



MASTERARBEIT | MASTER'S THESIS

Titel | Title

Tingi Culture auf den Philippinen: Von einer nachhaltigen Praxis
zur Sachet Economy

Die Rolle von und der Umgang mit Einwegplastik-Sachets in
Slums in Manila

verfasst von | submitted by

Larissa Henke B.A.

angestrebter akademischer Grad | in partial fulfilment of the requirements for the degree of
Master of Arts (MA)

Wien | Vienna, 2024

Studienkennzahl lt. Studienblatt | Degree
programme code as it appears on the
student record sheet:

UA 066 589

Studienrichtung lt. Studienblatt | Degree
programme as it appears on the student
record sheet:

Masterstudium Internationale Entwicklung

Betreut von | Supervisor:

Mag. Dr. Alfred Gerstl Privatdoz. MIR

To the people of Parola and Payatas

Danksagungen

Ich möchte mich an dieser Stelle bei allen bedanken, die mich während dieser Masterarbeitszeit begleitet und unterstützt haben oder sogar Teil davon geworden sind.

Der größte Dank gilt allen Filipinas und Filipinos, die mich auf den Philippinen in irgendeiner Art und Weise unterstützt haben. Insbesondere danke ich allen Slumbewohner:innen, die mich an ihrem Alltag teilhaben ließen, ihre Erfahrungen mit mir teilten oder mich in den Slums begleiteten. Hier ist insbesondere Ate Cris zu nennen, die immer für mich da war. Ein großes Dankeschön geht außerdem an das Puso sa Puso Team, das mir immer zur Seite stand – danke an Sister Frances und Sister Mila, Darren, Ate Lucy, Jennifer und Angel.

Ich möchte mich außerdem bei der Organisation GAIA – insbesondere Sherma Benosa und Archie Abelar – für ihre Unterstützung und das geteilte Wissen bedanken.

Ein großer Dank geht auch an meinen Betreuer Privatdozent Mag. Dr. Alfred Gerstl, MIR der mich über die gesamte Zeit mit konstruktiver Kritik unterstützt hat und immer schnell für Fragen zur Verfügung stand.

Ein riesengroßes Dankeschön geht auch an Claudi, die mich mit ihrem erstaunlichen Wissen im Rahmen des Schreibprozesses begleitet hat.

Danke auch an Lui, Lidi und alle weiteren Freund:innen, meine Eltern, Schwester und Chris, die mich tatkräftig unterstützt und beraten haben oder einfach für mich in dieser besonderen Zeit da waren!

Ein letzter Dank geht an alle Katzen, auf die ich während des Schreibprozesses aufpassen durfte und die ihr Zuhause für diese Zeit mit mir geteilt haben – Lui, Mopsi, Izzy, Shadow, Hunti, Noir, Caramel, Easyblue.

Maraming Salamat sa lahat!

Kurzfassung

Die Philippinen gehören zu den Ländern des Globlen Südens mit der höchsten Konsumrate von Einweg-Produkten. Sämtliche Alltagsgüter – von Kosmetik über Lebensmittel bis zu Haushaltsprodukten – werden in kleinen bis kleinsten Portionsgrößen angeboten, die in sogenannten Sachets verpackt werden. Diese bestehen aus verschiedenen Kunststoffmaterialien und tragen wesentlich zur Plastikkrise auf dem Inselstaat bei. Der Konsum von Portionsgrößen ist in der philippinischen Kultur tief verankert – und wird als Tingi Culture bezeichnet. Sie reicht bis in die indigene Zeit zurück und gilt als eine nachhaltige Konsum-Praxis mit wiederverwendbaren Verpackungsmaterialien. Diese philippinische Kultur der Portionsgrößen nutzten Unternehmen zunehmend, um ihre Produkte in kleinen Sachet-Größen erfolgreich auf den Markt zu bringen. Diese Unternehmens-Strategie richtet sich insbesondere an die armen Bevölkerungsschichten und verwandelte innerhalb weniger Jahrzehnte die Tingi Culture in eine Sachet Economy. Ziel dieser Masterarbeit ist es die Tingi Culture bzw. Sachet Economy in zwei verschiedenen Slums – Parola und Payatas – der philippinischen Hauptstadt Manila zu untersuchen. Im Zentrum steht die Frage, welche Rolle die Tingi Culture in den beiden Slums von Manila spielt und wie ihre Bewohner:innen mit ihr umgehen. Im Rahmen eines dreimonatigen Forschungsaufenthalts auf den Philippinen wurden Methoden der empirischen Sozialforschung, wie die Teilnehmende Beobachtung, Interviews und verschiedene Dokumentationsformen, eingesetzt, um die Tingi Culture im Alltagsleben der Slumbewohner:innen zu erforschen. Dabei wurde ein Fokus auf die sozialen und ökologischen Auswirkungen und Folgen des Tingi-Konsums gelegt. Die gewonnenen Daten, darunter 20 semistrukturierte Interviews mit Bewohner:innen sowie der Umweltorganisation GAIA, wurden mit der Thematischen Analyse nach Braun und Clarke analysiert und in den theoretischen Rahmen eingeordnet, der sich aus der (Urbanen) Politischen Ökologie, der Environmental Justice und der Materialitätsforschung zusammensetzt. Die Ergebnisse zeigen, dass die Tingi Culture tief in das philippinische Leben verankert ist und den Alltag der Slumbewohner:innen prägt. Tingi-Produkte stellen für viele Bewohner:innen eine essentielle Ressource zur Sicherung ihres Überlebens dar, indem sie ihren Bedarf an alltäglichen Produkten decken. Die Vorteile dieser Einwegplastik-Produkte – erschwinglich, praktisch, bequem, hygienisch, etc. – führen viele Verbraucher:innen in eine Abhängigkeitsspirale. Die Umweltverschmutzung durch den massiven Plastikmüll und seine Auswirkungen werden zu einem Großteil von den marginalisierten Gemeinschaften getragen. Die Arbeit demonstriert die Notwendigkeit, dass alle Involvierten Verantwortung übernehmen müssen, um die Plastikkrise zu verringern bzw. zu lösen – etwa durch Aufklärung über ökologische und gesundheitliche Folgen, Gesetze, Kreislaufwirtschaft, biologisch abbaubare Sachets, Recycling oder optimiertes Müllmanagement.

Abstract

The Philippines are one of the countries in the Global South with the highest consumption rate of single-use products. All everyday goods – from cosmetics to food to household products – are offered in small to the smallest portion sizes, which are packaged in so-called sachets. These are made of various plastic materials and contribute significantly to the plastic crisis in the island nation. The consumption of portion sizes is deeply rooted in Filipino Culture – and is referred to as Tingi Culture. It dates back to the indigenous period and is considered a sustainable consumption practice with reusable packaging materials. Companies are increasingly using this Filipino Culture of portion sizes to successfully launch their products in small sachet sizes. This corporate strategy is particularly aimed at the poor sections of the population and has transformed the Tingi Culture into a Sachet Economy within a few decades. This master's thesis aims to examine the Tingi Culture and Sachet Economy in two different slums – Parola and Payatas – in the Philippine capital Manila. The central question is what role the Tingi Culture plays in the two slums of Manila and how its inhabitants deal with it. During a three-month research stay in the Philippines, methods of empirical social research, such as participant observation, interviews and various forms of documentation, were used to explore Tingi Culture in the everyday lives of slum dwellers. The social and ecological effects and consequences of Tingi consumption were a particular focus. The data collected, including 20 semi-structured interviews with residents and the environmental organization GAIA, was analyzed using Braun and Clarke's thematic analysis and integrated into the theoretical framework, which is composed of (Urban) Political Ecology, Environmental Justice, and Materiality Research. The results show that Tingi Culture is deeply embedded in Philippine life and shapes the daily lives of slum dwellers. Tingi products are an essential resource for many residents to ensure their survival by meeting their needs for everyday products. The advantages of these disposable plastic products – affordable, practical, convenient, hygienic, etc. – lead many consumers into a spiral of dependency. The environmental pollution caused by the massive plastic waste and its effects are largely borne by marginalized communities. The work demonstrates the need for all parties involved to take responsibility in order to reduce or solve the plastic crisis – for example, by educating people about ecological and health consequences, laws, circular economy, biodegradable sachets, recycling or optimized waste management.

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis.....	1
Tabellenverzeichnis	2
Abkürzungsverzeichnis.....	3
1. Einleitung	4
1.1. Hintergrund und Relevanz des Themas	9
1.2. Stand der Forschung.....	10
2. Konzeptueller Rahmen.....	14
2.1. Einführung in den Begriff der Tingi Culture	14
2.1.1. Etymologie von Tingi	14
2.1.2. Historische Entwicklung der Tingi Culture auf den Philippinen.....	15
2.1.3. Tingi Culture aktuell.....	17
2.1.4. Sari-Sari-Stores als wichtiger Ort für Tingi-Produkte	19
2.2. Einführung in das Konzept der Sachet Economy.....	21
2.2.1. Was wird unter einem Sachet verstanden?	21
2.2.2. Definition Sachet Economy und Sachet Marketing.....	22
2.2.3. Die Entstehung des Sachet Marketings.....	24
2.3. Sachet Economy auf den Philippinen.....	27
2.3.1. Von der Tingi Culture zur Sachet Economy	27
2.3.2. Hintergründe des Sachet-Erfolges auf den Philippinen	30
3. Theoretischer Rahmen: Einführung in die Theorien.....	32
3.1. Politische Ökologie	32
3.1.1. Urbane Politische Ökologie	35
3.1.2. Environmental Justice.....	40
3.2. Materialitätsforschung.....	43
3.3. Relevanz der Theorien für die Tingi Culture auf den Philippinen	46
4. Methodik	48
4.1. Forschungsdesign.....	48
4.1.1. Qualitative Forschung.....	48
4.1.2. Erhebungsmethoden	50
4.1.2.1. Teilnehmende Beobachtung	50
4.1.2.2. Interviews.....	53
4.1.2.3. Dokumentationsformen.....	57
4.1.2.4. Literaturrecherche.....	57
4.2. Planung und Durchführung der Forschung und Datenerhebung.....	57
4.3. Ethikaspekte: Dekoloniale Sozialforschung	63
4.4. Datenauswertung und -analyse	65

4.4.1. Thematische Analyse (TA) nach Braun und Clarke.....	66
4.4.2. Kodieren.....	68
4.4.3. Datenaufbereitung und Durchführung der Thematischen Analyse.....	69
5. Darstellung der Ergebnisse der Datenanalyse: Tingi Culture in den Slums in Manila	74
5.1. Die Slums: Parola und Payatas	74
5.2. Alltagssituationen: Verwendung von Sachets als Tingi-Produkte.....	77
5.2.1. Wort und Begriff.....	78
5.2.2. Tingi-Produkte.....	78
5.2.3. Bedeutung	81
5.3. Einflussfaktoren auf das Verhalten von Slumbewohner:innen.....	82
5.3.1. Tingi Culture	83
5.3.2. Gründe für Tingi-Konsum.....	87
5.3.3. Gründe gegen Tingi-Konsum.....	92
5.4. Auswirkungen und Folgen.....	94
5.4.1. (Plastik-) Müll	95
5.4.2. Umweltverschmutzung	97
5.4.3. Reuse und Recycle	98
5.5. Verantwortung.....	100
5.5.1. Rolle der Regierung.....	100
5.5.2. Rolle der Unternehmen.....	103
5.5.3. Rolle der Sari-Sari-Stores	106
5.5.4. Rolle der Community	108
5.5.5. Rolle der Organisationen	110
5.6. Gegenbewegungen und Lösungsansätze	111
6. Diskussion	114
7. Fazit und Ausblick	124
8. Literaturverzeichnis	129
9. Anhang	133
Anhang I: Interview Liste.....	133
Anhang II: Interviewleitfaden.....	134
Anhang III: Ausschnitte aus Interview Transkripten.....	136

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Sari-Sari-Store(Foto: Larissa Henke, 22.11.2022).	19
Abbildung 2: „Multi-Layaer Sachet“ (Quelle: Liamzon et al. 2020: 11).	22
Abbildung 3: „Single layer sachet“ (Quelle Liamzon et al. 2020: 11).	22
Abbildung 4: Abbildung von kodiertem Interview mit vielen Farben (Quelle: eigene Darstellung).	70
Abbildung 5: Zwischenstand der Themes-Übersicht (eigene Darstellung).	71
Abbildung 6: „thematic map“ zum Thema Verantwortung (eigene Darstellung).	71
Abbildung 7: Finale Darstellung der Themes und Codes (Eigene Darstellung).	73
Abbildung 8: Karte von Metro Manila mit Kennzeichnung der Slums Payatas und Barangay 105 (Quelle: Google Maps (2024): „Metro Manila“. Elektronisches Dokument: https://www.google.com.ph/maps/place/Metro+Manila,+Philippinen/@14.6551289,121.0325927,11z/data=!4m6!3m5!1s0x3397c8d26026386d:0x5fed23daac9278d0!8m2!3d14.6090537!4d121.0222565!16zL20vMGpod2Q?entry=ttu&g_ep=EgoyMDI0MDkxOC4xIKXMDSOASAFQAw%3D%3D (zuletzt abgerufen: 23.09.2024) + eigene Bearbeitung).	75

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Ausgewählte Shampoo-Verkaufszahlen, Procter & Gamble (Ang und Sy-Changco 2007: 23).....	25
Tabelle 2 Umsatz mit Shampoo und Geschirrspülmittel, P&G Philippinen: Ang und Sy-Changco 2007: 14).....	29

Abkürzungsverzeichnis

ca.	circa
DNR	Environmental Department
Engl.	Englisch
EPR	Extended Producer Responsibility Law
et al.	et alia (und andere)
Etc.	et cetera
FDA	Food and Drug Administration
FMCG	Fast Moving Consumer Goods)
GAIA	Organisation Global Alliance for Incinerator Alternatives
MAXQDA	Software zur computergestützten qualitativen Daten- und Textanalyse.
ml	Milliliter
NEAP	Non Environmentally Acceptable Product
PE	Polyethylen
Php	Philippinischer Peso
P&G Philippines	Procter & Gamble Philippines
RA 9003	Republic Act 9003 (Ecological Solid Waste Management Act)
RDF	refuse derived fuel (Ersatzbrennstoff)
TA	Thematische Analyse
UN	United Nations
UN-Habitat	Wohn- und Siedlungsprogramm der Vereinten Nationen
UP Diliman	University of the Philippines Diliman
USA	United States of America
USD	US Dollar
z.B.	zum Beispiel
€	Euro-Zeichen

1. Einleitung

Der weit verbreitete und zunehmende Verbrauch von Kunststoffen ist zu einem globalen Problem mit erheblichen sozialen und ökologischen Auswirkungen geworden. Plastik benötigt hunderte von Jahren, um sich zu zersetzen und bedroht damit die Natur, das Klima, das Leben – kurz die gesamte Umwelt (Manalo und Manalo 2022: 104). Weltweit haben insbesondere Einwegverpackungen stark zugenommen. In vielen Ländern des Globalen Südens erfreuen sich vor allem kleine Portionen von Produkten, verpackt in sogenannten Sachets (Engl.: kleiner Beutel), großer Beliebtheit. Hierbei handelt es sich um kleine, versiegelte Verpackungen aus einer oder mehreren dünnen Kunststoffschichten, die größtenteils mit Lebensmitteln, Kosmetik oder Haushaltsprodukten befüllt werden und für den einmaligen Gebrauch einer Person oder einer Familie bestimmt sind (Liamzon et al. 2020: 11; Tiquia 2019).

Eines der Länder mit dem weltweit höchsten Verbrauch an Sachets sind die Philippinen. Gemäß einer Statistik der Weltbank verbraucht die philippinische Bevölkerung **täglich 163 Millionen Plastik-Sachets** (World Bank Group 2021a). Das entspricht 52 Prozent des philippinischen Plastikmülls, der jährlich insgesamt eine Menge von 2,7 Millionen Tonnen Kunststoffmüll erreicht. Rund 20 Prozent dieser Menge landen im Meer (Manalo und Manalo 2022: 105). Damit sind die Philippinen weltweit der drittgrößte Verursacher von Meeresverschmutzung mit geschätzten 0,75 Millionen Tonnen Plastik, die jedes Jahr in die Meere gelangen (World Bank 2021: 12). Ein großes Problem ist, dass diese Plastikverpackungen kaum wiederverwendbar sind und nur teilweise recycelt werden können, da sie meist aus verschiedenen Kunststoffen und größtenteils sogar aus Aluminium und Klebstoffen bestehen. Aufgrund ihres geringen oder gänzlich fehlenden ökonomischen Werts gelangen sie häufig beabsichtigt oder unbeabsichtigt in die Umwelt, wo sie sich anreichern und dadurch die natürliche Landschaft zerstören, Wasserwege verstopfen, die Tierwelt schädigen sowie Lebensgrundlagen wie den Tourismus und die Fischerei bedrohen (Liamzon et al. 2020: 6; Tiquia 2019). In Metro Manila allein entstehen täglich rund 9.000 Tonnen Abfall. Die Effizienz der Abfallsammlung ist hier mit 80 Prozent landesweit am höchsten (Manalo und Manalo 2022: 105).

Bei meinem ersten Besuch auf den Philippinen im Jahr 2014 ist mir sogleich die enorme Plastikvermüllung aufgefallen. Grund dafür ist, dass an jeder Ecke Sachets für sämtliche Produkte erworben werden können. Selbst angezogen durch die große Bequemlichkeit, die diese Produkte mit sich bringen, wurde mir sofort bewusst, dass diese auch mit gravierenden Konsequenzen verbunden sind. Der Sachet-Müll war überall in der Stadt, auf allen Straßen

unübersehbar. So drängte sich mir die Frage auf, warum Sachets auf den Philippinen so verbreitet und begehrt sind.

Im Rahmen einer ersten Recherchearbeit stellte sich heraus, dass dieses Kaufverhalten bereits vor der Kolonialzeit zur philippinischen Identität gehörte. Diese von den Filipinas und Filipinos selbst bezeichnete „Tingi Culture“ ermöglicht es insbesondere einkommensschwachen Menschen kleinste Mengen einzukaufen (Liamzon et al. 2020: 12f). Tingi heißt aus dem philippinischen Dialekt Tagalog übersetzt „stückweise“ (Gacutan 2012: 5). Die Tingi Culture umfasst nicht nur verpackte Produkte einer Marke in Sachets, sondern auch die kleinen Plastikverpackungen, in denen sich Gegenstände des täglichen Bedarfs befinden. Dazu zählen beispielsweise eine Knoblauchzehe oder einige Esslöffel Öl oder Essig, die häufig in kleinen Einzelhandelsgeschäften in der Nachbarschaft verkauft werden. Auf den Philippinen leben 21,6 Prozent der Bevölkerung unter der Armutsgrenze und mehr als die Hälfte der Haushalte gehören der armen und unteren Einkommensklasse an (Liamzon et al. 2020: 14). Der Stückkauf ermöglicht lediglich die benötigten Waren zu erwerben, in einer Menge, die den Bedürfnissen entspricht. Folglich kann die Tingi Culture als eine ursprünglich nachhaltige Praxis bezeichnet werden, da nur in geringem Umfang Abfälle entstehen. Die Großindustrie erkannte das kommerzielle Potenzial dieser Facette der philippinischen Kultur und begann, ihre Produkte in ein- und mehrschichtigen Sachet-Verpackungen anzubieten, wodurch der Markt überschwemmt wurde. Die Sachets etablierten sich als Marketingstrategie der Unternehmen, die auf die armen Bevölkerungsschichten abzielte. Die Effektivität und der Erfolg dieser Strategie lassen sich anhand der großen Anzahl an heute im Land verwendeten Sachets belegen. In wenigen Jahrzehnten wandelte sich die Tingi Culture zu einer Kultur der Bequemlichkeit, in der schnelllebige Konsumgüter in nicht wiederverwertbaren Sachets dominieren (ebd.: 14f).

Die vorliegende Masterarbeit zielt folglich darauf ab, die Tingi Culture auf den Philippinen zu analysieren. Es soll untersucht werden, welche Rolle die ursprünglich nachhaltige Praxis Tingi, die heute auch als Sachet Economy bezeichnet wird, in den Slums der philippinischen Hauptstadt Manila spielt und wie ihre Bewohner:innen mit ihr umgehen. Schwerpunkt liegt dabei auf den sozialen, kulturellen, ökonomischen und ökologischen Dimensionen der Thematik. Da der Konsum von Sachets in den unteren sozioökonomischen Schichten tendenziell höher ist, wurde das Forschungsfeld auf Slums in Manila beschränkt. Die Untersuchung erfolgt anhand einer Case-Study, die zwei der größten Armutsviertel Manilas namens Parola und Payatas umfasst. Diese differenzieren sich sowohl in ökologischen als auch ökonomischen Aspekten, insbesondere in Bezug auf die Hafenwirtschaft in Parola und die

Müllaufbereitungswirtschaft in Payatas. Durch die unterschiedlichen örtlichen Gegebenheiten können Gemeinsamkeiten und Unterschiede in Bezug auf die Rolle und den Umgang mit der Tingi Culture herausgefunden werden. Im Herbst 2022 wurde für einen Zeitraum von zehn Wochen eine Feldforschung vor Ort durchgeführt, um den alltäglichen Umgang mit Tingi-Produkten zu erfassen. Dabei wurde eine Kombination von qualitativen Methoden wie Interviews, Teilnehmenden Beobachtungen und Dokumentenanalyse eingesetzt, um die komplexe Dynamik der Tingi Culture darstellen zu können. Die Auswahl der beiden Slums Parola und Payatas als Untersuchungsgegenstand basiert unter anderem auf bereits bestehenden Kontakten zu Bewohner:innen, die durch wiederholte Aufenthalte auf den Philippinen¹ entstanden sind.

Ziel dieser Masterarbeit ist durch Feldforschung in den beiden Slums von Manila die folgenden Fragen und Unterfragen zu beantworten:

Welche Rolle spielt die Tingi Culture in den Slums von Manila und wie gehen ihre Bewohner:innen mit ihr um?

1. *Welche Bedeutung hat Tingi für die Bewohner:innen in den beiden Slums Parola und Payatas?*
2. *Welche Auswirkungen und Folgen haben der Konsum von Tingi-Produkten / Sachets auf das Leben der Slumbewohner:innen?*
3. *Welche Rolle spielen Unternehmen, die Tingi-Produkte herstellen bzw. vertreiben, die Regierung und Organisationen innerhalb der Sachet Economy?*
4. *Wie wirkt sich das Konsum- und Entsorgungsverhalten der Filipinas und Filipinos auf die Umwelt aus?*
5. *Gibt es bereits Gegenbewegungen zur Sachet Economy in den Slums?*

Die vorliegende Masterarbeit verfolgt, wie aus den Forschungsfragen ersichtlich wird, eine Reihe unterschiedlicher Ziele. Zum einen soll eine historische Perspektive sowie eine Momentaufnahme der Tingi Culture in den Slums in Manila dargelegt werden. Hauptziel ist, die komplexen soziokulturellen Realitäten und die Umweltbelastungen aufzudecken, die mit dem Sachet-Konsum verbunden sind. Am Ende der Arbeit sollen Lösungsansätze identifiziert

¹ Zum einen durch einen einjährigen Freiwilligeneinsatz in einem der Slums bei der Organisation „Puso sa Puso“ und zum anderen durch einen halbjährigen Forschungsaufenthalt im Rahmen des Bachelorstudiums zum Thema „Die Privatisierung des Wassersektors in Metro Manila und ihre Auswirkungen und Folgen auf die Bewohner:innen der Slums Payatas und Barangay 105“ (Henke 2018).

werden, um den durch den Sachet-Konsum bedingten Herausforderungen adäquat begegnen zu können.

Die Analyse der unterschiedlichen Dynamiken der Tingi Culture erfordert einen interdisziplinären theoretischen Rahmen, um eine holistische Betrachtungsweise zu gewährleisten. Die Politische Ökologie stellt das Gerüst der Analyse dar (Peet und Watts 2002). Die Ansätze der Politischen Ökologie, insbesondere die Urbane Politische Ökologie, helfen bei der Untersuchung, struktureller Machtverhältnisse im Hinblick auf den Zugang zu Ressourcen zu analysieren (Bauriedl 2022; Swyngedouw und Heynen 2003). Weiterhin lassen sich mit der Environmental Justice, die ungleiche Verteilung von Umweltbelastungen in den Slums verstehen sowie potenzielle Lösungsansätze erörtern (Bellina 2022). Als weitere Theorie wurde die Materialitätsforschung gewählt, um die symbolischen und physischen Bedeutungen der Sachets zu untersuchen (Miller 2005; Ingold 2012). Diese Theorien und Ansätze bilden gemeinsam ein interdisziplinäres und holistisches Analyseinstrument, das sich gegenseitig ergänzt, um die sozialen, ökologischen und wirtschaftlichen Dimensionen der Tingi Culture zu verstehen.

Vor der Darstellung des Aufbaus der Masterarbeit werden im Folgenden noch einzelne Begriffe und Schreibweisen der Thesis erklärt. Zuerst möchte ich den Kultur-Begriff in Bezug auf die Tingi Culture kurz erläutern. Der Sachet-Konsum manifestiert sich in der Tingi Culture auch auf einer kulturellen Ebene. Die Verwendung des Kulturbegriffs durch die philippinische Bevölkerung sowie dessen Bedeutung werden anhand der Ergebnisse der Forschung verdeutlicht. Der Kulturbegriff an sich wird als problematisch erachtet, da keine allgemeingültige Definition existiert, was eine Kultur ausmacht. Da die philippinische Bevölkerung den Begriff Tingi Culture selbst entwickelt hat und verwendet, wird dieser Begriff in dieser Thesis ebenfalls verwendet, ohne dass eine weiterführende Erläuterung des Begriffs der Kultur erfolgt (Miller 2005: 8).

Des Weiteren möchte ich anmerken, dass eine Reihe von Begriffen, darunter auch solche, die ursprünglich aus dem Englischen oder Philippinischen stammen, bewusst großgeschrieben und in ihrer ursprünglichen Schreibweise beibehalten werden. Bei „Globaler Süden“ etwa soll mit der Großschreibung auf die globalen Asymmetrien aufmerksam gemacht werden. Der Begriff „Tingi Culture“ wird in seiner original philippinischen Form beibehalten – ohne etwa die deutsche Übersetzung „Kultur“ zu verwenden. Dies dient der Hervorhebung von Tingi Culture als eigenständigem Begriff. Dasselbe gilt etwa für die englischen Begriffe „Sachet“ und „Sachet Economy“.

Die Aussagen aus den Interviews werden außerdem ausschließlich auf English weitgehend unverändert zitiert, um das Gesagte möglichst originalgetreu abzubilden. Zu Gunsten des Leseflusses verwende ich bei der Wiedergabe von Zitataussagen die direkte Rede.

Den Gender-Doppelpunkt nutze ich, um auf die Vielfalt der Geschlechter zu verweisen.

Die vorliegende Thesis ist in sechs Kapitel unterteilt. Der Einstieg erfolgt mittels eines konzeptuellen Rahmens, der einen Überblick über die Erkenntnisse aus der Literatur schaffen soll. Zunächst erfolgt eine Einführung in den Begriff der Tingi Culture. Dabei wird kurz die Etymologie des Wortes Tingi erörtert, der historische und aktuelle Kontext der Tingi Culture auf den Philippinen vertieft, sowie Sari-Sari-Stores² als wichtigster (Verkaufs-)Ort für Tingi-Produkte vorgestellt. Es folgt die Einführung des Konzepts der Sachet Economy. Dabei wird der Frage nachgegangen, was unter einem Sachet zu verstehen ist, sowie die Begriffe Sachet Economy und Sachet Marketing definiert und ihre Entstehungsgeschichte dargelegt. Der dritte Teil des konzeptuellen Rahmens betrachtet die Sachet Economy auf den Philippinen. Es werden die Entwicklung der Tingi Culture zur Sachet Economy sowie die Hintergründe des Sachet-Erfolges auf den Philippinen erörtert. Im zweiten Kapitel wird der theoretischen Rahmen dargelegt. Präsentiert werden relevante Ansätze aus der politischen Ökologie – in dieser Masterarbeit die Urbane Politische Ökologie und die Environmental Justice – sowie die Materialitätsforschung. Sie sind für die Analyse der genannten Forschungsfragen von Bedeutung. Das nächste Kapitel stellt die Methodik der Feldforschung vor. In diesem Zusammenhang wird auf das qualitative Forschungsdesign, die durchgeführten Erhebungsmethoden – darunter die teilnehmende Beobachtung, Interviews, Dokumentationsformen und die Literaturrecherche – sowie die Planung und Durchführung der Forschung eingegangen. Darüber hinaus werden ethische Überlegungen dargelegt. Des Weiteren wird die gewählte Methode der Datenauswertung und -analyse – die ‚Thematische Analyse‘ – präsentiert und der Prozess der Datenaufbereitung und Durchführung der Analyse dargelegt. Das fünfte Kapitel präsentiert die Ergebnisse der Feldforschung und ordnet diese mit Bezug auf die Forschungsfragen in die folgenden Themenbereiche: Alltagssituationen, Einflussfaktoren auf das Verhalten von Slumbewohner:innen, Auswirkungen und Folgen, Verantwortung und Gegenbewegungen bzw. Lösungsansätze. Die Ergebnisse werden im

² Kleine Verkaufsläden, die sich an jeder Straßenecke befinden und meist kleine Produkte von Lebensmitteln über Kosmetikartikel verkaufen (Sy-Changco et al. 2011: 756).

sechsten Kapitel einer umfassenden Diskussion unterzogen und in den Kontext der Theorien gestellt. Abschließend werden im letzten Kapitel die zentralen Erkenntnisse in einem Fazit zusammengefasst und ein Ausblick bezüglich weiterem Forschungs- und Handlungsbedarf gegeben.

1.1. Hintergrund und Relevanz des Themas

Das Thema ist von hoher Relevanz und Aktualität. Es umfasst eine Vielzahl von Bereichen. Zum einen geht es um die Problematik von Plastik, insbesondere von Einwegplastik. Zum anderen wird eine Praxis thematisiert, die vor der Kolonialzeit entstanden ist und sich bis heute in der philippinischen Kultur manifestiert. Darüber hinaus demonstriert die Tingi Culture die Anpassungsfähigkeit von Unternehmen im Kontext des Kapitalismus. Sie hat sich von einer nachhaltigen Praxis zu schnelllebigen Konsumgütern in Wegwerf-Sachets transformiert. Obwohl die philippinische Bevölkerung lange Zeit ohne Sachets auskam, werden sie nun als unverzichtbar angepriesen. Außerdem werden sie als Antwort auf das Bedürfnis nach Qualitätsprodukten ohne hohen Preis gesehen und von den Unternehmen als „pro-poor“ (Engl.: für arme Menschen) beworben. Darüber hinaus werden sie als bequem beworben, obwohl dies nur für Kauf und Nutzung gelten kann. Im Anschluss sind sie kaum recyclebarer Müll, der für die Gesellschaft und die Umwelt hohe Kosten verursacht. Dies wird in den meisten Kosten- und Verlustrechnungen der Unternehmen nicht berücksichtigt (Liamzon et al. 2020: 6f, 14f).

Die globale Umweltkrise sowie der Klimawandel werfen zunehmend die Frage auf, wie sich das Konsumverhalten marginalisierter Gemeinschaften langfristig auswirkt. Diese Forschung soll dazu beitragen, die Herausforderungen in den Slums zu erkennen und Lösungsansätze zu entwickeln. Eine empirische Forschung ist unerlässlich, da die Tingi Culture auf den Philippinen am besten durch die Arbeit vor Ort und die räumliche Nähe zu den Menschen aus den unteren ökonomischen Schichten verstanden werden kann. Außerdem gibt es in der Entwicklungsforschung trotz der beschriebenen Relevanz noch große Forschungslücken und wenig Literatur über die Tingi Culture. Eine reine Literaturanalyse wäre daher kaum möglich, wie auch das nachfolgende Kapitel zum Stand der Forschung zeigt.

Durch die Forschung und die Literaturrecherche zielt diese Masterarbeit darauf ab, einen Beitrag zum Diskurs rund um Plastikverschmutzung, Sachet Economy und Tingi Culture zu leisten.

1.2. Stand der Forschung

Trotz ihrer Bedeutung und ihren gravierenden Auswirkungen ist die Sachet Economy bisher noch wenig erforscht (Singh et al. 2009: 4). Auch die Forschungslage zur Tingi Culture ist äußerst dünn. Nachfolgend stelle ich sämtliche Veröffentlichungen vor, die ich im Rahmen der Literaturrecherche für diese Masterarbeit gefunden habe. Die meisten dieser Publikationen, wurden aus einer neoliberalen, ökonomischen Perspektive verfasst. Sie beschreiben Sachets unkritisch als pro-poor und als praktische Möglichkeit, um Produkte auf den Philippinen oder auch in anderen Ländern des Globalen Südens an den Niedriglohnsektor verkaufen zu können. Ziel dieser Studien war es, Unternehmen Lösungsansätze zu bieten, um zukünftig höhere Umsätze im Sachet-Segment zu generieren. Ein Großteil dieser Literatur floss in das Erstellen der Masterarbeit ein.

An erster Stelle ist der sogenannte Sachet King C.K. Rajkumar zu nennen, Mit seiner Publikation „The fortune at the bottom of the pyramid“ (2004) hat er maßgeblich zum Sachet-Erfolg weltweit beigetragen. Er ruft Unternehmen dazu auf, sich der Herausforderung zu stellen, „den Armen zu dienen“ (im Englischen: „serving the poor“), indem sie seine Strategie der Sachet-Vermarktung umsetzen (Prakash 2014). Rajkumar versteht die kleinen Verpackungen als eine Art Dienstleistung für die Gemeinschaft, da sie für ihn pro-poor sind (Prakash 2014).

Rodolfo P. Ang und Joseph A. Sy-Changco haben mit weiteren Autor:innen mehrere Publikationen zur Sachet Economy veröffentlicht:

In „The phenomenon of sachet marketing: Lessons to be learned from the Philippines“ (2007) analysieren die beiden Autoren die weit verbreitete und nach ihrer Einschätzung erfolgreiche Nutzung des Sachet-Marketings auf den Philippinen. Sie kommen zu dem Schluss, dass zum Erfolg der Sachet Economy außer Armut auch ein Einzelhandelsvertriebsnetz beiträgt. Ferner auch der Kontakt mit westlichen Medien, eine ausgeprägte Verbraucher:innenorientierung sowie Technologien, die die Kosten für die Portionierung von Sachets senken können. Die Erkenntnisse sollen als Leitfaden für andere Länder und Unternehmen dienen, die ebenfalls eine Sachet Economy erfolgreich aufbauen möchten (Ang und Sy-Changco 2007).

In „Buying less, more often: An evaluation of sachet marketing strategy in an emerging market“ (2009) analysieren Ang und Sy-Changco in Zusammenarbeit mit Ramendra Singh das Sachet Marketing in Indien. Dabei konnten sie ähnliche Erkenntnisse wie auf den Philippinen gewinnen (Singh et al. 2009: 3).

Sy-Changco und Singh (2011) veröffentlichten gemeinsam mit Chanthika Pornpitakpan und Celia M. Bonilla eine weitere Publikation mit dem Titel „Managerial insights into sachet marketing strategies and popularity in the Philippines“. Auch in dieser Untersuchung legen sie den Fokus darauf Strategien zu verbessern, um den Absatz von Sachets zu steigern. Es werden Einblicke in das Management gewährt, die verdeutlichen, wie Konsumgüterunternehmen die traditionellen Einzelhandelsmodalitäten im Miniformat annehmen und ihre Strategien anpassen können, um Sachets auf den Philippinen erfolgreich zu vermarkten (Sy-Changco et al. 2011: 755).

Die genannten Publikationen bieten einen guten Einblick in die Sachet Economy, wobei jedoch eine unkritische Haltung gegenüber dieser eingenommen wird. Zudem werden mögliche Konsequenzen für Umwelt und Gesellschaft nicht thematisiert, sondern nur das Streben nach Profitmaximierung in den Vordergrund gestellt wird.

Aliyah Jana E. Alladin, Jalen Arvin H. Limon, Shaina Nicole R. Oblea und Ronaldo R. Cabauatan (2022) analysieren in ihrer Studie „Economic and Non-Economic Variables Affecting Consumer Preferences of Quezon City Households on Sachet Products“ die Beliebtheit von Sachets aus einer holistischeren Perspektive. Sie ermitteln, wie ökonomische sowie nicht-ökonomische Variablen, die den Konsum von Sachet-Produkten beeinflussen – anhand der Präferenzen von Haushalten in der Stadt Quezon City (Metropolregion Manila). Ziel der Studie war, dem privaten Sektor neue Erkenntnisse für erfolgreiche Marketingstrategien zu liefern (Alladin et al. 2022: 48).

Eine der wenigen wissenschaftlichen Arbeiten, die sich mit der Sachet Economy kritisch auseinandersetzt, ist „Sachet Economy. Big Problems In Small Packets“ von C. Liamzon, S. Benosa und M. Aliño, B. Bacongus (2020) der Organisation Global Alliance for Incinerator Alternatives (GAIA). Außer der wissenschaftlichen Auseinandersetzung mit der Sachet Economy und Tingi Culture auf den Philippinen präsentiert GAIA auch Lösungsansätze anhand von bestehenden Projekten (Liamzon et al. 2020: 4). Diese Publikation ist deshalb von großer Bedeutung für diese Masterarbeit. Zum Thema Plastik auf den Philippinen hat GAIA zudem weitere Studien publiziert.

In ihrer Studie „Slave to sachet economy: Socio-cultural insights“ analysieren Hernani Manalo und Ma. Riza Manalo (2022) die soziokulturellen Faktoren, die zu dem massiven Konsum von Sachet-Produkten auf den Philippinen führen, sowie die Gewohnheiten Sachets zu entsorgen. Die Ergebnisse verdeutlichen, dass sowohl die Tingi Culture als auch die Bequemlichkeit der

Bevölkerung, verstärkt durch die Marketingstrategien multinationaler Unternehmen, maßgeblich zur Vorliebe der philippinischen Bevölkerung für Sachets beitragen. Den Autor:innen zufolge schaden das unsachgemäße Entsorgen von Sachets und das mangelhafte Durchsetzen von Umweltgesetzen massiv der Umwelt. Die Studie postuliert auch, welche Akteur:innen in welchem Umfang Verantwortung übernehmen müssten, um das Problem zu lösen – zum Beispiel basierend auf einer Kreislaufwirtschaft (Manalo und Manalo 2022: 103).

Auch außerhalb der Philippinen findet sich weitere, wenngleich wenig, Literatur, die sich kritisch mit der Sachet Economy auseinandersetzt. Als Beispiel kann die 2006 von J. Njeru veröffentlichte Publikation „The urban political ecology of plastic bag waste problem in Nairobi, Kenya“ angeführt werden, die das Problem von Plastiktüten und Sachets in Nairobi untersucht.

Die World Bank Group (2021b) hat naturwissenschaftlichen und lösungsorientierten Studien und Publikationen zu Plastik auf den Philippinen veröffentlicht. Der Fokus liegt hierbei weniger auf der Tingi Culture oder den ökonomischen Aspekten der Sachet Economy als vielmehr auf der Verwendung von Plastik als Rohstoff und den daraus resultierenden Auswirkungen auf die Umwelt. Die Studie „Market Study for the Philippines: Plastic Circularity Opportunities and Barriers“ thematisiert die Notwendigkeit für den Privatsektor, sich dem Kunststoffrecycling auf den Philippinen zu stellen. Sie bewertet die Aspekte „Reuse“ (Wiederverwendung), „Refill“ (Wiederbefüllung) sowie neue Liefermodelle einer Kreislaufwirtschaft für Kunststoffe. Der Hauptschwerpunkt liegt auf dem Kunststoffrecycling, da hier skalierbare Investitionslösungen für den Privatsektor am größten sind (ebd.: 12).

In „Reducing Plastik Waste in the Philippines. An Assessment of Policies and Regulations to Guide Country Dialogue and Facilitate Action“ (2022) wird die auf nationaler Ebene implementierte Politik evaluiert, die das Management von Plastikmüll auf den Philippinen steuert. Die Studie verfolgt das Ziel, die Regierung bei der Optimierung der Abfallwirtschaft und der Förderung von Kreislaufwirtschaft zu unterstützen (World Bank Group 2022: 8).

Publikationen, die sich ausschließlich mit der Tingi Culture befassen, existieren bislang lediglich in Form des Papers von Anna Mae Catabay Gacutan mit dem Titel "The Filipino Culture of Tingi" aus dem Jahr 2012.

