imke schlägt übrigens verschiedene Möglichkeiten vor und hat mir auch dazu noch verdeutlicht, dass unsere Handlungen natürlich schon irgendwo auch Wirkungen haben können. Zum Beispiel: Du gehst es kausal und ursachenbezogen an und verringerst sozusagen deinen Fußabdruck, um am Ende weniger an diesen schlechten Arbeitsbedingungen als Endkonsumenten oder Endkonsumenten beteiligt zu sein, also das Handy möglichst lange zu nutzen oder Kleidung möglichst lange zu tragen und manche Sachen vielleicht auch gar nicht erst zu kaufen. Die andere Möglichkeit, wie du aber schauen kannst, im Rahmen deiner

Möglichkeiten etwas zu tun für eine, sagen wir mal, ethisch bessere Zukunft, ist generell über deine Signalwirkung nachzudenken.

Sophia La Mela: Okay, Signalwirkung, was soll das heißen?

Lea van der Pütten: Da geht es darum zu verstehen: Alles, was ich tue oder was ich konsumiere, was ich sage, hat auch eine Wirkung. Auf der nahen Ebene wirkt sich dein Verhalten dann zum Beispiel auf deine Mitmenschen aus. Das heißt konkret, wenn du für dich entscheidest, weniger Pakete zu bestellen oder auch weniger Produkte zu kaufen, die generell in unethischen oder menschenrechtswidrigen Kontexten hergestellt wurden, dann hat das eben auch eine Wirkung auf deine Mitmenschen. Du sendest damit quasi ein politisches Signal mit deinen Handlungen aus und Menschen um dich herum machen dir vielleicht nach, weil sie gut finden, was du machst, und mit dir an einem Strang ziehen wollen, weil es sich vielleicht gut anfühlt, bestimmte Entscheidungen so zu treffen, dass sie letztendlich dann sogar auch wieder diesen unethischen oder schlechten Fußabdruck damit verringern.

Sophia La Mela: Aha! Echt spannender Gedanke mit der Signalwirkung. Aber diese Signalwirkung fängt ja zum Beispiel auch schon im ganz kleinen an, oder? Zum Beispiel können wir mit Freund:innen darüber diskutieren und uns animieren, sich für sozialökologische Lieferketten und sowas einzusetzen, oder mit unserer eigenen nachhaltigen Lebensweise ein Signal senden, das ansteckt und andere auch zum nachhaltigen Konsum anregt.

Lea van der Pütten: Ja, genau das ist vielleicht schon so ein bisschen meta, aber genau darum geht's.

X Perspektiven auf

Lea van der Pütten: Bis jetzt haben wir vor allem von Paketen gesprochen, die wir aktiv bestellt haben und die dann zu uns nach Hause geliefert werden. Aber das ist natürlich nicht die einzige Perspektive auf das Paket. Wie immer gibt's zum Abschluss noch mal X Perspektiven, wie man das Paket noch politisch deuten kann. Los geht's!

Sophia La Mela: **Hilfspakete in Krisenzeiten:** Aktuell verschicken zum Beispiel viele Menschen und NGOs Pakete voller Hilfsmittel nach Syrien und in die Türkei, wo viele Menschen nach dem starken Erdbeben im Februar 2023 vor den Trümmern ihrer Existenz stehen. Außerdem gehen natürlich auch nach wie vor viele Pakete in die Ukraine. Auf diesem Wege erreichen dann Medikamente, Kleidung oder auch Lebensmittel die Menschen, die sie dringend brauchen. Neu ist das allerdings nicht. Diese Art von Hilfspaketen gibt es schon seit den Anfängen der Bundesrepublik.

Lea van der Pütten: **CARE-Pakete in der Nachkriegszeit:** Den Anfang dieser Hilfspakete haben die sogenannten CARE-Pakete gemacht. Die ersten CARE-Pakete stammen aus der Zeit nach dem zweiten Weltkrieg, aus den USA. Dort gründete sich die gleichnamige Organisation CARE. CARE schickte Pakete mit Lebensmitteln nach Europa, zum Beispiel mit Fleisch, Kaffee, Obst, Rosinen und Zucker. Insgesamt wurden über 100 Millionen Pakete nach Europa verschickt. Während der Berlin Blockade 1948-49, als die Sowjetunion alle Wege nach Westberlin blockierte, versorgten die sogenannten Rosinenbomber die Bevölkerung in Westberlin mit den CARE-Paketen und machten die Organisation dadurch bekannt.

Sophia La Mela: **Päckchen von Drüben:** Das Päckchen von Drüben ist eine weitere Episode der politischen Hilfspakete. Während der deutschen Teilung waren Paketsendungen zwischen Ost und West ein beliebtes Mittel, um den Kontakt mit Verwandten und Freunden im jeweils "anderen" Deutschland zu halten. Der Inhalt der Päckchen unterschied sich jedoch stark. Pakete, die aus dem Westen in den Osten geschickt wurden, enthielten anfangs vor allem Lebensmittel, später dann auch Genussmittel, Drogerie, Produkte und Kleidung. Pakete, die in umgekehrter Richtung, also von Ost nach West, unterwegs waren, enthielten hingegen häufig Kunstartikel, Bücher oder regionale Spezialitäten - Dinge also, von denen man glaubte, dass sie trotz der als größer eingeschätzten Sortiments- und Warenviefalt des Westens wertgeschätzt wurden.

