



Knud Wassermann

Bücher ersetzen Kunststoffspielzeug

Bücher werden von Fast-Food-Ketten zunehmend als Alternative zu Kunststoffspielzeug gesehen. Ein Trend, der immer mehr Länder in Europa erfasst.

In der gesamten Nachhaltigkeitsdebatte wurden internationale Fast-Food-Ketten wie McDonald's oder Burger King schon sehr früh von der Gesellschaft auf ihre Verantwortung für die Umwelt aufmerksam gemacht. Vor allem die Verpackung und deren Recyclingfähigkeit war eine entsprechende Angriffsfläche. Je nach Sensibilität der Kunden und der gesetzlichen Lage in den einzelnen Ländern hat sich hier in den letzten Jahren einiges zum Positiven gewendet.

Petition von zwei Mädchen

Seit Jahrzehnten sind Comicfiguren und Superhelden aus Kunststoff ein fixer Bestandteil der Kindermenüs und ein ganz wesentlicher Teil der Marketingstrategie, um den Appetit der Kinder auf Burger und Pommes frites zu fördern. 2019 haben in Grossbritannien und Irland zwei Mädchen eine [Petition](#) ins Leben gerufen, die von 500'000 Menschen unterzeichnet wurde und McDonald's und Burger King aufforderte, kein Plastikspielzeug mehr zu verschenken.

In ihrer Einleitung schreiben die beiden Mädchen: «Wir haben alle in der Schule über die Umweltproblematik in Verbindung mit Kunststoff gelernt. Es macht uns sehr traurig, wie Kunststoff der Fauna und Flora schadet und die Ozeane verschmutzt, und das wollen wir ändern. Darum fordern wir Burger King und McDonald's auf, in ihren Kinder-Menüs komplett auf Kunststoffspielzeug zu verzichten.»

Unterschiedliche Reaktionen

Die beiden Ketten reagierten unterschiedlich auf diese Aktion. Burger King entschied sich, künftig ganz auf das Plastikspielzeug als Teil seiner King Jr. Meals zu verzichten. Die Konsequenz war, dass Burger King in Grossbritannien und Irland 320 Tonnen Kunststoff pro Jahr einsparen konnte. McDonald's wiederum hat sich für eine Mischform entschieden – Kinder können unter einem Plüschtier, einem Kartonspielzeug wie etwa einem Puzzle oder einem Buch auswählen.

Eine weitere Kampagne startete Burger King im Juni 2021 in Schweden und Dänemark, mit der das Angebot an Kunststoffspielzeugen komplett durch Kinderbücher aus der «Peppy-Pals»-Serie ersetzt wurde. Im Laufe dieses Jahres soll es eine weitere Aktion mit Mal- und Bastelbüchern sowie Büchern für Kinder bis zum 12. Lebensjahr geben. Für die Umsetzung der Kampagne hat Burger King die [Toy Promotion](#), einen Spezialisten für Werbeartikel für Kinder, angeheuert. Das Unternehmen hat unter dem Namen PromoBooks ein Konzept entwickelt, das vorläufig zwei Projekte umfasst: ein Hardcover-Buch, das für Kinderbücher verwendet wird, und ein Softcover-Buch für Mal- und Bastelbücher.

Beide Produktreihen werden beim Müller Martini-Kunden [Livonia](#) in der lettischen Hauptstadt Riga produziert. Per Wahlqvist, Geschäftsführer von Toy Promotion, sagt zu dem Projekt: «Wir haben einen europäischen Hersteller gefunden und mit dem Umweltzeichen Nordic Swan für eine nachhaltige Produktion gesorgt. Inhaltlich ist unser Konzept völlig unabhängig, und wir können ganz unterschiedliche Verlage und Autoren dafür gewinnen. Die Zusammenarbeit mit Burger King soll auf ganz Europa ausgerollt werden!» 2022 sollen zwischen 15 und 20 Millionen Bücher an die Kids verteilt werden.

Dem Gesetzgeber zuvorgekommen

In Frankreich hat McDonald's die Kunststoffspielzeuge mit Anfang April dieses Jahres komplett aus seinem Geschenksortiment verbannt. Der französische Ableger kommt damit einem nationalen Gesetz zur Regelung der Kreislaufwirtschaft zuvor, das spätestens zu Beginn 2022 in Kraft treten wird. In 1500 Filialen können sich die Kinder bei einem Happy Meal zwischen einem Malbuch, einem Buch oder einem Spielzeug aus Karton entscheiden.

Bei McDonald's Deutschland verweist man in diesem Zusammenhang darauf, dass man seit 2016 Bücher als Alternative in das Geschenkportfolio aufgenommen habe. 10 Cent würden an die unternehmenseigene [Ronald McDonald Stiftung](#) gespendet, wenn sich Gäste für ein Buch entscheiden. Allein 2019 habe man rund 7 Millionen Bücher verschenkt.

Ob das Kunststoffspielzeug auch in Deutschland bald ganz abgeschafft wird, dazu äussert sich das Unternehmen auf Anfrage der Tageszeitung [«Neue Westfälische»](#) nicht. McDonald's betont aber, dass man selbst in diesen herausfordernden Zeiten seine Nachhaltigkeitsziele verfolgt habe und man kontinuierlich an der Reduktion von Kunststoffverpackungen arbeite. Seit Dezember 2020 würden die Spielzeuge vermehrt in Papier statt in Plastik verpackt.

Ihr
Knud Wassermann,
Chefredakteur «Graphische Revue»