Des Weiteren existiert eine Vielzahl von Artikeln, die sich mit Tingi Culture und/oder Sachet Economy auf den Philippinen befassen. Ihre Aufzählung erfolgt an dieser Stelle nicht, stattdessen werden einige im Verlauf der Masterarbeit zitiert.

Der aktuelle Stand der Forschung zeigt, dass Studien zur Sachet Economy und zum Sachet Marketing sowie fundierte Forschungen zu den Themen Plastik und Umweltverschmutzung auf den Philippinen bereits vorliegen. In Bezug auf die soziokulturelle Perspektive, die die Tingi Culture mit der Sachet Economy verknüpft und den Umgang mit der Tingi Culture anhand der (ärmeren) philippinischen Bevölkerung analysiert, bestehen jedoch erhebliche Forschungslücken. Diese Masterarbeit wird dazu beitragen diese Lücke zu schließen und Lösungsansätze zu entwickeln.

2. Konzeptueller Rahmen

2.1. Einführung in den Begriff der Tingi Culture

Im Folgenden werde ich zunächst die historische Entstehung und Entwicklung der Tingi Culture darstellen – und bereits den Bogen bis zu ihrer heutigen Praxis und ungebrochenen Popularität spannen.

2.1.1. Etymologie von Tingi

Das Wort Tingi leitet sich von zwei Wörtern ab: „konting hingi“. Übersetzt aus dem Tagalog bedeutet dies „um eine kleine Summe bitten“. Der philippinischen Geschichte zufolge stammt konting hingi aus der Zeit des Tauschhandels, als es noch keine Währung gab. Meist gaben beide Seiten beim Tausch etwas mehr als den Wert ihrer Waren, um eine gute Beziehung zur Gegenseite für zukünftige Geschäfte aufzubauen (Gacutan 2012: 5f).

Mit der Einführung des Münzgeldes wurde auch der Handel nach Maß eingeführt. Da der Preis der Waren nun nach Größe oder Gewicht festgelegt wurde, erhielten auch die Teile, die als konting hingi kostenlos abgegeben wurden, einen Preis. Aus diesen Kleinwaren entwickelte sich die heutige Tingi Culture auf den Philippinen – die Kultur der kleinen Einzelportionen einer Ware oder einer kleinen Handlung (ebd.: 5f).

Inzwischen bedeutet Tingi wörtlich übersetzt Einzelhandel oder auch stückweise (Manalo und Manalo 2022: 105).

„The word refers to the practice of selling and buying goods in amounts less than the smallest retail packaging.“ (Tiquia 2019)

Unter Tingi wird die Praxis verstanden, Waren in Mengen zu kaufen und zu verkaufen, die kleiner sind als die kleinsten Einzelhandelspackungen (Veneracion 2021). Diese soziokulturelle Praxis ist auch Teil der Tingi Culture – der Kultur des Kleindenkens auf den Philippinen (Gacutan 2012: 5,6). Der nationale Künstler Nick Joaquin (2004) veranschaulicht diese Kultur in seinem Essay „A Heritage of Smallness“:

„Society for the Filipino is a small rowboat: the barangay. Geography for the Filipino is a small locality: the barrio. History for the Filipino is a small vague saying: matanda pa kay mahoma; noong peacetime. Enterprise for the Filipino is a small stall: the sari-sari. Industry and production for the Filipino are the small immediate searchings of each day: isang kahig, isang tuka. And commerce for the Filipino is the smallest degree of retail: the tingi.“ (Joaquin 2004)

Laut Joaquin findet sich die Kultur des Kleinen in allen möglichen Bereichen des philippinischen Lebens: von der kleinen Gemeinde bis zum kleinen Laden um die Ecke oder der kleinsten Stufe des Einzelhandels – dem Tingi-Handel (Nick Joaquin 2004; Tiquia 2019).

2.1.2. Historische Entwicklung der Tingi Culture auf den Philippinen

Ein Blick auf die philippinischen Werte und Eigenschaften in der Vergangenheit und Gegenwart hilft, die Ursachen für das Entstehen der Tingi Culture zu erkennen.

Der philippinische Schriftsteller Nick Joaquin erklärt, dass der Wert des kleinen Denkens und damit auch die Tingi Culture ihren Ursprung in den indigenen Wurzeln der Filipinos haben (Joaquin 2004). Tingi sei Teil der Werte vieler indigener Filipinos und Filipinas gewesen und somit auch Teil des indigenen philippinischen Charakters (Gacutan 2012: 11f):

„However far we go back in our history it’s the small we find – the nipa hut, the barangay, the petty kingship, the slight tillage, the tingi trade.“ (Joaquin 2004)

Vor der Kolonialzeit – in der Ära der indigenen philippinischen Bevölkerung – lebten die Menschen in kleinen Gemeinschaften oder „Barangays“ (Tagalog: Dorf), die teilweise nur aus etwa 30 Familien bestanden (Joaquin 2004). Diese Gemeinschaften hatten als höchste Priorität, ihre Grundbedürfnisse zu decken. Je kleiner die Gemeinschaften waren, desto einfacher war es, die Ressourcen zu verwalten. Die philippinischen Vorfahren folgten dabei stets ihrer Lebensphilosophie (Gacutan 2012: 11):

„Kumuha lang ng kayang ubusin“ (Tagalog: Nimm nur so viel, wie du verbrauchen kannst).
(ebd.: 11)

Angebaut und gejagt wurde nur so viel, wie die eigene Familie oder Gemeinschaft verzehren konnte. So reichten zum Beispiel drei Stücke Fisch oder ein Bündel Bananen für eine fünfköpfige Familie. Mit diesem Wissen wurde bei der Nahrungssuche auch nicht mehr mit nach Hause genommen, als benötigt wurde. Aus dieser Praxis der Ureinwohner:innen entwickelte sich die Tingi Culture. Ziel aller war es, die physiologischen Bedürfnisse des Einzelnen und der Gemeinschaft als Ganzes zu befriedigen (ebd.: 11).

Im Zuge der spanischen und amerikanischen Kolonialzeit kam kapitalistisches Denken auf den Inselstaat: „tubo“ (Tagalog: Profit) und „sobra-sobra“ (Tagalog: Überfluss). Mit der Einführung von Geld und Handel stand für die Inselbewohner:innen bald nicht mehr im Vordergrund ihre Grundbedürfnisse zu befriedigen, sondern zunehmend Profit zu erzielen. Die indigene Praxis,

in kleinen Mengen zu konsumieren, blieb jedoch trotz des neuen Gedankenguts erhalten (Gacutan 2012: 12).

Nachdem die Philippinen Mitte des 16. Jahrhunderts spanisch kolonialisiert wurden, war die Vermarktung in kleinen Größen und Verpackungen eine gängige Handelspraxis. Diese wurde von den Sari-Sari-Stores in den Gemeinden übernommen (Sy-Changco et al. 2011: 756). Sari-Sari-Stores kauften Haushaltswaren wie Zucker, Essig, Shampoo, Speiseöl und sogar Zigaretten und Süßigkeiten in großen Mengen und verkauften sie in Tingi-Größe: stückweise, esslöffel- oder tassenweise (Ang und Sy-Changco 2007: 11).

„Cooking oil, soy sauce were measured in cups and then transferred to the bottle or glass brought by the customer.“ (Olarde und Chua 2005)

Unmittelbar nach dem Zweiten Weltkrieg – einer Zeit der Knappheit – wurde der Tingi-Einzelhandel zu einer Überlebensstrategie für die Bevölkerung. Das Land befand sich zu dieser Zeit im physischen, emotionalen und finanziellen Ruin und kämpfte darum, wieder auf die Beine zu kommen (Sy-Changco et al. 2011: 756).

Die kleinen Mengen wurden in vorhandenen nachhaltigen Verpackungen – wie Papierpäckchen, Bananenblättern, Kokosnussblättern oder Gläsern und Flaschen – verpackt und zu Preisen mit geringen Stückaufschlägen pro Einheit verkauft, um den unmittelbaren Bedarf zu decken (ebd.: 756). In den 1960er Jahren kamen Straßenverkäufer:innen hinzu, die bestimmte Produkte wie Zigaretten und Bonbons stückweise verkaufen. Heute sind diese Straßenverkäufer:innen, die wegen der Geräusche ihrer hölzernen Tragekisten „Takatak“ genannt werden, einer der wichtigsten Vertriebskanäle für hochwertige und mittelpreisige Zigaretten auf den Philippinen (Ang und Sy-Changco 2007: 11).

Der Kauf kleiner Portionen prägt auch heute noch die Konsumgewohnheiten der Filipinas und Filipinos. Aktuelle philippinische Werte und Kontexte haben somit ebenfalls zur Entwicklung der heutigen Tingi Culture beigetragen: Kreativität, Anpassungsfähigkeit und Ausdauer, die immer wieder als Stärken in der philippinischen Psychologie genannt werden (Gacutan 2012: 13).

2.1.3. Tingi Culture aktuell

Die Tingi Culture ist in allen Facetten des philippinischen Lebens sichtbar. Joaquin geht sogar so weit, dass die Bevölkerung in Tingi kauft, verkauft, denkt und handelt (Joaquin 2004).

Was den kommerziellen Rahmen betrifft, so finden sich Tingi-Größen mittlerweile in allen möglichen Lebensbereichen: von Mini-Größen in Fast-Food-Restaurants (z.B. „Pocket Pies“ oder „Snack Size“), über Kurzaufenthalte in Hotels (z.B. Stundenhotels), Finanzdienstleistungen (z.B. Mikrokredite), einzelne Zigaretten bis hin zu modularen Kursangeboten im Bildungssektor (Ang und Sy-Changco 2007: 17f). Die am häufigsten gekauften und genutzten Mini-Produkte sind nach wie vor Alltagsgüter wie Zucker, Knoblauchzehen oder Speiseöl, aber auch Shampoo, Waschmittel oder Zahnpasta. Früher kosteten sie nur fünf Centavos³ (ca. 0,01 Cents) pro Stück, heute liegt der Preis bei ein bis fünf Philippinischen Pesos (Php) (ca. 1-8 Cent) (Olarde und Chua 2005; Wise 2024). Der Grund dafür ist das niedrige Durchschnittseinkommen, das die Menschen zum sparsamen Haushalten zwingt (Veneracion 2021).

„It's better this way,' says the 36-year-old housewife. 'It's cheaper and it saves us money. If you haven't much money, you pick whatever is cheaper'.“ (Olarde und Chua 2005)

Um die Waren allen zugänglich zu machen, haben es sich Einzelhändler:innen, große Unternehmen und Organisationen zur Aufgabe gemacht, ihre Produkte auch in kleinen Größen zu erschwinglicheren Preisen anzubieten (Veneracion 2021). Sie suchen daher nach Wegen, um ihre Produkte und Dienstleistungen mit Tingi-Größen attraktiver und für mehr Menschen erschwinglich zu machen (Ang und Sy-Changco 2007: 17f). Ziel ist es einen Markt zu erschließen, der die Mehrheit der Bevölkerung anspricht (Veneracion 2021).

Die Tingi Culture erweist sich somit für die meisten Menschen des Inselarchipels als praktisch und erschwinglich (Manalo und Manalo 2022: 105).

³ Der philippinische Peso (Php) ist die offizielle Währung der Philippinen. Dieser ist unterteilt in Centavos: 1 Php entspricht 100 Centavos und ca. 60 Php entsprechen 1 Euro (Bundeszentrale für politische Bildung 2024a; Wise 2024).

„What most astonishes foreigners in the Philippines is that this is a country, perhaps the only one in the world, where people buy and sell one stick of cigarette, half a head of garlic, a dab of pomade, part of the contents of a can or bottle, one single egg, one single banana. To foreigners used to buying things by the carton or the dozen or pound and in the large economy sizes, the exquisite transactions of Philippine tingis cannot but seem Lilliputian. So much effort by so many for so little.“ (Joaquin 2004)

Joaquin (2004) macht in diesem Zitat die Unterschiede zur westlichen Kultur deutlich und stellt überspitzt das Kleindenken der Filipinas und Filipinos durch den Verkauf von Tingi-Portionen dar.

Anna Mae Catabay Gacutan hat vier verschiedene Verkaufspraktiken der Tingi Culture beobachtet: „Sachet Packaging“ (Engl.: Sachet Verpackungen), „pira-piraso“⁴ (Tagalog: stückweiser Verkauf), tumpok-tumpok (Tagalog: stapelweiser Verkauf) und pahulugan (Tagalog: Ratenzahlung) (Gacutan 2012: 6,7).

Die vorliegende Thesis beschäftigt sich mit Sachet Packaging und Pira-Piraso. Diese beiden Praktiken sind auf den Philippinen deshalb von so großer Bedeutung, weil der Großteil der Bevölkerung nicht die Möglichkeiten und Ressourcen hat, Waren im „Wholesale“ (Engl. Großhandel, hier: große Packungen) zu kaufen, da dies ihr monatliches Einkommen und Budget übersteigt (ebd.: 7f).

Da viele Tingi-Konsument:innen für ihre Arbeit eher täglich als wöchentlich bezahlt werden, können sie ihre Einkäufe kaum planen. Dies erfordert Produkte, die ihrem Budget entsprechen (Alladin et al. 2022: 51). Tingi dient schließlich als Brücke zwischen Konsument:innen und Waren. Hersteller:innen und Verkäufer:innen können durch Tingi ihre Produkte in kleiner Größe und zu niedrigem Preis anbieten und verkaufen (Gacutan 2012: 7f). Warum davon bei weitem nicht alle Beteiligten gleichermaßen profitieren, werde ich im Laufe dieser Arbeit genauer untersuchen.

⁴ Pira-piraso bezeichnet den stückweisen Verkauf oder den Verkauf von Einzelportionen im Food- und Non-Food-Bereich. Konsument:innen können in Sari-Sari-Stores, bei Straßenverkäufer:innen oder auf Märkten einzelne Produkte erwerben, wie zum Beispiel eine Knoblauchzehe statt der ganzen Knolle oder eine Zigarette statt der ganzen Schachtel. Je nach Budget können so nur ein oder zwei Stücke des gewünschten Produkts gekauft werden (Gacutan 2012: 6,7).

2.1.4. Sari-Sari-Stores als wichtiger Ort für Tingi-Produkte



Abbildung 1: Sari-Sari-Store (Foto: Larissa Henke, 22.11.2022).

Tingi-Einzelhandelspraktiken florieren, weil sie die Bedürfnisse von Verbraucher:innen befriedigen. Diese können es sich entweder nicht leisten, Waren in großen Mengen zu kaufen, oder sie benötigen nur eine kleine Menge eines Produkts, weil sie beispielsweise keine geeigneten Lagermöglichkeiten wie Kühlschränke haben und übrig gebliebene Portionen wegwerfen müssten (Silverio 1975: 98ff). Sari-Sari-Stores, die als wichtigste Orte des Einzelhandels⁵ auf den Philippinen gelten, spielen dabei eine entscheidende Rolle (Sy-Changco et al. 2011: 756f).

Der Sari-Sari-Store (Tagalog: Gemischtwarenladen), hat seinen Ursprung in der spanischen Kolonialzeit. In den 1850er Jahren wurde ein „Cabecilla“-System von der Kolonialmacht eingeführt, das unseren heutigen Großhandelslagern entspricht. Um einen größeren Markt zu

⁵ Der Einzelhandel auf den Philippinen umfasst eine ganze Reihe von Geschäften, darunter Sari-Sari-Stores (kleine Läden), Straßenverkäufer:innen, Nass- und Trockenmärkte (Obst und Gemüse), Lebensmittelgeschäfte, Supermärkte, Hypermärkte, Lagerhäuser und Discountclubs, große Einkaufszentren, Mall-Stores und -Läden sowie Convenience-Stores, die auch als C-Stores bezeichnet werden (z.B. 7-ELEVEN) (Sy-Changco et al. 2011: 756).

erreichen, eröffneten Einzelhändler:innen, die bei den Cabecillas einkauften, kleine Eckläden, die eine Vielzahl von Produkten verkauften – daher der Begriff Sari-Sari-Store. Dieses Konzept erwies sich als populär und Sari-Sari-Stores prägten zunehmend den Alltag der verschiedenen Stadtviertel (Ang und Sy-Changco 2007: 9).

Bis heute ist die Rolle der Sari-Sari-Stores unverändert. Die meisten Läden werden informell in der Nachbarschaft betrieben (ebd.: 7ff). Ob ländlich oder städtisch – Sari-Sari-Stores finden sich in jeder Gemeinde – oft sogar zwei oder drei nebeneinander. 93 Prozent von ihnen sind in Wohngebieten, was ihnen gegenüber anderen Einzelhandelsgeschäften einen Vorteil verschafft, da sie näher an ihren Kund:innen sind (Silverio 1975: 98ff; Ang und Sy-Changco 2007: 9f). Die Geschäfte, die fast 90 Prozent aller Einzelhandelsgeschäfte des Landes ausmachen, sind oft kleine Holzhütten mit einer durchschnittlichen Gesamtfläche von etwa neun Quadratmetern und einem Sortiment von 50 oder weniger Artikeln (Olarde und Chua 2005; Sy-Changco et al. 2011: 756f; Ang und Sy-Changco 2007: 9). Laut Manalo und Manalo gibt es im Jahr 2022 ca. 700.000 Sari-Sari-Geschäfte (Manalo und Manalo 2022: 108). Ihre Zahl nimmt stetig zu (Sy-Changco et al. 2011: 756f).

Die Sari-Sari-Stores, die den Tante-Emma-Läden im Globalen Norden entsprechen, waren die Vorläufer moderner Convenience-Stores wie die US-amerikanische-Einzelhandelskette 7-Eleven. Diese verbindet die Eigenschaften von Sari-Sari-Stores mit der Bequemlichkeit eines Supermarktes, der 24 Stunden am Tag, sieben Tage die Woche geöffnet hat (Sy-Changco et al. 2011: 756f; Ang und Sy-Changco 2007: 10). Sari-Sari-Stores haben noch weitere Vorteile: Sie sind gut erreichbar und allgemein beliebt, weil sie auch günstige Kreditkonditionen vergeben. Ihre Kund:innen, meist aus der Nachbarschaft, sind persönlich bekannt. Außerdem können Kund:innen nur in Sari-Sari-Stores einzelne Produkte, wie einzelne Knoblauchzehen oder einzelne Tomaten, kaufen, im Gegensatz zu den Lebensmittelgeschäften, in denen sie Produkte nach wie vor dutzendweise, literweise oder kartonweise kaufen müssen (Ang und Sy-Changco 2007: 10).

Verbraucher:innen besuchen Sari-Sari-Stores häufiger als andere Märkte und Geschäfte: durchschnittlich 22-mal pro Monat. Nassmärkte werden dagegen durchschnittlich 14-mal, Lebensmittelgeschäfte fünfmal, Supermärkte viermal und Verbrauchermärkte einmal pro Monat besucht (ebd.: 11).

Während die Tingi-Produkte für die Konsument:innen von Vorteil sind, ermöglichen sie ebenso den Ladenbesitzer:innen größere Gewinne (Silverio 1975: 98ff). So scheinen die günstigeren

Kleinpackungen für die breite Masse erschwinglicher zu sein, sind aber in Wirklichkeit deutlich teurer – was unter anderem auf den Vertrieb durch die Sari-Sari-Händler:innen zurückzuführen ist, da dieser deren Einkommen sichert. Um nicht auf den Kosten für die Beschaffung – etwa Transportkosten – sowie für das Umfüllen und Umverpacken sitzen zu bleiben und einen Gewinn zu erzielen, wird für das Tingi-Produkt ein höherer Preis pro Einheit verlangt. Damit ist das Produkt teurer als im Großhandel (Veneracion 2021).

Wie aus all dem hervorgeht, hat die einzigartige Einzelhandelsstruktur der Philippinen in Form der Sari-Sari-Stores den Trend zur Kleinteiligkeit gefördert (Olarde und Chua 2005).

2.2. Einführung in das Konzept der Sachet Economy

2.2.1. Was wird unter einem Sachet verstanden?

Der Begriff Sachet, der aus dem Englischen übersetzt „kleiner Beutel“ bedeutet, wird in wissenschaftlichen Texten sowohl im wörtlichen und im übertragenen Sinne verwendet. Das heißt, dass sich Sachets sowohl auf physische Produkte (z.B. ein Shampoo Sachet) als auch – wie in der Tingi Culture – auf immaterielle Produkte oder Dienstleistungen beziehen (Ang und Sy-Changco 2007: 5). Da es in dieser Thesis explizit um physische Produkte geht, wird der Begriff nur im wörtlichen Sinne verwendet.

In dieser Arbeit handelt es sich bei einem Sachet um eine kleine, dünne und flexible Verpackung, die kleiner als ein DIN-A4-Blatt ist und entweder aus ein- oder mehrschichtigem Kunststoff sowie Aluminium bestehen kann (Tiquia 2019). Sachets fallen damit unter den Kunststofftyp sieben, der mehrere Kunststoffe umfasst (World Bank Group 2021b: 25). Die folgende Abbildung zeigt einen einlagigen und einen mehrschichtigen Sachet sowie die einzelnen Bestandteile:

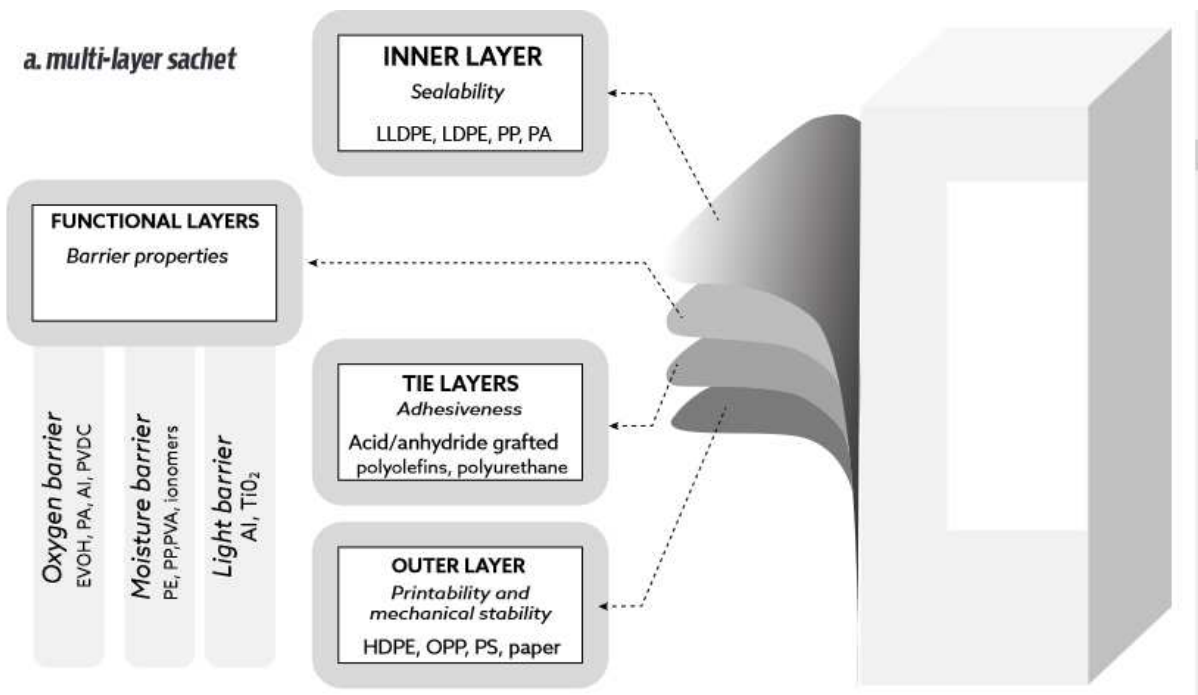


Abbildung 2: „Multi-Layer Sachet“ (Quelle: Liamzon et al. 2020: 11).

b. single layer sachet



Abbildung 3: „Single layer sachet“ (Quelle Liamzon et al. 2020: 11).

2.2.2. Definition Sachet Economy und Sachet Marketing

Sachet Economy setzt sich aus den Wörtern Sachet und Economy (Engl.: Wirtschaft) zusammen und bezeichnet als Oberbegriff eine Form der Vermarktung, bei der Konsumgüter in kleinen, erschwinglichen Portionen verkauft werden. Es handelt sich dabei um alltägliche Produkte wie Seifen, Shampoos, Waschmittel und vieles andere, das üblicherweise in großen Mengen verkauft wird, in der Sachet Economy aber in kleinen Portionen (in der Regel zum

einmaligen Gebrauch) verpackt und verkauft wird. Große Hersteller:innen wie Nestlé, Unilever und Procter and Gamble nutzen diese Wirtschaftsform (Gacutan 2012: 9f; Diega 2024).

Ein Hauptgrund für Unternehmen, Produkte in kleinen Mengen zu verkaufen, ist es, diese auch Kund:innen mit geringem Einkommen zugänglich zu machen bzw. sie zum Kauf zu bewegen. Zugleich kann Sachet Economy für Unternehmen ein starker Hebel sein, um neue Märkte zu erschließen und ihren Umsatz zu steigern. Die Produkte bieten meist hygienische oder ernährungsphysiologische Vorteile (Tiquia 2019). Ebenso bietet die Sachet Economy die Möglichkeit, eine breite Palette von Konsumgütern kennenzulernen. Dies kann den Unternehmen helfen, ihren Marktanteil zu erhöhen und sich einen Wettbewerbsvorteil gegenüber ihrer Konkurrenz zu verschaffen (Yadaf 2023).

Der Begriff Sachet Marketing hat seinen Ursprung in der Vermarktung von Einweg-Shampoobeuteln und umfasst heute in der Sachet Economy das Angebot und die Vermarktung von Produkten oder Dienstleistungen in kleinen, erschwinglichen Portionen und Größen, die zu niedrigen Preisen in unterentwickelten und aufstrebenden Märkten verkauft werden (Sy-Changco et al. 2011: 755; Ang und Sy-Changco 2007: 1). Ang und Sy-Changco (2007: 4) beschreiben Sachet Marketing als den Prozess, ein Produkt oder eine Dienstleistung in einer kleineren Form neu zu entwerfen, zu verpacken und zu einem günstigeren Preis zu verkaufen. Es geht nicht nur darum, ein Produkt nur zu portionieren, sondern auch darum herauszufinden, welche Art von Aufteilung für Verbraucher:innen und Unternehmen von Nutzen ist.

Singh, Ang und Sy-Changco (2009: 4) definieren Sachet Marketing als die gesamte Marketingstrategie, die Design, Verpackung und Verkauf eines Produkts oder einer Dienstleistung in kleiner Größe zu erschwinglichem Preis umfasst. Der Aspekt der Erschwinglichkeit kann sich auf einen niedrigeren Preis oder auf die Stückkosten beziehen. Der Fokus des Sachet Marketings liegt nicht nur auf dem Produktdesign oder der Preisgestaltung, sondern auf dem kompletten Marketingsystem: von der Preisgestaltung über die Verpackung bis hin zu Lieferung, Vertrieb und Verwendungsanlass bzw. -nutzung (Sy-Changco et al. 2011: 756).

Sachet Marketing legt den Grundstein für die Markenbekanntheit bei Verbraucher:innen, die es sich heute noch nicht leisten können, vollwertiger Teil der Konsumgesellschaft zu sein, aber regelmäßige Markenkonsument:innen werden könnten. Unternehmen sichern ihren zukünftigen Erfolg, indem sie ihre Portionsgrößen an die breite Masse verkaufen. Laut den

Autoren wird wer früh Markenprodukte ausprobiert und kennenlernt, diese im Laufe der Zeit mit größerer Wahrscheinlichkeit auch kaufen (Ang und Sy-Changco 2007: 4):

„Sachet marketing provides an easy avenue for marketers to introduce their products to new consumers while at the same time allowing present consumers the option to try several brands of the same product.“ (Sy-Changco et al. 2011: 770)

Sachet-Marketing wird daher als die Praxis angesehen, klein zu denken, aber in großen Mengen. Hersteller:innen und Dienstleister:innen entdeckten, dass durch diese Praxis große Gewinne erzielt werden können. Inzwischen ist das Sachet-Marketing weltweit verbreitet und wird vor allem zur Erschließung des unteren Marktsegments eingesetzt. Nirgendwo ist es daher so erfolgreich wie auf den Philippinen, in Indien und Indonesien (Ang und Sy-Changco 2007: 1, 4).

2.2.3. Die Entstehung des Sachet Marketings

Die Idee der Miniatur- bzw. Einzelpotionsverpackung ist nicht neu und wird bereits seit Jahrzehnten im Flugverkehr, in der Fast-Food-Industrie und als Marketingstrategie zum Testen von Produkten eingesetzt, jedoch nicht im privaten Verpackungssektor (Olarde und Chua 2005; Ang und Sy-Changco 2007: 4). So wurde bereits 1955 ein Einweg-Plastikbeutel für Lebensmittel – die heute übliche Verpackung für Sojasoße – von Harold Ross und Yale Kaplan patentiert (Manalo und Manalo 2022: 104).

Ein weiteres Beispiel ist die Teefirma Brooke Bond and Lipton, die vor etwa 60 Jahren in Indien einen Sachet namens „Paisha Pack“ einführte. Dies war ein mit Tee gefüllter Papierumschlag, der für ein oder zwei Tassen reichte und ein Paisha⁶ kostete. Das Produkt richtete sich vor allem an Tagelöhner:innen und war so erfolgreich, dass es – gemessen an der Anzahl der verkauften Packungen – zur weltweit meistverkauften Einzelhandelsverpackung wurde (Singh et al. 2009: 10).

Die bahnbrechende Idee, Sachets auf den kommerziellen Markt zu bringen, geht auf das Jahr 1976 zurück, als die Marke CavinKare das Shampoo „Velvete“ als Sachet einführte (ebd.: 12). Dahinter stand der Unternehmer C. K. Rajkumar, der als Innovator des Shampoo-Sachets gilt,

⁶ Untereinheit verschiedener asiatischer Währungen. 1 indische Rupie ist 100 Paise (Bundeszentrale für politische Bildung 2024b).

was ihm auch den Titel „Sachet King“ einbrachte (Prakash 2014). Sein Produkt Velvette, bekannt als "Shampoo-in-a-sachet", war in den 1980er Jahren das erste derartige Sachet-Produkt in der indischen FMCG-Szene (Fast Moving Consumer Goods) und kam noch vor dem Branchenriesen Unilever über dessen Tochter Hindustan Unilever auf den Markt (Prakash 2014).

Das Ziel von Hindustan Unilever war es, ihre Produkte in kleinen, erschwinglichen Sachets in die ländlichen Gebiete zu bringen. Dies half Unilever, neue Märkte zu erreichen (Yadaf 2023). Der Marktanteil von Sachet-Shampoos in Indien ist seitdem kontinuierlich gestiegen – heute machen sie 70 Prozent des Shampoo-Umsatzes in Indien aus (Prakash 2014).

Der Erfolg von Hindustan Unilever hatte zur Folge, dass andere Unternehmen das Modell übernahmen, sodass viele Alltagsprodukte in Sachets verpackt wurden. Die Auswirkungen auf die indische Wirtschaft waren erheblich: die Unternehmen konnten ihren Umsatz steigern, neue Märkte erschließen, und gleichzeitig einkommensschwachen Verbraucher:innen den Kauf von Produkten ermöglichen, die sie sich sonst nicht hätten leisten können (Yadaf 2023).

Das Phänomen des „Downsizings“ hat sich, wie gezeigt, neben Indien auch in anderen Ländern der Region ausgebreitet, insbesondere auf den Philippinen und in Indonesien. Diese Länder haben einen hohen Anteil an Geringverdienern (Olarde und Chua 2005). Die folgende Tabelle aus dem Jahr 2005 vergleicht den Verkauf von Procter & Gamble Shampoo in Sachets und Flaschen in fünf asiatischen Ländern: Philippinen, Indonesien, Indien, Thailand und Vietnam (Ang und Sy-Changco 2007: 23).

P&G Shampoo-Verkäufe, (GJ 2005-06)	Philippinen		Indonesien		Indien		Thailand		Vietnam	
	Sachets	Flaschen	Sachets	Flaschen	Sachets	Flaschen	Sachets	Flaschen	Sachets	Flaschen
Marktanteil, nach Volumen	66	33	57	43	70	30	7	93	39	61
Marktanteil, nach Wert	68	32	63	37	56	44	8	92	37	63
Preis/ml (in USD)	0.0072	0.0077	0.0124	0.0094	0.004	0.0072	0.0073	0.0066	0.0053	0.0057
Preisindex, Sachet/Flasche		0.9351		1.3191		0.5556		1.1061		0.9298

Tabelle 1: Ausgewählte Shampoo-Verkaufszahlen, Procter & Gamble (Ang und Sy-Changco 2007: 23).

Die obige Tabelle aus dem Jahr 2007 zeigt, dass der Verkauf von Sachets vor allem auf den Philippinen, in Indien und Indonesien erfolgreich ist. Bemerkenswert ist, dass der Sachet-Verkauf auf den Philippinen wertmäßig den größten Marktanteil der fünf Länder hat, mengenmäßig den zweitgrößten nach Indien. Laut Tabelle kaufen die Filipinas und Filipinos doppelt so viele Sachets wie Flaschen. In Indien ist dieses Verhältnis ähnlich. Was die Kosten

betrifft, ist die Differenz zwischen Sachets und Flaschen auf den Philippinen nur gering (Differenz zu Sachets: 0,0005 Preis/ml in USD). In Indien hingegen sind die Kosten für Flaschen signifikant teurer (Differenz zu Sachets: 0,0032 Preis/ml in USD) (Ang und Sy-Changco 2007: 23).

Obwohl Sachets ursprünglich von den Hersteller:innen als Instrument zur Förderung von Produkttests entwickelt wurden, hat sich das Urteil der Hersteller:innen über den Nutzen von Sachets grundlegend geändert: Sie werden heute überwiegend für den Produktverkauf, insbesondere an einkommensschwache Kund:innen verwendet (Ang und Sy-Changco 2007: 4).

Weil Marken und Produkte, die bisher nur für die Mittel- und Oberschicht zugänglich und bezahlbar waren, nun in Miniaturform auch von einkommensschwachen Gruppen erworben werden können, haben Marken begonnen, ihre Produkte als pro-poor zu deklarieren. Teilweise erwecken diese damit den Anschein, dass sie der Gesellschaft dienen (Prakash 2014).

Der Wirtschaftswissenschaftler und -stratege C. K. Prahalad hat in seinem 2004 erschienenen Buch „The Fortune at the Bottom of the Pyramid“ und in zahlreichen anderen Publikationen verschiedene Unternehmen aus aller Welt und ihre Strategien beschrieben, die diesen Markt erfolgreich und profitabel bedienen (Ang und Sy-Changco 2007: 1). Er stellt fest, dass kleine Verpackungen wie Sachets den Konsum fördern und armen Bevölkerungsgruppen eine Wahlmöglichkeit bieten (Singh et al. 2009: 13). Mit seinem Buch wollte er Unternehmen unterstützen, die arme Bevölkerung mit in den Markt aufzunehmen (Prakash 2014).

„The logic is obvious. The rich use cash to inventory convenience. They can afford to buy a large bottle of shampoo to avoid multiple trips to the store. The poor have unpredictable income streams. They tend to make purchases only when they have cash and buy only what they need for that day. Single-serve packaging is well suited to this population. A single-serve revolution is sweeping through ‚bottom of the pyramid‘ markets.“ (Pralhad, zit. n. Ang und Sy-Changco 2007: 13)

In einem Artikel in der Harvard Business Review aus dem Jahr 2013 wurde erwähnt, dass kleinere und billigere Produkte nicht notwendigerweise der ärmeren Bevölkerung den Zugang garantieren. In einem Slum in Mumbai etwa hätten die Bewohner:innen andere innovative Wege gefunden, ihre Grundbedürfnisse zu stillen – ohne sich dabei von Sachets abhängig zu machen. Auch Geistes- und Sozialwissenschaftler:innen kritisieren den Verkauf von Miniaturprodukten an die einkommensschwache Bevölkerung: Beim Verkauf der Sachets gehe es nicht darum, den Menschen ernsthaft helfen zu wollen, sondern vielmehr darum, den Profit der Unternehmen zu steigern, indem sie in allen Bevölkerungsschichten Abnehmer:innen für

ihre Produkte finden. Insbesondere für marginalisierte und einkommensschwache Menschen gebe es bereits andere Möglichkeiten und Strategien, die gute Ergebnisse erzielen. Trotzdem bewerben viele Unternehmen ihre Produkte auch nach vier Jahrzehnten noch als pro-poor (Kay und Woody 2013; Prakash 2014).

So startete laut Vijay Mahajan Unilever beispielsweise Kampagnen unter dem Vorwand, Frauen stärken und Hygiene zu fördern zu wollen. Das eigentliche Ziel war jedoch, Frauen als Unilever-Verkäuferinnen auszubilden, die von Tür zu Tür gehen und die Produkte in Sachets verkaufen sollten. Unilever verkauft etwa 27 Milliarden Sachets im Jahr und könnte leicht auf Nachfüllsysteme umstellen – zeigt sich hier aber weiterhin zurückhaltend (Mahajan 2016).

Auch ein wachsender Anteil der wohlhabenden städtischen Bevölkerung macht einen Großteil der Abnehmer:innen aus – obwohl diese sich auch teure Produkte könnten. Die Sachet-Bequemlichkeit von Einzelportionen scheint hier im Vordergrund zu stehen – ein Instantkaffee-Sachet für die Arbeit, ein Shampoo-Sachet für das Fitnessstudio oder für Reisen. Die Unternehmen passen ihre Produkte dem Zeitgeist an und bewerben sie im Gegensatz zur Pro-poor-Kampagne bei der Mittel- und Oberschicht als Produkte der Bequemlichkeit, Hygiene und korrekten Dosierung, die Zeit und Geld sparen sollen (Prakash 2014).

2.3. Sachet Economy auf den Philippinen

2.3.1. Von der Tingi Culture zur Sachet Economy

Die Geschichte der Sachet Economy auf den Philippinen beginnt mit der tief verwurzelten Tingi-Mentalität und der Geschichte der Sari-Sari-Sores (Veneracion 2021; Ang und Sy-Changco 2007: 9). Wie bereits beschrieben, gab es auf den Philippinen schon lange bevor multinationale und große einheimische Unternehmen begannen, Produkte in Sachets herzustellen, einen aktiven Tingi- bzw. Stückgutmarkt: Sari-Sari-Stores kauften Haushaltswaren wie Zucker, Essig, Shampoo, Speiseöl oder Zigaretten und Süßigkeiten in großen Mengen ein und verkauften sie stückweise – stück-, esslöffel- oder tassenweise – an ihre Kund:innen weiter. In den 1960er Jahren kam zusätzlich eine mobile Verkaufspraktik hinzu: Straßenverkäufer:innen boten einzelne Zigaretten und Bonbons an (Ang und Sy-Changco 2007: 11).

Ende der 1970er Jahre wurde Dr. Ned Roberto, Professor am Asian Institute of Management, von einem Shampoo-Hersteller mit einer Marktforschungsstudie über das Kaufverhalten der

Filipinas und Filipinos beauftragt. Sie kam zu folgenden Ergebnissen (Ang und Sy-Changco 2007: 12):

1. Obwohl viele Konsument:innen Shampoo verwenden wollten, benutzten sie stattdessen Seife, weil sie sich das Shampoo, das damals nur in 60-ml-Flaschen erhältlich war, nicht leisten konnten (ebd.: 12).

2. Wer Shampoo benutzte, kaufte es löffelweise im Laden um die Ecke, trug es in einer kleinen Plastiktüte nach Hause und füllte es dann in eine Plastik-Shampooflasche um, die meistens von einer Müllhalde stammte (ebd.: 12).

3. Einige verdünnten das Shampoo mit Wasser, weil sie ihren Nachbarn zeigen wollten, dass sie sich Shampoo leisten konnten und eine beträchtliche Menge in der Flasche hatten (ebd.: 12).

Aufgrund der Erkenntnisse passte der Shampoo-Hersteller seine Verkaufsstrategie und Verpackungen der Praxis der Konsument:innen an. So begann die erfolgreiche Vermarktung von Shampoo-Sachets auf den Philippinen. Andere Hersteller:innen und Unternehmen folgten bald diesem Beispiel mit einer breiten Palette von Konsumgütern (ebd.: 12).

Das Unternehmen, das die Studie in Auftrag gegeben hatte, war laut Avigail M. Olarte and Yvonne T. Chua (2005) Unilever Philippines. Dieses behauptet, das erste Unternehmen auf dem Inselarchipel gewesen zu sein, das Shampoos in Sachet-artigen Verpackungen entwickelt hat. Mit einer einfachen Technologie, bei der Polyethylen (PE) mit Kunststoff verbunden und mit einer weiteren PE-Schicht überzogen wird, konnte Unilever kleine Verpackungen herstellen, die Vorläufer der Sachets. Es folgten Zahnpasta in Aluminiumverpackungen, dann Hautpflegeprodukte und deutlich später Lebensmittel in Sachets (Olarte und Chua 2005).