Lea van der Pütten: **Nazivergangenheit der großen Versandhäuser:** Die Hilfspakete wurden unmittelbar in der Zeit nach dem zweiten Weltkrieg groß. Nur kurze Zeit später setzte das Wirtschaftswunder ein. Einer, der dadurch enorm profitierte, war Josef Neckermann. Der Unternehmer hat als ehemaliges NDSAP-Mitglied und durch den Raub jüdischen Eigentums, der Arierisierung von den Nazis, enorm in der Zeit des Nationalsozialismus profitiert. So kommt er in den Besitz mehrerer Geschäfte. Anfang der 1940er-Jahre belieferte er fast als Monopolist Wehrmacht und SS mit Bekleidung und steigt zum Leiter der "Reichsteile Kleidung" auf. Beim Entnazifizierungsprozess der Alliierten wird das schließlich lediglich als "Mitläufer" eingestuft und kommt so von harten Bestrafungen davon. Auf eine ähnliche Vorgeschichte blickt auch Quelle zurück. Gegründet wurde das Familienunternehmen 1927. Gründer Gustav Schickedanz war ebenfalls NSDAP-Mitglied und übernahm durch die sogenannte Arierisierung mehrere Unternehmen. In seinem Versandhandel Quelle erreichte er bereits während des zweiten Weltkriegs hohe Gewinnsummen und auch Schickedanz wurde im Entnazifizierungsprozess nur als Mitläufer eingestuft.

Sophia La Mela: **Zukunftsvision:** Aus der Vergangenheit blicken wir jetzt in die Zukunft: Der Paketversand wird weiter rasant wachsen - laut Bundesverband Paket und Logistik von 2018 bis 2028 um das Neunfache. Das stellt Städte und Gemeinden vor große Probleme: Stau, Lärm und Luftverschmutzung, aber auch zugeparkte Rad- und Fußwege. Um aber die Klimaziele zu erreichen, braucht es Konzepte, auch Pakete möglichst nachhaltig zu liefern. Visionen gibt es viele, etwa das white

Labeling, bei dem ein dritter Logistiker Sendungen verschiedener Lieferanten gebündelt zustellt. Auch zentrale Sammelstellen für Pakete stehen zur Diskussion, vergleichbar mit den Packstationen der deutschen Post. Laut Fraunhofer Institut könnten so sogar neue Begegnungsräume entstehen, die helfen können, verwaiste Innenstädte wieder zu beleben. Vor allem stellt sich aber die große Frage, wie CO2-neutral zugestellt werden kann. Das wäre zum Beispiel mit E-Fahrzeugen oder Lastenräder möglich. Das gibt es auch zum Teil schon.

Lea van der Pütten: **Material:** Bei den Stichworten Nachhaltigkeit und CO2-neutral müssen wir aber natürlich auch mal aufs Material gucken. Das Umweltbundesamt schreibt den Versandverpackungen bei den Umweltwirkungen des Online-Handels durchaus eine relevante Rolle zu. Die CO2-Emissionen der Verpackung bewegen sich demnach zwischen 20 und 900 Gramm CO2 pro Paket, je nach Größe und Material. Wenn wir jetzt bedenken, dass rund 5000 Pakete pro Sekunde weltweit unterwegs sind, eine ganze Menge! Seit 1996 hat sich der Verbrauch von Papier, Pappe und Kartonageverpackung im Distanzhandel mehr als versechsfacht, Tendenz steigend. Klar, Papier, Karton und Pappe sind günstige und leichte Materialien. Über 70 Prozent werden heute recyclet. Das Problem: Die recycelten Kartonagen enthalten oft auch unerwünschte Stoffe wie Mineralölbestandteile, Weichmacher oder Druckfarbenbestandteile, die die Einsetzbarkeit zum Beispiel bei Lebensmittelverpackungen einschränken.

Abmoderation

Lea van der Pütten: Also ich nehme für mich mit, das Paket ist nicht per se gut oder schlecht, sondern es ist wie immer kompliziert. Sophia, was hast du denn in der Folge gelernt?

Sophia La Mela: Also ich habe gelernt, dass es auf jeden Fall wichtig ist: Ich oder wir müssen uns nicht komplett verantwortlich für einen sozialen und ökologischen Konsum fühlen, es muss sich politisch auch was ändern und die Verantwortung muss gleichmäßig verteilt sein. Dann habe ich gelernt: Pakete sind schon Klimasünder, aber ich habe mitgenommen, es kommt immer darauf an, wie viele Wege wie zurückgelegt werden. Also am Ende ist es immer so eine Gleichung, die man da stellen muss. Und das Paket hat ganz schön viel Potenzial: Zukunftsideen, CO2-neutrale Lieferung et cetera. Da bin ich echt noch gespannt, was kommt, vor allem vor dem Hintergrund, dass es mit dem Pakete verschicken immer mehr wird.

Lea van der Pütten: Mehr Infos zum Thema findet ihr wie immer auf unserer Seite auf www.bpb.de/scheresteinpolitik.

Lea van der Pütten: Was habt ihr aus dieser Folge mitgenommen? Lasst es uns gerne wissen und schreibt uns auf Instagram oder via E-Mail an ein scheresteinpolitik@bpb.de. Danke, dass ihr wieder mit dabei wart. Wir hoffen, dass

es euch genauso geht wie uns und ihr ein bisschen besser über das Paket Bescheid wisst. Jetzt bleibt mir nur noch, einen Dank an alle auszusprechen, die diese Folge möglich gemacht haben, an Gesine Gerdes, Jakob Hirsch, Sophia La Mela, Kathrin Linßen, Franziska Missler, Tim Walter, Katharina Wellems, Lea Willhoff und Charlotte Wittenius. Und auch ein besonderes Dankeschön an unsere Expertin Doktor Imke Schmidt und an euch natürlich, die ihr uns eure Audios geschickt habt. Ich bin Lea van der Pütten und bis zum nächsten Mal!

Die Folgen stehen unter der Creative-Commons-Lizenz und dürfen unter Nennung der Herausgeberin zu nicht kommerziellen Zwecken weiterverbreitet werden.