Bis zum *Retail Trade Liberation Act* (Gesetz zur Liberalisierung des Einzelhandels) im Jahr 2000 war der Einzelhandel auf philippinische Staatsangehörige beschränkt. Jahrzehntlang war Protektionismus eine nationalistische Reaktion auf die koloniale Vergangenheit unter Spanien, den USA und Japan – eine Zeit, in der die Kontrolle der Wirtschaft und der Reichtum bei den Kolonialmächten lagen. Das Liberalisierungsgesetz öffnete den Markt für ausländische Einzelhandelsunternehmen und mehr Wettbewerb. Es erlaubt ausländischen Einzelhändler:innen bis zu 70 Prozent ihrer Waren für den Verkauf im Land zu importieren. Folglich stiegen immer mehr ausländische Einzelhändler:innen in den Sachet-Markt ein (Sy-Changco et al. 2011: 756).

Anfängliche Befürchtungen, dass höhere Verpackungs- und Verarbeitungskosten die Rentabilität zu stark gefährden würden, wurden bald überwunden. Die Unternehmen rechneten damit, dass die rasch zunehmenden Sachet-Verkäufe die Zusatzkosten mehr als ausgleichen würden. Ein zusätzlicher Anreiz für die eigene Sachet Produktion war die Möglichkeit, eine bessere Produktintegrität zu gewährleisten. Hintergrund war das informelle Abfüllen durch die Sari-Sari-Verkäufer:innen, das häufig die Produktqualität und Hygiene beeinträchtigte (Ang und Sy-Changco 2007: 12f). Hersteller:innen von Konsumgütern wie Körperpflegeprodukten waren die ersten, die den Sachet-Markt systematisch erschlossen. Ihre Sachets sind auf den Philippinen seit über 30 Jahren erhältlich. Andere Industriezweige folgten langsam, so dass das Phänomen des Sachet-Marketings heute so unterschiedliche Branchen wie Telekommunikation, Fast Food, Konserven, Papier, Motels und sogar Banken und Mikrofinanz umfasst. Fast 90% der Filipinas und Filipinos kaufen heute Sachet-Produkte und nutzen Sachet-Dienstleistungen (Olarte und Chua 2005; Ang und Sy-Changco 2007: 13f).

Im Jahr 2004 sagte der damalige Minister für Handel und Industrie, Mar Roxas, dass die Philippinen aufgrund der Sachet Economy zu einem der weltweit größten Märkte für Portionswaren geworden sind. Dies brachte dem Inselstaat den Titel „the sachet economy“ ein (Gacutan 2012: 9f).

Da sich die Verbraucher:innen nun Portionsgrößen leisten können, haben die Verkäufer:innen – kleine wie große Unternehmen – einen Markt erschlossen, der die Mehrheit der Bevölkerung umfasst (Veneracion 2021). Da die Miniatur-Verpackungen Hauptumsatzträger sind, verzeichnen viele Branchen einen Anstieg des Konsums und des Gesamtumsatzes – selbst in wirtschaftlich schwierigen Zeiten (Ang und Sy-Changco 2007: 14).

Aus der folgenden Tabelle geht hervor, dass Sachets im Vergleich zu Standardgrößen bei Procter & Gamble sowohl bei Shampoo als auch bei Geschirrspülmittel Marktführer sind (ebd.: 14):

P&G Philippinen	Shampoo (2006)		Geschirrspülmittel (2005)	
	Sachets	Flaschen	Sachets	Flaschen
Marktanteil, nach Volumen	66%	33%	90%	10%
Marktanteil, nach Wert	68%	32%	88%	12%
Preis/ml (in USD)	0.0072	0.0077	0.0039	0.0043
Preisindex, Sachet/Flasche		0.9351		.9070

Tabelle 2 Umsatz mit Shampoo und Geschirrspülmittel, P&G Philippinen: Ang und Sy-Changco 2007: 14)

Die Sachets richten sich nicht ausschließlich an die wirtschaftliche Unterschicht der Philippinen. Ein Teil des Erfolges des Sachet Marketings ist auch auf die philippinische Oberschicht zurückzuführen. Obwohl diese eher in großen Lebensmittelgeschäften und Supermärkten Wholesale-Produkte kauft, tätigt sie auch häufig Sachet-Großeinkäufe: Statt einer 100-Gramm-Packung Instantkaffee wird ein ganzer Karton mit fünfzig zwei-Gramm-Sachets Instantkaffee gekauft – „Three-in-One-Instant-Coffee“ ist unter anderem deshalb auf den Philippinen nur noch in Sachet-Größe erhältlich (Ang und Sy-Changco 2007: 20).

Das Sachet Marketing gilt als die Rettung für viele Hersteller:innen, Einzelhändler:innen und sogar ganze Produktkategorien auf den Philippinen. In den frühen 2000er Jahren war es für viele Branchen der wichtigste Wachstumsmotor, der selbst in wirtschaftlich schwierigen Zeiten den Gesamtkonsums ankurbelte. Der Anteil der Sachet-Verkäufe im Vergleich zu Wholesale-Produkten dominiert bereits und wird laut Ang und Sy-Changco noch weiter wachsen (Ang und Sy-Changco 2007: 22). Mit Sparangeboten, wie einer Dreier-Sachet-Packung, wurde der Gesamtkonsum von Sachets weiter angekurbelt (Sy-Changco et al. 2011: 766).

Die Umweltorganisation GAIA untersuchte 2020 den Sachet-Konsum auf den Philippinen und fand heraus, dass auf dem Inselstaat durchschnittlich 164 Millionen Sachets pro Tag verbraucht werden – hochgerechnet auf ein Jahr fast 60 Milliarden Sachets (Liamzon et. al. 2020: 6). Das entspricht einer Fläche von 130.000 Fußballfeldern (Lema 2019). Der durchschnittliche Filipino verbraucht laut dieser Studie jährlich 591 Sachets (Liamzon et. al. 2020: 10). Zu den beliebtesten Sachet-Lebensmitteln gehören etwa Kaffee, Kaffeesahne, Säfte, Schokolade und Milchpulver sowie Sojasauce, Essig und Speiseöl (Olarde und Chua 2005).

2.3.2. Hintergründe des Sachet-Erfolges auf den Philippinen

Der Erfolg der Sachet Economy auf den Philippinen wird in erster Linie auf die starke Präferenz der Kund:innen für Sachet-Produkte zurückgeführt, die sich am besten durch soziokulturelle, wirtschaftliche und persönliche Faktoren erklären lässt. Die soziokulturellen Faktoren scheinen eine der Hauptursachen zu sein, da die Tingi Culture, die tief im Leben der Filipinas und Philipinos verwurzelt ist, diese bereits mit Mini-Portionen auf den Sachet-Konsum vorbereitet hat. Die philippinische Kultur scheint also im Einklang mit der Sachet Economy zu stehen (Manalo und Manalo 2022: 107; Olarte und Chua 2005).

Das Vorhandensein einer großen wirtschaftlichen Unterschicht gilt als eine notwendige Voraussetzung für den Erfolg einer Sachet-Vermarktungsstrategie. Dies allein reicht jedoch

nicht aus, um den Erfolg zu garantieren. Es gibt viele andere Länder, die ärmer als die Philippinen sind und sich nicht als bedeutende Sachet-Märkte erwiesen haben (Ang und Sy-Changco 2007: 28).

Ein weiterer Erfolgsfaktor ist die westliche Konsumorientierung. Länder, die weniger konsumorientiert sind, in denen die Massen weniger mit westlichen Medien und Werbung in Kontakt kommen, würden westliche Produkte nicht als erstrebenswert ansehen und daher nicht kaufen wollen (ebd.: 28).

Die Ergebnisse einer Umfrage von Sy-Changco, Pornpitakpan, et al. (2011: 758) zeigen drei wichtige Faktoren, die Sachets auf den Philippinen begünstigen:

1. Die Erschwinglichkeit bzw. der minimale Bargeldaufwand für die Verbraucher:innen (insbesondere im Hinblick auf das Einkommen der vielen Tagelöhner:innen).
2. Die Bequemlichkeit der kleinen Verpackungen und die Dosierung, die den Konsum leichter kontrolliert.
3. Die Häufigkeit der Lohnzahlung (täglich, wöchentlich oder monatlich) (Sy-Changco et al. 2011: 758, 768f; Ang und Sy-Changco 2007: 29).

In einer weiteren Studie nannten laut Olarte und Chua (2005) die meisten Konsument:innen als Gründe für den Sachet-Kauf den Preis (erschwinglich), die Wirtschaftlichkeit (passt ins Budget), den Inhalt (viel für kleine Größe), die Nutzung (leicht zu tragen, kontrollierter Verbrauch, gut für 2 Personen) und den Erwerb (leicht verfügbar und Zeit sparend).

3. Theoretischer Rahmen: Einführung in die Theorien

Die vorliegende Masterarbeit verfolgt das Ziel, die Tingi Culture in den Slums von Manila im Kontext des Konsums von Einweg-Plastik-Sachets zu untersuchen. Dieses Phänomen, das durch den Verkauf von Einzelportionen alltäglicher Produkte, sogenannter Tingi-Produkte, charakterisiert ist, wirft komplexe Fragen zu sozialen, ökologischen und ökonomischen Dimensionen auf. Um ein umfassendes Verständnis dafür zu entwickeln, ist es entscheidend einen theoretischen Rahmen zu erstellen, um diese vielschichtigen Dimensionen analysieren zu können.

Als übergeordnete Theorie wird die politische Ökologie gewählt, um Wechselwirkungen zwischen politischen, ökologischen und sozialen Systemen zu beleuchten. Sie lässt die Machtverhältnisse und Strukturen hinter dem Sachet-Konsum in den Slums von Manila verstehen (Peet und Watts 2002: 5; Schmidt 2016: 260f). Zur umfassenden Analyse wurden auch mehrere Unterkategorien und Perspektiven herangezogen. Die Urbane Politische Ökologie wird für die Untersuchung der städtischen Dynamiken und ihrer sozialen und ökologischen Wechselwirkungen als Unterkategorie gewählt (Swyngedouw und Heynen 2003: 899; Bauriedel 2022: 277). Mit der Unterkategorie der Environmental Justice (Umwelt(un)gerechtigkeit) werden strukturelle Ungerechtigkeiten und daraus resultierende Lösungsansätze für das Nutzen von Umweltressourcen aufgezeigt (Bellina 2022: 63). Des Weiteren wurde die Materialitätsforschung herangezogen: Sie legt den Fokus auf die soziale und kulturelle Rolle materieller Objekte – in dieser Thesis die Sachets (Ingold 2012: 432).

In der abschließenden Diskussion dieser Masterarbeit werden die theoretischen Konzepte mit den Forschungsergebnissen verknüpft.

3.1. Politische Ökologie

Die Politische Ökologie stellt eine umfassende theoretische Perspektive dar, die sich in den letzten Jahren zu einer anerkannten Forschungsrichtung in den Sozialwissenschaften – wie der Geografie und der Ethnologie – entwickelt hat (Schmidt 2016: 260f). Richard Peet und Michael Watts (2002: 4) beschreiben sie sogar als „perhaps the most important line of recent social scientific thinking about environment and development“.

In den 1970er Jahren entwickelte sich die Politische Ökologie als Reaktion auf die theoretische Notwendigkeit, unpolitische Felder – hier insbesondere das Thema Umwelt – zu repolitisieren. Dabei ging es anfänglich vor allem um Umweltdegradation. Deren Ursachen sollten nicht mehr nur mit Bevölkerungswachstum, Technologie- und Wissensrückstand oder Governance-Versagen in Verbindung gebracht werden. Sie sollten auch in einem holistischeren Kontext untersucht werden, der ökologische und polit-ökonomische Prozesse sowie das Verhältnis von Natur und Mensch berücksichtigt (Gottschlich et al. 2022: 12; Peet und Watts 2002: 17). Laut Matthias Schmidt (2016: 260) gehören zu den Gründungswerken Publikationen von Michael Watts (1983), Piers Blaikie (1985) sowie Piers Blaikie und Harold Brookfield (1987) und Studien von Raymond L. Bryant und Sinead Bailey (1997), Karl S. Zimmerer und Thomas J. Basset (2003). Sie leiteten einen Paradigmenwechsel in der Umweltforschung ein: Die Politische Ökologie stellt laut Blaikie und Brookfield (1987) eine Verbindung der Anliegen der Ökologie mit der politischen Ökonomie her. Umweltprobleme (im globalen Süden) werden daraus folgend als Probleme angesehen, die durch soziale Handlungen und politisch-ökonomische Zwänge entstehen und beeinflusst werden (Peet und Watts 2002: 4).

„Environmental degradation is created ... by the rational response of the poor households to changes in the physical, economic and social circumstances in which they define their survival strategies.“ (de Janvry and Garcia, zit. n. Peet und Watts 2002: 5)

Im Kern der Politischen Ökologie steht das Bestreben, Umweltfragen nicht isoliert, sondern in sozialen, politischen und wirtschaftlichen Zusammenhängen zu verstehen. Besonders wichtig ist die Betonung der komplexen Wechselwirkungen zwischen Mensch und Natur, wobei Macht- und Herrschaftsverhältnisse, Umweltdegradation und -wandel sowie Auseinandersetzungen um natürliche Ressourcen eine zentrale Rolle spielen. Hierbei liegt der Fokus nicht nur auf der Identifikation von Umweltproblemen, sondern auch auf der kritischen Analyse gesellschaftlicher Strukturen – insbesondere im Kontext des Globalen Südens. Ergänzend dazu gibt es Untersuchungen im Globalen Norden, in städtischen Räumen, sowie historische als auch globale Perspektiven. Dabei werden dünn sowie dicht besiedelte Gebiete in den Blick genommen (Schmidt 2016: 260f).

In ihre Analyse integriert die Politische Ökologie eine breite Palette von Aspekten. Dazu gehören staatliche Interventionen, Marginalisierung von Gemeinschaften, Naturzerstörung und das komplexe Geflecht des kapitalistischen Systems. Zentral ist eine kritische Reflexion über die kapitalistische Produktionsweise und die westliche Hegemonie, die in der Theorie verankert

ist (Schmidt 2016: 260f). So betonen Daniela Gottschlich, Sarah Hackfort, Tobias Schmitt und Uta von Winterfeld (2022) in ihrem „Handbuch Politische Ökologie“, das als bedeutendes Werk der Politischen Ökologie im deutschsprachigen Raum gilt:

„Ein Gespräch über das Anthropozän [muss] immer auch die spezifische Bedeutung einer kapitalistischen Produktions- und Konsumtionsweise und die unterschiedlichen Verantwortlichkeiten zwischen dem Globalen Norden und dem Globalen Süden, zwischen unterschiedlichen Klassen, Gruppen und Geschlechtern mit einbeziehen.“ (Gottschlich et al. 2022: 13)

In vielen Studien wird besonders der Zusammenhang zwischen Kapitalismus und staatlichem Eingreifen einerseits und Marginalisierung und Umweltdegradation andererseits betont. Dieser kritische Ansatz ermöglicht eine tiefgreifende Analyse von Umweltproblemen als Ausdruck struktureller Ungerechtigkeiten und sozialer Disparitäten (Schmidt 2016: 260f). Erst mit dem Auseinandersetzen von hegemonialen Naturverständnissen sowie Macht und Herrschaftsverhältnissen kommen Fragen zustande, die der Ursache des Problems auf den Grund gehen oder einstufen, was im Konkreten überhaupt ein Problem ist oder nicht, um letztlich an Lösungsansätzen arbeiten zu können (Gottschlich et al. 2022: 16).

In „Land Degradation and Society“ beschäftigen sich Blaikie und Brookfields (1987) mit Fragen rund um die sozialen Ursprünge von Umweltverschmutzung sowie der Pluralität der Wahrnehmungen und Definitionen ökologischer Probleme (Blaikie und Brookfields, zit. n. Peet und Watts 2002: 6). Als eines der Hauptmotive, die sich auf die Wechselwirkung von Armut und Degradation beziehen, nennen sie Marginalität: Politische, wirtschaftliche und ökologische Marginalität kann sich selbst verstärken. Umweltverschmutzung kann dabei Ergebnis, aber auch Ursache sozialer Marginalisierung sein (Blaikie und Brookfields, zit. n. Peet und Watts 2002: 6). Dieser Punkt, der ein wichtiger Eckpfeiler in der Analyse der Sachet Economy in Slums in Manila darstellt, wird bei den Forschungsergebnissen berücksichtigt.

Die Politische Ökologie beruht auf gemeinsamen Verbindlichkeiten. Diese umfassen einen theoretischen Bezug zur Kritischen Gesellschaftstheorie sowie ein Verständnis von Natur und Wissensproduktion jenseits des Positivismus. Es besteht ein methodischer Pluralismus, der sich auf qualitative empirische Forschungsmethoden konzentriert, quantitative Methoden jedoch nicht ausschließt, und die historische Dimension berücksichtigt. Das bedeutet, dass es ein breites Spektrum an Methoden gibt, die je nach Fragestellung von einer Feldforschung über

leitfadengestützte Interviews bis hin zur Literaturanalyse eingesetzt werden können (Schmidt 2016: 260f).

Darüber hinaus gibt es eine normative Verpflichtung, die darauf abzielt, soziale Gerechtigkeit und strukturelle politische Veränderungen unter Einbeziehung der Interessen und Notlagen marginalisierter Gemeinschaften zu erreichen. Ziel der Politischen Ökologie ist daher auch das themenbezogene Eintreten für Veränderungen in Form von Gerechtigkeit und Gegenmaßnahmen (Schmidt 2016: 260f). Demzufolge liegt hier ein besonderer Fokus auf sozialen Konflikten, Kämpfen und Bewegungen, die es zu untersuchen gilt (Gottschlich et al. 2022: 12). In dieser Theorie stehen „die Umkämpftheit und Krisenhaftigkeit sozial-ökologischer Entwicklungen im Zentrum einer macht- und herrschaftskritischen Forschungs- und Praxisperspektive“ (ebd.: 13). Einfach gesagt, geht es um die Kritik an unterschiedlichen Verhältnissen und den sich daraus ergebenden Perspektiven für anwendbare Alternativen. Die Politische Ökologie soll dementsprechend nicht nur Wissenschaft, sondern auch Praxis sein, die sich im Positionieren und Stellung beziehen äußert (ebd.: 13).

3.1.1. Urbane Politische Ökologie

„Städte werden oft als Gegensatz von Natur, von Ökologie und von Umwelt betrachtet.“
(Bauriedl 2022: 277)

Mit diesen Worten leitet Sybille Bauriedl in ihren Text über die Urbane Politische Ökologie ein. Im Gegensatz zu dieser Aussage ist es in der Urbanen Politischen Ökologie möglich „Städte als Orte komplexer Beziehungen von Gesellschaft und Natur und als Ausdruck gesellschaftlicher Naturverhältnisse“ zu sehen und analysieren (Bauriedl 2022: 277). Obwohl Städte als Ballungsräume gegenüber Naturereignissen und von Menschen verursachten Krisen als besonders vulnerabel gelten und in denen Ungleichheitsstrukturen und Umweltungerechtigkeit besonders sichtbar werden, handelt es sich bei der Urbanen Politischen Ökologie lediglich um einen kleinen Teilbereich der Politischen Ökologie (ebd.: 277). Die meisten Publikationen der Politischen Ökologie beschäftigen sich noch immer mit Natur-Mensch-Wechselwirkungen im ländlichen Raum – und das in einer Zeit mit starkem Urbanisierungswachstum. Wahrscheinlich hat sich, gerade weil Städte sich als so polarisierende und vielschichtige Phänomene entwickelt haben, die Unterkategorie Urbane Politische Ökologie gebildet (ebd.: 283). Diese bedarf laut Erik Swyngedouw und Nikolas C. Heynen (2003: 899) dringend mehr Aufmerksamkeit.

Städte gelten als dichte Netzwerke, die aus miteinander verwobenen sozialräumlichen Prozessen bestehen, die gleichzeitig lokal und global, menschlich und physisch, kulturell und organisch sind. Die zahlreichen Transformationen und Metabolismen, die das urbane Leben unterstützen und aufrechterhalten, wie Lebensmittel, Autos, Medien, Wasser und Häuser, kombinieren physische und soziale Prozesse, die unendlich miteinander verbunden sind (Swyngedouw und Heynen 2003: 899).

Als multidisziplinäre Perspektive der Politischen Ökologie, bietet die Urbane Politische Ökologie einen relevanten und umfassenden Ansatz zur Analyse der komplexen Dynamiken städtischer Räume. Dieser geht über das konventionelle Betrachten von Städten als physische Räume oder rein soziales Konstrukt hinaus, das durch die Interaktion autonom handelnder Individuen geprägt ist. Stattdessen rückt er die Wechselwirkungen zwischen sozialen, politischen und ökologischen Faktoren in den Vordergrund (Njeru 2006: 1048f; Bauriedel 2022: 277). Natur und urbaner Raum sind sich dauerhaft verändernde Prozesse, da sie von gesellschaftlichen und natürlichen Gegebenheiten und Dynamiken geformt und geprägt werden. Die Interdependenzen zwischen Gesellschaft und Natur sowie zwischen Menschlichem und Nicht-Menschlichem sind vielschichtig und manifestieren sich etwa in den Ausprägungen „urbaner Ernährung, Mobilität, Grün- und Wohnraumnutzung [oder] Energie- und Gesundheitsversorgung“ (Bauriedel 2022: 277).

Die Urbane Politische Ökologie untersucht insbesondere die Gründe für Nicht-Nachhaltigkeit im urbanen Raum. Der Fokus liegt hier auf den sozialen Aspekten städtischer Umweltprobleme im Kontext lokaler und historisch gewachsener Machtstrukturen. Sie unterscheidet sich damit von einer an der Problemlösung orientierten Forschung, die hauptsächlich darauf abzielt, die Nachhaltigkeitspotenziale technologischer und planerischer Maßnahmen zu unterstützen. Sie befasst sich also mit sozialen und ökologischen Ungleichheiten sowie Gerechtigkeit auf verschiedenen Ebenen – von innerstädtischen bis zu regionalen und globalen Aspekten (Bauriedel 2022: 277).

Städtische Umweltprobleme sind dementsprechend das Ergebnis eng miteinander verwobener Prozesse. Zwar tragen ökologische Entwicklungen zur Veränderung der städtischen Umwelt bei, doch sind es vor allem wirtschaftliche, politische und kulturelle Prozesse, die ungleiche und ungerechte städtische Umweltbedingungen schaffen, wiederherstellen und aufrechterhalten (Njeru 2006: 1048f).

Als integrierter und relationaler Ansatz soll die Urbane Politische Ökologie dazu beitragen diese miteinander verknüpften wirtschaftlichen, politischen, sozialen und ökologischen Prozesse zu entwirren, die zusammen ungleiche und ungerechte Stadtlandschaften bilden. Da sich die machtgeladenen sozio-ökonomischen Beziehungen, die die Formierung urbaner Umwelten prägen, ständig zwischen Akteursgruppen und Maßstäben verschieben, sind historisch-geographische Einblicke in diese sich ständig verändernden urbanen Konfigurationen notwendig. Das Programm der Urbanen Politischen Ökologie besteht also darin, den demokratischen Gehalt der sozio-ökologischen Konstruktion zu analysieren mit dem Ziel eine gerechtere Verteilung der sozialen Macht und eine integrativere Art der Umweltproduktion zu erreichen (Swyngedouw und Heynen 2003: 898).

Swyngedouw und Heynen (2003: 903) empfehlen, sich aufgrund der ungleichen Prozesse, die urbane Umgebungen hervorbringen, weniger mit den natürlichen Artefakten, die durch die ungleichen sozialen Prozesse geschaffen werden, zu beschäftigen. Vielmehr sollten die kapitalistischen und sozialen Prozesse in den Fokus rücken, die diese ungleichen urbanen Landschaften entwickeln und wiederherstellen.

Es gibt bereits umfangreiche Literatur, die sich mit der Geschichte der Umwelt in der Stadt befasst. Im Vergleich zu dieser betont die marxistische Urbane Politische Ökologie besonders, dass die materiellen Bedingungen, die die städtische Umwelt prägen, gezielt kontrolliert und manipuliert werden, um die Interessen der Elite zu fördern – und das auf Kosten der benachteiligten Bevölkerungsgruppen (ebd.: 902).

Seit den 1970er Jahren analysiert die Urbane Politische Ökologie jene Ungleichheitsverhältnisse und den Einsatz für Umweltgerechtigkeit im urbanen Raum. Dieser Ansatz wurde maßgeblich von Theoretikern wie David Harvey (1973), Erik Swyngedouw (2003) und Neil Brenner (1998) entwickelt (Bauriedel 2022: 279):

Eine zentrale Idee der Urbanen Politischen Ökologie ist, dass städtische Räume nicht nur physische Schauplätze sind, sondern auch sozial und politisch konstruierte Umgebungen. David Harvey betonte bereits 1973 in seinem Buch „Social Justice and the City“ die Bedeutung von politischen Entscheidungen und wirtschaftlichen Strukturen in städtischen Lebensräumen – er zeigt dies anhand deutlicher Einkommensunterschiede in wohlhabenden und benachteiligten Stadtvierteln Nordamerikas. Diese wirken sich auf das städtische Erscheinungsbild aus, indem sie ungleichen Zugang zur städtischen Umwelt sowie unterschiedliche soziale

Aufgabenverteilungen zur Folge haben. Er argumentiert an diesem Beispiel weiter, dass städtische Umgebungen nicht neutral sind, sondern die Verteilung von Macht und Ressourcen widerspiegeln (Harvey, zit. n. Bauriedel 2022: 279).

Swyngedouw und Heynen (2003) erweiterten diese Perspektive, indem sie die Bedeutung von Natur und Umwelt in städtischen Kontexten betonen. In „Urban Political Ecology, Justice and the Politics of Scale“ unterstreichen die beiden Wissenschaftler, wie ökologische Prozesse, wie etwa beispielsweise Tropenstürme, Zugang zu Wasser oder die Verteilung von Umweltbelastungen, politisch verhandelt werden und sich auf städtische Gemeinschaften auswirken. Die Veränderung von Natur und die ihr innewohnenden sozialen Beziehungen sind untrennbar mit dem Prozess der Urbanisierung verbunden. Die sozio-ökologischen Veränderungen führen zu einer kontinuierlichen Produktion neuer Naturen, bzw. neuer städtischer, sozialer und physischer Umweltbedingungen. Die Vermischung von materiellen, sozialen und symbolischen Dingen führt zu einem besonderen sozio-ökologischen Konstrukt, das Natur, Gesellschaft und urbanen Raum zu einem heterogenen, widersprüchlichen und oft beunruhigenden Ganzen zusammenschweißt (Swyngedouw und Heynen 2003: 899, 901).

Die urbane politische Ökologie analysiert ferner, wie städtische Räume sozial konstruiert werden und wie soziale Gruppen Zugang zu städtischen Ressourcen erhalten haben. Neil Brenner (1998) trägt in „Between Fixity and Motion: Accumulation, Territorial Organization, and the Historical Geography of Spatial Scales“ dazu bei, die Urbane Politische Ökologie im Bereich der Stadtentwicklung zu verstehen. Er argumentiert, dass in sozialen Gruppen in städtischen Räumen Macht und Einfluss unterschiedlich verteilt sind, was sich in der territorialen Organisation der Stadt manifestiert (Brenner 1998: 478f). Generell beeinflusst Macht alle Prozesse. Soziale Akteur:innen streben danach, ihre Umwelt im Kontext von Klassen-, ethnischen, rassischen und geschlechtsspezifischen Konflikten und Machtkämpfen zu verteidigen und zu gestalten. Im Kapitalismus werden die vielfältigen sozio-ökologischen Prozesse von Macht, Unterordnung, Ausbeutung und Unterdrückung, die den Urbanisierungsprozess beeinflussen, verschleiert. Die scheinbar selbstverständliche Kommodifizierung der Natur, die einer marktwirtschaftlichen Gesellschaft zugrunde liegt, verschleiert ebenfalls die ihr eingeschriebenen sozialen Machtverhältnisse, sowie die Tatsache, dass die Natur immer weiter transformiert und kommodifiziert wird. Zusammenfassend lässt sich sagen, dass die Umwelt der Stadt – die soziale wie die physische – das Ergebnis eines historisch-geografischen Prozesses der Urbanisierung der Natur ist (Swyngedouw und Heynen 2003: 900).

Städte scheinen das Abbild von Emanzipation und Freiheit darzustellen. Gleichzeitig spiegeln sie eine Welt von Ausbeutung und Unterdrückung. In der Stadt Natur zu produzieren ist ein umkämpftes Terrain. Ständig verändernde Stadtbilder von Gated Communities mit künstlich angelegten Landschaftsgärten bis hin zu Slums mit schadstoffbelasteten Müllhalden, prägen den kapitalistischen Urbanisierungsprozess, in den die Umwelt der Stadt tief verstrickt ist (Swyngedouw und Heynen 2003: 900f). Die Urbane Politische Ökologie macht deutlich, dass der Wandel in städtischen Gebieten aufgrund komplexer ökonomischer, politischer und kultureller Prozesse, die das Entstehen städtischer Landschaften prägen, dazu neigt, räumlich differenziert und äußerst ungleichmäßig zu verlaufen. Bei Veränderungen in der städtischen Umwelt ist es wahrscheinlich, dass Stadtteile mit marginalisierten Bevölkerungsgruppen die Hauptlast negativer Umweltveränderungen tragen – im Gegensatz zu den wohlhabenderen Stadtvierteln (ebd.: 910). Beispielsweise ist die Gesundheitsbelastung im urbanen Raum sichtbar ungleich verteilt. In den Stadtvierteln, die durch eine hohe Lärmbelastung, schlechte Luftqualität und große Risiken im Hinblick auf Hitze und Hochwasser gekennzeichnet sind, leben überwiegend Menschen mit geringerem Einkommen. Aufgrund begrenzter Konsummöglichkeiten tragen diese Menschen erheblich weniger zur örtlichen und globalen Umweltverschmutzung bei, sind aber dennoch am signifikantesten von ihr betroffen. Anhand dieser Diskrepanz zwischen Umweltbelastungen und den Betroffenen werden die sozialen Klassenunterschiede sichtbar. Diese sind das Resultat sozialer Segregation, die zum Beispiel durch hohe Kosten für Wohnraum oder andere Ausschlussfaktoren – etwa durch die soziale Position – gelenkt werden (Bauriedel 2022: 279). Obwohl es sich hierbei um kein neues Phänomen handelt, vertieft die urbane-politische-ökologische Perspektive das Verständnis, wie miteinander verknüpfte Prozesse zu einer ungleichen städtischen Umwelt führen und wer wie stark von Prozessen profitiert. Umweltveränderungen lassen sich so auch oft durch soziale Kämpfe erklären und sind damit nicht unabhängig von Klassen-, Geschlechter-, Ethnizitäts- oder anderen Machtkämpfen (Swyngedouw und Heynen 2003: 910f).

Um städtische Dynamiken umfassend und kritisch zu erfassen, bietet die Urbane Politische Ökologie einen Analyse-Ansatz, der soziale, wirtschaftliche, politische und ökologische Aspekte integriert und diese zugleich in Relationen setzt. Auf dieser theoretischen Grundlage lassen sich die komplexen Realitäten urbaner Areale verstehen und nachhaltige politische Ansätze erarbeiten. Prozesse, die vielfach miteinander auf unterschiedlichen Ebenen verwoben sind, werden von der Urbanen Politischen Ökologie in einem holistischen Ganzen analysiert. Die Urbane Politische Ökologie spielt mittlerweile auch für eine emanzipatorische Stadtpolitik,

die eine gerechte, sozialökologische Stadt zum Ziel hat, eine immer gewichtigere Rolle. Da die Politik entscheidet, welche Natur urbanisiert werden kann, soll politische Macht so umverteilt werden, dass urbane Räume den Bedürfnissen und Wünschen ihrer Bewohner:innen gerecht werden – ohne einzelne Stadtteile zu benachteiligen (Swyngedouw und Heynen 2003: 900, 903, 914f).

3.1.2. Environmental Justice

Leonie Bellina (2022: 63) beschreibt Environmental Justice (Engl.: Umwelt(un)gerechtigkeit) als „ein lebendiges, produktives Handlungsfeld an der Schnittstelle zwischen sozialen Bewegungen, Forschung und Politikgestaltung/Planung für umweltbezogene Gerechtigkeit“. Ihre Entstehung geht in den USA auf die Reaktion ungleicher Verteilungen von Umweltbelastungen⁷ in den 1980er Jahren zurück, die hauptsächlich arme Bevölkerungsgruppen betraf – darunter im speziellen „People of Colour“⁸ und Indigene Gruppen. Teil der Problematik war, dass viele große (weiße) Umweltschutzorganisationen die Umstände vernachlässigten oder erst gar nicht thematisierten. Environmental Justice hat sich seitdem zu einem intersektionalen und analytischen Ansatz entwickelt, mit dessen Hilfe umweltbezogene Ungerechtigkeiten analysiert werden können, die strukturell und historisch bedingt sind. Darunter fallen zum Beispiel Diskriminierung jeglicher Art, ungleiche Chancen auf dem Arbeitsmarkt, räumliche Segregation und mangelnde politische Repräsentation von marginalisierten Gruppen. Elementar für Environmental Justice ist die Kombination von Umweltfragen und Menschenrechten (ebd.: 63f). Laut Artikel eins, zwei und drei der Allgemeinen Erklärung der Menschenrechte hat jeder Mensch die gleichen Rechte auf Leben, Freiheit, Sicherheit, Gleichheit und Schutz vor Diskriminierung (United Nations 1948). Durch Umweltbelastungen und ungerechte Verteilung werden diese Rechte häufig verletzt. Gerade deshalb hat sich aus dem reinen Umweltschutz, der sich lediglich für die Erhaltung der nicht-menschlichen Natur einsetzt, die Environmental Justice entwickelt. Der englische Begriff Environmental Justice wird hier bewusst verwendet, um die intersektionale und

⁷ Es handelt sich hier um toxische Lasten umweltschädigender Produktions- und Konsumweisen einer Mülldeponie im Jahr 1982 in Warren County, USA (Bellina 2022: 63).

⁸ Nicht weiße Personen, die in vielfältigen Formen Rassismus ausgesetzt sind (Bundeszentrale für politische Bildung 2024c).

menschenrechtsbezogene Auseinandersetzung von Mensch-Natur-Verbindungen hervorzuheben (Bellina 2022: 63ff).

Die grundlegenden Komponenten sind laut Leonie Bellina (2022: 65) die Folgenden:

„Das Recht aller Menschen, in einer sicheren und gesunden Umgebung zu leben; die faire und gleiche Behandlung bezüglich Umweltlasten, -risiken und -nutzen sowie eine ebensolche Beteiligung an Entscheidungsprozessen bezüglich ihrer Umwelt.“ (ebd.: 65)

Gerechtigkeit steht also in Bezug auf Menschenrechte und der Entstehung und Verteilung von Umweltlasten im Mittelpunkt der Environmental Justice (ebd.: 66).

Bunyan Bryant (1995: 6) bietet eine sehr breite Definition, die zahlreiche Gerechtigkeitsvorstellungen mit einbezieht und das Potenzial der Umweltgerechtigkeit zur Wiederbelebung und zum Wiederaufbau funktionierender Gemeinschaften hervorhebt:

„[Environmental Justice] refers to those cultural norms and values, rules, regulations, behaviors, policies, and decisions to support sustainable communities, where people can interact with confidence that their environment is safe, nurturing, and productive. Environmental justice is served when people can realize their highest potential, without experiencing the ‚isms‘. Environmental justice is supported by decent paying and safe jobs; quality schools and recreation; decent housing and adequate health care; democratic decision-making and personal empowerment; and communities free of violence, drugs, and poverty. These are communities where both cultural and biological diversity are respected and highly revered and where distributed justice prevails.“ (Bryant 1995: 6)

Die Literatur der Environmental Justice ist durch politische Mobilisierung für Umweltthemen aus der Praxis und weniger aus der theoretischen Forschung entstanden (Swyngedouw und Heynen 2003: 910). Daher werden mit diesem Ansatz meist konkrete Erfahrungen analysiert, auf die Theorie und Forschung aufbauen sollten (Bellina 2022: 63). Aus der Praxis kommend behandelt die Environmental Justice die Beziehungen zwischen Umwelt und Menschen in einem anderen Kontext (Swyngedouw und Heynen 2003: 910). Im Unterschied zur breit gefassten theoretischen Perspektive der (Urbanen) Politischen Ökologie sind Studien der Environmental Justice meist stärker fokussiert. Sie beschäftigen sich mit spezifischen Gebieten und sollten laut Swyngedouw und Heynen (2003: 909) daher nicht verallgemeinert werden. Im Zuge der Globalisierung erweiterte sich das Forschungsgebiet transnational und multidimensional. Lokale Sachverhalte können kaum mehr ohne Einordnung in globalisierten Zusammenhängen analysiert werden. Dazu gehören zum Beispiel globale Wirtschaftsbeziehungen, Ressourcen, Abfall und Migration (Bellina 2022: 68).

Die Auflösung der Trennung von Mensch und Natur zeigt, dass der Mensch als soziale Kategorie in komplexen gesellschaftlichen Naturverhältnissen steht. Auch Macht- und Unterdrückungsverhältnisse wirken sich nicht nur sozial, sondern meist auch auf die Umwelt aus. Soziale und umweltbezogene Verhältnisse stehen in einer ständigen Wechselwirkung, die sich gegenseitig verstärken kann. Dabei entscheiden soziale Verhältnisse mit über die Verteilung von Umweltlasten. Dies geschieht meist ungleich und führt zu Ungerechtigkeiten für Gruppen, die durch ihre marginale Situation bereits Benachteiligungen erfahren (Bellina 2022: 64).

„Environmentalism of the Poor“ gilt als Überbegriff für die marginalisierten Gemeinschaften, die sich gegen die Zerstörung ihres Lebensraumes wehren und sich für ihre Menschenrechte einsetzen. Umweltschutz in marginalisierten Gemeinschaften gilt noch immer als unsichtbar, da im Globalen Norden, der sich nach wie vor als Vorreiter des Fortschritts sieht, die Annahme im Entwicklungsdiskurs verbreitet ist, „dass Umweltschutz [...] erst nach wirtschaftlicher Entwicklung möglich [ist]“ (ebd.: 66). Arme Menschen hätten keine Zeit und Ressourcen sich mit Umweltschutz zu beschäftigen, da sie ihre Grundbedürfnisse befriedigen müssten. Environmental Justice versucht diese Vorurteile aufzulösen und benennt die Ursachen für Armut und Umweltschäden bzw. versucht, die verantwortlichen globalen Macht- und Herrschaftsverhältnisse zu ändern (ebd.: 66f).

Um für mehr Chancengleichheit und Gleichberechtigung zu kämpfen, steht die Anerkennung der betroffenen Menschen im Zentrum der Analyse. Oft werden Menschen mit ihren Forderungen im Kampf für mehr Gerechtigkeit nicht ernst genommen und ignoriert, was zu weiterer Marginalität und Vulnerabilität führt. Die Environmental Justice setzt die Anerkennung der Betroffenen daher für die weitere Analyse voraus und gibt vor, wie Voraussetzungen verändert werden können, um gerechte Prozesse und eine gleichberechtigte Beteiligung zu gewährleisten. Mit „Doing Environmental Justice“ wird die daraus resultierende Praxis bezeichnet, die umweltbezogenen Gerechtigkeit schaffen soll (ebd.: 71).

In Städten herrschen – wie bereits die Urbane Politische Ökologie aufgezeigt hat – sozial-demographisch unterschiedlich bewohnte Viertel, die aus einem zusammenhängenden Geflecht sozial-ökologischer Beziehungen hervorgehen (Swyngedouw und Heynen 2003: 902). Die Urbane Environmental Justice plädiert für eine gerechte Verteilung von Nutzen und Lasten in diesen Vierteln. Das soll durch eine gerechtigkeitsfördernde Stadtplanung erreicht werden. Für Themen wie Ghettoisierung, Gentrifizierung und Vertreibung vom Land, die Menschen in

prekäre Ungleichheitsverhältnisse bringen, müssen neue Konzepte und Praktiken entwickelt werden, um städtisches Leben für alle möglich zu machen (Bellina 2022: 68).

Viele Ungerechtigkeiten heute haben ihren Ursprung in der Kolonialzeit. Sie führte zur Vertreibung und Enteignung indigener Gemeinschaften, zur Zerstörung traditioneller Lebensräume und zu einer veränderten Wahrnehmung von Natur als unbelebte Ressource nach europäischem Weltbild. Dieses Gedankengut ist bis heute verbreitet und meist Teil der Ursachen für umweltbezogene Ungleichheiten. Eine der Stärken von Environmental Justice ist die Analyse aktueller sozial-ökologischer Krisen mit Blick auf die Vergangenheit und daraus entstandenen postkolonialen Realitäten. Ressourcen werden als Resultat von Kolonialismus und Globalisierung auch heute noch größtenteils im Globalen Süden angebaut, abgebaut, hergestellt und exportiert. Beispielsweise werden Produkte wie Kleidung billig in diesen Ländern mit geringen Umweltstandards produziert oder Müll aus wohlhabenden Ländern dorthin entsorgt. Diese Beispiele führen zu Umweltschäden unbestimmten Ausmaßes, die von den Verantwortlichen so externalisiert werden, dass sie vor allem die örtliche Bevölkerung zu tragen hat. Sie muss die Verantwortung übernehmen, während die Verursacher davon profitieren (ebd.: 72). Umweltbezogene Ungerechtigkeiten sind also Teil der versteckten Kosten der Globalisierung. Insbesondere marginalisierte Gruppen tragen unverhältnismäßig stark die Lasten von Umweltzerstörung, Verschmutzung und sozio-ökologischen Folgen, die mit ökologischem Wachstum verbunden sind (Braun und Traore 2015: 866).

Environmental Justice und Doing Environmental Justice haben sich bis heute mit ihren vielfältigen Anwendungen – etwa in Alltagspraktiken, sozialen Bewegungen, Recht, Politik und Forschung – zu einem pluralistischen und praktischen Ansatz entwickelt, mit dem sozial-ökologische Gerechtigkeit auf multidimensionaler und intersektionaler Ebene analysiert und entwickelt werden kann. Für gesellschaftliche Naturverhältnisse zählt Environmental Justice damit zu den wichtigsten Ansätzen der Politischen Ökologie im Bereich der Macht- und Herrschaftsverhältnisse (Bellina 2022: 74).

3.2. Materialitätsforschung

Daniel Miller (2005: 4) versteht den Begriff Materialität allumfassend: Von Gebrauchsgegenständen bis hin zur Kosmologie müsse eine Definition sowohl die wörtliche als auch die philosophische Verwendung beinhalten. Die Theorie rund um Materialität beginnt für viele Theoretiker:innen mit der Analyse von Objekten. Was über deren einfache Definition hinaus geht, wird ergänzt– wie das Imaginäre, Biologische, Theoretische oder Ephemere. Die

meisten Theoretiker:innen haben eine andere Herangehensweise, in der die materielle Kultur in einem umfassenden Kulturbegriff betrachtet wird (Miller 2005: 4).

Materielle Kultur entstand Ende der 1970er Jahre als humanistische Reaktion auf den wissenschaftlichen Anspruch der prozessualen Archäologie. Die Vertreter des Postprozessualismus suchten nach einer Möglichkeit, die Bedeutung von Objekten der materiellen Kultur sichtbar zu machen, die kontext- und kulturabhängig verschiedene symbolische Ausdrücke offenbarten (Ingold 2012: 428).

Die Natur liefert die Materialien, die durch die menschliche Kultur in Form gebracht werden. Durch die Überlagerung von Kultur und Natur erschafft der Mensch materielle Kultur. Materialität umfasst dementsprechend die physische und materielle Komponente der Umwelt, sowie die Interaktion der materiellen Eigenschaften. Welche Form, Aufgabe oder Bedeutung etwa bestimmte Steine in historischen und sozialen Kontexten erhalten haben, soll die Materialität verständlich machen (Ingold 2012: 432).

Laut Miller (2005: 6) ist Pierre Bourdieus Werk „Outline of a Theory of Practice“ eine der wichtigsten Publikationen der Materialitätsforschung in der Anthropologie. Bourdieu analysiert, wie dieselbe Fähigkeit von Objekten, menschliche Akteure indirekt zu konditionieren, zum primären Mittel wird, durch das Menschen als soziale Wesen sozialisiert werden. Das heißt unsere Interaktionen und Beziehungen mit alltäglichen Dingen und den Menschen um uns herum, prägen oft unsere Werte, Überzeugungen und Verhaltensweisen. Bourdieu geht es dabei insbesondere um Ordnung und Platzierung von Objekten – etwa dem Nutzen und dem Platz im Haushalt. Jede Ordnung gelte als homolog zu anderen Ordnungen – wie etwa einer sozialen Hierarchie. So könne das wenig Greifbare im Greifbaren begründet werden (Bourdieu, zit. n. Miller 2005: 6).

Als Theorie der Objekte wurde die Materialitätsforschung zu einer Art sozialem Äquivalent zu Kants Kategoriensystem⁹. Außer Zeit, Raum und Mathematik orientieren sich Menschen unabhängig ihrer Sozialisierung an grundlegenden Parametern einer sozialen Ordnung, die auf Objekten aufbaut, die kommen, bleiben und gehen. Die Materielle Kultur gilt somit als ein

⁹ Kant erklärt in „Kritik der reinen Vernunft“ sein Kategoriensystem, bestehend aus 12 Kategorien. Diese Kategorien gelten als Begriffe, die unseren Wahrnehmungen und Vorstellungen Objektivität verleihen, sodass ein Urteil gefällt werden kann (Hesse 2024).

Netzwerk homologer Ordnungen, die sich als Grundlage für die Erforschung einer Gesellschaft auszeichnet (Miller 2005: 7).

Für Miller ist die Menschheitsgeschichte grundsätzlich als ein fortlaufender Prozess der Verdinglichung zu verstehen. Dabei erschaffen Menschen eine materielle Welt, die ihnen und ihren Nachfolger:innen einen Spiegel vorhält, in dessen Reflektion sie sich selbst gestalten (Miller 2005: 8; Ingold 2012: 435).

„We cannot know who we are, or become what we are except by looking in a material mirror, which is the historical world created by those who lived before us. This world confronts us as material culture and continues to evolve through us” (Miller 2005: 8).

Ein Blick in den eigenen materiellen Spiegel, der die Vergangenheit zeigt, lässt Menschen verstehen, wer sie sind. Diese Welt der Vergangenheit begegnet ihnen als materielle Kultur und entwickelt sich durch die Generationen weiter (ebd.: 8).

Wenn Beschaffenheit und Zustand bekannt sind, kann damit gearbeitet werden. Materialien sind keine statischen Entitäten. Sie sind im Gegenteil fortlaufende Geschichten und entwickeln sich weiter in ständiger Modulation. Dinge bestehen laut Heidegger aus Ansammlungen von Materialien – anders ausgedrückt: einer besonderen Verflechtung des Materieflusses. Die Interaktion mit einem Ding – etwa berühren oder beobachten – bedeutet, sich mit den Prozessen seiner fortlaufenden Entstehung zu verbinden (Ingold 2012: 434ff). Tim Ingold (2012: 438) macht in „Toward an Ecology of Materials“ klar, dass Menschen gewissermaßen auch Objekte sind. Menschen und Objekte sind Prozesse, die durch Produktion ins Leben gerufen werden und in soziale Interaktionen eingebunden sind.

Im Zentrum der Materialitätsforschung stehen folglich Objekte, deren soziale, kulturelle, ökonomische und politische Bedeutungen es zu untersuchen gilt. Sie betont ferner die aktive Rolle von Objekten in den sozialen und kulturellen Dynamiken bzw. den gesellschaftlichen Konstruktionen – und führt damit weit über die traditionelle Betrachtung von Objekten als rein physische Einheiten hinaus. Die Materialitätsforschung gewährleistet somit eine tiefgreifende Analyse der Beziehungen zwischen Menschen und ihren Objekten (Ingold 2012: 427, 432; Miller 2005: 4).

3.3. Relevanz der Theorien für die Tingi Culture auf den Philippinen

Die dargestellten vier Theorie-Konzeptionen bilden für diese Thesis das Kerngerüst, das die Tingi Culture in den Slums von Manila in ihrer Vielfältigkeit und in ihren Auswirkungen auf die Bevölkerung und die Umwelt relevant und umfassend durchdringen und erfassen kann. Die Theorien bringen jeweils ihre unterschiedlichen Blickwinkel auf die strukturellen, sozialen und materiellen Aspekte dieser Thematik in die Analyse ein:

Die Politische Ökologie bietet den übergreifenden Ansatz für das Erforschen der Tingi Culture, indem sie die Sachet Economy mit ökologischen, sozialen und politischen Dimensionen verknüpft – von Umweltverschmutzung über Marginalisierung von Menschen bis hin zu staatlichen Eingriffen, Kapitalismus und Globalisierung. Sie verfolgt zugleich einen kritischen Ansatz, hinterfragt vorhandene Strukturen und lässt Alternativen zu Sachet-Konsum erkennen (Schmidt 2016: 260f).

Die Urbane Politische Ökologie, als erste Unterkategorie, zeigt die Wechselwirkungen des Sachet-Konsums im urbanen Raum – in diesem Forschungskontext insbesondere in den beiden Slums Parola und Payatas in Manila. Sachets werden durch Investitionen in die städtische Wirtschaft produziert und werden zugleich zur Umweltbelastung in Manila und dem Inselstaat generell. Komplexe sozioökologische Beziehungen dieser Art zu erkennen, die die städtische Umwelt bestimmen, ist Ziel der Urbanen Politischen Ökologie (Njeru 2006: 1049). Die Perspektiven von Swyngedouw und Heynen lassen hier die ökologischen Folgen des massiven Sachet-Konsums auf die städtische Umwelt und ihre Gemeinschaften tiefgreifend analysieren (Swyngedouw und Heynen 2003: 899ff.). Mit Brenners Blickpunkt werden die städtischen Machtstrukturen und ihr Einfluss auf die Tingi Culture differenziert untersucht (Brenner 1998: 478f). Anhand der Urbanen Politischen Ökologie ist somit der Fokus ideal auf alle Beteiligten zu richten, die das Sachet-Problem verursacht haben und aufrechterhalten (Njeru 2006: 1049f).

Als zweite Unterkategorie eröffnet die Environmental Justice einen praktisch angelegten Theorie-Ansatz. Dieser lässt die Tingi Culture auf den Philippinen auch mit Blick auf die sozialen Ungerechtigkeiten untersuchen, die mit Sachet-Produktion und -Konsum unmittelbar verknüpft sind. Dies trifft insbesondere auf die Bewohner:innen der Slums in Manila zu. Ziel der Environmental Justice ist es anhand der Analyse der asymmetrischen Auswirkungen der Tingi Culture Lösungsansätze zu entwickeln (Bellina 2022: 64, 71).

Die Materialitätsforschung rundet als weitere Theorie in dieser Thesis die Analyse der Tingi Culture in den städtischen Slums von Manila ab. Sie betrachtet Sachets nicht als reine Konsumgüter oder Kunststoffverpackungen, sondern als aktive Teile sozialer und kultureller Dynamiken. Analysiert werden somit nicht nur die objektiven Eigenschaften der Sachets, sondern auch die sozialen Beziehungen, die sich mit ihrem Gebrauch entwickeln (Ingold 2012: 432).

Für diese Masterarbeit bietet der dargestellte theoretische Rahmen – Politische Ökologie, Urbane Politische Ökologie, Environmental Justice und Materialitätsforschung – die ideale Grundlage für eine umfassende Analyse der Tingi Culture bzw. der Sachet Economy. Folglich habe ich auf diesem Gerüst die Methodik dieser Thesis aufgebaut – das heißt, die Methoden gewählt und das Forschungsdesign entsprechend gestaltet. Der theoretische Rahmen bestimmt somit auch, wie die Forschungsergebnisse erhoben, strukturiert, analysiert und bewertet werden, um die Forschungsfrage adäquat beantworten zu können und mögliche Lösungsansätze aufzuzeigen. In der abschließenden Diskussion dieser Masterarbeit werden die theoretischen Konzepte mit den Forschungsergebnissen verknüpft.

4. Methodik

In dieser Arbeit wird zur Beantwortung der Forschungsfrage – *Welche Rolle spielt die Tingi Culture in den Slums von Manila und wie gehen ihre Bewohner:Innen mit ihr um?* – ein qualitatives Erhebungsverfahren angewendet. Den Grundstein dieser Masterarbeit legt eine zehnwöchige Feldforschung in zwei verschiedenen Slums der philippinischen Metropolregion Manila. Dieses Kapitel beginnt mit einer Einführung in die allgemeinen formalen Standards der qualitativen Forschung, die als Grundlage und Leitfaden für die gesamte Entstehung und Datenerhebung dieser Arbeit dient. Im Anschluss wird das detaillierte Forschungsdesign dargelegt und auf die qualitativen Erhebungsmethoden der Forschung eingegangen: Teilnehmende Beobachtung, Interviews, Dokumentationsformen und Literaturrecherche. Zudem wird die Planung und Durchführung der Forschung und Datenerhebung beschrieben und insbesondere auf den Feldzugang, die ethischen Herausforderungen sowie meine Positionalität in dieser Forschung eingegangen. Den Abschluss des Kapitels bildet der Prozess der Datenauswertung und -analyse. Hierbei wird die Thematische Analyse (TA) nach Braun und Clarke angewendet. Ein besonderer Fokus liegt dabei auf der detaillierten Erläuterung des Kodierens.

4.1. Forschungsdesign

4.1.1. Qualitative Forschung

In ihrem Sammelband „Qualitative Methoden in der Entwicklungsforschung“ machen Petra Dannecker und Birgit Englert (2014: 7) die Schwierigkeiten deutlich, eine einheitliche Definition qualitativer Forschung zu formulieren. Diese hat ihren Ursprung in unterschiedlichen wissenschaftlichen Interessen und erkenntnistheoretischen Grundlagen. Ihre Methoden, Konzepte und Perspektiven sind vielfältig und werden in verschiedenen Disziplinen und Feldern – auch teilweise ohne Bezug zueinander – eingesetzt. Die qualitative Forschung zeichnet sich demnach durch ihre inter- und transdisziplinäre Arbeitsweise aus (ebd.: 7).

Allgemein formuliert ist das Ziel einer qualitativen Forschung, „das Verstehen von gesellschaftlichen, sozialen, geschlechtsspezifischen oder politischen Phänomenen, Diskursen und Strukturen im jeweiligen Kontext“ (ebd.: 9). Im Gegensatz zu positivistischen Forschungen – etwa in den Naturwissenschaften – geht es in der qualitativen Forschung nicht um das Überprüfen von Kausalerklärungen, sondern um holistische Erklärungen auf Basis von Interpretationen, Interaktionen, Praktiken und Diskursen – zum Beispiel aus Alltagsverhalten.

Dabei steht nicht die Wiedergabe von etwaigem Alltagswissen im Vordergrund, sondern die systematische Interpretation dieses Wissens, die auf einen bestimmten qualitativen Ansatz aufbaut. Zudem werden generalisierbare Aussagen über Phänomene und deren soziale Bedeutung kontextualisiert (Dannecker und Englert 2014: 9f).

Im Gegensatz zur quantitativen Forschung, die aus Theorien abgeleitete Hypothesen überprüft und vorher definierte Daten sammelt, zielt die qualitative Forschung auf das Entdecken und Generieren von Theorien ab. Genaue Planung oder ein bereits exakt definiertes Thema ist dabei nicht möglich. Zu Beginn empfiehlt sich eine nur vage formulierte Forschungsfrage, die im Laufe der Forschung nach eigens generierten Daten weiterentwickelt wird. Qualitative Forschung setzt Offenheit und das Einlassen auf eventuelle Änderungen bei der Forschungsfrage und/oder dem Forschungsdesign voraus. Nachdem Forschende ihre Arbeit nach ihren eigens generierten Daten ausrichten, ergeben sich im Forschungsprozess kontinuierlich unberechenbare Änderungen, sodass die Forschenden oft erst im Arbeitsprozess ihre eigentliche Forschungsrichtung erkennen und diese formulieren können (ebd.: 10).

Die Methoden für die qualitative Forschung kommen aus Fachbereichen, wie der Ethnologie, Phänomenologie oder der feministischen Wissenschaft, und umfassen ein breites Spektrum (ebd.: 10). Die einzelnen Methoden sind dabei weder besser, noch schlechter als andere. Bestenfalls ergeben sie sich aus dem Erkenntnisinteresse und tragen zur Beantwortung der Forschungsfrage bei. Um eine holistische Analyse zu ermöglichen – insbesondere wenn die Forschungsfrage weit gefasst ist – wird ein multimethodisches Vorgehen, also die Anwendung und Zusammenführung unterschiedlicher Methoden, empfohlen (ebd.: 11).

Dabei sind die Unterscheidungen zwischen Methoden für den Globalen Norden oder Globalen Süden, die es in vielen Fachrichtungen gab, laut Dannecker und Englert inzwischen überholt, „da die jeweilig konstruierten Spezifitäten von Gegenstand und Feld weder theoretisch noch methodologisch haltbar waren bzw. sind“ (ebd.: 9). Spezifische ethische und wissenssoziologische Herausforderungen, die durch einen anderen kulturellen Kontext entstehen, in dem sich Forschende befinden, müssen unbedingt weiter beachtet und reflektiert werden, worauf ich in Kapitel „4.3. Ethikaspekte: Dekoloniale Sozialforschung“ genauer eingehen werde (ebd.: 9).

4.1.2. Erhebungsmethoden

Zur Erforschung der Tingi Culture in den beiden Slums haben sich die folgenden methodischen Herangehensweisen für die Datenerhebung ergeben und als geeignet erwiesen: Teilnehmende Beobachtung, Interviews, unterschiedliche Dokumentationsformen – schriftlich, akustisch und visuell – sowie Literaturrecherche.

In Folge werde ich diese Erhebungsmethoden im Einzelnen detailliert vorstellen.

4.1.2.1. Teilnehmende Beobachtung

Die Teilnehmende Beobachtung ist aufgrund ihrer ganzheitlichen und offenen Annäherung an Forschungsobjekt und Forschungsfeld sowie als methodenplurale, kontextbezogene und flexible Strategie aus der qualitativen Forschung nicht mehr wegzudenken. Ihren Ursprung hat sie als klassische Methode in der ethnologischen Forschung (Slezak 2014: 176). Der Ethnologe Bronislaw Malinowski hat als einer der Ersten die Teilnehmende Beobachtung in seiner stationären Feldforschung von 1915 bis 1918 auf den Trobriand Inseln (Papua-Neuguinea) umgesetzt. Erst 20 Jahre später, 1940, wurde der heute verwendete Begriff Teilnehmende Beobachtung von der Ethnologin Florence Kluckhohn für ihre Arbeit verwendet (Hauser-Schäublein 2008: 39).

Ihre Stärke als unmittelbarer und teilnehmender Zugang zu sozialen, praxisnahen Situationen, denen mit Hilfe der Methode kreativ, offen und explorativ begegnet werden kann, macht die Teilnehmende Beobachtung transdisziplinär in sämtlichen Fachbereichen zu einer häufig angewandten Forschungsmethode (Slezak 2014: 176). Ihr prozesshafter und dynamischer Charakter zeigt sich in der vielfältigen Auswahl an methodologischen Zugängen in Bezug auf Beobachtung, sowie in der Kombination mit diversen theoretischen Konzepten. Oft herangezogen wird eine methodologische Forschungskombination aus teilnehmender Beobachtung und Interviews – so auch für die Feldforschung dieser Masterarbeit. Diese Kombination eröffnet vielfältige Möglichkeiten: Sie schafft einen Dialog zwischen verschiedenen erkenntnistheoretischen Ansätzen und methodischen Zugängen und erweitert die Erkenntnismöglichkeiten (ebd.: 177).

„Teilnahme bedeutet Nähe, Beobachten bedeutet Distanz: Teilnehmende Beobachtung setzt sich deshalb aus widersprüchlichem Verhalten zusammen, nämlich so zu sein, wie einer, der dazu gehört und gleichzeitig mit einer Wahrnehmung wie einer, der außerhalb steht.“ (Hauser-Schäublein 2008: 42)

Teilnehmende Beobachtung bedeutet nicht nur die reine Beobachtung, sondern auch die Teilnahme am Geschehen (Slezak 2014: 178f). Sie basiert auf physischer Anwesenheit im Forschungsfeld und der Nähe zu den Forschungssubjekten. Indem Forschende selbst am Leben und den Interaktionen ihrer Forschungssubjekte teilnehmen, können sie Erkenntnisse und Ergebnisse zu ihren Forschungsfragen gewinnen (Hauser-Schäublein 2008: 37f). Forschende sollten aber kein:e Insider:in, sondern nur teilnehmende:r Beobachter:in sein (Slezak 2014: 178f). Kulturelle Distanz kann helfen, Routinen oder standardisiertes Verhalten zu erkennen (Hauser-Schäublein 2008: 41f). Die Teilnehmende Beobachtung gründet auf den sozialen Beziehungen zwischen Forschenden und Forschungssubjekten. Die Ergebnisse sind stets von den Situationen und Interaktionen vor Ort abhängig – und werden als intersubjektiv überprüfbar und objektiv gewertet (ebd.: 37f).

„Teilnehmende Beobachtung verlangt vom Ethnologen, dass er seine Aufmerksamkeit schärft, sozusagen alle seine Sinne ausfährt, um auch Dinge wahrzunehmen, die sonst nicht wahrgenommen werden.“ (ebd.: 41)

Entscheidend ist die Rolle und Einbettung als Forschende (Hauser-Schäublein 2008: 37f), da ihre Lebenswelt sich erheblich auf die Teilnehmende Beobachtung auswirkt. Sie beobachten und interpretieren, sind untrennbar mit der Situation verbunden und immer Teil der Forschungsergebnisse (Slezak 2014: 179).

„Ihr Teil-Sein verändert die Beobachtungssituation und das Beobachtete selbst: Indem sie auf ihre Erfahrung situativ zurückgreift und ihre Lebenswelt einbezieht, erfährt die Situation eine neue Bedeutungsdimension.“ (Slezak 2014: 179)

Je nach Position und Involviertheit nehmen Forschende die Situationen unterschiedlich wahr. Die eigene Wahrnehmung und Position als Forschende sollte daher immer hinterfragt und reflektiert werden. Gabriele Slezak (2014: 180) betont, dass „Beobachtung und Wahrnehmung [...] nicht voneinander isoliert betrachtet werden“ sollten. Im Fokus steht nicht das Strukturieren oder Kategorisieren beobachtbarer Situationen, sondern die beobachtenden Forschenden selbst, die in Interaktion mit einer Vielzahl von Situationen treten. In einigen Fällen begegnen sie auch unvorbereiteten Situationen, die noch nicht Teil ihrer Erfahrung sind. Im gesamten Forschungsprozess geht es um die Selbstreflexion der Forschenden: Sie richten ihren Blick nach außen – und zugleich auf sich selbst (ebd.: 181f).

Zu Beginn einer jeden Beobachtungssituation muss die Einwilligung der Forschungssubjekte eingeholt werden. Es ist klar zu kommunizieren, wer, wann, wofür beobachtet wird und welche Auswirkungen die Forschungssituation für die Akteur:innen haben kann (ebd.: 183, 193). Ohne

Zustimmung, können Daten nicht verwendet werden. Außerdem hilft Transparenz, das Vertrauen der zu Beobachtenden zu gewinnen. Die sogenannte Vorbereitungsphase oder Phase des Kennenlernens hat den Zweck das Forschungsfeld kennenzulernen und Grenzen und Abläufe im Laufe der Forschung besser einschätzen zu können. Hierbei kann eine vermittelnde Person für erste Kontakte oder ein:e Begleiter:in für die gesamte Forschung hilfreich sein (Slezak 2014: 183ff, 192; Hauser-Schäublein 2008: 51).

Außerdem ist die vor Ort gesprochene Sprache von Bedeutung: „Als Beobachtende sind wir Teil sprachlicher Aushandlungsprozesse. Wir nehmen die sprachliche Ebene bewusst und unbewusst wahr und interpretieren sie“ (Slezak 2014: 187). Sind Forschende der gesprochenen Sprache nicht mächtig, erfahren sie in den meisten Fällen Exklusion, da sie dem Geschehen nicht folgen und selbst keine Gespräche führen können. Sie sind von den Übersetzungen und Erläuterungen Dritter abhängig und müssen diesen vertrauen. Sprache ist damit kein neutrales Instrument in der Feldforschung und bedarf guter Vorbereitung, um Missverständnisse und Fehlinterpretationen vorzubeugen (ebd.: 187f).

Die Teilnehmende Beobachtung ist eine zeit- und arbeitsintensive Methode, die für Planung, Durchführung und Analyse große Flexibilität voraussetzt. Aufgrund ihrer offenen Gestaltbarkeit eignet sie sich in Kombination mit anderen Methoden dafür, komplexe Zusammenhänge in Gesellschaften zu analysieren. Forschende handeln dabei stets im direkten Austausch mit den zu Beobachtenden, der Situation und ihrer individuellen Erfahrungswelt (Slezak 2014: 191, 194). Vorbereitete und nachbereitete offene Gespräche sind dabei fester Bestandteil. (Feld-)Notizen über das Beobachtete – das subjektiv Erlebte mit allen fünf Sinnen – sowie visuelle Dokumentationsmöglichkeiten werden während der gesamten Zeit gesammelt und im Analyseteil ausgewertet. Die Teilnehmende Beobachtung dient durch die Offenheit der Methode zur Evaluierung und Reformulierung von Forschungsfragen bis hin zur Neuorientierung im Forschungsziel (Hauser-Schäublein 2008: 48f, 53).

Die Teilnehmende Beobachtung wurde für die Forschung in den beiden Slums Parola und Payatas insbesondere für die Untersuchung der Alltagssituationen von Bewohner:innen sowie Betreiber:innen von Sari-Sari-Stores gewählt. Der allgemeine Aufenthalt im Forschungsfeld und die sich daraus spontan ergebenden Gespräche und Ereignisse sind diesbezüglich von großer Bedeutung. Mit der Teilnehmenden Beobachtung kann ich die Rolle von Tingi-Produkten besser verstehen: Probleme und Schwierigkeiten, aber auch positive Aspekte der Sachets im Alltag werden durch diese sichtbar. Hierbei ist es besonders wichtig stets meine Rolle und Position als weiße Forscherin aus dem Globalen Norden kritisch zu reflektieren. Dies

werde ich im Kapitel „4.3. Ethikaspekte: Dekoloniale Sozialforschung“ noch ausführen (Hauser-Schäublein 2008: 54).

4.1.2.2. Interviews

„Qualitative interviewing is a great adventure; every step of an interview brings new information and opens windows into experiences of the people you meet.“ (Rubin und Rubin, zit. n. Dannecker und Vossemer 2014: 153)

Interviews gehören zu den wichtigen Methoden der qualitativen Datenerhebung (Dannecker und Vossemer 2014: 153). Im Zentrum von qualitativen Interviews steht das Verstehen: Handlungsmotive, Selbstinterpretationen, Situationsdeutungen, Alltagstheorien oder Erfahrungen der Interviewpartner:innen sollen in Bezug zur Forschungsfrage und zum Erkenntnisinteresse erhoben und analysiert werden. Interviewpartner:innen können einzelne Personen, Gruppen oder Organisationen sein. Qualitative Interviews können in vielfältigen Formen geführt werden, die je nach Forschungsgegenstand und -interesse, sowie Interviewpartner:innen gewählt werden können (ebd.: 154). Sie stehen außerdem in enger Beziehung mit der Methode der Teilnehmenden Beobachtung. Judith Schlehe (2008: 120) beschreibt dies wie folgt:

„Teilnehmende Beobachtung und ethnographische Gespräche bzw. Interviews befruchten sich gegenseitig und ihre systematische Kombination macht das Spezifikum ethnologischer Feldforschung aus.“ (Schlehe 2008: 120)

Schlehes (2008: 121) Ausführung ähnelt dem Ziel der Teilnehmenden Beobachtung:

„Ziel ethnographischer Interviews ist es deshalb, alltägliche Erfahrung und lokales Wissen bzw. kulturelle Gewissheiten aufzunehmen und sich zugleich dem Verständnis von Subjekten, kulturellen Deutungsmustern und Handlungspraktiken anzunähern. Das Interview soll den Zugang zur emischen Perspektive eröffnen, zur Konstruktion von Realität aus der Sicht der Akteure, und zu subjektiver Sinngebung. Zugleich möchte es auch Einsichten in die jeweilige Gestaltung von Einteilungen und in die spezifischen Arten der Strukturierung von größeren Zusammenhängen liefern.“ (ebd.: 121)

Obleich qualitative Interviews einen Fokus auf subjektive Meinungen, Positionen und Einschätzungen legen, bilden sie die Grundlage für die Rekonstruktion und theoretische Erfassung gesellschaftlicher oder politischer Prozesse und Phänomene durch menschliches Verhalten, soziale Geschehnisse oder Sinnzuweisungen (Dannecker und Vossemer 2014: 172f).

Für diese empirische Forschung wurden offene Interviews und semistrukturierte Interviews in Form von Leitfadeninterviews gewählt, die im Folgenden erläutert werden. Zudem gehe ich auch kurz auf die Herausforderungen bei der Interviewgestaltung ein.

Offene Interviews stehen für eine Vielzahl von Gesprächsvarianten. Dazu zählen sowohl geplante Interviews, die nur einem Thema zugeordnet sind und einem freien Gesprächsverlauf folgen, als auch informelle und ungeplante Gespräche. So gehören mitunter auch die spontanen Gespräche, die während der Teilnehmenden Beobachtung entstehen und für die man stets offen sein sollte, zu dieser Interview-Kategorie. Alle offenen Interviews haben gemeinsam, dass sie aus einem möglichst freien Gespräch zwischen zwei Gesprächspartner:innen bestehen, die sich gegenseitig „Fragen stellen und Antworten geben und in der die inhaltlichen Schwerpunkte sich aus der Relevanz des Themas für die Interviewten ergeben“ (Dannecker und Vossemer 2014: 155f). Der Verlauf der Interviews ist meist von der Situationsdynamik zwischen Befragten und Interviewenden abhängig. Themen und Fragen sollen sich im Laufe des Gesprächs entwickeln (Schlehe 2008: 121, 126). Die Tatsache, dass es keine vorgegebene Frage-Antwort-Struktur gibt, wird von Judith Schlehe (2008: 121) als Vorteil angeführt. Ihrer Argumentation zufolge eröffnet sich dadurch die Möglichkeit, Informationen zu gewinnen, die nicht Teil vorbereiteter Fragen sind und somit außerhalb des eigenen Forschungshorizonts liegen. Den Interviewten steht es frei, sich auf jede gewünschte Art und Weise zu äußern. Entscheidend ist das Erläutern der Aspekte, die aus Sicht der Befragten relevant sind (Schlehe 2008: 121, 125). Laut Petra Dannecker und Christiane Vossemer (2014: 156) ist das Ziel von offenen Interviews „die Entwicklung kausaler Erklärungen für ein Phänomen, in aller Regel das tiefgründige Verstehen von komplexen und ambivalenten Zusammenhängen, zum Beispiel einer Lebensentscheidung oder einer Krisenerfahrung“ (ebd.: 156).

Für meine Forschung habe ich mich unter anderem für offene, unstrukturierte Interviews entschieden, da bei der Teilnehmenden Beobachtung häufig spontane Gespräche entstehen und diese bereits fester Bestandteil der Methode sind (ebd.: 155ff). Ein beträchtlicher Anteil der Daten wurde auf diese Weise generiert. Offene Interviews liefern Kontextwissen, neue Fragestellungen sowie kulturelle Codes (Schlehe 2008: 123). Sie haben mir außerdem in der Forschung bei der Kontaktaufnahme und zur Fokussierung geholfen.

Semistrukturierte Interviews sind die zweite Gesprächsvariante, die in Form von Leitfadengestützten Interviews während der Forschung genutzt wurden. Für diese wird – im Unterschied zu offenen Interviews – eine Fragen- oder Themenpalette entworfen und das jeweilige Interview somit vorstrukturiert. So lenken Leitfadeninterviews das Gespräch gezielt

in die Richtung der zu generierenden Informationen und sorgen für einen flüssigen Gesprächsverlauf. Es geht dabei nicht um eine Art Fragebogen, sondern nur um einen Leitfaden, der zur Orientierung während des Interviews helfen soll. Die Fragen sind offen formuliert und können je nach Gesprächsdynamik variiert werden. Der Leitfaden kann somit flexibel gehandhabt werden, sodass ein relativ offener Gesprächsverlauf entsteht, der sich an Interviewpartner:innen und Gegebenheiten anpasst. Die Fragen sollen keine Antworten vorgeben, sondern die Interviewten dazu bringen, über ihre Gedanken und Erfahrungen zu sprechen. Indem der Leitfaden die relevanten Interviewthemen beinhaltet, stellt er sicher, dass keine Aspekte vernachlässigt oder vergessen werden (Dannecker und Vossemer 2014: 157ff; Schlehe 2008: 127f).

Bei der Forschung wurden Leitfadeninterviews auch in Form von Biographischen Interviews eingesetzt, bei denen die Lebenswelt der Interviewten im Fokus steht. Ebenso wurde mit einer Organisation, die zu den Hauptinformant:innen zählt, ein Leitfadeninterview geführt, das grundsätzlich das Thema Sachet auf unterschiedlichen Ebenen beleuchtet (Dannecker und Vossemer 2014: 157ff; Schlehe 2008: 127f). Für Slumbewohner:innen wurde jedoch größtenteils die halbstrukturierte Interviewform gewählt. Ein vorstrukturierter Fragenkatalog ermöglicht, die Lebensrealitäten rund um Tingi holistisch erfahren, analysieren und gleichzeitig vergleichen zu können. Der Fragenkatalog wurde dementsprechend offen und flexibel gestaltet und die Sprache an den Alltag und den soziokulturellen Kontext der Interviewten angepasst (Dannecker und Vossemer 2014: 158ff).

Der Interviewleitfaden für Slumbewohner:innen ist so strukturiert, dass er eine Einführung, Vorstellung sowie vier Hauptthemen umfasst. Zu Beginn werden Forschungsprojekt und Interviewbedingungen präsentiert, um Fragen der Interviewpartner:innen zu klären und ihre informierte Zustimmung zu erhalten. Dieser Teil zielt darauf ab, Vertrauen zwischen beiden Interviewparteien aufzubauen. Im Anschluss folgt der Kern des Interviewleitfadens, der in vier Abschnitte unterteilt ist. Jeder beinhaltet ein bis drei zentrale und diverse ergänzende Fragen. Die offenen Hauptfragen sollen die Interviewten ermutigen, persönliche Erfahrungen und Bewertungen zu teilen. Die zusätzlichen Fragen helfen, den Fokus auf relevante Themen zu behalten und bei Bedarf nachzuhaken. Der erste Abschnitt umfasst die Biografie der Interviewten, der zweite ihre Beziehung zu Tingi und Sachets. Im dritten Abschnitt werden die Veränderungen des Sachet-Konsums in den jeweiligen Slums thematisiert. Der vierte Abschnitt nimmt Zukunftsperspektiven in den Fokus. Abschließend sind je nach Bedarf Ergänzungen

möglich. Die Reihenfolge der Abschnitte kann variieren. Ein exemplarischer Leitfaden befindet sich in Anhang II.

Leitfadenbasierte Interviews stellen eine effektive Methode dar, die sich vielfach einsetzen lässt und relevante Themen für die Forschungsfrage miteinbezieht bzw. mitbearbeitet. Um ein möglichst heterogenes Ergebnis zu erzielen, empfiehlt es sich Personen verschiedener sozialer Positionen, Alter, Berufe und Geschlechter zu interviewen. Bei der Interviewgestaltung sind Herausforderungen wie Sprache, Vertrauensaufbau, Setting und Positionierung zu berücksichtigen (Dannecker und Vossemer 2014: 166; Schlehe 2008: 131).

Bereits vor Antritt des Forschungsaufenthalts sollten Forschende sich mit der Sprache vor Ort vertraut machen und kommunikative Kompetenzen entwickeln. Diese sind von Nutzen, auch wenn Übersetzer:innen vor Ort die Verständigung unterstützen. Um weitere potenzielle Missverständnisse zu vermeiden, sind die Fragetechniken ferner mit der zu untersuchenden Kultur in Einklang zu bringen (Schlehe 2008: 131, 133).

In qualitativen Interviews ist Nähe wichtig, sowohl auf kognitiver als auch emotionaler Ebene. Vertrauen zwischen den Interviewparteien aufzubauen und Vertraulichkeit zu wahren sind von essentieller Bedeutung und erfordern große Sorgfalt. So sind vor Interviews die Befragten stets über das Forschungsziel und den Umgang mit ihren Daten aufzuklären (ebd.: 122). Außerdem ist abzufragen, ob sie namentlich genannt oder anonymisiert werden möchten, ob das Interview aufgezeichnet und der Inhalt als Transkript verwendet werden kann. Was vertraulich berichtet wurde, wird in dieser Thesis nicht aufgeführt (Dannecker und Vossemer 2014: 169; Schlehe 2008: 135).

Meine Positionierung und vorhandene Hierarchien spielen auch in den Interviews eine entscheidende Rolle, die ich stets mit Blick auf meine gesellschaftlichen Strukturkategorien – Herkunft, Hautfarbe, Bildung, Einkommen, Familienstand und sexuelle Orientierung – reflektieren und bewusst machen muss (Dannecker und Vossemer 2014: 155, 171f; Schlehe 2008: 138). Dominanz in der Kommunikation ist zu vermeiden und kulturelle Sensibilität gegenüber dem Gesagten zu gewähren (Dannecker und Vossemer 2014: 167f). Im Speziellen ist auch auf Wissenshierarchien zwischen den Interviewpartner:innen zu achten. Weiteres dazu folgt in Kapitel „4.3 Ethikaspekte: Dekoloniale Sozialforschung“ (Dannecker und Vossemer 2014: 155, 171f).

4.1.2.3. Dokumentationsformen

Als Dokumentationsform habe ich ein Forschungstagebuch geführt, das mir bei der Reflexion und Verarbeitung meiner Tagesgeschehnisse hilft, mir etwa bei der Datenauswertung Situationen in Erinnerung ruft. Alles, was nicht akustisch oder visuell festgehalten werden konnte, habe ich im Tagebuch notiert. Dazu gehören zum Beispiel Gefühle, Stimmungen, Kontextbeschreibungen, spontane Ideen, erste Interpretationen oder Selbstreflexion (Schlehe 2008: 135). Akustisch wurden die Interviews per Smartphone aufgezeichnet. Für visuelle Dokumentationen wurden Fotografien sowie kurze Videosequenzen aufgenommen, die jedoch hauptsächlich der eigenen Verarbeitung der Daten dienen sollen. Für sämtliche Aufzeichnungen wurde stets der verbale Konsens der Befragten eingeholt (Keifenheim 2008).

4.1.2.4. Literaturrecherche

Außer den bereits aufgeführten Methoden habe ich in lokalen Archiven nach philippinischer Literatur, Statistiken und anderem Material zu Tingi Culture und Sachets recherchiert. Des Weiteren wurden von drei Universitäten – der University of the Philippines Diliman, der Ateneo de Manila University und der Siliman University Dumaguete – Institute und Bibliotheken, die einen entwicklungspolitischen und kulturwissenschaftlichen Fokus haben, miteinbezogen. Gespräche mit Lehrpersonal und Studierenden trugen dazu bei, sich über das Thema weiter zu informieren, Literatur und Ratschläge zu erhalten.

4.2. Planung und Durchführung der Forschung und Datenerhebung

Mein methodisches Vorgehen lässt sich in drei Phasen des Forschungsprozesses unterteilen: Planung und Vorbereitung, Durchführung und abschließend die Analyse der Ergebnisse.

Die Vorbereitungsphase begann im Wintersemester 2022 in meinem Masterseminar, in dem ich das Thema konkretisierte und das Master Exposé anfertigte. Mein Interesse an der Thematik rund um Sachets wurde bereits bei meinem ersten Aufenthalt auf dem Inselstaat geweckt, als ich 2014/2015 dort einen einjährigen Freiwilligeneinsatz absolvierte. Bei der ausgiebigen Literaturrecherche während des Masterseminars, stieß ich auf die Tingi Culture – der kulturellen Dimension der Sachets. Diese Entdeckung führte mich letztlich zur Wahl des Themas meiner Thesis. Durch die Literaturrecherche gewann ich zunächst einen Überblick über die Thematik und stellte fest, dass es zur Tingi Culture noch wenig Literatur gibt. Als

Forschungsfrage erarbeitete ich daraufhin: „Welche Rolle spielt die Tingi Culture in den Slums von Manila und wie gehen ihre Bewohner:innen mit ihr um?“

Aufgrund der lückenhaften Literatur und der Notwendigkeit einer empirischen Forschung vor Ort, entschied ich mich für eine qualitative Forschung in Manila. Ich bewarb mich bei der Universität Wien um ein kurzfristiges wissenschaftliches Auslandsstipendium für einen Forschungsaufenthalt in Manila. Die finanzielle Unterstützung wurde mir von Oktober bis Dezember 2022 gewährt.

Da der Konsum von Plastiksachets in den unteren sozioökonomischen Schichten tendenziell höher ist, plante ich die Tingi Culture in zwei unterschiedlichen Slums in Manila zu untersuchen. Das empirische Forschungsfeld umfasst hauptsächlich zwei der größten Armutsviertel Manilas, die unter den Namen Parola und Payatas bekannt sind. Diese unterscheiden sich ökologisch und ökonomisch in Bezug auf die Müllaufbereitungswirtschaft in Payatas und die Hafenwirtschaft in Parola. Durch die unterschiedlichen örtlichen Gegebenheiten können Gemeinsamkeiten oder Unterschiede zur Rolle von und den Umgang mit der Tingi Culture herausgefunden werden. Auch holistische und heterogene Ergebnisse lassen sich erzielen.

Für die Feldforschung war ein zehnwöchiger Aufenthalt in Manila geplant. Dieser Zeitrahmen ist für eine ethnographische Feldforschung zwar etwas kurz bemessen, bietet jedoch ausreichend Zeit in beiden Slums Teilnehmende Beobachtung und Interviews durchzuführen. Der Zeitraum bot zudem genügend Möglichkeiten, weitere potenzielle Interviewpartner:innen zu finden – sowohl in den Slums als auch in den Universitäten, in Unternehmen und Organisationen. Ziel meiner Forschungsarbeit war, etwa 15 bis 30 Interviews zu führen – davon 15 bis 20 Interviews in den beiden Slums und Weitere mit Organisationen, Unternehmen und Universitäten.

Bereits vor Antritt der Reise erhielt ich Zusagen für Interviews mit einer Vertreterin der Organisation GAIA sowie mit Familien aus Parola und Payatas. Aufgrund meiner bereits bestehenden Kontakte hoffte ich, weitere Kontakte für die Forschung knüpfen zu können.

Des Weiteren habe ich im Vorfeld Unternehmen kontaktiert, die Tingi-Produkte herstellen und vertreiben, darunter „Kopiko Philippines“ und „Nestlé Philippines“. Die Unternehmen haben bis heute nicht geantwortet. Bei Vor-Ort-Besuchen gelang es mir zwar Kontakte zu Unternehmen herzustellen, aber Antwort auf meine Fragen erhielt ich nicht.

Vor allem in der Vorbereitungsphase war es entscheidend, ein klares methodologisches Verständnis zu entwickeln und die eigenen Grenzen zu reflektieren.

Im Folgenden liegt ein tabellarischer Zeit- und Arbeitsplan für die gesamte Forschungszeit vor. Während dieser Zeit habe ich, wie im Methoden-Teil aufgeführt, ein Forschungstagebuch geführt. Die täglichen Eintragungen werden in diesem Plan nicht aufgeführt.

Datum	Ort	Aktivität
Bis 01.10.2022	Wien	Vorbereitungen: - Lesen der regionalen und thematischen Fachliteratur - Interview Fragen vorbereiten - Wohnungssuche in Manila - Erste Treffen und Interviews organisieren - Tagalog auffrischen
2.10.2022	Wien – Manila	Hinflug
WOCHE 1 Ab 3.10.2022 bis 09.10.2022	Manila	Eingewöhnungs-, Einstiegs- und Kennenlernphase: - Ankommen und Einleben - erster Besuch in den Slums Parola und Payatas - Besuch der NGO „Puso Sa Puso“ - Treffen mit der NGO „GAIA“ - Erstes Interview mit Sherma Benosa (GAIA)
WOCHE 2 10.10.2022 bis 16.10.2022	Manila	- Treffen mit Daisy Morales - Besuch der Universitäten UP Diliman und Ateneo (Recherchearbeit in den Bibliotheken) - Kontakt zu Studierenden und Dozierenden aufnehmen - Kontakt mit Plastikunternehmen aufnehmen
WOCHE 3 17.10.2022 bis 23.10.2022	Payatas	Täglicher Besuch in Payatas, erste Datenerhebung mit teilnehmender Beobachtung in dem Slum und bei Familien; Erste informelle Gespräche und erste semistrukturierte / strukturierte Interviews mit Bewohner:innen, Sari-Sari-Verkäufer:innen, etc.
WOCHE 4 24.10.2022 bis 30.10.2022	Parola	Täglicher Besuch in Parola, erste Datenerhebung mit teilnehmender Beobachtung in dem Slum und bei Familien; Erste informelle Gespräche und erste semistrukturierte / strukturierte Interviews mit Bewohner:innen, Sari-Sari-Verkäufer:innen, etc.
31.10.2022	Manila	Zwischen-Evaluation: Reflektieren, Bilanz ziehen und neue Ziele setzen: Wie läuft es bisher? Gab es Schwierigkeiten? Welche Informationen sind für was wichtig? Wie sinnvoll erweisen sich die Methoden bisher? Muss die Fragestellung neu formuliert werden?
WOCHE 5 1.11.2022 bis 06.11.2022	Manila	- Interview mit Plastikunternehmen - Treffen mit GAIA, um über die bisherigen Ergebnisse zu sprechen - Kontakt zu Behörden aufnehmen - Weitere Recherchen in den Universitäten

WOCHE 6,7,8 7.11.2022 bis 27.11.2022	Parola und Payatas	Abwechselnde oder aufeinanderfolgende Besuche in beiden Slums; Teilnehmende Beobachtung, weitere Interviews, Fokusgruppendifkussionen, Fotos /Videos machen
WOCHE 9 27.11.2022 bis 04.12.2022	Manila	- Letzte Besuche in beiden Slums - Weiteres Treffen mit GAIA, um letzte Fragen zu klären ...
WOCHE 10 05.12.2022 bis 07.12.2022	Manila	Abschluss-Evaluation und -reflektion: Wen möchte ich nochmals treffen? Wurden alle forschungsrelevanten Fragen beantwortet? Letzte Interviews und noch offene Fragen klären
07.12.2022	Manila – Wien	Rückflug

Zugang zum Feld

Zugang zum Feld – insbesondere zu den Bewohner:innen – erhielt ich durch Kontakte, die ich während meines Freiwilligendienstes 2014/2015 und meiner Forschung im Rahmen des Bachelorstudiums¹⁰ aufbauen konnte. So kontaktierte ich bereits im Vorfeld eine Bekannte aus dem Slum Payatas – Mary Cris Daquis Soltes – sowie eine Bekannte aus dem Slum Parola – Mylene Erpe Ballaran –, die mir beide ihre Unterstützung zugesagt hatten. Auch Frances Managbat, die Projektleiterin der Trägerorganisation während meines Freiwilligeneinsatzes „Puso Sa Puso“, die in beiden Slums jeweils eine Schule errichtet hat, bot die Hilfe von Seiten der Organisation an.

Sprachkenntnisse

Durch die koloniale Vergangenheit spricht ein Großteil der philippinischen Bevölkerung Englisch, die zusammen mit Filipino/Tagalog offizielle Landessprache auf den Philippinen ist (Bundeszentrale für politische Bildung 2024a). Da ich sehr gute Sprachkenntnisse in Englisch habe, führte ich einen Großteil der Forschung auf Englisch durch. Grundkenntnisse in Filipino/Tagalog hatte ich während meines Freiwilligendienstes bereits erlernt und zur Vorbereitung aufgefrischt. Sie halfen mir vor Ort insbesondere bei der Organisation der Forschungsarbeit und im Alltag. Für einige Interviews war ein:e Übersetzer:in für

¹⁰ Thema der Bachelorarbeit und -forschung: Die Privatisierung des Wassersektors in Metro Manila und ihre Auswirkungen und Folgen auf die Bewohner der Slums am Beispiel von „Payatas“ und „Barangay 105“ (Henke 2018).

Filipino/Tagalog erforderlich. Diese Aufgabe übernahmen Schüler:innen der Organisation Puso sa Puso.

Durchführung der Forschung

Für diese Masterarbeit reiste ich für zwei Monate in die philippinische Hauptstadt Manila, wo ich mit Hilfe qualitativer Methoden mein Thema erforschte.

Nach meiner Ankunft am 3. Oktober 2022 verzögerte sogleich ein grippaler Infekt den Start meiner Arbeit um eine Woche. Ich musste die ersten Besuche in den beiden Slums sowie die ersten Treffen mit GAIA verschieben und zuerst genesen. Meinem Forschungsgegenstand, den Sachets, begegnete ich somit nicht wie geplant als Forscherin in den Slums, sondern als Konsumentin in den Supermärkten, in denen ich mich während meiner Krankheit versorgen musste. Dabei konnte ich die Vielfalt des Sacht-Angebots entdecken und diese sogleich fotografisch dokumentieren.

Vom 14. Oktober an besuchte ich dann den Slum Payatas für jeweils etwa zwei Tage pro Woche. Der erste Besuch führte mich zu einer bekannten Familie, mit der ich mich verabredet hatte. Sie bot mir ihre Hilfe bei der gesamten Forschung an. Außer Interviews mit einzelnen Familienmitgliedern sowie Freund:innen und Bekannten ermöglichte sie mir auch an ihrem Alltag teilzunehmen, sodass ich Daten mit der Methode der Teilnehmenden Beobachtung erheben konnte. Außerdem organisierte die Mutter der Familie, dass ich für zwei Tage in dem Sari-Sari-Store ihrer Freundin mitarbeiten konnte. So konnte ich Einsichten in den Verkaufsalltag von Sacht-Produkten gewinnen. Außer dem Verpacken und Verkaufen von Tingi-Produkten konnte ich auch die Nachfrage nach Sacht-Produkten zu unterschiedlichen Einkaufszeiten beobachten. Des Weiteren wurden für mich die mit dem Verkauf von Sachets verbundenen Herausforderungen und Chancen für die Shop-Besitzer:innen ersichtlich. In Payatas ermöglichte mir eine weitere Familie Interviews mit Familienmitgliedern und Freund:innen sowie die Teilnahme an ihrem Alltag. Außer diesen beiden Familien unterstützte mich Puso Sa Puso in Payatas bei der Suche nach weiteren geeigneten Interviewpartner:innen.

Insgesamt führte ich in Zusammenarbeit mit der Organisation Puso Sa Puso und den beiden Familien, acht Interviews in Payatas¹¹.

An zwei weiteren Tagen der Woche besuchte ich in der Regel den anderen Slum Parola. Da dieser gefährlicher ist, und ich mich dort nicht ohne Begleitung fortbewegen kann, entschied ich mich, mit Puso Sa Puso zusammenzuarbeiten, die in Parola eine Schule in einem Container betreibt. Die Organisation ermöglichte es mir, mit einer Vielzahl von Schüler:innen und Lehrkräften unterschiedlichen Geschlechts und Alters Interviews zu führen. Zudem wurde mir die Gelegenheit gegeben, einzelne Sari-Sari-Stores zu besuchen, um mir einen Überblick über das Angebot und die Nachfrage zu verschaffen und die Besitzer:innen zu interviewen. Insgesamt führte ich in Parola elf Interviews¹².

Außer den Slums besuchte ich auch drei Universitäten, um mich mit Lehrenden und Studierenden auszutauschen und stets nach weiterer Literatur zu recherchieren. An den Universitäten fand ich aber niemanden, der oder die sich mit meinem Thema befasste. Auch die Suche nach Literatur war schwierig. In den Bibliotheken der „University of the Philippines Diliman“ fand ich mehrere Zeitungsartikel sowie eine Bachelorarbeit zum Thema, die mir gegen eine Gebühr zur Verfügung gestellt wurden. In weiteren Universitäten in Manila fand ich keine weiteren passenden Quellen. Bei einem Wochenendausflug nach Dumaguete besuchte ich auch die „Siliman University“, wo ich auf einen weiteren Artikel stieß. Die geringe Anzahl an wissenschaftlicher Literatur zu diesem Thema demonstriert die bisher geringe Forschungstätigkeit in diesem Feld.

Das für Oktober geplante Treffen mit der Organisation GAIA fand erst im November statt, da die Hauptansprechpartnerin Sherma Benosa zuvor auf Auslandsreise war. Das Treffen mit ihr und ihrem Kollegen Archie Abellar erwies sich als hilfreich. In unserem ausführlichen Interview bestätigten beide, dass mein Thema zwar von großer Aktualität und Bedeutung ist, wissenschaftlich jedoch bisher nur wenig erforscht wurde. Nach unserem Treffen stellten sie mir unveröffentlichte Arbeiten zur Verfügung, die ich online oder an Universitäten nicht hätte

¹¹ Interviewte Bewohner:innen aus Payatas: Charlita C. Visto, Richelle Atibula, Mary Cris Daquis Soltes, Irish L. Bernardo & Marialyn B. Ditalo, Linda G. Gnihapon, Jennifer Basconcillo, Kyla Marie Soltes, Shara Delasan.

¹² Jheremae Javier Quimbo, Jake Natividad, Dexter Imperia Tulop, Diane, Alwina M. Agustin, Rommel R. Even, Jobert K. Gonzaga, Angel Miralles, Marvin M. Evangelista & Billy Joe Dumas, Darren M. Ilarina, Lucita Lachica.

finden können, und die ebenfalls hilfreich waren. Die Kontaktaufnahme mit Unternehmen, die Tingi-Produkte vertreiben, blieb indes erfolglos.

Nachdem mein Aufenthalt in Manila nach zehn Wochen zu Ende gegangen war flog ich am 8. Dezember 2022 nach Wien zurück und begann mit der Auswertung der Daten.

4.3. Ethikaspekte: Dekoloniale Sozialforschung

Qualitative Daten wurden unter anderem entwickelt, um die „Anderen“ besser zu verstehen. Dies führte – wie quantitative Erhebungen – zu dem rassistischen Konstrukt der „Anderen“ – „die Präsentation der ‚Anderen‘ als exotisch, weniger entwickelt und abweichend“ (Dannecker und Englert 2014: 12). Besonders in feministischen Diskursen wird dieses Othering, genauso wie die Rolle der qualitativen Forschung im kolonialen und postkolonialen Kontext kritisiert. In meiner qualitativen Forschung muss ich mir deshalb den historischen Kontext der Philippinen bewusst machen, die im Laufe ihrer Geschichte viermal kolonialisiert wurden – von Spanien, England, Japan und den USA (Robles 2017). Meine Positionalität als weiße weibliche Forscherin, die in einem westlich geprägten Land des globalen Nordens sozialisiert und akademisch ausgebildet wurde, ist mir bewusst und stets zu reflektieren. Im Laufe meiner Forschung fordern mich verschiedene ethische Aspekte heraus, da ich in einem Land des globalen Südens forsche. Bestehende Hierarchien und Machtstrukturen aufgrund meiner Herkunft, meines Geschlechts, meiner Hautfarbe, meines Erscheinungsbildes und meiner Sozialisierung müssen mir bewusst sein und reflektiert werden. Als Forschende muss mir jederzeit bewusst sein, selbst ein Teil der Forschung zu sein. Auch durch meine Interaktionen beeinflusse ich den Forschungsprozess. Meine Rolle, sowie meine Vorstellungen, Interpretationen, Werte und Einstellungen, die von meinem subjektiven Standpunkt abhängen, sind zu reflektieren. Da es kein wertfreies wissenschaftliches Forschen gibt, ist die Transparenz meiner kritischen Reflektionen im Forschungsprozess elementar (Dannecker und Englert 2014: 12ff).

Da ich als weiße Europäerin in einem postkolonialen Land, forsche, ist es von Bedeutung, mich mit dekolonialen Forschungspraxen auseinandersetzen, um so wenig Machtasymmetrien wie möglich zu reproduzieren. Trotz der Absicht, gegen Unterdrückung und Rassismus zu arbeiten, wenden Forscher:innen Methoden und ethische Richtlinien an, die weiße politische Strukturen verteidigen. Die „Charter of Decolonial Research Ethics“ half mir anhand mit Strategien und Grundsätzen, wie ich als Forscherin mit meinen Privilegien umgehen soll. Dekoloniale Forschende müssen von allen, die Teil der Forschung werden sollen, vorab deren Zustimmung

einholen. Wird sie gewährt, haben sie jederzeit das Recht, diese Vereinbarung zurückzunehmen oder zu entscheiden, ob bisher Erforschtes genutzt werden darf. Sie entscheiden auch, was einer akademischen Öffentlichkeit zugänglich gemacht werden kann. Dekoloniale Forschung bedeutet also etwa, auf das Privileg zu verzichten, Informationen für eigene Interessen zu nutzen. In der dekolonialen Forschung sind es weitergehend die Forschungsobjekte, die den Kontext definieren. Probleme oder Fragen müssen jederzeit mit ihnen formuliert werden. So haben diese ferner das Recht, die Begriffe und den theoretischen Rahmen zu ändern und zu definieren. Wichtig als dekoloniale Forscher:in ist es, die Entscheidungen der Forschungsobjekte zu respektieren (Decoloniality Europe 2013).

Mein einjähriger Freiwilligen Einsatz auf den Philippinen und meine weiteren Aufenthalte vor Ort ermöglichten mir einen einfachen Feldzugang und sogar Freundschaften mit Filipinas und Filipinos, die auch in dieser Thesis eine Rolle spielen. Diese Nähe zu Ort und Menschen muss aber auf verschiedenen Ebenen reflektiert werden, da etwa Sympathien gegenüber Personen, Orten oder Erinnerungen Forschung und Analyse beeinflussen können. Private Besuche in den Slums sind offenzulegen, falls Aktivitäten oder Gespräche der Forschung dienen sollen. Generell muss bei Bekannten und Freund:innen transparent werden, was wissenschaftlich und was privat ist. Ich bin für die Folgen meiner empirischen Forschung verantwortlich – zusätzliche Reflektion ist deshalb dringend notwendig (Englert und Dannecker 2014: 245f, 250, 255ff).

Auch für Interviewsituationen muss mir meiner Position und Rolle bewusst sein. Ich führe das Interview, stelle die Fragen und habe letztlich die Kontrolle über die Situation. Als weiße Interviewerin muss ich – wie in meiner Forschung allgemein – mit der Auswahl von Fragen und der Sprache – z.B. mit Verzicht auf akademische Begriffe, um meine Interviewpartner:innen aus den Slums nicht einzuschüchtern – sensibel und bedacht umgehen. Kulturelle Sensibilität ist von großer Bedeutung, um bei sozial und kulturell heiklen Themen feinfühlig zu handeln. Mir muss klar sein, dass mein generiertes Wissen von verschiedenen Gruppen unterschiedlich verstanden und genutzt werden kann (Dannecker und Vossemer 2014: 168, 170).

Außerdem können sich die Basisregeln der Kommunikation soziokulturell unterscheiden. Auf den Philippinen gilt etwa das Prinzip des Gesichtswahrens: Probleme werden teilweise oder ganz verschwiegen bzw. abgemildert dargestellt – insbesondere, wenn andere Personen involviert sind. Diese Aspekte sind bei Interviews zu beachten (ebd.: 168).

Zu Beginn des Interviews sollten immer mein Forschungsinteresse präsentiert und Fragen zum verbalen Konsens geklärt werden. Dabei ist insbesondere darauf zu achten, ob die Befragten Anonymität wünschen. Generell steht in Interviews, wie in der gesamten Forschung, Transparenz an oberster Stelle (Helfferich, 2014: 564).

Hierarchieverhältnisse müssen beim Forschungsprozess und in der Datenanalyse berücksichtigt und reflektiert werden. Bei Leitfadeninterviews kann Hierarchieverhältnissen teilweise entgegengewirkt werden, indem Sprache und Fragen an die Interviewsituation angepasst werden (Dannecker und Vossemer 2014: 162).

Auch mein Geschlecht und das meiner Interviewpartner:innen sollte forschungsbegleitend reflektiert werden. So hat meine Rolle als Frau bei Interviewpartner:innen – insbesondere bei männlich gelesenen Personen – Einfluss auf das Gespräch und ist zu berücksichtigen (ebd.: 171).

Da sich der Forschungsgegenstand dieser Thesis im Globalen Süden befindet, kommt meiner Rolle als weiße Forscherin aus dem Globalen Norden eine entscheidende Bedeutung zu. Um die Interdisziplinarität und Wissenschaftlichkeit dieser Thesis zu garantieren, sind dekoloniale Forschungsmethoden und Reflexivität eine Grundvoraussetzung. Meine Positionalität ist mir stets bewusst und wird im Forschungsprozess bei den angewandten Theorien und Methoden berücksichtigt. Basis sind ferner wissenschaftliche Standards und ethische Grundsätze, die ich stets nachvollziehbar transparent dokumentiere. Dadurch garantiere ich, dass die Ergebnisse über meine rein subjektive Meinung hinausgehen. Prüfungen und kritischen Fragen von Forschenden aus anderen Disziplinen kann diese Masterarbeit somit Stand halten.

4.4. Datenauswertung und -analyse

Unter dem Begriff Inhaltsanalysen gibt es verschiedene Methoden zur Textanalyse, die je nach Forschungsfeld gewählt werden müssen. Es geht jedoch keineswegs nur um die Analyse von Literatur, sondern auch um Symbole, Musik, Videos oder Bilder (Deutschmann 2014: 94f).

„Inhaltsanalysen zielen nicht nur auf den Inhalt des verbalen Materials, sondern können formale Aspekte ebenso wie latente Sinngehalte zum Gegenstand machen.“ (Deutschmann 2014: 95)

Inhaltsanalysen dienen der Auswertung der erhobenen Daten. Diesbezüglich sei auf die Interview-Transkripte der Forschung dieser Thesis verwiesen (Deutschmann 2014: 95). In wissenschaftlichen Inhaltsanalysen wird eine theoriegeleitete Vorgehensweise erwartet. Das

impliziert, dass sowohl der aktuelle Stand der Forschung als auch der theoretische Rahmen während der gesamten Analyse berücksichtigt wird. Das Erkenntnisinteresse entscheidet darüber, welche Inhaltsanalyse gewählt wird (Deutschmann 2014: 97). Für die Datenanalyse dieser Masterarbeit wurde die Thematische Analyse (TA) nach Virginia Braun und Victoria Clarke gewählt.

Im folgenden Abschnitt des Methodik-Kapitels werde ich diese Datenauswertungsmethode vorstellen. Auch folgt eine detaillierte Erklärung des Kodierens. Im Anschluss wird das genaue Analyseverfahren skizziert.

4.4.1. Thematische Analyse (TA) nach Braun und Clarke

„Thematic analysis is a method for identifying, analyzing, and reporting patterns (themes) within data.“ (Braun und Clarke, zit. n. Deutschmann 2014: 98)

Die Thematische Analyse gilt als eine weit verbreitete Analysemethode, wie Deutschmann (2014: 98) darlegt. Sie wurde in der Psychologie entwickelt und etablierte sich rasch auch in anderen Fachbereichen, insbesondere in der sozialwissenschaftlichen Forschung. Mit dieser Methode können Muster und Themen innerhalb qualitativer Datensätze untersucht und analysiert werden. Für die qualitative Forschung ist die TA im Speziellen von Bedeutung, da sie das Erforschen komplexer Phänomene – wie die Tingi Culture – erleichtert (Braun und Clarke 2022: 5f).

Der Arbeitsvorgang besteht in den meisten Fällen aus der Deskription und Organisation der erhobenen Daten und der daraus folgenden Herausarbeitung von „Themes“ (Engl.: Themen bzw. Muster) und deren Interpretation. Diese bilden die Grundlage für den weiteren Analyseprozess, der über die einfache Beschreibung der erhobenen Daten hinausgeht. Themes sind wichtig, weil sie forschungsleitende Fragen mitbeantworten, indem sie wesentliche Inhalte liefern bzw. Daten mit relevanten Mustern anreichern (Deutschmann 2014: 98).

Das heißt, dass die TA das Identifizieren und Organisieren von zugrundeliegenden Themes ermöglicht, die mit den Werten, Überzeugungen und letztlich den Handlungen von Menschen verbunden sind (Braun und Clarke 2022: 6). Braun und Clarke (2022: 35) haben für den Arbeits- und Analyseprozess einen Leitfaden entwickelt, der auf Entscheidungen für die jeweiligen Erkenntnisinteressen angepasst ist. Diesen unterteilen sie wie folgt in sechs Phasen (Deutschmann 2014: 99):

1. Phase – Sich mit dem gesammelten Material vertraut machen: Forschende sollten sich in die erhobenen Daten einarbeiten. Dazu gehört unter anderem das Transkribieren der Interviews, das mehrmalige Lesen der Transkripte und das Notieren erster Ideen. Dies gilt bereits als interpretativer Akt (Deutschmann 2014: 99; Braun und Clarke 2022: 35).
2. Phase – Kodierung: Nachdem das gesamte Material einmal durchgearbeitet wurde, folgt eine erste Kodierung der Daten. Es werden Datensegmente identifiziert, die für die Forschungsfrage relevant erscheinen. Diese werden dann systematisch mit analytisch aussagekräftigen und prägnanten Codes versehen und strukturiert. Ziel der Kodierung ist es, einzelne Bedeutungen und Konzepte zu erfassen. Dabei ist jede Analyseeinheit zu berücksichtigen. Textstellen können auch mehrere Codes zugeordnet werden (Deutschmann 2014: 99; Braun und Clarke 2022: 35).
3. Phase – Generierung der ersten Themes: Auf Basis der ersten Codes werden erste Themes generiert, um gemeinsame Bedeutungsmuster im Datensatz zu identifizieren. Codes deren Konzepte oder Kerngedanken sich gleichen, werden in Clustern zusammengefasst. Codes stehen für spezifische, Themes für gemeinsame und weiter gefasste Bedeutungen. Themes sollen im Hinblick auf die Beantwortung der Forschungsfrage erstellt werden. Visuelle Methoden wie Tabellen, Mindmaps etc. können zur Veranschaulichung helfen. Jeder Code sollte einem Theme zugeordnet sein – dabei kann es Haupt- und Subthemes geben. Warum Themes gewählt und ihnen eine besondere Bedeutung zugeschrieben werden, ist zu begründen (Deutschmann 2014: 99f; Braun und Clarke 2022: 35).

„Alle Aspekte eines Themas sollten um eine zentrale Idee oder ein Konzept geordnet werden und die einzelnen Themen untereinander nicht stark überlappen.“ (Deutschmann 2014: 101)

4. Phase – Überprüfung und Weiterentwicklung der Themes: Die erarbeiteten Themes werden weiterentwickelt und auf die Durchführbarkeit der Gesamtanalyse kritisch reflektiert. Dabei kann auch radikal überarbeitet werden und es kann auch zu radikalen Revisionen kommen. In dieser Phase sollte eine Übersicht erstellt werden in der die Themes geordnet dargestellt werden (Deutschmann 2014: 100; Braun und Clarke 2022: 35).
5. Phase – Definition und Benennung der Themes: Besonderheiten und Details der Themes werden herausgearbeitet sowie Definitionen und Bezeichnungen formuliert. Am Ende dieser Phase sollte für jedes Theme eine kurze Synopse vorliegen (Deutschmann 2014: 100; Braun und Clarke 2022: 36).

6. Phase – Die Verschriftlichung der Ergebnisse: In der letzten Phase geht es um das Verfassen der Analyse. Die Forschungsergebnisse werden mit Bezug auf die Ausgangsfragen verschriftlicht und anhand ausgewählter Textauszüge veranschaulicht und belegt (Deutschmann 2014: 100; Braun und Clarke 2022: 36).

Die TA zeichnet sich somit durch ihre flexible und offene Handhabung aus, die den Forschenden ein offenes Vorgehen ermöglicht. Grundlegend ist, dass im Gegensatz zu anderen inhaltlichen Analysen bei dieser Methode alle Textstellen und Materialien bearbeitet werden und nicht nur einzelne Abschnitte. Codes, Themes und Muster sollten mit Forschungsfrage und theoretischem Rahmen zusammenpassen und in Bezug auf diese strukturiert und interpretiert werden. Alle Analyse- und Interpretationsentscheidungen sind zu reflektieren und begründen. Der Analyseprozess muss offengelegt und genau beschrieben werden. Das bedeutet, dass auch bestehende Vorannahmen, die sich etwa aus dem theoretischen Rahmen ergeben haben, zu benennen sind (Deutschmann 2014: 100f).

Die TA nach Braun und Clarke eignet sich für diese Thesis – deren Thema bisher wenig erforscht ist – besonders gut als Auswertungsmethode. Codes und Themes werden induktiv aus dem vorhandenen Datenmaterial entwickelt und lassen zugleich Platz für unerwartete Erkenntnisse und Aussagen. Mit diesem Vorgehen werden jene Aspekte der Daten herausgefiltert, die zur Beantwortung der vorliegenden Forschungsfrage führen. Im Folgenden wird genauer auf das Kodieren eingegangen und im Anschluss das konkrete Vorgehen erläutert.

4.4.2. Kodieren

Im Rahmen der Thematischen Analyse ist das Kodieren von großer Bedeutung. Ein Code dient Forschenden in der TA, wie generell in der qualitativen Datenanalyse, als interpretatives Werkzeug, um Daten symbolisch zu erfassen oder in eine andere Form zu übersetzen. Codes werden auch als Bindeglied zwischen Datenerhebung und Analyse gesehen. Durch das Kodieren wird jedem Datenelement – etwa Interviewaussagen – eine spezifische, interpretierte Bedeutung zugeordnet, die für die Analyse von Mustern, Kategorisierung, Generierung von Hypothesen, Theoriebildung und weiteren Analyseprozessen essenziell ist (Saldana 2015: 4).

“A code in qualitative inquiry is most often a word or short phrase that symbolically assigns a summative, salient, essence-capturing, and/or evocative attribute for a portion of language-based or visual data.“ (Saldana 2015: 4)

Die zugeordneten Codes ermöglichen es, Daten zu kategorisieren, Muster zu identifizieren, sowie Tendenzen und zentrale Aussagen zu extrahieren. Das Kodieren stellt dabei keine exakte Wissenschaft, sondern vielmehr einen interpretativen Akt dar (Saldana 2015: 4f).

In der TA ist ein Code die kleinste Einheit der Analyse. Sie erörtern spezifische Bedeutungen in den erhobenen Daten und bilden als Bausteine das Grundgerüst für die Themes. In der Analyse geben diese mit präzisen Begriffen den Inhalt des Materials wieder (Braun und Clarke 2022: 52).

Da die TA so frei und offen konzipiert ist, können auch verschiedene Kodierungsmechanismen angewendet werden: Von der expliziten oder oberflächlichen, bzw. semantischen Bedeutung bis hin zur konzeptuellen oder impliziten, bzw. latenten Bedeutung. Das Kodieren soll dabei nicht nur Inhalte zusammenfassen, sondern die Daten auch mit einem analytischen Blick strukturieren (Braun und Clarke 2022: 35).

4.4.3. Datenaufbereitung und Durchführung der Thematischen Analyse

Bereits während der Forschung hatte ich mich – wie von Braun und Clarke in der ersten Phase nahegelegt – mit den erhobenen Daten auseinandergesetzt. Allein der Prozess des Transkribierens, der mehrmaliges und genaues Hören der Interviews erfordert, machte mich mit meinen erhobenen Daten vertraut (Braun und Clarke 2022: 35).

Für den Kodierungsprozess wurden die Tonaufnahmen der Interviews mit Hilfe des Transkriptionsprogramms Amberscript zunächst erfasst. Laut Braun und Clarke wurde bei den Transkriptionen lediglich auf die wortgetreue Verschriftlichung und das Setzen von Satzzeichen zur vereinfachten Lesbarkeit geachtet. Nonverbale Äußerungen wurden je nach Relevanz und Kontext notiert. Die Transkripte wurden jeweils ausgedruckt, um außer dem digitalen Zugang auch eine haptische Arbeitsalternative nutzen zu können (Braun und Clarke 2006: 88).

Das transkribierte Material wurde im Anschluss in die Kodierungssoftware MAXQDA geladen. Mit diesem Programm können Codes in den Transkripten erstellt und übersichtlich in ein Kategorie- beziehungsweise Themes-System geordnet werden. Das Buch „Analyse qualitativer Daten mit MAXQDA. Text, Audio und Video“ von Stefan Rädiker und Udo Kuckartz diene als Leitfaden. Am Anfang wurde das Kodieren mittels eines freien Verfahrens namens „Eclectic Coding“ begonnen. Dieses Verfahren zielt darauf ab, einen groben Eindruck zu gewinnen und vorläufige Codes zu erstellen, die jederzeit überarbeitet oder wieder verworfen werden können

(Saldana 2015: 5). Mit anderen Worten, es wurde ein offenes Kodieren durchgeführt, bei dem die Codes induktiv entwickelt wurden.

Nach dem Kodieren in Phase eins und zwei wurden erste Themes entwickelt. Die Erstellung von Code Sets in MAXQDA diente der Ordnung der Codes sowie der (weiteren) Entwicklung der Themes. Um Themes, Codes und Subcodes visuell erkennbar zu machen, wurden verschiedene Farben genutzt. Jedes Theme mit den dazugehörigen Codes wurde dann einer Farbgruppe (z.B.: Grüntöne) zugeordnet.

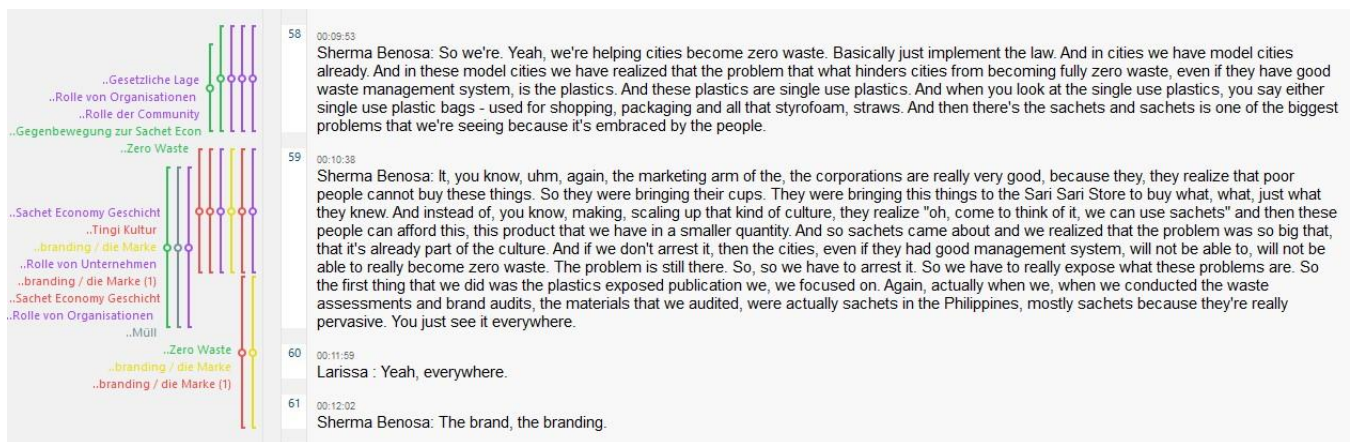


Abbildung 4: Abbildung von kodiertem Interview mit vielen Farben (Quelle: eigene Darstellung).

In der dritten Phase konnten einige der Codes noch nicht eindeutig einem Theme zugeordnet werden. In der vierten Phase wurden die entwickelten Themes überarbeitet und zusammengefügt: Dies beinhaltete, dass einzelne Themes erweitert, andere revidiert wurden – beispielsweise wenn diese nicht zur Beantwortung der Forschungsfrage führten. Themes und ihre Subthemes wurden immer weiter angepasst, sodass ihr Inhalt auf die Beantwortung der Forschungsfragen zielt.

Im Folgenden ist ein Zwischenstand der Themes-Übersicht abgebildet. Hier wird auch die Anzahl der zugeordneten Codes ersichtlich. Die final ausgearbeiteten Themes sind am Ende dieses Kapitels abgebildet.

> GAIA	12
> Armut	13
> Tingi / Sachet Produkt	116
> Tingi Culture	44
> Gründe für Tingi Konsum	106
> Verantwortung	133
> Ökologisches Bewusstsein	146
> Die Zeit vor den Sachets	208
> Auswirkungen und Folgen des Sachet Konsums	130
> Tingi im Alltagsleben	335
> Tingi vs Wholesale	79
> Sachet Economy	40
> Finanzielles	140
> Nach dem Tingi Konsum	161

Abbildung 5: Zwischenstand der Themes-Übersicht (eigene Darstellung).

Zur vereinfachten Darstellung und Strukturierung für die weitere Analyse und Ausarbeitung wurden „thematic maps“ erstellt. Die nachfolgende Abbildung zeigt eine solche:

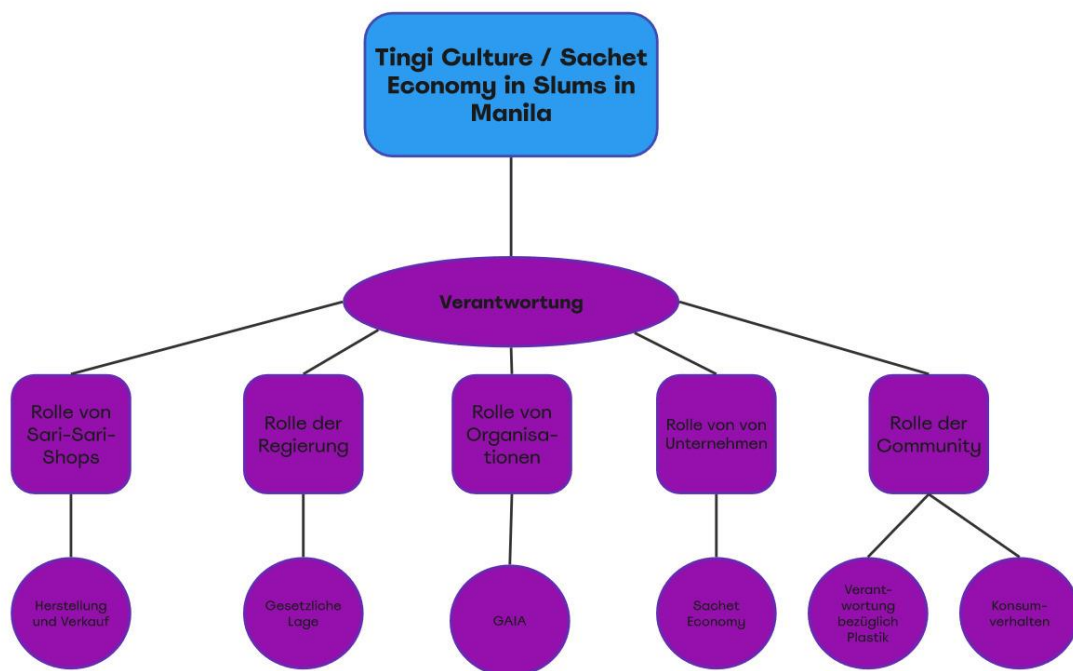


Abbildung 6: „thematic map“ zum Thema Verantwortung (eigene Darstellung).

Hier sieht man, wie die entwickelten Codes den Themes zugeordnet werden.

In der fünften Phase formulierte ich die ersten Haupt-Themes, die ich im Rahmen dieser Analyse entwickelt habe. Während diesem Prozess wurden einige Themes erneut verändert, da

bestimmte Codes und somit Textstellen besser zu anderen Themes passten. Bis zum Ende meines Analyseprozesses erarbeitete ich zehn Themes, denen 1200 Codes zugeordnet wurden.

Mit Hilfe der TA konnte ich anhand der Transkripte wiederkehrende und zentrale Aussagen, die zur Beantwortung der Forschungsfrage führen, erkennen und in Themes und Subthemes einteilen.

Im folgenden Kapitel werden die identifizierten Themes anhand von Textbelegen verschriftlicht und erörtert. Die folgenden Haupt-Themes haben sich im Laufe der TA entwickelt: Alltagssituationen, Einflussfaktoren, Auswirkungen und Folgen, Verantwortung, sowie Gegenbewegungen und Lösungsansätze (siehe Abbildung 7).

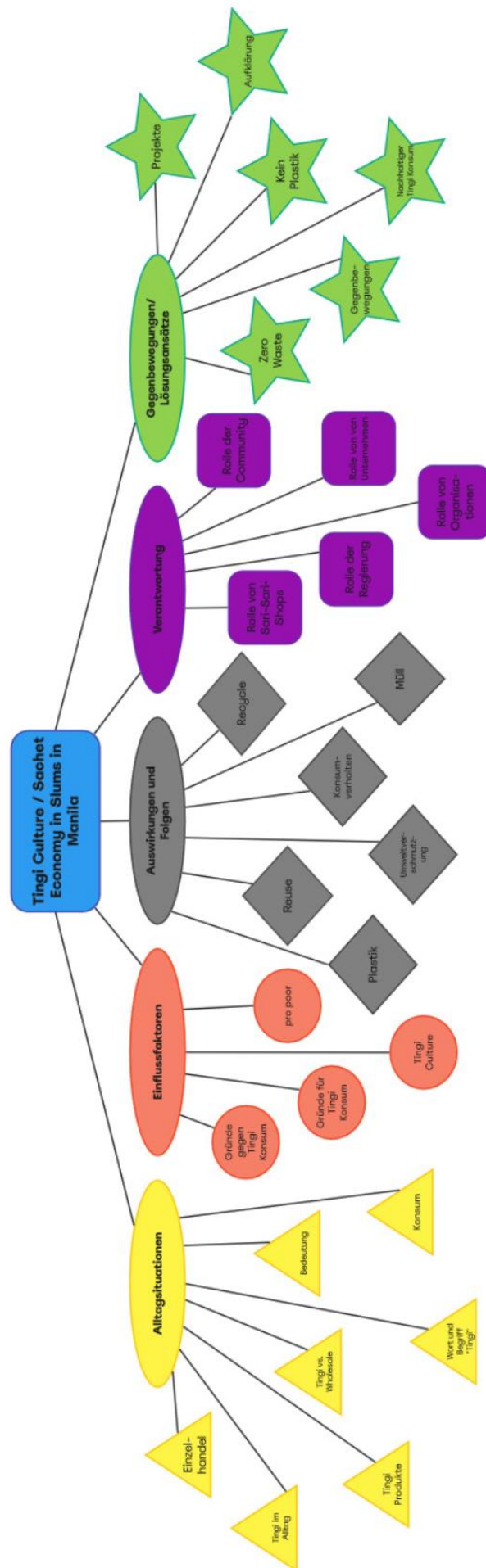


Abbildung 7: Finale Darstellung der Themes und Codes (Eigene Darstellung).

5. Darstellung der Ergebnisse der Datenanalyse: Tingi Culture in den Slums in Manila

Die im vorangehenden Kapitel dargelegte Thematische Analyse bildet die Grundlage für die Präsentation der Forschungsergebnisse, die sich hier anschließt. Diese werden anhand der identifizierten Themes und Subthemes dargelegt. Vorab erfolgt die Beschreibung der Forschungsfelder – die beiden Slums Parola und Payatas.

5.1. Die Slums: Parola und Payatas

Manila, die Hauptstadt der Philippinen, spiegelt die starken Kontraste, die den Inselstaat prägen. Einerseits glänzt sie mit prunkvollen Luxusbauten und hoch aufragenden Wolkenkratzern, die das wirtschaftliche und politische Zentrum des Landes markieren. Andererseits drängen sich in ihrem Stadtbild dicht bebaute Elendsviertel. Viele Menschen aus armen ländlichen Regionen strömen in der Hoffnung auf Arbeit und ein besseres Leben in die Metropole. Mangels Bildung finden die meisten keine Anstellung und sind ohne finanzielle Rücklagen oft gezwungen, sich in einem der städtischen Slums niederzulassen (Rosemann 2004: 62; Bronger 2007: 301).

„Slums are neglected parts of cities where housing and living conditions are appallingly poor. Slums range from high-density, squalid central city tenements to spontaneous squatter settlements without legal recognition or rights, sprawling at the edge of cities. Slums have various names, favelas, kampungs, bidonvilles, tugurios, yet share the same miserable living conditions.“ (UN-Habitat 2003: 10)

Auf diese Definition des Begriffs Slum aus dem Bericht „The Challenge of Slums“ des UN-Habitat¹³ verweist auch Mike Davis (2007) in seinem Buch „Planet der Slums“. Er charakterisiert Slums als dicht besiedelte, notdürftige oder informelle Siedlungen ohne ausreichenden Zugang zu sauberem Wasser und sanitären Anlagen, die auf Flächen errichtet sind, über die keine Verfügungsgewalt besteht (Davis 2007: 27). Davis (2007: 28) schätzt, dass weltweit ein Drittel der Stadtbewohner:innen in Slums lebt. Auf den Philippinen lag dieser Anteil 2018 bei 43 Prozent, was rund 20 Millionen Menschen entspricht (Johnson 2024; Davis 2007: 29). Es ist nicht zwingend, dass alle Slumbewohner:innen arm sind oder dass alle Armen

¹³ Das UN-Habitat ist das Wohn- und Siedlungsprogramm der Vereinten Nationen (Davis 2007: 25).

in Slums leben, die Mehrheit lebt unterhalb der Armutsgrenze, oft mit einem Einkommen von einem Euro oder weniger pro Tag (Davis 2007: 29). Die provisorischen Unterkünfte entstehen häufig auf ungenutztem und ungeschütztem Land (Bronger 2007: 303). Zudem unterscheidet Davis zwischen Slums im Stadtzentrum und solchen am Stadtrand (Davis 2007: 41).

Für diese Masterthesis entschied ich mich für die Erforschung der Tingi Culture in zwei unterschiedlichen Slums in Manila – Parola und Payatas. Im Folgenden werden diese mit Bezug auf die analysierten Daten kurz vorgestellt.

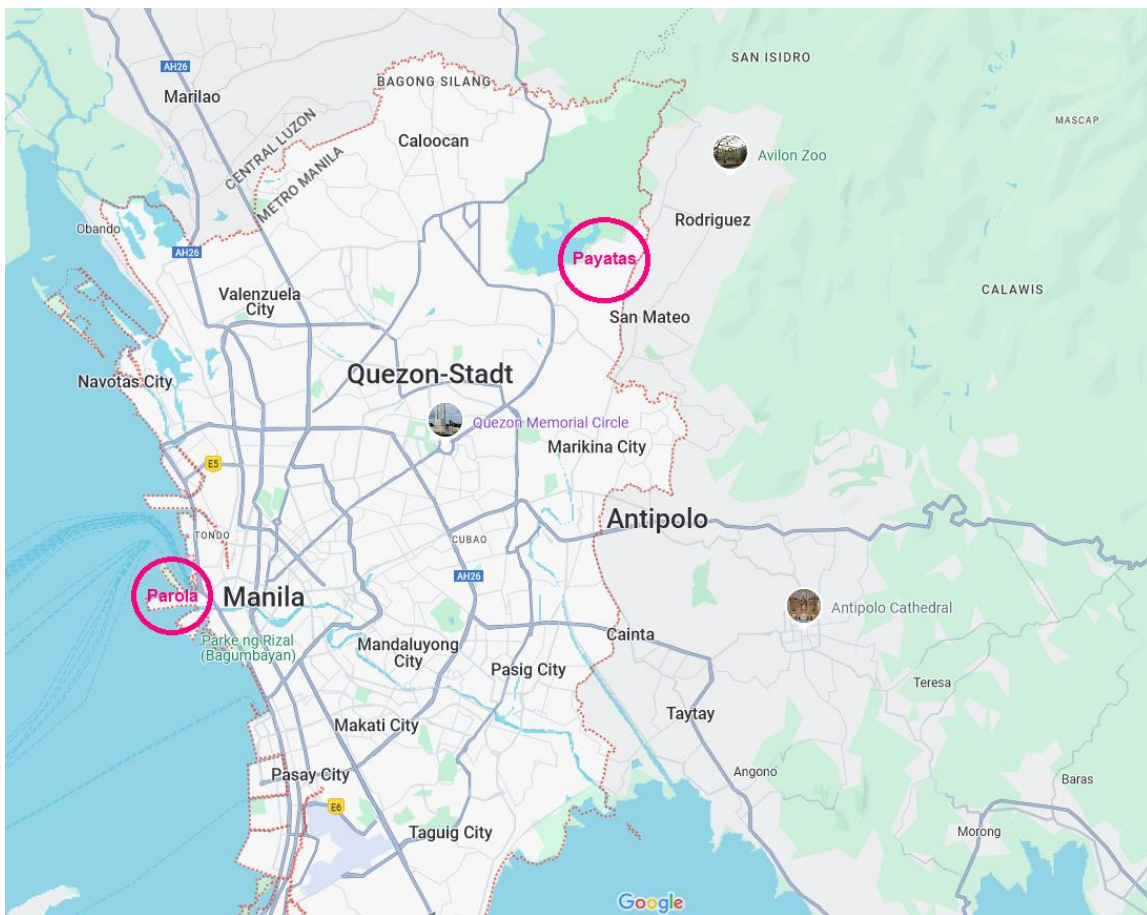


Abbildung 8: Karte von Metro Manila mit Kennzeichnung der Slums Payatas und Barangay 105 (Quelle: Google Maps (2024): „Metro Manila“. Elektronisches Dokument: https://www.google.com.ph/maps/place/Metro+Manila,+Philippinen/@14.6551289,121.0325927,11z/data=!4m6!3m5!1s0x3397c8d26026386d:0x5fed23daac9278d0!8m2!3d14.6090537!4d121.0222565!16zL20vMGpod2Q?entry=ttu&g_ep=EgoyMDI0MDkxOC4xIKXMDSoASAFQAw%3D%3D (zuletzt abgerufen: 23.09.2024) + eigene Bearbeitung).

Der Slum Parola, der im Hafen der Stadt Manila bei der Mündung des Flusses Pasig liegt (siehe Abbildung 8), ist mit 205.800 Quadratmetern und schätzungsweise 60.000 Menschen einer der größten Slums der Philippinen (Salvatorianer Weltweit 2024). Gleichzeitig zählt er zu den am dichtesten besiedelten Gebieten weltweit. Es fehlen grundlegende Infrastrukturen, die für eine größere Gemeinschaft notwendig sind: Nur etwa 40 Prozent der Bewohner:innen verfügt über

einen Wasseranschluss und nur etwa die Hälfte der Haushalte über Strom (Salvatorianer Weltweit 2024). Ein Gesundheitszentrum ist nicht vorhanden. Die Nähe zum Wasser – sowohl zum Meer als auch zum Pasig – ist besonders gefährlich durch die jährlich wiederkehrenden Überschwemmungen und Taifune. Die Bewohner:innen verdienen ihren Lebensunterhalt als Rikschafahrer:innen, Haushaltshilfen, Reinigungskräfte, Müllsammler:innen oder betreiben Sari-Sari-Stores. Eine weitere häufige Einkommensquelle ist das Schälen von Knoblauch (Salvatorianer Weltweit 2024). Das durchschnittliche Einkommen in Parola variiert stark – im unteren Segment beziehen die meisten als Tagelöhner:innen den täglichen Mindestlohn, der zum Zeitpunkt der Forschung in Metro Manila bei 570 Php (ca. 9,00 €) für acht Stunden Arbeit lag (Agustin 2022: Interview; Tulop 2022: Interview; Wise 2024). Insbesondere bei den informellen Beschäftigungen bleibt das monatliche Einkommen häufig unter dem gesetzlichen Mindestlohn, sodass eine Familie mit fünf Kindern – die Eltern arbeiten beide als Müllsammler:innen – gerade einmal 5.000 Php (ca. 80 €) pro Monat zur Verfügung hat (Even 2022: Interview; Wise 2024). Andere Bewohner:innen berichteten in informellen Gesprächen und Interviews ähnliches (Gonzaga 2022: Interview; Gnihapon 2022: Interview; Delasan 2022: Interview). Einige Berufe – etwa das Verkaufen von Streetfood-Maiskolben – führen zu unregelmäßigen Einkünften. Der Tagesverdienst variiert nach Aussage eines Befragten etwa aufgrund der Wetterbedingungen. Bei Regen oder Ernteaussfällen ist die Erwirtschaftung eines Einkommens nahezu ausgeschlossen, während andernfalls 700 bis 1.000 Php (ca. 11-16 €) pro Tag verdient werden kann (Quimbo 2022: Interview; Wise 2024). Die meisten Tagelöhner:innen verdienen auch im Krankheitsfall kein Geld (Quimbo 2022: Interview). Es lässt sich feststellen, dass in Parola, auch Personen mit höherem Einkommen anzutreffen sind: Eine Interviewpartnerin hat für ihre Familie etwa 40.000 Php (ca. 645 €) monatlich zur Verfügung (Lachica 2022: Interview; Wise 2024).

Der Slum Payatas befindet sich im nordöstlichen Teil Metro Manilas, in der Stadt Quezon City, (siehe Abbildung 8). Dieser Ort ist insbesondere für seinen großflächigen Müllberg sowie die dortige Müllverwertungsindustrie bekannt. Der Alltag und das Überleben vieler Bewohner:innen hängen von den Abfällen aus Metro Manila ab. Viele errichten ihre Unterkünfte deshalb dicht gedrängt in der Nähe oder direkt auf der Mülldeponie. Ein flüchtiger Blick auf die Behausungen zeigt eine Mischung aus Wohlstandsniveaus: Neben typischen Wellblechhütten und anderen einfachen Unterkünften aus Materialien des Müllbergs stehen auch Steinhäuser, die bis zu zwei Stockwerke umfassen (Henke 2018: 30). Wie bereits erwähnt, leben in Slums Menschen mit unterschiedlichen Wohlstandsniveaus. In Payatas haben einige Bewohner:innen eine universitäre Ausbildung und verfügen dadurch über ein mittleres

Einkommen, ziehen es aber vor, bei ihren Familien im Slum zu leben und diese finanziell zu unterstützen (Miralles 2022: Interview). So gelingt es einigen Familien beispielsweise ein kleines Haus mit zwei Stockwerken¹⁴ zu errichten (Henke 2018: 30).

Das durchschnittliche Einkommen in Payatas ist vergleichbar mit dem in Parola. Beispiel hierfür ist die Interviewpartnerin Shara Delasan, die wie ihr Partner den Mindestlohn verdient. Das gemeinsame Einkommen, dient der Ernährung des Paares, ihres Kindes sowie der weiteren Familie, zu der eine Großmutter, die Eltern und drei weitere Kinder gehören (Delasan 2022: Interview). Es ist zu konstatieren, dass ein nicht unerheblicher Anteil der Bevölkerung im informellen Sektor tätig ist. Diesbezüglich sagt eine Interviewpartnerin, dass sie zu siebt in ihrer Familie gerade einmal über ein Einkommen von 2.100 Php (ca. 34 €) pro Woche verfügt (Bernardo und Ditalo 2022: Interview; Wise 2024). Dabei ist festzuhalten, dass es auch in Payatas Menschen mit höherem Einkommen gibt. Mary Cris Soltes verfügt beispielsweise gemeinsam mit ihrer Familie, die aus zwei Erwachsenen und drei Kindern besteht, über ein monatliches Einkommen zwischen 15.000 und 25.000 Php (ca. 240-400 €) (Wise 2024). Dieses Einkommen stammt überwiegend von ihrem Ehemann, der als Koch tätig ist und von ihrem Verdienst als Nageldesignerin (M.C. Soltes 2022: Interview). Wohlhabendere Familien aus Payatas haben etwa durch eine Anstellung an einer Universität bis zu 50.000 Php (ca. 800 €) im Monat zur Verfügung (Basconcillo 2022: Interview; Wise 2024). Eine Sari-Sari-Store-Verkäuferin gibt in einem Interview an, dass sie täglich rund 1.000 Php (ca. 16 €) verdient und somit zu den Besserverdienenden in ihrer Branche zählt (Atibula 2022: Interview; Wise 2024).

In Bezug auf die Darstellung der Ergebnisse erfolgt keine Einteilung der beiden Slums, da die Erläuterungen der Interviewten keine signifikanten Besonderheiten aufweisen, die einer Zuordnung zu einem bestimmten Slum erfordern. In einzelnen Fällen wird auf die Herkunft des jeweiligen Slums verwiesen.

5.2. Alltagssituationen: Verwendung von Sachets als Tingi-Produkte

Die Ergebnisse der Untersuchung legen nahe, dass die Bewohner:innen der beiden Slums unterschiedliche Auffassungen darüber haben, was ein Tingi-Produkt ausmacht bzw. was es für

¹⁴ Diese Häuser bestehen meistens aus einem oder höchstens zwei Räumen pro Stockwerk, die jeweils zwischen 8 und maximal 20 Quadratmeter groß sind (Henke 2018: 30).

sie bedeutet. Im Folgenden wird daher zunächst der Begriff Tingi anhand der Ergebnisse erörtert und auf die in den Interviews genannten Tingi-Produkte eingegangen. Abschließend werden die geäußerten individuellen Bedeutungen von Tingi dargelegt.

5.2.1. Wort und Begriff

Aus den Ergebnissen geht hervor, dass der aus dem Tagalog stammende Begriff „Tingi“ (Abelar in GAIA 2022: Interview) oder auch „Tingi Tingi“ (M.C. Soltes 2022: Interview) im alltäglichen Sprachgebrauch häufig verwendet wird und somit in der gesprochenen Sprache fest integriert ist. Zwar werden auf den Philippinen unterschiedliche Dialekte gesprochen, sodass auf dem Inselstaat auch andere Wörter für Tingi verwendet werden. Die Bedeutung und der Gebrauch von Tingi ist dennoch im ganzen Land verbreitet (Miralles 2022: Interview): „For Luzon, Visayas and Mindanao, but in different terms and different words. Maybe in Luzon we called it tingi, but in Visayas [...] different word“ (Miralles 2022: Interview).

Wiederholt wurde die Bedeutung von Tingi mit „piece by piece“ (Sister Mila in Tulop 2022: Interview) oder „retail, retail“ (Visto 2022: Interview), bzw. „portion, portion“ (Visto 2022: Interview) oder „little by little, tingi by tingi“ (M.C. Soltes 2022: Interview) übersetzt. Sie lässt sich somit vereinfacht anhand der Begriffe stückweise, Einzelhandel und Einzelportion erläutern.

Jake Natividad definiert Tingi weiterführend als generelle Bezeichnung für kleine Produkte: “Tingi is more likely the general word for all a small pack of product. That's a general word for small product.” (Natividad 2022: Interview). Das Wort impliziert dabei auch die Möglichkeit, ein Produkt in der Menge zu erwerben, die den eigenen finanziellen Möglichkeiten und Präferenzen entspricht: „You don't have to buy it in kilo and even now, whatever you need. One piece of“ (Benosa in GAIA 2022: Interview).

5.2.2. Tingi-Produkte

Die Tingi-Produktpalette ist breit gefächert. Die Interviewten vertreten unterschiedliche Auffassungen, welche Produkte als Tingi bezeichnet werden können. In den geführten Interviews werden folgende Produkte genannt, die größtenteils in Sachets aber teilweise auch informell verpackt erhältlich sind:

1. Kosmetikprodukte: Shampoo, Conditioner (M.C. Soltes 2022: Interview), Seife (Miralles 2022: Interview; Gonzaga 2022: Interview), Zahnpasta, Gesichtscreme,

Gesichtsreinigung, Feuchtigkeitscreme, Wattestäbchen, Kosmetiktücher (M.C. Soltes 2022: Interview), Babypuder (Bernardo 2022: Interview).

2. Haushaltsprodukte: Geschirrspülmittel (Gonzaga 2022: Interview), Taschentücher (K.M. Soltes 2022: Interview), Waschmittel (Feldtagebuch: Notizen vom 11.11.2022, aufgezeichnet in Parola: Judith Roa).
3. Lebensmittel: Three-in-One-Instant-Coffee (Instant-Kaffee) (Visto 2022: Interview), Pancit Canton (Instant Noodles) und Süßigkeiten und Snacks (Evangelista und Dumas 2022: Interview), wie Chicharron, Chips oder einzelne bzw. doppelte Biscuits-/Cookies-Packungen (Agustin 2022: Interview).
4. Gewürze, bzw. Kochzutaten: Sojasauce, Essig, Knoblauch (Agustin 2022: Interview), Zucker (Ilarina 2022: Interview), Salz (Diane 2022: Interview), Pfeffer (K.M. Soltes 2022: Interview), Magic Sarap (fertige Gewürzmischung), Ajinomoto (Glutamat) (Natividad 2022: Interview), Sinigang Mix (fertige Gewürzmischung) (Quimbo 2022: Interview) und Öl zum Kochen (M.C. Soltes 2022: Interview), Fischsauce (Feldtagebuch: Notizen vom 11.11.2022, aufgezeichnet in Parola: Crestita).

Als weitere Tingi-Produkte nennen die Befragten zum Beispiel aus dem medizinischen Bereich einzelne Tabletten oder Kapseln oder aus dem Konsumsortiment einzelne Zigaretten (Agustin 2022: Interview; K.M. Soltes 2022: Interview). Für Babys und Kleinkinder werden Windeln und Milchpulver in einzelner bzw. Tingi-Größe genannt (Basconcillo 2022: Interview).

Laut Mary Cris Soltes gibt es jedes erdenkliche Produkt auf den Philippinen in Tingi-Größe zu kaufen, darunter auch Gemüse, Obst, Fisch und Fleisch. Die Tingi-Größe bedeutet in einer bestimmten Menge – etwa ein viertel Kilogramm – oder einer bestimmten Preisangabe – etwa 20 Php (ca. 0,32 €) – zu kaufen (M.C. Soltes 2022: Interview; Lachica 2022: Interview; Bernardo 2022: Interview; Wise 2024). Auch ein halbes oder viertel Kilogramm Reis sowie einzelne (Wachtel-)Eier¹⁵ werden häufig in Tingi-Größe verkauft (Evangelista und Dumas 2022: Interview). Ebenfalls genannt wurden Lebensmitteln in Dosen – etwa Sardinen –, die es in Tingi-Größe verpackt gibt (Tulop 2022: Interview; Basconcillo 2022: Interview) oder das philippinische Brot „Pandesal“, das in kleiner Ausführung für fünf Php (ca. 0,08 €) erhältlich ist (Diane 2022: Interview; Wise 2024). Selbst „Pag Pag“, das aufbereitete Fleisch aus Fastfood-

¹⁵ Bei Eiern bedeutet Tingi Größe der Verkauf von einzelnen Eiern (Evangelista und Dumas 2022: Interview).

Abfällen, wird für Menschen, die sich kein anderes Essen leisten könnten, sogar in Tingi-Größe angeboten (Even 2022: Interview).

Die Bewohner:innen der beiden Slums geben je nach Einkommen und finanziellem Hintergrund unterschiedliche Mengen- und Häufigkeitsangaben in Bezug auf ihren Tingi-Konsum an. Wer hauptsächlich in Tingi konsumiert, berichtet von täglich drei (Visto 2022: Interview; Even 2022: Interview) bis zehn Käufen (Quimbo 2022: Interview; Tulop 2022: Interview). Even etwa deckt mit drei Tingi-Produkten die für ihn wichtigen Grundzutaten zum Kochen ab – etwa Sojasauce, Essig und Zucker (Even 2022: Interview). Irish Bernardo konsumiert etwa zehn Tingi-Produkte pro Tag und deckt damit ebenfalls die üblichen Kochzutaten, wie Öl, Sojasauce und Gewürze, sowie Kosmetikprodukte, wie Shampoo und Zahnpasta, ab (Bernardo und Ditalo 2022: Interview). Andere teilen sich die Tingi-Produkte ausschließlich mit ihrer Familie. Zum Beispiel Jobert K. Gonzaga, der täglich etwa zehn Sachets mit seiner zehnköpfigen Familie konsumiert und sich selbst keine eigenen Tingi-Produkte leisten kann (Gonzaga 2022: Interview). Aus den Interviews geht außerdem hervor, dass einige der Bewohner:innen der beiden Slums nur bestimmte Produkte in Tingi kaufen – etwa nur Shampoo (Miralles 2022: Interview) oder hauptsächlich Instant-Kaffee (Visto 2022: Interview).

Die finanzielle Investition in Tingi variiert dementsprechend stark: Meist werden täglich zwischen 50 und 150 Php (ca. 0,80 – 2,40 €) pro Person ausgegeben (Gonzaga 2022: Interview; M.C. Soltes 2022: Interview; Atibula 2022: Interview; Wise 2024). Für 50 Php (ca. 0,80 €) können bereits sieben bis acht Tingi-Produkte erworben werden – zum Beispiel Bonbons, Instant-Kaffee, Shampoo, Conditioner, Zahnpasta, Zucker und Magic Sarap (Gewürzmischung) (Atibula 2022: Interview; Wise 2024),

Die am häufigsten gekauften und beliebtesten Tingi-Produkte sind laut den Interviews Reis (Evangelista und Dumas 2022: Interview; Bernardo und Ditalo 2022: Interview), Instant-Kaffee (Visto 2022: Interview; Ilarina 2022: Interview; Gonzaga 2022: Interview; Natividad 2022: Interview), Süßigkeiten und Snacks (Miralles 2022: Interview; Tulop 2022: Interview; Natividad 2022: Interview; Even 2022: Interview), die Grundzutaten zum Kochen – wie Magic Sarap (Gewürzmischung) (Delasan 2022: Interview), Öl und Sojasauce (Lachica 2022: Interview; Feldtagebuch: Notizen vom 11.11.2022, aufgezeichnet in Parola: Crestita), Kosmetikprodukte, wie Shampoo (M.C. Soltes 2022: Interview; Atibula 2022: Interview), Conditioner und Zahnpasta (Ilarina 2022: Interview), Pancit Canton (Instant Noodles) (Agustin

2022: Interview), Eier (Dumas 2022: Interview), Baby-Windeln (Basconcillo 2022: Interview) und Pag Pag (Even 2022: Interview).

Laut den Interviews werden also viele Tingi-Produkte in den mehrschichtigen Marken-Sachets gekauft, teilweise in eigens abgepacktem, einschichtigem Plastik – „the ordinary plastic“ (M.C. Soltes: Interview) – oder einfach nur in kleiner Größe – etwa Gemüse oder Fleisch. In diesem Kontext wurde in den Interviews angemerkt, dass die separat verpackten Tingi-Produkte im Vergleich zu den mehrschichtigen Sachets einen deutlich geringeren Plastikeinsatz aufweisen, da sie lediglich eine Schicht Plastik enthalten. Dennoch ist es den Unternehmen gelungen, Produkte durch aufwändiges Design bei den Konsument:innen begehrt zu machen (M.C. Soltes: Interview). Obgleich andere Produkte nachhaltiger und in Wholesale-Größe erhältlich sind, werden Tingi-Produkte selbst von wohlhabenden Menschen präferiert, sodass Produkte wie der Three-in-One-Instant-Coffee lediglich in Sachet-Größe auf den Philippinen erhältlich sind (Lachica 2022: Interview; Ilarina 2022: Interview).

„When she go to the market, she buy tingi, like condiments, even in the Sari-Sari-Store she buy tingi.“ (Tulop 2022: Interview)

5.2.3. Bedeutung

„Tingi is like a piece of condiments, like soy sauce, like that“ (Agustin 2022: Interview). Und “Tingi it's more likely [...] a small pack of a food, a thing that you need or a snack that you want to eat” (Natividad 2022: Interview).

Die Bedeutung von Tingi für die Slumbewohner:innen variiert. Einige verstehen Tingi nur als Stückware oder setzen das Wort mit der Portionsgröße gleich (Natividad 2022: Interview; Agustin 2022: Interview; Diane 2022: Interview). Für andere Interviewte geht die Bedeutung darüber hinaus. Angel Miralles definiert Tingi zum Beispiel als Marketing-Strategie (Miralles 2022: Interview):

„For me, Tingi is a marketing strategy made by businesses for us, like us that cannot afford to buy the wholesale. [...] for the simple way: maybe tingi is a way of businesses and companies for us to buy their things. Because [...] if you have a big company and I'm just living with a minimum, how can I buy your things or your product if I can't because I['m] only living in the minimum. So that's it. Maybe the company or businesses made that thing tingi for us to buy.“ (Miralles 2022: Interview)

Lucita Lachica bezeichnet Tingi als ein Geschäftsmodell: “Tingi for me is [...] a business” (Lachica 2022: Interview).

Weitere verwenden Tingi als die Bezeichnung für den Einzelhandel (K.M. Soltes 2022: Interview): „I think tingi is retail“ (Tulop 2022: Interview) und „Tingi is for, you can buy a piece, unlike the wholesale. [...] Tingi is like a single use while, unlike in the wholesale, you can use it in so many times“ (Gonzaga 2022: Interview).

Für Gonzaga steht Tingi zudem für die Gemeinschaft: „The word tingi means: for everybody. It's a simple word [...] for the community, like a common term for us“ (Gonzaga 2022: Interview).

Für Marvin M. Evangelista und Billy Joe Dumas bedeutet Tingi ein günstiger Preis und die Möglichkeit Einkäufe optimiert zu planen, indem sie eine Vielzahl von Artikeln zu geringen Kosten gleichzeitig erwerben: „Tingi is, you can buy [...] a lot in a low price“ (Evangelista und Dumas 2022: Interview). Auch für Irish Bernardo und Marialyn Ditalo ist Tingi das Kalkulieren von Einkäufen: „Tingi is for budget. [...] It's like you're buying a small portion“ (Bernardo und Ditalo 2022: Interview).

Aufgrund des erschwinglichen Preises kann Tingi auch als Kaufoption für Menschen mit geringen finanziellen Möglichkeiten betrachtet werden (Quimbo 2022: Interview): „Tingi for me is [...] for those people who can't afford it. They can buy a tingi. [...] So it's a big [...] help for those people“ (Ilarina 2022: Interview).

Andere assoziieren damit die dahinterstehende Kultur, die als Kultur des Kleinen bezeichnet wird (M.C. Soltes 2022: Interview). Eine kulturelle Praxis, die in signifikantem Maße von Plastik geprägt ist: „But they have to repack it in a plastic one by one“ (M.C. Soltes 2022: Interview). Auf diese wird im Folgenden Kapitel näher eingegangen.

Jennifer Basconcillo zufolge lässt sich Tingi als eine Mischung der bereits beschriebenen Bedeutungen definieren. Es steht für eine erschwingliche kulturelle Praxis, die Teil der philippinischen Kultur und folglich für die gesamte philippinische Bevölkerung zugänglich ist:

„Tingi is one of the, I think affordable [...] thing[s.] [...] filipino culture has really a unique way to buy, and I think it is a unique culture of Filipinos now. Even the poor or not-poor can afford it, can buy it, and they can access easily because of the tingi.“ (Basconcillo 2022: Interview)

5.3. Einflussfaktoren auf das Verhalten von Slumbewohner:innen

Die Ursachen und Einflussfaktoren, die dazu geführt haben, dass ein Großteil der philippinischen Bevölkerung zur Sachet Economy tendiert, sind vielfältig und decken sich

weitgehend mit den Einflussfaktoren, die bereits in anderen Studien identifiziert wurden – siehe 2.3.2. Hintergründe des Sachet-Erfolges auf den Philippinen. Von entscheidender Bedeutung ist dabei der kulturelle Aspekt, auf den in Punkt 5.3.1. näher eingegangen wird. In Punkt 5.3.2. erfolgt eine Zusammenführung der in den Interviews genannten Gründe für den Tingi-/Sachet-Konsum, während in Punkt 5.3.3. die dagegen genannten Gründe dargestellt werden.

5.3.1. Tingi Culture

Die Interviews belegen, dass das Prinzip des Konsums von Mini-Portionen auf den Philippinen tief in der Kultur verankert ist. Dies wird durch verschiedene Quellen bestätigt¹⁶. Im Laufe der Zeit etablierte sich daraus der Begriff Tingi Culture.

„Tingi for me is a culture of a Filipino that it's a long time ago. It's a very, very long time ago“ (M.C. Soltes 2022: Interview). M.C. Soltes definiert Tingi Culture als eine kulturelle Praxis, die bereits vor der Kolonialzeit existierte und vermutlich in der Zeit des Tauschhandels, der Zeit vor der Einführung des Geldes, entstanden ist. Damals wurden kleine Portionen verlangt, um das jeweilige Produkt zu testen. Erst nachdem das Produkt gefiel, wurde das ganze Produkt gekauft. Seitdem hat sich das System gewandelt, das Grundprinzip, kleine Produkte zu konsumieren, ist jedoch bis heute erhalten geblieben. Die Konsument:innen sind seit jeher an die kleinen Portionsgrößen gewohnt und fordern diese deshalb auch heute noch ein. Für Soltes ist es nach wie vor erstaunlich, wenn sie in Filmen aus dem Globalen Norden Supermarkt-Szenen sieht, in denen lediglich Wholesale-Produkte angeboten werden und Menschen nur in großen Mengen einkaufen. Bevor sie Zugang zu Medien hatte, ging sie davon aus, dass Tingi Culture eine globale Präsenz aufweist. Erst im Laufe der vergangenen Jahre gelangte sie zu der Erkenntnis, dass es sich hierbei um eine spezifisch philippinische Erscheinung handelt. Aufgrund ihres Alters (Alter zum Zeitpunkt der Forschung: 42 Jahre) ist sie zudem in der Lage, die Zeit vor der Einführung von Sachets zu reflektieren. Nach Aussagen der Interviewten wurden für den Einkauf auf dem Markt oder in Sari-Sari-Stores eigene Gefäße mitgeführt, da zu dieser Zeit noch keine Plastiktüten oder Ähnliches verfügbar waren. Als Beispiele für geeignete Gefäße nennen die Befragten eine Flasche, die von Verkäufer:innen mit Öl, Sojasauce

¹⁶ Vergleiche z.B.: M.C. Soltes 2022: Interview; Lachica 2022: Interview; Miralles 2022: Interview; Ilarina 2022: Interview; Tulop 2022: Interview; Basconcillo 2022: Interview; Benosa und Abelar in GAIA 2022: Interview.

oder Essig befüllt werden, oder eine Tasche für Reis oder andere feste Produkte (M.C. Soltes 2022: Interview; Miralles 2022: Interview; Gnihapon 2022: Interview).

„So but definitely what we do know is that when these plastic sachets were not here, we were buying things in small quantities. And we were bringing our own containers, or if we did not have containers, the vendors would use biodegradable packages to package your product.“ (Benosa in GAIA 2022: Interview)

Auch Sherma Benosa, Mitarbeiterin der Organisation GAIA, machte in ihrer Kindheit und Jugend ähnliche Erfahrungen. Sie ging mit ihren Gefäßen zum nahegelegenen Geschäft, wo diese befüllt wurden. Eine weitere Option stellte das Verpacken von Fleisch oder ähnlichen Produkten in Papier oder Blättern dar, wobei insbesondere Bananenblätter zum Einsatz kamen (Benosa in GAIA 2022: Interview; Feldtagebuch: Notizen vom 11.11.2022, aufgezeichnet in Parola: Josephine). Des Weiteren verdeutlicht sie, dass zu dieser Zeit noch keine mit den heutigen Markenprodukten vergleichbaren Artikel existierten. Stattdessen wurde Essig als lokal hergestelltes Produkt direkt von den Produzent:innen über die Sari-Sari-Stores an die Konsument:innen abgegeben. Der Erwerb kleiner Portionen war zudem durch die fehlenden Möglichkeiten der Lagerung bedingt. Die hohen Temperaturen und die hohe Luftfeuchtigkeit, die das gesamte Jahr über auf Inselstaat vorherrschen, machen eine Lagerung von Lebensmitteln beinahe unmöglich. Lediglich getrocknete Lebensmittel wie Fisch und Früchte oder eingelegte und fermentierte Lebensmittel wie Fleisch und Gemüse konnten gelagert werden. Kühlschränke waren damals kaum verfügbar. Auch heute kann sich ein Großteil der Bevölkerung diese nicht leisten (Benosa in GAIA 2022: Interview). Benosa betont, dass diese Erfahrungen darauf beruhen, dass sie und andere sich damals aufgrund ihrer geringen finanziellen Verhältnisse auch keine großen Portionen hätte leisten können. Sie beschreibt deshalb die Tingi Culture auch als Kultur der Armen (Benosa in GAIA 2022: Interview):

„It is the culture among those who cannot save for the better days. Like [...] if you don't have much, then you cannot buy many things, right?“ (Benosa in GAIA 2022: Interview)

Dexter Imperia Tulop bezeichnet die Tingi Culture sogar als „business for the poor people“ (Tulop 2022: Interview). Denn diese Wirtschaftsform sichert einem Großteil der Bevölkerung Tag für Tag das Überleben (Feldtagebuch: Notizen vom 11.11.2022, aufgezeichnet in Parola: Rose Mari).

Tingi Culture wird dabei nicht nur von den sozial Benachteiligten gelebt, sondern ebenso vom Rest der Gesellschaft. Basconcillo macht deutlich, dass die armen ebenso wie die

wohlhabenden Bevölkerungsgruppen von der Tingi Culture profitieren, da Tingi für alle einfach zugänglich ist (Basconcillo 2022: Interview).

Außer den bereits dargelegten Aspekten sind die philippinischen Werte, nichts wegzuwerfen und nichts zu verschwenden, eng mit der Tingi Culture verknüpft: „We don’t want to waste“ (Abelar in GAIA 2022: Interview).

„Wastage is not part of our culture, especially in the North. People will not waste their things because money is hard to come by. [...] It's just introduced to us because we're generally intrinsically the kind of people [...] who will thrift things, will be very thrifty.“
(Benosa in GAIA 2022: Interview)

Laut GAIA entwickelt sich erst mit steigendem Wohlstand das Gefühl, immer mehr Gegenstände wegwerfen zu können. Verfügt jemand über wenig monetäre Mittel, nutzt er oder sie Produkte intensiv – beispielsweise werden Plastiktüten so lange wie möglich wiederverwendet. In einer Überfluggesellschaft wird in der Regel unmittelbar eine neue Anschaffung getätigt (Benosa in GAIA 2022: Interview).

Benosa (GAIA) bestätigt in ihrem Interview, dass es kaum bis keine offiziellen Studien und Forschungen zur Tingi Culture gibt. Das Wissen um die Tingi Culture basiert größtenteils auf persönlichen Erfahrungen der Menschen, die vor der Sachet Economy gelebt haben, und gilt damit als hinreichender Beweis für die Entwicklung der Tingi Culture. Laut Benosa gibt es neben den Philippinen auch im Nachbarstaat Indonesien Hinweise darauf, dass sich dort ebenfalls eine Art Tingi Culture etabliert hat. Über weitere Länder, die ähnliche Praktiken anwenden, war ihr nichts bekannt (Benosa in GAIA 2022: Interview).

„Because it's way of life already, it's something that used to be there long, long time ago. It's been embedded and it is still manifest up to now but in a different way. It's manifesting in the way we are buying things [...]: we don't buy the whole cake [...]. And this is all that you need. This is all that you will buy. So it's part of our culture to be that way.“ (Benosa in GAIA 2022: Interview)

In diesem Zitat beschreibt Benosa, dass die Tingi Culture bereits so weit integriert ist, dass man sie gar nicht mehr wahrnimmt (Benosa in GAIA 2022: Interview).

Laut M.C. Soltes und Benosa änderte sich die Tingi Culture von den 1980er an, als eine größere Verfügbarkeit von Plastik, inklusive der Sachets, zu verzeichnen war (Benosa in GAIA 2023: Interview; M.C. Soltes 2022: Interview). Abelar berichtet von der Einführung der Sachets durch die Unternehmen. Diese waren damals überall im Land unterwegs und verteilten Sachet-

Samples, beispielsweise Shampoo von Head and Shoulders und Three-in-One-Instant-Coffee von Kopiko (Abelar in GAIA 2022: Interview). Auch Linda Gnihapon erzählte, dass die Bewohner:innen Pakete gefüllt mit Sachets von ausländischen Unternehmen erhielten, die damit vermutlich testen wollten, wie gut ihre Sachet-Produkte von der Bevölkerung angenommen werden (Gnihapon 2022: Interview). Laut Benosa erfuhren die Unternehmen von dem kulturellen Phänomen auf den Philippinen und nutzten es, um ihre Produkte auch an den armen Teil der Bevölkerung zu veräußern. In der Konsequenz wurden Sachets zu einem integralen Bestandteil der Tingi Culture, wobei dieser Prozess relativ schnell vonstattenging, und auf große Akzeptanz stieß (Benosa in GAIA 2022: Interview).

„They saw that there is big opportunity there. So that's why the 'Tingi culture', they were able to really play around it really well and got the culture into the system.“ (Benosa in GAIA 2022: Interview)

Die Mehrheit der Befragten ist der Auffassung, dass die Tingi Culture auf diese Weise weiterhin bestehen wird. Basconcillo verweist darauf, dass die philippinische Bevölkerung schon von klein auf mit der Tingi Culture vertraut wird und diese folglich zur alltäglichen Gepflogenheit wird (Basconcillo 2022: Interview). M.C. Soltes vertritt die Auffassung, dass die Tingi Culture auf den Philippinen Bestand haben wird, solange es dort Armut gibt (M.C. Soltes 2022: Interview):

„In the future, I think the tingi [...] won't fade away. [...] I think the tingi culture will [...] stay forever. Because it's in the culture. Because maybe if we're like booming, like Singapore country, [...] the culture of tingi [...] will stop n[ow]. But if the poverty still [...] stay[s as] (...) before, I think tingi is still there. As long as [...] the people is finding a way to survive. (...) Tingi is the way of survive (...). Even if we earn little, we buy little.“ (M.C. Soltes 2022: Interview)

Für Lachica wird die Tingi Culture ebenfalls fortbestehen, da sie tief in der philippinischen Mentalität verankert ist. Allerdings geht sie davon aus, dass sie sich im Laufe der Zeit verändern wird, beispielsweise in Bezug auf den Einsatz von Plastik nachhaltig werden muss (Lachica 2022: Interview). Auch Miralles unterstreicht, dass die philippinische Bevölkerung auf Tingi als Lebensgrundlage weiterhin angewiesen ist: „Filipino cannot live without tingi. It's a part of our lives, It's a part of our budget, I guess“ (Miralles 2022: Interview).

5.3.2. Gründe für Tingi-Konsum

Diverse Faktoren – zusätzlich zur Tingi Culture – verleiten die Bewohner:innen in den beiden Slums Parola und Payatas dazu Tingi-Produkte zu konsumieren. Die geführten Gespräche mit den Filipinas und Filipinos ergeben, dass der Konsum kleiner Produkte durch folgendes beeinflusst wird: 1. Convenience, 2. Praktikabilität, 3. Finanzieller Aspekt, 4. Verpackung. Im Folgenden werden die Ergebnisse dargestellt.

1. Convenience:

„We already know that people like sachets because it's convenient.“ (Benosa in GAIA 2022: Interview)

Ein wesentlicher Vorteil von Tingi-Produkten ist ihre Convenience. Der Erwerb der meisten Produkte erfolgt in Sari-Sari-Stores, die nahezu 90 Prozent aller Einzelhandelsgeschäfte der Philippinen ausmachen (Gacutan 2012: 2). Ihre hohe Frequenz und leichte Zugänglichkeit sind wesentliche Faktoren, die Konsument:innen dazu bewegen, dort einzukaufen. Ihr vielfältiges und umfassendes Sortiment des alltäglichen Bedarfs deckt die meisten Grundbedürfnisse der philippinischen Bevölkerung ab (Gacutan 2012: 22). Sowie etwas im Haushalt fehlt – etwa die Sojasauce zum Kochen – führt der Weg nicht in den entfernten Supermarkt mit begrenzten Öffnungszeiten. Die Kund:innen gehen statt dessen in den Sari-Sari-Store um die Ecke, dessen Öffnungszeiten variabel und flexibel sind, denn meist befinden sich diese im Haus der Betreiber:innen. So können Produkte auch spät abends noch erworben werden (Tulop 2022: Interview).

Als weiterer Aspekt spielen die monetären Ressourcen eine Rolle: Ist das Geld knapp können dank der günstigen Tingi-Größen beispielsweise trotzdem alle Zutaten zum Kochen erstanden werden. Dieser mögliche Zugang gestaltet das Leben für die Filipinas und Filipinos, unabhängig von ihrem sozioökonomischen Status, als angenehm und komfortabel (M.C. Soltes 2022: Interview; Basconcillo 2022: Interview).

„Little by little, tingi by tingi. So you can buy all the spices. It's a win win situation, diba [Tagalog: nicht wahr?]?“ (M.C. Soltes 2022: Interview)

Der Kauf von Tingi-Produkten ist für Konsument:innen wie Sari-Sari-Besitzer:innen mit hohem Komfort verbunden. Da nur noch ein geringer Anteil der Produkte durch die Stores selbst abgepackt oder abgefüllt wird, erfolgt der Vertrieb nahezu ausschließlich von verkaufsfertigen Sachets der Unternehmen. Dies erspart das informelle Abfüllen und

vereinfacht so die Verkaufsabwicklung – folglich bleibt den Betreiber:innen mehr freie Zeit (M.C. Soltes 2022: Interview).

2. Praktikabilität

Ein weiteres Argument für die Tingi-Produkte ist ihre hohe Praktikabilität. Dies trifft in mehrfacher Hinsicht zu. Die Sachets werden als praktisch erachtet, da die Verpackung und die Größe des Produktes sich durch eine sichere Handhabung für Lagerung, Transport und Schutz auszeichnen.

Tingi-Produkte erfüllen bereits mit ihrem Konsum ihre Funktion, es besteht daher keine Notwendigkeit der Aufbewahrung. Dies stellt insbesondere für die Unterschicht einen Vorteil dar, da diese selten Zugang zu Aufbewahrungsboxen und Kühlschränken hat. Sollte eine Lagerung dennoch erforderlich sein, ist dies im Vergleich zu früher im Sachet möglich – insbesondere auch bei den vorherrschenden tropischen Klimabedingungen auf den Philippinen (Benosa und Abelar in GAIA 2022: Interview). Durch die kleinen Größen fallen kaum Reste an, folglich müssen etwa Nahrungsmittel auch kaum entsorgt werden: „Because like, you don't waste food because you just buy small portions. So it's perfect actually“ (M.C. Soltes 2022: Interview).

Sachets aus Plastik weisen gegenüber Verpackungen aus natürlichen Materialien oder Papier den Vorteil auf, nicht durchweichen zu können. Kontakt mit Wasser hat keinen Einfluss auf die Stabilität des Materials. Zudem sind die Verpackungen leichter und bieten aufgrund ihrer glatten Oberfläche ein höheres Maß an Hygiene. Infolgedessen erweisen sie sich bei der Lagerung sowie im allgemeinen Gebrauch als deutlich praktischer (K. M. Soltes 2022: Interview; Quimbo 2022: Interview). Die Sachet-Praktikabilität wird deshalb von vielen Befragten als besonders positiv hervorgehoben (Benosa und Abelar in GAIA 2022: Interview).

Sämtliche Sachet-Größen sind außerdem aufgrund ihres geringen Gewichts und ihrer sicheren Verschlussvorrichtung für den Transport geeignet. M.C. Soltes exemplifiziert dies anhand von Shampoo-Sachets: So ist es für sie nicht länger notwendig bei Reisen die gesamte Flasche zu transportieren. Das geringe Volumen der Sachets verringert auch den Umfang des Reisegepäckes. Zudem können bei weiterem Bedarf unterwegs jederzeit weitere Sachets erworben werden (M.C. Soltes 2022: Interview). In Bezug auf die beiden Slums ist zu konstatieren, dass lediglich einzelne der interviewten Personen die Möglichkeit haben, eine Reise zu unternehmen.

Der Faktor der Praktikabilität bei Reisen zielt in erster Linie auf die Gruppe der wohlhabenderen Menschen ab. Dies nutzen die Unternehmen bewusst, um auch diese Gruppe für den Konsum von Sachets zu überzeugen (M.C. Soltes 2022: Interview). In diesem Kontext wurden Produkte wie der Three-in-One-Instant-Coffee entwickelt, der das Leben der Konsument:innen vereinfachen soll, sodass diese nicht mehr drei Produkte einzeln kaufen müssen – Kaffee, Creamer, Zucker –, sondern bereits gemischt in einem Produkt erhalten. Der Erfolg dieses Convenience-Produktes ist bemerkbar, die Unternehmen bieten es heute auf den Philippinen nur noch in Sachet-Größe – und nicht mehr in Wholesale – an (Lachica 2022: Interview).

Die Tingi-Produkte erweisen sich zudem als praktikabel, um einzelne Produkte zu testen oder zu vergleichen. Dies impliziert, dass Konsument:innen ein Produkt zunächst in Tingi-Größe erwerben und testen können, ohne dabei unmittelbar eine größere finanzielle Verpflichtung eingehen zu müssen. Sollte das Ergebnis eines neu erworbenen und ausprobierten Shampoos nicht den Erwartungen entsprechen, ist der Verlust für die Konsument:innen geringer als beim Kauf einer größeren Packung. Eine Standard-Shampoo-Flasche kostet auf den Philippinen zwischen 200 und 300 Php (ca. 3,20 - 4,80 €), während ein Sachet lediglich etwa 6,00 Php (ca. 0,10 €) kostet (Gacutan 2012: 21f; K.M. Soltes 2022: Interview; Wise 2024).

Tingi-Produkte bieten Menschen mit geringem Einkommen überdies die Möglichkeit, sich nicht nur mit Produkten des alltäglichen Bedarfs zu versorgen. Sie erhalten dadurch auch die Option Produkte zu erwerben, die für wohlhabendere Menschen alltäglich erscheinen (Tulop 2022: Interview; Evangelista und Dumas 2022: Interview). Eine ausführliche Erläuterung folgt im Anschluss.

3. Finanzieller Aspekt:

„It really helps Filipino[s] a lot [...] to the financial aspect.“ (K.M. 2022: Interview)

Obgleich der Erwerb von Tingi-Produkten im direkten Vergleich zu Wholesale-Produkten mit höheren Kosten verbunden ist, kann die kleinere Version von jeder Person bezahlt werden (Ilarina 2022: Interview). Ein maßgeblicher Faktor für den Sachet-Konsum stellt folglich die leichte finanzielle Zugänglichkeit der Produkte dar. Die Tingi Culture ermöglicht die Aufteilung der Produkte, beispielsweise eine Zigarette statt einer Packung oder zwei Knoblauchzehen statt einer Knolle. Auf diese Weise kann jeder Person oder Gruppe gemäß ihrem Budget und ihren Lebensumständen das passende Produkt in passender Größe zugänglich gemacht werden (Gacutan 2012: 21). Tingi-Produkte bieten daher insbesondere für Menschen

mit geringerem Einkommen eine erschwingliche Alternative (Tulop 2022: Interview). Daher wird es oft als Instrument zur Armutsbekämpfung bezeichnet und entsprechend als pro-poor vermarktet (Benosa in GAIA: Interview).

„Tingi is very good for us. I mean, to all of us, [...] it helps the poorest area because [...] the monthly income that they get is lower than the price that they [...] need to [...] buy to purchase a food. [...] Tingi [...] help the poor [...] so that they can buy with [...] low prices of [...] food that they need to eat.“ (Natividad 2022: Interview)

Auch die Bewohner:innen der beiden Slums, die selbst der unteren Gesellschaftsschicht angehören, betrachten Tingi-Produkte als Produkt der Armen. Viele von ihnen äußern ihre Dankbarkeit und Freude darüber, durch Tingi-Produkte die Chance zu erhalten, am Konsum teilzunehmen (Diane 2022: Interview; Basconcillo 2022: Interview):

„Because Tingi Tingi is a practical because maybe [...] the poor people, they don't have money, [...] so we can not buy for more expensive. So I can buy Tingi Tingi (happy smile).“ (Diane 2022: Interview)

„I prefer to buy Tingi because it's not really cost. And through that, and in that way, I can save money.“ (Basconcillo 2022: Interview)

Im Gegensatz zum Kauf von Wholesale-Produkten besteht bei einem begrenzten finanziellen Budget keine Notwendigkeit, eine Einzelentscheidung hinsichtlich des zu erwerbenden Produkts zu treffen. Die Auswahl wird dadurch erleichtert, dass alle benötigten Artikel in Tingi-Größe erworben werden können (Evangelista und Dumas 2022: Interview; M.C. Soltes 2022: Interview).

„Like if you're being paid by the day. I mean, if you're being paid 500, [...] you're not gonna use one hundred pesos to buy shampoo, you're going to use 10 Pesos maybe to buy shampoo, the rest food, the rest all these things.“ (Benosa in GAIA 2022: Interview)

„Tingi is [...] you can buy [...] a lot in a low price.“ (Evangelista und Dumas 2022: Interview)

Insbesondere für die ökonomisch schwächeren Bewohner:innen erweist sich eine solche Vorgehensweise als vorteilhaft, da sie ihnen ermöglicht, ihr tägliches Budget effektiv zu strukturieren: „Tingi is for budget [...] if we buy tingi tingi, [...] we can budget our money“ (Bernardo 2022: Interview).

M.C. Soltes verfügt über ein tägliches Budget von 250 Php (ca. 4,00 €) für die Ernährung ihrer Familie (M.C. Soltes 2022: Interview; Wise 2024). Der Kauf der Lebensmittel erfolgt mit Bedacht unter Berücksichtigung der zur Verfügung stehenden finanziellen Mittel:

„If you have 100 Pesos: Buy the 50 Pesos meat and then buy the vegetable 10 Pesos, onion 5 Pesos, other spices, tomatoes 5 Pesos or oil 5 Pesos or you have to budget the 100 and you have to list it down before you leave the house“ (M.C. Soltes 2022: Interview).

Eine andere Befragte berichtet, dass sie pro Woche für ihre fünfköpfige Familie eine Fünferpackung Sachet-Shampoo für insgesamt 35,00 Php (ca. 0,56 €) erwirbt (Wise 2024). Dies bedeutet, dass sich die Familienmitglieder nicht täglich die Haare waschen können (Gnihapon 2022: Interview). Die Verwendung von Tingi-Produkten erlaubt eine präzisere Kalkulation, da die Produktmenge pro Sachet exakt bekannt ist. Es lässt sich außerdem beobachten, dass bei einer großen Shampoo-Flasche deutlich mehr verbraucht wird als bei einem Sachet (Quimbo 2022: Interview).

Die weltweit zu beobachtende Inflation, die auch auf den Philippinen eine steigende Tendenz aufweist, hat zur Konsequenz, dass Tingi-Produkte eine wachsende Nachfrage erfahren (M.C. Soltes 2022: Interview): „Today we have more tingi tingi“ (M.C. Soltes 2022: Interview). In diesem Zusammenhang weist Lachica darauf hin, dass im Falle einer inflationären Entwicklung, wie sie im Moment zu beobachten ist, auch die Preise der Produkte im Wholesale-Segment einem Anstieg unterliegen. Erfordert die finanzielle Lage ein Einschränken der Konsumausgaben, besteht die Möglichkeit, für einen bestimmten Zeitraum auf Tingi-Produkte zurückzugreifen. Auf diese Weise können die finanziellen Mittel geschont und die Gesamtausgaben verringert werden (Lachica 2022: Interview).

Außer den Konsument:innen profitieren auch die Sari-Sari-Verkäufer:innen vom steigenden Tingi-Konsum. Dieser sichert ihr Einkommen und trägt zur Stabilisierung ihrer persönlichen Lebensumstände bei. Da die Mehrheit der Tingi-Verkäufer:innen der unteren Schicht angehört, bedeutet dies eine wesentliche Verbesserung ihrer sozioökonomischen Situation (K.M. Soltes 2022: Interview): „Tingi helps Filipinos to have [...] income“ (K.M. Soltes 2022: Interview).

4. Verpackung

„Nice designs, branding and then fancy look.“ (M.C. Soltes 2022: Interview)

Die befragten Konsument:innen geben an, dass die Sachet-Verpackung ein wesentlicher Faktor bei ihrer Entscheidung für den Tingi-Konsum ist. Beim Kauf spielt für einige auch das

ansprechende Design der Verpackungen eine ausschlaggebende Rolle (Atibula 2022: Interview; M.C. Soltes 2022: Interview).

„It's good [...] if it comes with the plastic because it's economical and, very [...] maganda [Tagalog: schön].“ (Atibula 2022: Interview)

Von höherer Relevanz als das Aussehen ist der Aspekt der Hygiene. Die Produkte werden von den Unternehmen unter sterilen Bedingungen verpackt. Bis zum Verbrauch sind diese in der Regel durch die mehrfachen Schichten unterschiedlicher Kunststoffe sauber und hygienisch, was für viele Slumbewohner:innen wichtig ist, da mangelnde Hygiene generell ein Problem in diesen Vierteln darstellt. Solange die Sachets geschlossen sind, ist ein Schutz, wie etwa vor Tieren gewährleistet (M.C. Soltes 2022: Interview; Quimbo 2022: Interview).

„If you buy a product on a plastic, it is more hygienic.“ (M.C. Soltes 2022: Interview)

Des Weiteren schützt Plastik vor dem Auslaufen von flüssigen Inhalten und bietet zugleich dem Inhalt Schutz vor äußeren Einflüssen. Dies gibt den Slumbewohner:innen in den beiden Slums insbesondere während der regenreichen Monsunmonate Sicherheit (Natividad 2022: Interview).

„For me, the plastic is so very useful.“ (Quimbo 2022: Interview)

Darren M. Ilarina führt aus, dass er Markenprodukte als sicherer empfindet als selbstabgepackte Ware. Diese garantieren ihm die erwartete Zusammensetzung. Bei anderen Produkten hat er häufig schon die Erfahrung gemacht, dass zusätzliche Inhaltsstoffe beigemischt wurden (Ilarina 2022: Interview).

5.3.3. Gründe gegen Tingi-Konsum

Einige Bewohner:innen haben sich auch gegen den Konsum von Tingi ausgesprochen bzw. Einflussfaktoren genannt, die sie für nachteilig halten.

Seitens einiger Stimmen wird zum Beispiel vorgebracht, dass Tingi nicht per se als pro-poor zu bezeichnen ist, da der ausschließliche Kauf von Tingi-Produkten insgesamt kostspieliger ist (K. M. Soltes 2022: Interview; Diane 2022: Interview).

„They buy a tingi because sometimes they feel that it's very cheap. But [...] [t]hen you realize, oh, it's so expensive.“ (Ilarina 2022: Interview)

Der alltägliche Konsum von Tingi-Produkten ist für Konsument:innen, die im Wholesale einkaufen, aus wirtschaftlicher Perspektive ineffektiv. Ein Vergleich der Preise für ein

Shampoo in Sachet-Größe (10 ml), das 5,00 Php (ca. 0,08 €) kostet, und einer 200-ml-Flasche, die 79 Php (ca. 1,30 €) kostet, macht den Unterschied deutlich (K.M. Soltes 2022: Interview; Wise 2024): Verbraucher:innen, die ausschließlich das 10 ml Sachet-Produkt kaufen, müssen 100 Php ausgeben, um die Flaschenmenge von 200 ml zu erreichen. Dies bedeutet, dass sie 21 Php mehr bezahlen müssen (K.M. Soltes 2022: Interview). Dieses Beispiel beweist, dass die gleiche Menge an Shampoo in einem Sachet deutlich teurer ist als in einer Wholesale-Flasche.

Natividad führt als weiteres Beispiel an, dass er beim Kauf von Wholesale-Reis (50 kg) monatliche Einsparungen von 200–400 Php (ca. 3-6 €) erzielt. Diese Wholesale-Menge kostet zwischen 1.600 und 1.800 Php (ca. 25-29 €). Der Preis für Tingi-Reis, der kiloweise als Standard verkauft wird, beträgt 40 Php (ca. 0,65 €) (Natividad 2022: Interview; Wise 2024). Diese Einsparungen stellen für ihn und seine Familie eine signifikante finanzielle Entlastung dar. Allerdings können sie sich nicht jeden Monat einen Wholesale-Reis leisten (Natividad 2022: Interview).

Für Menschen, die entweder nur über ein geringes Tagesbudget verfügen oder als Tagelöhner tätig sind, besteht jedoch keine Alternative, als in Tingi-Größe einzukaufen und somit das auf Dauer teurere Produkt zu wählen (Gacutan 2012: 20). Darüber hinaus dienen die Tingi-Produkte lediglich der Deckung des situationsbedingten und täglichen Bedarfs und stellen somit eine kurzfristige Lösung dar (Ilarina 2022: Interview).

„But this one is the tingi, [it's] just for today, [...] when you buy.“ (Ilarina 2022: Interview)

Die Tingi Culture unterstützt somit die profitorientierte Perspektive der Hersteller:innen auf Kosten der Konsument:innen (Gacutan 2012: 25). Viele der Interviewten würden dementsprechend lieber auf Wholesale-Produkte zurückgreifen, um durch deren günstigere Preise Einsparungen zu erzielen (Miralles 2022: Interview).

„I'd like to buy in [...] wholesale. I really love that because it's cheaper.“ (M.C. Soltes 2022: Interview)

Beispielsweise könnte sich eine vierköpfige Familie, die einen täglichen Verdienst in Höhe des Mindestlohns von 570 Php (ca. 9,20 €) zur Verfügung hat, bei einem Wholesale-Preis von 270 Php (ca. 4,35 €) – etwa für eine Shampoo Flasche – nur zwei bis drei Wholesale-Produkte kaufen (M.C. Soltes 2022: Interview). Sollte eine Vielzahl von Produkten – etwa für das Zubereiten von Mahlzeiten – erforderlich sein, bleibt aufgrund unzureichender monetärer Mittel den Betroffenen nur die Möglichkeit, Tingi-Produkte zu kaufen – auch wenn dies mit höheren Kosten verbunden ist (Ilarina 2022: Interview).

Laut Charlita Visto ist es mit Wholesale auch möglich, die Kosten besser zu kalkulieren: „Because I can budget when I will buy wholesale better than tingi“ (Visto 2022: Interview). Jedoch sind die Bewohner:innen dazu unterschiedlicher Meinung, ob dies zutrifft. Basconcillo vertritt hier die Gegenmeinung. Sie kann besser mit Tingi-Produkten kalkulieren: „I prefer to buy Tingi because it's not really cost. And through that, and in that way, I can save money“ (Basconcillo 2022: Interview).

Als weiteren Vorteil von Wholesale-Produkten wird die Zeitersparnis genannt: Tägliche Einkaufswege entfallen und eine gewisse Zeit – teilweise über einen Monat – sind keine weiteren Einkäufe erforderlich (Tulop 2022: Interview). Auch Jheremae Javier Quimbo und Lachica empfinden den Wholesale-Einkauf als einfacher und zeitsparender (Quimbo 2022: Interview; Lachica 2022: Interview). M.C. Soltes kritisiert außerdem die geringe Größe mancher Tingi-Produkte. Beispielsweise wäre ein Sachet Zahnpasta pro Tag aufgrund des hohen Verbrauchs in ihrer Familie nicht ausreichend (M.C. Soltes 2022: Interview). Hier ist anzumerken, dass sich bei der Forschung vorwiegend die Befragten für Wholesale-Produkte ausgesprochen haben, die sich diese Produkte auch – wenngleich nur sporadisch – leisten können.

Als weiteres Gegenargument zu Sachets nennen einige Befragte ihre persönliche Abhängigkeit von Sachet Produkten, die ihnen mit den damit verbundenen Nachteilen bewusst ist. Außerdem weisen viele auf die negativen Auswirkungen der Sachets auf die Umwelt hin. Darauf wird im folgenden Punkt ausführlich eingegangen (M.C. Soltes 2022: Interview; Visto 2022: Interview).

5.4. Auswirkungen und Folgen

Wie aus den vorherigen Punkten ersichtlich wird, gibt es eine Vielzahl von Gründen, warum die Bewohner:innen der beiden Slums Parola und Payatas sowie generell die philippinische Bevölkerung Tingi-Produkten konsumieren. Der auf den ersten Blick praktische, preisgünstige und hygienische Kauf dieser kleinen Einzelportionen hat jedoch unerwünschte Begleiterscheinungen. Im Folgenden werden die Ergebnisse aus der Forschung zu (Plastik-)Müll und der damit verbundenen Umweltverschmutzung dargelegt. Dabei zeichnen sich bereits alternative, nachhaltige Möglichkeiten ab, die ebenfalls präsentiert werden: Reuse und Recycle.

5.4.1. (Plastik-) Müll

„But now everything is in the plastic. It's really (...) like for example, when I go to market when I got home, I bought a lot of plastic. (...) Even if I brought an eco bag.“ (M.C. Soltes 2022: Interview)

Sämtliche Interviewgespräche¹⁷ zeigen, dass der Erwerb von Tingi-Produkten ohne Plastikverpackung nur schwer möglich ist. Dies impliziert, dass die meisten Produkte bereits in Sachets verpackt sind: Sie bestehen aus mehrschichtigem Kunststoff mit teilweise zusätzlichen anderen Materialien wie Aluminium oder werden von Sari-Sari-Verkäufer:innen informell in meist einschichtigem Plastik verpackt. Laut Miralles ist der Einsatz von Plastik eine Folge der deutlich geringeren Kosten im Vergleich zu alternativen Materialien wie Karton oder Papier (Miralles 2022: Interview). Für die Sari-Sari-Verkäufer:innen ist es des Weiteren einfacher, bereits fertig abgepackte Produkte herauszugeben, da dies einen zeitlichen Vorteil bietet. Müsste für Kund:innen das Produkt separat abgewogen und verpackt werden, wäre dies insbesondere an Marktständen mit einem erheblichen Zeitaufwand verbunden (Miralles 2022: Interview).

Hier ist zu erwähnen, dass es generell auf den Philippinen eine weitere Praxis gibt. Üblicherweise werden Produkte beim Kauf – und somit auch Sachets – in weitere zusätzliche Plastiktüten verpackt (M.C. Soltes 2022: Interview). Dies verschärft die Plastik- und somit Müllproblematik auf dem Inselstaat.

Von vielen Konsument:innen werden Sachets – da sie kostengünstig, einfach zugänglich, komfortabel und leicht sind – als integraler Bestandteil ihres Lebens betrachtet: „Even though we don't want to use plastic. But plastic is, It's a part of our food. It's a part of our lives“ (Miralles 2022: Interview).

M.C. Soltes hat im Laufe ihres Lebens festgestellt, dass ihr Umfeld zunehmend von Plastik dominiert wird. In ihrer Kindheit gab es noch kein Plastik (M.C. Soltes 2022: Interview). Erst im zweiten Drittel des 20. Jahrhunderts kam es zu einer signifikanten Zunahme von Plastikverpackungen im philippinischen Alltag. „But when I grow mature, then plastic, so much

¹⁷ Vergleiche z.B.: Tulop 2022: Interview; K.M. Soltes 2022: Interview; Delasan 2022: Interview; Miralles 2022: Interview; Natividad 2022: Interview; Gonzaga 2022: Interview.

plastic, it pollutes our surroundings. It's too much plastic nowadays“ (M.C. Soltes 2022: Interview). Obgleich M.C. Soltes die Entwicklung des Plastikkonsums mit Skepsis betrachtet und den eigenen Konsum von Plastikwaren reduzieren möchte, zeigt sich in den beiden Slums eine deutliche Mehrheit, die die Verwendung von Plastikverpackungen begrüßt (M.C. Soltes 2022: Interview). Diese Gruppe sieht in den Verpackungen sowohl ökonomische als auch ästhetische Vorzüge (Atibula 2022: Interview).

„For me, I think the plastic is so very useful. I have a plastic friend.“ (Quimbo 2022: Interview)

Es stellt sich die Frage, was mit den Plastik-Sachets nach der Benutzung geschieht. Während ein Großteil der Bevölkerung diese ordnungsgemäß in den dafür vorgesehenen Mülltonnen oder Müllplätzen entsorgt¹⁸, werden sie von vielen anderen Bewohner:innen nur auf den Boden bzw. in die Umwelt geworfen (Tulop 2022: Interview). Insbesondere in den städtischen Slums gibt es zudem eine beträchtliche Anzahl an Bewohner:innen, die ihre Plastikabfälle verbrennen (Ilarina 2022: Interview; Visto 2022: Interview). Ilarina zufolge ist die Verbrennung von Plastik für diese Menschen eine positive Angelegenheit, da auf diese Weise die Müllmenge ihrer Umgebung reduziert wird. „They're happy because they are clean, clean in their surroundings, but when you burn it, it goes to the air. It's a pollution“ (Ilarina 2022: Interview). Die Konsequenzen der durch das Verbrennen entstehenden toxischen Gase sind vielen Menschen nicht bewusst. Basconcillo berichtet von einer Reihe von gesundheitlichen Problemen, die bei ihr infolge der täglichen Verbrennung von Plastikmaterialien entstanden sind. Dazu zählen unter anderem anhaltender, starker Husten (Basconcillo 2022: Interview). Das Verbrennen von Plastik ist insbesondere im Slum Parola weit verbreitet. In Payatas ist das Abfallmanagement besser organisiert, da der Ort direkt an einen ehemaligen Müllberg grenzt und im gesamten Slum eine Vielzahl von „Junk-Shops“ vorhanden ist, die Materialien abnehmen und recyceln. Des Weiteren ist zu beobachten, dass noch immer viele Müllabfuhrer durch Payatas fahren, um den Müll regelmäßig abzuholen (K.M. Soltes 2022: Interview).

„I think it's everywhere. Like if you [...] go to big cities like Quezon City, Manila, Pasig, you will find plastics everywhere. But here in Payatas [...] I guess it lessens because [...]

¹⁸ Vergleiche z.B.: Tulop 2022: Interview; Visto 2022: Interview; Ilarina 2022: Interview; Gonzaga 2022: Interview.

the waste management here [...], the garbage trucks are regularly picking the trashes, so it's not overflowing on our households like that.“ (K.M. Soltes 2022: Interview).

Dennoch stellt Plastik auch in Payatas ein großes Problem dar. Laut Lachica machen die Einweg-Plastik-Sachets dabei den größten Anteil und das größte Problem aus (Lachica 2022: Interview):

„But the one-use plastic, that's the main problem really. I really saw that the problem with that already. So when I prepare my/our garbage, oh my God, all the bulk is all plastic, would you believe.“ (Lachica 2022: Interview)

Die Mehrheit der Interviewten ist sich der Tatsache bewusst, dass Sachets eine große Convenience mit sich bringen, andererseits einen negativen Einfluss auf das Ökosystem haben (Visto 2022: Interview, M.C. Soltes 2022: Interview). Im Folgenden wird der Frage nachgegangen, inwiefern sich das Konsum- und Entsorgungsverhalten der Filipinas und Filipinos hinsichtlich Sachets auf die Umwelt auswirkt.

5.4.2. Umweltverschmutzung

„It destroys the nature. [...] this plastic is not good to our health.“ (Bernardo und Ditalo 2022: Interview)

Wie bereits aufgeführt, sind den meisten Bewohner:innen die Auswirkungen der Sachets auf die Umwelt bekannt (Miralles 2022: Interview; M.C. Soltes 2022: Interview). Trotzdem werden zu jeder Zeit und an jedem Ort Sachets weggeworfen und damit die Umwelt verschmutzt und das Wasser verunreinigt, wie auch andere Forschungen bestätigen (Manalo und Manalo 2022: 109). Plastik als vorherrschendes Verpackungsmaterial ist zwar bequem, aber biologisch nicht abbaubar (Gacutan 2012: 25f). Miralles erklärt im Interview, dass es sich bei der Zersetzung von Plastik um einen langen Prozess handelt, der mehrere hundert bis tausende von Jahren andauern kann (Miralles 2022: Interview; Manalo und Manalo 2022: 104). Deshalb bleibt Plastik in der städtischen Umgebung und Natur und führt zu Problemen für Mensch, Tier und Natur (Lachica 2022: Interview). Zum Beispiel fressen viele Lebewesen, insbesondere die Meeresfauna, unabsichtlich Plastik. Dieses bleibt in ihrem Körper und kann letztlich zum Tod führen (Lachica 2022: Interview). Die Sachets gelangen auch durch Regenwasser oder Wind häufig in Kanäle und Durchlässe, verstopfen diese, was während der Monsun Zeit und Taifunen immer wieder zu lokalen Überflutungen führt (Quimbo 2022: Interview; K.M. Soltes 2022: Interview; Lachica 2022: Interview). „It causes floods. [...] It's bad for the environment, because [...] it's clogging the canal [...] and the waterways“ (K.M. Soltes 2022: Interview).

Kyla Marie Soltes weist darauf hin, dass die unsachgerechte Abfallentsorgung durch den Menschen eine wesentliche Ursache für die aktuelle Situation darstellt. Statt ihre Abfälle ordnungsgemäß zu beseitigen, laden viele Bewohner:innen ihren Müll in Kanälen, Flüssen oder dem Meer ab (Natividad 2022: Interview; K.M. Soltes 2022: Interview, Feldtagebuch: Notizen vom 11.11.2022, aufgezeichnet in Parola: Crestita). Im Stadtbild hat dies zur Folge, dass die Straßen zunehmend von den leeren Plastikhüllen der Marken-Sachets übersät sind (Quimbo 2022: Interview). Dabei ist das paradoxe Phänomen zu beobachten, dass der Sacht-Abfall mit seinem auffälligen, bunten Design weiter für die Marken wirbt.

Längerfristige Probleme bringt auch das bereits aufgeführte Verbrennen von Plastik. Die dabei entstehenden Gase sind für die menschliche Gesundheit schädlich und tragen zur Schädigung der Ozonschicht und somit zur Erderwärmung und Klimawandel bei (Ilarina 2022: Interview).

„The smoke goes up to our ozone layer to the earth, and then gets back our ozone layer. This is why we are [...] experiencing today the climate change because of that. I think the plastic is one of the cost of our ozone layer, right? Modern pollution.“ (Ilarina 2022: Interview)

Ob sie nun auf einer Mülldeponie landen, einen Wasserkanal verstopfen oder informell verbrannt werden, Sachets enden in der Regel im Gebiet einer einkommensschwachen Gemeinschaft und konfrontieren diese mit den Konsequenzen und Auswirkungen (Prakash 2014).

5.4.3. Reuse und Recycle

Die Ergebnisse der durchgeführten Interviews legen nahe, dass nur ein geringer Anteil der Slumbewohner:innen die leeren Sachets nach dem Konsum wiederverwendet oder recycelt. Benosa von der Organisation GAIA macht hier deutlich, dass die Entscheidung, ob Plastik wiederverwendet wird oder nicht, von den monetären Verhältnissen und dem generellen Wohlstandsniveau der Konsument:innen abhängt. In ihrer Jugend, als sie selbst noch zu den ökonomisch schwächeren Schichten der Gesellschaft zählte, nutzte sie Plastiktüten und ähnliche Behältnisse so lange, bis diese unbrauchbar waren (Benosa in GAIA: Interview).

„When things come in plastic we would wash the plastic and then use it again. It was 20 Cents. But we wash it and use it again and again until it's broken.“ (Benosa in GAIA 2022: Interview)

Einige aus den beiden Slums sind es ebenfalls gewohnt, ihre Plastiktüten und

Plastikverpackungen zu waschen und zu trocknen, um sie erneut zu verwenden (Even 2022: Interview). Allerdings gilt dies eher nicht für Sachets. Lachica weist darauf hin, dass es Organisationen gibt, die Tingi-Verpackungen wiederverwenden, die Menschen vor Ort jedoch nicht daran interessiert sind. Einige Bewohner:innen verwenden Sachets mehrfach, andere recyceln sie, indem sie diese zerkleinern und etwa als Kissenfüllung verwenden (Lachica 2022: Interview). Sachets können auch zu Vorhängen für Fenster und Türen oder zu Taschen weiterverarbeitet werden (Tulop 2022: Interview; Delasan 2022: Interview). Sie werden in den Slums zum Teil auch als Bausteine eingesetzt. Hierzu werden sie zerkleinert und die Stücke in Flaschen gepresst (Visto 2022: Interview). In einigen Fällen werden die Sachets als Toilette verwendet, da keine eigene Toilette vorhanden oder eine öffentliche nicht zugänglich ist. Für diesen Gebrauch kommen jedoch nur größere Sachets in Frage. Auch diese landen entweder in einem offiziellen Müllbehälter oder in der Umgebung bzw. der Natur (Sister Mila in Diane 2022: Interview).

Das Problem von Kunststoffverpackungen besteht darin, dass sie keinen eigenen weiteren Wert oder Zweck haben, sobald ihr Inhalt verbraucht ist. Dieses Problem ist bei Sachets besonders ausgeprägt: Sie sind dazu bestimmt, nach einmaligem Gebrauch weggeworfen zu werden (Miralles 2022: Interview).

„Because a single use, you can't recycle that, you cannot use it, you cannot give another life on that kind of plastic.“ (Miralles 2022: Interview)

Sachets bestehen in der Regel aus mehr als einer Schicht Kunststoff und werden mit Schichten aus anderen Materialien, wie Papier oder Aluminium (Folie), kombiniert. Die verschiedenen Schichten können meist nicht getrennt werden. Dadurch wird es größtenteils unmöglich, die verschiedenen Materialien wiederzugewinnen und zu recyceln. Selbst ein einschichtiger Sachet kann aufgrund der Zusatzstoffe nicht einfach eingeschmolzen und zu neuen Produkten extrudiert werden, ohne dass dabei erhebliche Mengen toxischer Stoffe freigesetzt werden. Er enthält Aditive, die ihn oder das Produkt bunter, flexibler und feuerhemmend machen (Prakash 2014). Generell belegen Zahlen, dass nur 20 bis 30 Prozent der Kunststoffe recycelt werden und der Rest in Verbrennungsanlagen, Mülldeponien oder der Natur landet (Manalo und Manalo 2022: 104). Miralles und Tulop etwa würden gerne ihren Müll trennen, da jedoch sämtliche Abfallarten in einem Behälter abgeholt werden, hätte das Trennen keinen Nutzen (Miralles 2022: Interview; Tulop 2022: Interview). K.M. Soltes veranschaulicht, dass es bereits Produkte wie das Palmolive Shampoo in der Flasche gibt, die von dem Unternehmen über die Junk Shops oder Müllsammler eingesammelt bzw. abgekauft und recycelt werden. Für

Plastikflaschen existieren demnach bereits für bestimmte Segmente Möglichkeiten der Wiederverwertung (K.M. Soltes 2022: Interview). So wird eine hohe Bereitschaft für Recycling ermöglicht, allerdings fehlen in den beiden Slums sowie generell auf den Philippinen Aufklärungsarbeit und die entsprechenden Möglichkeiten.

5.5. Verantwortung

Die Tingi Culture umfasst sämtliche Dimensionen des philippinischen Lebens. Entsprechend sind auch verschiedene Parteien darin involviert. Im Rahmen dieser Thesis werden fünf relevante Beteiligte unterschieden: Regierung, Unternehmen, Sari-Sari-Stores, Community und Organisationen. Im Folgenden wird ihre jeweilige Rolle anhand der Forschungsergebnisse analysiert.

5.5.1. Rolle der Regierung

„The problem is that I don't see any law in the Philippines regarding using tingi.“

(Lachica 2022: Interview)

Als Gesetzgeber spielt die Regierung für den Konsum von Tingi eine entscheidende Rolle. Sie kann Gesetze und Regeln zu Produktion und Verkauf von Sachets entscheidend erlassen. Einige der Interviewten waren sich darüber einig, dass die Regierung dazu bisher keine Maßnahmen ergriffen hat. Dies gilt insbesondere für den Umgang mit Sachets, aber auch für zum Teil allgemeine umweltpolitische Belange (Miralles 2022: Interview). M.C. Soltes führt aus, dass der Erlass neuer Gesetze für die Regierung mit Schwierigkeiten verbunden ist, da bei der Entscheidungsfindung stets die Belange von Natur und Wirtschaft abgewogen werden müssen. In der Sachet Economy ist die Wirtschaft gegen neue Gesetze, sofern diese sich für die Unternehmen nachteilig auswirken (M.C. Soltes 2022: Interview).

Nach Angaben von GAIA existiert auf den Philippinen bereits das Gesetz Republic Act (RA) 9003 (Ecological Solid Waste Management Act) – ein ökologischer Ansatz für die Abfallwirtschaft, der die Bevölkerung zur angemessenen Abfallbewirtschaftung verpflichtet (Benosa in GAIA 2022: Interview). Das Gesetz beinhaltet unter anderem Bestimmungen zur Vermeidung von Müllverschmutzung, die bei Verstößen mit Bußgeldern von maximal 1.000 Php (ca. 16 €) sowie gemeinnützigen Arbeitseinsätzen von bis zu 15 Tagen geahndet werden können (Manalo und Manalo 2022: 106; Wise 2024). Die Umsetzung des Gesetzes erweist sich für die Behörden jedoch als schwierig, da die Kommunalverwaltungen dazu neigen, ein Problem auf zentralisierte Weise anzugehen, anstatt es dezentral zu lösen, wie es das Gesetz

vorschreibt (Benosa in GAIA 2022: Interview). Die meisten Lokalregierungen sind so nachlässig beim Umsetzen der Umweltgesetze, dass Plastikmüll weiterhin ungebremst in die Natur gelangt. Zudem werden Verstöße kaum bestraft, da diese für die Regierungen keine Priorität haben. Es besteht sogar die Auffassung, dass Umweltkriminalität kein schweres Verbrechen sei (Manalo und Manalo 2022: 111).

Zur Umsetzung des Gesetzes unterstützt GAIA das Projekt „Zero Waste Cities“, das Städte bei der Entwicklung und Implementierung von Strategien zur Abfallvermeidung und -reduktion begleitet. In Modellstädten wird erkannt, dass Einwegplastik bzw. insbesondere Sachets das Problem dafür sind, dass Städte trotz eines effektiven Abfallmanagementsystems nicht abfallfrei werden (Benosa in GAIA 2022: Interview). Das Gesetz zielt auf die Regulierung des Abfallmanagements, nicht jedoch auf ein Verbot von Plastik.

Des Weiteren umfasst der RA 9003 die NEAP-Liste (Non Environmentally Acceptable Product), die alle Produkte beinhaltet, die den Kriterien der Umweltfreundlichkeit nicht entsprechen. Die seit 20 Jahren bestehende Liste weist eine wesentliche Einschränkung auf, da bislang nur zwei Plastikprodukte offiziell darauf verzeichnet sind: Strohhalme und Getränkeührstäbchen. Sollten Sachets durch das Environmental Department (DNR) auf die Liste aufgenommen werden, wäre dies ein erster Schritt in Richtung eines Sachet-Verbots. Das Verfahren, Produkte aufzunehmen, ist mit einem hohen zeitlichen Aufwand verbunden, da eine sorgfältige Prüfung erforderlich ist. GAIA engagiert sich für die Aufnahme von Sachets in die NEAP-Liste, um ein nationales Verbot zu erwirken (Abelar und Benosa in GAIA 2022: Interview).

In der bisherigen Gesetzgebung werden Sachets laut GAIA nicht aufgeführt (Abelar in GAIA 2022: Interview). Ohne ein von der Organisation GAIA erstelltes Exposé wäre die Problematik vermutlich noch nicht in die Politik gelangt (Benosa in GAIA 2022: Interview).

Auf nationaler Ebene wird die Verantwortung für das Abfallmanagement an die Kommunalverwaltungen abgegeben. Während die Unternehmen lediglich das Plastik produzieren, obliegt es den Kommunalverwaltungen, Lösungen für diese Problematik zu entwickeln (Abelar in GAIA 2022: Interview). GAIA führt aus, dass das Problem auf lokaler Ebene bereits erkannt wird. So gibt es beispielsweise bereits einige Lokalpolitiker:innen, die sich für das „Zero Waste System“ engagieren. Die Sachet-Problematik kann, nach ihrer Aussage, auf lokaler Ebene nicht zufriedenstellend gelöst werden. „But even they would say that they cannot regulate the sachets“ (Benosa in GAIA 2022: Interview). In dieser

Angelegenheit sind laut Benosa auf nationaler Ebene entsprechende Gesetze bzw. Regeln zu schaffen. Die bereits im Parlament beschlossenen Maßnahmen zur Regulierung von Einwegplastik umfassen: Plastiktüten, Strohhalme sowie Deckel für Einweg-Getränke-Becher. Da sich die Sachlage bei den Sachets nicht auf ein spezifisches Segment wie beispielsweise Strohhalme beschränkt, sondern vielmehr die Verpackung von diversen Lebensmitteln, Kosmetikartikeln und ähnlichen Produkten betrifft, ist die Aufstellung präziser Richtlinien mit gewissen Schwierigkeiten verbunden (Benosa in GAIA 2022: Interview).

Bisher existiert zudem das Extended Producer Responsibility Law (EPR-Gesetz). GAIA konstatiert, dass dieses Gesetz das Problem zwar nicht adressiert, aber zumindest als Demonstration zu werten ist: „It doesn't really address much of the problem, but at least that's a demonstration“ (Benosa in GAIA 2022: Interview). Das EPR-Gesetz birgt laut GAIA die Gefahr, dass die Regierung damit das „Clean Air Act“-Gesetz, das die Verbrennung von Plastik untersagt, zu umgehen versucht. Das EPR beinhaltet ein „thermal treatment“ bzw. die Zustimmung für die Verbrennungsanlage, wodurch ein langsamer und schleichender Gesetzesumgang ermöglicht wird. Ursprünglich hatte GAIA das EPR-Gesetz befürwortet, allerdings wird es nun derart modifiziert, dass es nicht länger den Intentionen der Organisation entspricht und eine Reihe von Lücken aufweist, die den Interessen der Unternehmen zuträglich sind (Benosa und Abelar in GAIA 2022: Interview).

M.C. Soltes betont, dass die Einführung von Gesetzen grundsätzlich als positiv zu bewerten ist, die Bevölkerung sich jedoch häufig nicht an die entsprechenden Vorgaben hält. „Even if the government is implementing super strict [...] policy about waste management, the people is very irresponsible for doing it“ (M.C. Soltes 2022: Interview). Tulop postuliert daher, dass die Regierung bzw. die Kommunalverwaltungen eine intensive Aufklärungsarbeit in den einzelnen Stadtgebieten bzw. Slums gewährleisten sollen. Dies umfasst etwa Workshops und Vorträge anzubieten, die korrekte Müllentsorgung, ein nachhaltiges Leben ohne bzw. mit wenig Plastik thematisieren und vermitteln. Tulop führt des Weiteren aus, dass bereits gemeinsame erfolgreiche Säuberungsaktionen in Gemeinden stattgefunden haben. Sie halfen auch den Fluss Pasig in Parola von Plastik zu befreien (Tulop 2022: Interview).

Derzeit investiert die Regierung signifikante Summen an Steuergeldern in Abfallwirtschaft und Brachflächen. Schätzungen von GAIA zufolge entspricht dies bis zu 20 Prozent des Gesamthaushalts. Ein Eindämmen des Plastikproblems durch die Regierung würde ermöglichen, die entsprechenden finanziellen Mittel für eine Vielzahl weiterer sozialer Projekte bereitzustellen (Benosa und Abelar in GAIA 2022: Interview). Außerdem bestünde die Option

für die Regierung, Anreize für die Bevölkerung zu schaffen, etwa mit Prämien für das Einsammeln und Abgeben von Müll (Manalo und Manalo 2022: 113f).

5.5.2. Rolle der Unternehmen

In mehreren Gesprächen¹⁹ während der Forschung wurde ersichtlich, dass die Bevölkerung von den Sachet-Unternehmen eine verstärkte Verantwortung für ihre Produkte samt Verpackung erwartet.

„These are the one that are responsible because they are the one who produce the plastics. [...] They are the cause of air and water pollution. [...] It's not only the people in the community, but also in the other big company, the Investors.“ (Ilarina 2022: Interview)

Es waren die Unternehmen, die in den 1980er Jahren Sachets in die einst nachhaltige Praxis der Tingi Culture einführten und somit die heutige Plastikproblematik auslösten. Das Marketing der Unternehmen zeichnet sich von jeher durch eine hohe Effektivität aus, sodass diese rasch erkannten, dass sich die ärmeren Bevölkerungsschichten ihre Produkte in herkömmlichen Größen nicht leisten konnten. Um ihre Produkte an diese Bevölkerungsschicht verkaufen zu können, adaptierten sie aus der Tingi Culture die Portionsgröße. So wurde die Tingi Culture kapitalisiert und heute werden die Sachets als pro-poor vermarktet (Gacutan 2012: 21, 23; Benosa in GAIA 2022: Interview).

„The marketing arm of the corporations are really very good, because they realize that poor people cannot buy these things. So they were bringing their cups. They were bringing this things to the Sari-Sari-Store to buy [...] just what they knew. And instead of, you know, making, scaling up that kind of culture, they realize, oh, come to think of it, we can use sachets and then these people can afford this, this product that we have in a smaller quantity. And so sachets came about and we realized that the problem was so big that it's already part of the culture.“ (Benosa in GAIA 2022: Interview)

Die Unternehmen können sich der Kaufkraft der Bevölkerung sicher sein, da diese durch die kleine, preisgünstige Größe die Produkte erwerben kann. So können Markenprodukte auch in

¹⁹ Vergleiche z.B.: Miralles 2022: Interview; Ilarina 2022: Interview; Basconcillo 2022: Interview; Visto 2022: Interview.

den abgelegensten und ärmsten Regionen auf den Philippinen verkauft werden (Benosa in GAIA 2022: Interview).

Die Einführung von kostenlosen Sachetproben in Kombination mit einer umfassenden Werbekampagne führte dazu, dass Sachets zu einem Trend wurden. Benosa bestätigt, dass manche Bewohner:innen Sachets kaufen, um etwa das neueste Shampoo zu besitzen. „As long as things become cooler, the damn thing, then it becomes successful. And that's where, that's how plastic started“ (Benosa in GAIA: Interview).

Die Marketingabteilungen der Unternehmen kreieren aufmerksamkeitserregende Werbekampagnen und anspruchsvolle Verpackungen mit dem implizierten Versprechen, dass das jeweilige Produkt für die Konsument:innen von großer Bedeutung ist und ihr Leben bereichern wird. Die grellen Farben und das einprägsame Design der Sachets haben ferner zur Folge, dass die achtlos weggeworfenen Verpackungen auf den Straßen weiter für die Marken werben (M.C. Soltes 2022: Interview).

Visto vertritt die Auffassung, dass Unternehmen weniger in die Optimierung ihrer Werbung und neuer Produkte investieren sollten und stattdessen Konzepte entwickeln sollten, die einen positiven Beitrag für Umwelt- und Klimaschutz leisten. Sie verfügen über eine Vielzahl an Ressourcen, um an neuen Materialien zu forschen (Visto 2022: Interview; Ilarina 2022: Interview) oder die Verpackungen recyclebar zu gestalten bzw. ein Recyclingsystem zu erarbeiten (K.M. Soltes 2022: Interview; Delasan 2022: Interview). Allerdings sei ihr Handeln nur durch Profit motiviert: „But only making profits. They don't care“ (Visto 2022: Interview).

Ogleich es bereits ein Gesetz gibt, das Unternehmen für die Entsorgung ihrer Abfälle mit einer Art Umweltschutzgebühr zur Kasse bittet, finden diese Möglichkeiten, sich der Zahlung zu entziehen. Oft müssen sie nur einen Bruchteil der Kosten tragen, die sie durch ihre Aktivitäten verursachen (M.C. Soltes 2022: Interview). Nach dem Verbot von Plastikstrohalmen reagierten laut GAIA die Unternehmen mit der Einführung von Deckeln mit Trinkaufsatz. Damit produzieren sie sogar mehr Plastikmüll als zuvor (Benosa in GAIA 2022: Interview).

Unternehmen sind stets in der Lage, sich anzupassen. Sinkt die Nachfrage nach Wholesale-Produkten, etwa weil diese infolge steigender Inflation teurer werden, so erhöhen sie die Produktion der Tingi-Ware (K.M. Soltes 2022: Interview).

„They took advantage [...] on what we need. [...] The capitalists or the companies take advantage [...] of what we need. And then of course [...] we have no choice but to buy

from them. And then [...] we will still buy it to them, even though the price is higher than what we expected because we need it.“ (K.M. Soltes 2022: Interview)

Die Flexibilität der Unternehmen kennt keine Grenzen. Viele Umweltschützer:innen – wie auch die Organisation GAIA – kritisieren, wie die Unternehmen auf die zunehmenden Forderungen reagieren, umweltfreundlich und klimaneutral zu produzieren. Immer mehr Recyclingprojekte werden inzwischen auf den Philippinen von lokalen Regierungen – und sogar von multinationalen Konzernen wie Unilever und Nestlé – gefördert. Die Kunststoffhersteller:innen, so die Kritik der Umweltschützer:innen, präsentieren sich jedoch nur umweltfreundlich, um von ihren umweltschädlichen Tätigkeiten abzulenken (Manalo und Manalo 2022: 104; Benosa in GAIA 2022: Interview).

Dies veranschaulicht GAIA an der Strategie von Unternehmen, ihren Plastikmüll als eine neue Energiequelle positiv umzudeuten. Der Sack-Müll, der aufgrund der Inhaltsstoffe der Verpackungen nur schwer wiederverwertbar ist, wird einfach verbrannt und so zu einem Ersatzbrennstoff („refuse derived fuel“ RDF) umfunktioniert. Dieser wird in Zementwerken zur Produktion von Baustoffen genutzt, die Zahl der Zementöfen, die mit Kunststoffabfällen befeuert, wächst stetig auf den Philippinen. Mit ihrer Praxis, ihren Plastikmüll an Zementfirmen abzugeben, erwecken die Kunststoffhersteller:innen den Eindruck, sich der Problematik anzunehmen und Plastik sinnvoll zu verwerten. GAIA widerspricht: Die zwei Industriebranchen, die für Umweltverschmutzung und Klimakrise mitverantwortlich sind, haben sich nur unter dem Vorwand, eine Kreislaufwirtschaft zu schaffen, zusammengetan. Beide profitieren davon – während RDF nur dazu beiträgt, die toxischen Eigenschaften von Plastik durch die Verbrennung zu verstärken und genauso problematisch ist wie das private Verbrennen in den Slums (Abelar in GAIA 2022: Interview; Prakash 2014).

Des Weiteren verkünden die Unternehmen, dass sie mit den lokalen Gemeinschaften kooperieren, um gemeinsam umweltfreundliche Strukturen zu etablieren. In den meisten Fällen besteht die Kooperation jedoch darin, dass sie die lokalen Gemeinschaften gegen eine geringe Aufwandsentschädigung Plastikmüll für sich einsammeln lassen (Abelar in GAIA 2022: Interview): „For a kilo of sachet, we give you a kilo of rice or something like that, or for a thousand pieces of sachets“ (Abelar in GAIA 2022: Interview).

Dies impliziert, dass die betreffenden Akteur:innen ihren Müll auf Kosten der Bewohner:innen sowie der Umwelt entsorgen, wobei sie sich dabei unter dem Deckmantel des Umweltschutzes präsentieren und als umweltfreundlich darstellen (Benosa in GAIA 2022: Interview):

„So it's like they're able to [...] show that they are doing something good for the environment by making people collect the waste - their waste. And paying people to collect their waste“ (Benosa in GAIA 2022: Interview).

Diese Maßnahme kann folglich nur als Greenwashing bezeichnet werden, da sie keinerlei ernsthafte Vorteile für Mensch und Umwelt mit sich bringt. Benosa bemerkt hierzu, dass diese Vorgehensweise, die keine signifikante Veränderung bringt, als „smart in a negative way“ bezeichnet werden kann (Benosa in GAIA 2022: Interview).

Gemäß GAIA entwickeln derzeit einige Unternehmen, darunter Unilever, ein neues System, das darauf abzielt, Produkte auf nachhaltige Weise zu vertreiben. Dies soll durch das Abfüllen und Wiederbefüllen der Produkte erreicht werden, wodurch eine Rückkehr zur ursprünglichen Tingi Culture ermöglicht werden könnte. Die Realisierung erweist sich zwar als aufwändig, könnte aber auch eine zukunftsfähige Strategie sein (Benosa in GAIA 2022: Interview).

5.5.3. Rolle der Sari-Sari-Stores

Der Vertrieb von Tingi-Produkten erfolgt in erster Linie in Sari-Sari-Stores. Sie fungieren als intermediäres Element zwischen Unternehmen und Konsument:innen, wodurch sie eine wesentliche Rolle in Bezug auf die Sachets einnehmen. Sari-Sari-Stores profitieren in besonderem Maße vom Verkauf der Tingi-Produkte, da diese eine wesentliche Einnahmequelle darstellen (K.M. Soltes 2022: Interview; M.C. Soltes 2022: Interview; Feldtagebuch: Notizen vom 22.11.2022, aufgezeichnet in Payatas: Richelle Atibula). „I guess they will gain more than we will suffer, the consumer, because it will help them to have income“ (K.M. Soltes 2022: Interview).

Es gibt Sari-Sari-Stores, die ausschließlich die von den Unternehmen bereits fertig abgepackten Sachets veräußern, und andere, die zusätzlich informell abgepackte Produkte wie Öl und Zucker anbieten. Für die letzteren werden von den Verkäufer:innen große Mengen eines Produktes erworben – beispielsweise ein Liter Öl – und anschließend in kleineren Mengen verpackt und verkauft – etwa nur 10 ml Öl. Damit lässt sich für die kleinen Geschäfte ein Gewinn erwirtschaften (M.C. Soltes 2022: Interview). Im Allgemeinen wird bei fertig abgepackten Produkten ein Aufpreis auf den Einkaufspreis erhoben. Dies stellt für Verkäufer:innen ihr Einkommen dar und dient zugleich der Deckung ihrer Kosten für Transport und weitere Verpackungen (Feldtagebuch: Notizen vom 11.11.2022, aufgezeichnet in Parola: Judith M. Roa; Atibula 2022: Interview).

„The Sari-Sari-Store is also repack[ing]. Like for example they buy [...] one sack of sugar, then they repack it. [...] So you can't buy the sugar if not in a plastic.“ (Quimbo 2022: Interview)

Für die eigene Abfüllung wird üblicherweise nur einfaches, einschichtiges Plastik verwendet.

„The Sari-Sari-Store [is] using the ordinary plastic [...]. When they [are] packaging their products, I think it's [...] lesser plastic. But when the company is making their own packaging, they're [using] more plastic.“ (M.C. Soltes 2022: Interview)

Miralles führt aus, dass die Entscheidung, ob Produkte auch ohne Plastik verkauft werden, bei den Sari-Sari-Verkäufer:innen liegt (Miralles 2022: Interview). Somit obliegt die Verantwortung, ob und welche Art von Plastik in den Gemeinschaften zum Einsatz kommt, auch zum Teil bei den Sari-Sari-Verkäufer:innen. Allerdings ist zu berücksichtigen, dass fertigverpackte Tingi-Produkte eine deutlich einfachere Verkaufsvariante darstellen (M.C. Soltes 2022: Interview):

„Most of the Sari-Sari-Store is repacked already. (...) They don't have [to] spend more time to repack their products, just displaying it. You have more time [...] and it's more convenient in an easier way.“ (M.C. Soltes 2022: Interview)

Der Verkauf der Sachets wird von vielen als bequem empfunden. Einige Verkäufer:innen wurden offenbar nicht ausreichend über die Problematik von Plastik aufgeklärt. M.C. Soltes berichtet von Situationen, in denen sie die Verkäufer:innen darum bat, keine zusätzlichen Plastiktüten zu verwenden. Diese verstanden ihr Anliegen jedoch nicht. „And then when you're refusing it: ‚Why you [...] don't like plastic? Are you an activist like that?‘ They were just thinking about it like that“ (M.C. Soltes 2022: Interview). Die interviewten Sari-Sari-Verkäufer:innen bestätigen dies und geben an, dass sie ihre Produkte ebenfalls nicht ohne Plastik verkaufen (Feldtagebuch: Notizen vom 11.11.2022, aufgezeichnet in Parola: Sari-Sari-Shop-Tour; Feldtagebuch: Notizen vom 22.11.2022, aufgezeichnet in Payatas: Sari-Sari-Shop-Tour). Darüber hinaus werden Sari-Sari-Stores von Ilarina als Hauptakteur:innen in den Slums identifiziert, die häufig ihre Plastikabfälle, darunter Sachets, verbrennen (Ilarina 2022: Interview).

GAIA postuliert, dass die Sari-Sari-Stores ihre Verantwortung erkennen und sich den sogenannten „Zero Waste Stores“, die sich zunehmend im Land etablieren, anschließen sollten (Abelar in GAIA 2022: Interview). In der Praxis erfolgt die Verpackung der Produkte durch die Sari-Sari-Stores nur noch in Einzelfällen. In diesem Kontext können die ehemaligen

Verkäufer:innen, die bereits vor der Einführung der Sachets tätig waren, als Vorbild dienen. Sie können dazu beitragen, dass die ursprüngliche, nachhaltige Tingi-Verkaufsform wieder an Bedeutung gewinnt (M.C. Soltes 2022: Interview).

5.5.4. Rolle der Community

„Even if the government is implementing [...] super strict polic[ies] about waste management, the people is very irresponsible for doing it.“ (M.C. Soltes 2022: Interview)

Aus den Interviews geht hervor, dass ein Großteil der Bewohner:innen der beiden Slums die Verantwortung für die Sachet-Problematik auf die Konsument:innen abschiebt. Dies wird durch das aufgeführte Zitat bestätigt und durch weitere Interviewte ergänzt. Diese weisen darauf hin, dass Gesetze nur dann ihre Wirkung entfalten können, wenn die Gemeinschaft sich auch tatsächlich mit den Inhalten auseinandersetzt, was bislang nicht der Fall ist (Miralles 2022: Interview; M.C. Soltes 2022: Interview; Ilarina 2022: Interview).

„It depends on the law. It depends on the people if they want to follow because we have [a] law about garbage, but people don't follow it.“ (Miralles 2022: Interview)

Sachets sind aufgrund ihrer positiven Eigenschaften – hygienisch, praktisch, sauber, leicht zugänglich usw. – für einen Großteil der philippinischen Bevölkerung eine gewohnte und beliebte Form der Verpackung, sodass ein Umdenken für viele schwierig ist (Miralles 2022: Interview). Viele lassen sich von diesen positiven Eigenschaften und durch das Marketing der Unternehmen blenden (M.C. Soltes 2022: Interview). Des Weiteren befriedigen Sachets das Bedürfnis der Konsument:innen aus den unteren Einkommensschichten, Produkte konsumieren zu können, die vormals nur für wohlhabende Schichten erschwinglich waren (Gacutan 2012: 23). Viele sehen ihre sozialen Werte in Gefahr, sollten sie nicht mehr die Tingi-Produkte in Sachets kaufen können (Manalo und Manalo 2022: 109).

Miralles macht darauf aufmerksam, dass Unternehmen zwar produzieren und dabei aus Profitgründen die Auswirkungen auf die Umwelt ignorieren, jedoch nicht alleine für die dadurch entstandenen Probleme verantwortlich sind. Alle, die Sachets konsumieren, tragen eine Mitschuld, denn stetige Nachfrage animiert Unternehmen dazu weiter zu produzieren (Miralles 2022: Interview):

„It depends on the people. If the person [...] still buy[s] the product, it will reproduce and reproduce. Again, the problem was not in the company but the people. If we are willing to buy that kind of product, even though we know that it was danger on the environment, I

guess the company will still reproduce and reproduce because we still buy it.“ (Miralles 2022: Interview)

Jede einzelne Person muss sich laut M.C. Soltes ihrer Verantwortung bezüglich ihres Konsums von Plastikprodukten und dem dadurch entstehenden Müll bewusst werden (M.C: Soltes 2022: Interview).

„It depends on the community. [...] It starts for us. It really starts for the person [...] taking care of that. [...] Why blaming the government? [...] It should start from us. [...] we have choices how to dispose it properly.“ (Visto 2022: Interview)

Umweltschützer:innen weisen darauf hin, dass ein Großteil der Bevölkerung nicht über die Grundlagen des Müllmanagements informiert ist und sich der Auswirkungen ihres Handelns, beispielsweise der Müllentsorgung in der Natur, nicht bewusst ist. Das Wissen über die Beschaffenheit von Kunststoffabfällen, ihre Auswirkungen auf die Umwelt, die Gesundheit, die Sicherheit und das Klima und wie man dieses Wissen nutzen kann, ist von entscheidender Bedeutung für einen umweltfreundlichen Umgang mit Sachets (Manalo und Manalo 2022: 110).

In einem Interview führt Tulop aus, dass er sich als Stimme seiner Gemeinde versteht, die es sich zur Aufgabe gemacht hat, die Menschen aufzuklären und somit für mehr Umweltkompetenz zu sorgen. Allerdings ist ihm bewusst, dass dies nicht immer auf positive Resonanz stößt. Er gibt an, dass einige Bewohner:innen ihm gegenüber eine ablehnende Haltung einnehmen, als er sie darauf aufmerksam macht, dass das Wegwerfen von Plastikabfall auf den Boden eine negative Auswirkungen auf die Umwelt hat. Um dies künftig zu vermeiden, sieht er sich inzwischen veranlasst, besser zu schweigen. „They feel offended. So that's why I need to be quiet“ (Tulop 2022: Interview). Er fordert die Regierung auf, mehr Verantwortung für die Aufklärung zu übernehmen und den Menschen eine Orientierung zu geben, wie sie Plastik konsumieren und entsorgen sollten. „And that's why I decided to tell the [...] government to give them an orientation“ (Tulop 2022: Interview).

M.C. Soltes hat erlebt, dass Menschen sich angegriffen fühlen, wenn ihnen Plastik verwehrt wird und sie dadurch ihre Gewohnheiten umstellen müssen. Sie sagt: „When the rules [are] new, a lot of shoppers [are] really angry about it“ (M.C. Soltes in K.M. Soltes 2022: Interview). Die Tingi Culture demonstriert die philippinische Eigenschaft der Anpassungsfähigkeit. Die Bevölkerung hat in den vergangenen Jahrhunderten die Fähigkeit entwickelt, ihre Konsumgewohnheiten kontinuierlich an die sich wandelnden Gegebenheiten anzupassen. Dennoch sind die Gewohnheiten tief verankert und können nicht von einem Tag auf den

anderen verändert werden. Daher reagieren viele mit Ablehnung und teilweise sogar Verärgerung, wenn ihnen etwas Neues vorgeschrieben wird (Gacutan 2012: 23).

M.C. Soltes hofft, dass die Menschen ein größeres Verantwortungsbewusstsein entwickeln und die positiven Eigenschaften der Tingi Culture wieder erkennen, sodass diese erhalten bleibt – aber nicht in Sachets, sondern in einer nachhaltigen Form: „I[‘m] just hoping that, [...] everybody will open up their mind about it because tingi is good“ (M.C. Soltes 2022: Interview). Wenn die Menschen keine Verantwortung für ihre Handlungen übernehmen, wird die gesamte Bevölkerung die Konsequenzen zu spüren bekommen – auch diejenigen, die bereits auf ihren Konsum achten. „I guess that's the bad side, if people are not responsible [...] for what we have, for our actions, [...] it will get back to us“ (K.M. Soltes 2022: Interview). Die bereits erwähnten Zero Waste Stores markieren einen ersten Schritt in diese Richtung. Ihre Etablierung wird nicht nur in wohlhabenden Stadtteilen vorangetrieben, sondern ebenso in ärmeren Gemeinschaften, die ihr Interesse an Zero Waste und einer nachhaltigen Lebensweise bekundet haben (Abelar in GAIA 2022: Interview).

5.5.5. Rolle der Organisationen

In den Interviews haben Bewohner:innen darauf verwiesen, dass in Parola sowie Payatas keine Organisationen vor Ort aktiv sind, die sich für die Aufklärung der Bevölkerung einsetzen oder das Müllmanagement in den Slums vorantreiben (Tulop 2022: Interview).

GAIA ist eine der wenigen auf den Philippinen ansässigen Organisationen, die sich um die Sachet-Problematik kümmern. Sie waren die ersten, die auf das Problem aufmerksam machten. GAIA nimmt in diesem Kontext eine herausragende Rolle ein, da sie Kampagnen gegen Sachets initiiert, Aufklärungsarbeit leistet und auf Regierungsebene maßgeblich Einfluss nehmen kann. Des Weiteren ruft sie Projekte ins Leben, beispielsweise zur Unterstützung von Städten bei der Umsetzung von Zero-Waste-Strategien. Die Zusammenarbeit erfolgt direkt mit den lokalen Bürgermeister:innen bzw. auf nationaler Ebene durch Lobbyarbeit sowie Austausch mit verschiedenen Abteilungen (Benosa und Abelar in GAIA 2022: Interview).

GAIA hat in der Vergangenheit bereits erfolgreich Kampagnen durchgeführt, etwa gegen Strohhalme. Diese Kampagnen führten zu Gesetzen, in denen Verbote verankert wurden. Hinsichtlich Sachets existieren bislang jedoch keine gesetzlichen Regelungen. Benosa nennt im Interview als möglichen Grund, dass GAIA in der Vergangenheit keine Kampagnen gegen Sachets geführt hatte. Sie begründet dies damit, dass Sachets ein umfangreicheres Problem darstellen:

„There were also not yet push for regulations against sachets because it's going to be more difficult to campaign for sachets.“ (Benosa in GAIA 2022: Interview)

In Anbetracht der Tatsache, dass Unternehmen kaum nennenswerte Veränderungen herbeiführen, die eine nachhaltige Wirkung entfalten, liegt es mit an den Organisationen aktiv zu werden, um den gesellschaftlichen Wandel mit Hilfe von Kampagnen, Projekten und Aufklärungsarbeit zu beschleunigen (Benosa in GAIA 2022: Interview):

„[The companies] focus only on the recovery part. But [...] we want them to work on the systemic work life cycle of the product.“ (Abelar in GAIA 2022: Interview)

Die Ergebnisse von GAIA legen nahe, dass eine ordnungsgemäße Bewirtschaftung der Sachets nicht möglich ist und daher eine deutliche Reduzierung erforderlich ist. Als Lösungsansatz wird von GAIA die bereits mehrfach erwähnte Rückkehr zur ursprünglichen Tingi Culture genannt:

„Let's go back to the [old] system. [...] some of the solutions actually are things that we have been doing before. The reuse system that we are producing as saying now, it's actually been part of the culture before, the refill system has been there before.“ (Benosa in GAIA 2022: Interview)

5.6. Gegenbewegungen und Lösungsansätze

Insbesondere die Umwelt ist es, die Lösungsansätze verlangt, da sie ohne Veränderung weiterhin tonnenweise weggeworfene Sachets und andere biologisch abbaubare Verpackungen zu tragen hat. Ein Schritt in diese Richtung könnte – wie auch die Organisation GAIA empfiehlt – die Rückkehr zur ursprünglichen Tingi Culture sein. Dies impliziert das Verwenden von wiederverwendbaren Behältern und biologisch abbaubaren Verpackungen (Sy-Changco et al. 2011: 770). Im Rahmen der Forschung sind verschiedene Gegenbewegungen und Lösungsansätze identifiziert worden, die im Folgenden dargestellt werden.

Die Organisation GAIA ist Gegnerin des Sachet-Konsums. Ihre Ziele sind eine gesetzliche Regulierung des Sachetkonsums zu erreichen, Projekte wie die Zero Waste Cities umzusetzen sowie die Wahrnehmung von Sachets auf gesellschaftlichen und strukturellen Ebenen zu verändern (Benosa in GAIA 2022: Interview).

GAIA positioniert sich dabei nicht gegen die Tingi Culture, sondern fördert diese – allerdings in ihrer ursprünglichen, nachhaltigen Praxis, das heißt ohne Sachets: „The Reuse system“. Dies impliziert, dass die lokale Bevölkerung ihre genutzten Behältnisse, darunter Flaschen, Boxen

und ähnliches, zum Wiederbefüllen zu den Sari-Sari-Stores oder Märkten bringt (Benosa und Abelar in GAIA 2022: Interview).

„So that we can [...] work on the sachet and really for refill to become part of the system. [...] it's in the system already, but it's not yet scaled up because then even the big companies cannot scale it up until that regulation is changed.“ (Benosa in GAIA 2022: Interview).

M.C. Soltes führt ebenfalls aus, dass das einzige Problem der aktuellen Tingi Culture das Plastik bzw. die Verpackung ist. Ansonsten hält sie die Kultur für nachhaltig, da kein Essen verschwendet wird und somit auch kein weiterer Müll anfällt (M.C. Soltes 2022: Interview).

Insgesamt gab die Mehrheit der Interviewten an, dass ein Leben ohne Tingi Culture auf den Philippinen nicht möglich wäre, da diese Teil ihrer Identität bzw. Teil des philippinischen Lebens ist. Es wird deutlich, dass es von großer Wichtigkeit ist, nicht die Tingi Culture per se zu reformieren oder auszulöschen, sondern diese zurück zur Nachhaltigkeit zu führen²⁰.

Das ideale Store-Konzept stellt somit der sogenannte Zero Waste Store dar, in dem nur abgefüllt und keine Plastikverpackungen mehr genutzt werden. In manchen Orten dienen diese bereits als Vorzeigeläden für Sari-Sari-Stores. Auch wenn Zero Waste Stores, welche zumeist von Nichtregierungsorganisationen oder Privatpersonen initiiert werden, mit wohlhabenden Bevölkerungsschichten assoziiert werden, äußern auch ärmere Gemeinschaften auf den Philippinen den Wunsch danach. Dies ist darauf zurückzuführen, dass sich immer mehr Menschen den Auswirkungen von Plastikverpackungen bewusstwerden und in Zero Waste Stores weiterhin in Tingi-Größe einkaufen können. Bislang sind Zero Waste Stores nur vereinzelt zu finden, sodass sie für die weniger privilegierten Gemeinschaften schwerer zugänglich sind (Abelar und Benosa in GAIA 2022: Interview).

Ein Problem hat sich bereits durch die „Food and Drug Administration (FDA) Regulations“ manifestiert. Aus Gründen der Sicherheit und Hygiene ist es insbesondere bei Lebensmitteln nicht länger zulässig, diese auf den Philippinen ohne Einhaltung spezifischer Vorgaben abzufüllen. Es gibt strenge Auflagen und Schulungen sind zu absolvieren (Abelar und Benosa

²⁰ Vergleiche z.B.: Miralles 2022: Interview; Evangelista und Dumas 2022: Interview; Visto 2022: Interview; Ilarina 2022: Interview; Tulop 2022: Interview; Diane 2022: Interview; Basconcillo 2022: Interview; Lachica 2022: Interview; Bernardo und Ditalo 2022: Interview; Atibula 2022: Interview; Delasan 2022: Interview; Feldtagebuch: Notizen vom 11.11.2022, aufgezeichnet in Parola: Rose Mari.

in GAIA 2022: Interview). Die Implementierung von Hygienevorschriften erweist sich insbesondere in den Slums als signifikante Herausforderung.

Die französische Organisation „Makes Sense“ hat sich ebenfalls nach längerer Erforschung des Sachet-Problems zum Ziel gesetzt, Sari-Sari-Stores bei der Kooperation mit Zero Waste Stores zu unterstützen, um bei der Umstellung auf ein nachhaltiges Geschäftsmodell zu helfen – und insbesondere bei der Einhaltung der gesetzlichen Auflagen zu unterstützen. GAIA und Makes Sense bilden gemeinsam mit weiteren Organisationen eine Koalition, um sich gegen die Verwendung von Sachets einzusetzen (Abelar in GAIA 2022: Interview).

K.M. Soltes vertritt die Auffassung, dass Sachets von nachhaltigen Alternativverpackungen abgelöst werden können. Ein Umdenken ist bereits in Supermärkten und Department Stores zu erkennen. Während vor nicht allzu langer Zeit noch alles in Plastik verpackt wurde, werden mittlerweile nur noch Verpackungen aus Papier oder anderen nachhaltigen Alternativen zum zusätzlichen Verpacken der Einkäufe genutzt (K.M. Soltes 2022: Interview). Des Weiteren ist zu beobachten, dass zahlreiche Konsument:innen ihre eigene Tasche wieder zum Einkauf mitbringen. Es ist denkbar, dass sich ein ähnliches Verhalten auch bei den eigens mitgebrachten Gefäßen für die Tingi-Einkäufe einstellen könnte (M.C. Soltes 2022: Interview). Überdies existiert bereits ein plastikfreier Markttag, bei dem die Einkaufenden dazu verpflichtet sind, ihre eigenen Taschen – in den meisten Fällen ihre „Bayong“²¹ – mitzubringen (M.C. Soltes 2022: Interview; Gnihapon 2022: Interview).

²¹ Eine traditionelle philippinische Einkaufstasche aus gewebten Naturfasern (Gnihapon 2022: Interview).

6. Diskussion

Die Tingi Culture in den Slums Parola und Payatas in Manila ist mehr als eine reine Konsumpraxis. Die empirische Forschung dieser Masterthesis hat Einblicke in das Alltagsleben der Slumbewohner:innen eröffnet. Die Ergebnisse zeigen, dass die Tingi Culture tief mit den sozialen, ökologischen und wirtschaftlichen Strukturen verwoben ist und außer ihrer kulturellen Eigenschaft auch die strukturellen Ungleichheiten sowie die Überlebensstrategien der Slumbewohner:innen widerspiegelt. Tingi-Produkte bieten kurzzeitige ökonomische Vorteile und Lösungen, verschärfen jedoch zugleich Umweltprobleme und soziale Ungerechtigkeiten. Im Zentrum dieser Analyse steht die Frage, welche Bedeutung die Tingi Culture im Alltag der Slumbewohner:innen hat und welche ökologischen und sozialen Auswirkungen und Folgen mit dem Konsum von Tingi-Produkten (in Sachets) verbunden sind. Die nachfolgende Diskussion analysiert die Forschungsergebnisse anhand der theoretischen Konzepte der Politischen Ökologie, der Urbanen Politischen Ökologie, der Environmental Justice sowie der Materialitätsforschung. Dabei werden auch die Wechselwirkungen und die vielfältigen Dynamiken der Tingi Culture beleuchtet, die von verschiedenen Akteur:innen – von der Regierung über Unternehmen bis hin zur lokalen Gemeinschaft – geprägt und mitzuverantworten sind.

Zunächst wird die Bedeutung von Tingi für die Bewohner:innen der beiden Slums sowie die relevanten Einflussfaktoren, die zum Konsum von Tingi führen, erörtert. Dabei werden Tingi-Produkte im Kontext der materiellen Kultur untersucht. Es folgt die Analyse der mikroökonomischen Praxis in Bezug auf die politische Ökologie sowie die Urbane Politische Ökologie. In engem Zusammenhang damit steht die Rolle und Verantwortung der einzelnen Akteur:innen. Diese werden mit der Politischen Ökologie und Environmental Justice in Verbindung gesetzt. In der Folge werden die ökologischen und sozialen Konsequenzen des Sachet-Konsums unter Rückgriff auf die Politische Ökologie, Environmental Justice sowie die Materialitätsforschung analysiert. Die Intention dieser Ansätze und Perspektiven ist nicht allein, Probleme zu identifizieren, sondern auch Lösungsstrategien zu präsentieren sowie Gegenbewegungen zu stärken. Den Abschluss bildet die Betrachtung bereits vorhandener Lösungsansätze sowie der Ausblick auf mögliche Entwicklungen.

Die Materialitätsforschung umfasst die Untersuchung der physischen Beschaffenheit von Dingen und Objekten sowie deren soziale Bedeutung und Interaktion. Dies impliziert, dass Menschen Objekte schaffen sowie prägen und diese ihrerseits wiederum die Menschen beeinflussen. Sozialisierung basiert häufig auf Objekten, die über einen längeren Zeitraum

hinweg präsent sind und in unterschiedlichem Maße kommen, bleiben und wieder verschwinden (Miller 2005: 6). Um die Struktur einer Gesellschaft zu erfassen, ist es daher erforderlich, ihre Objekte in der Vergangenheit und Gegenwart zu untersuchen. Diese Objekte von damals und heute werden als materielle Kultur definiert (Miller 2005: 8). Die Tingi Culture manifestiert sich sowohl in ihrer ursprünglichen Form der nachhaltigen Produkte als auch in ihrer modernen Variante als Sachets und wird als materielle Kultur verstanden. Sie ist fest in die soziale Ordnung der philippinischen Bevölkerung integriert und ihre Objekte haben sich gemeinsam mit den Menschen im Laufe der Zeit räumlich und zeitlich angepasst – wie in den Ergebnissen, unter Punkt „5.3.1. Tingi Culture“ zu sehen ist. Die Tingi-Produkte können außerdem als fortlaufende Narrative bezeichnet werden (Ingold 2012: 434f). Die befragten Personen hatten jeweils einen individuellen Bezug dazu. Einige der Interviewten, insbesondere Ältere, konnten sich zudem, an die Entwicklung der Tingi Culture erinnern, ihre Darstellungen fielen jedoch unterschiedlich aus (M.C. Soltes 2022: Interview; Gnihapon 2022: Interview). Für Viele stellen Tingi und die dahinterstehenden Produkte eine Art des Wirtschaftens dar, die sich insbesondere für die armen Bevölkerungsgruppen etabliert hat (Ilarina 2022: Interview).

„Tingi is life.“ (Ilarina 2022: Interview)

Die individuellen Bedeutungen, die mit dem Begriff Tingi assoziiert werden, variieren erheblich. Dies ist auf eine Vielzahl persönlicher Einflussfaktoren zurückzuführen. Außer der kulturellen Dynamik sind die Gründe des Tingi-Konsums größtenteils geprägt von Convenience (gut zugänglich), Praktikabilität (klein, leicht und einfache Aufbewahrung), Kosten (günstig) und Verpackung (hygienisch, sicher, ansprechend). Ferner beeinflussen ökonomische Zwänge bzw. der Mangel an Alternativen den Tingi-Konsum der Bewohner:innen²².

Die Analyse dieser Faktoren, die Menschen in den beiden Slums zum Tingi-Konsum bewegen, lässt bereits unterschiedliche Dynamiken erkennen. Der kulturelle Aspekt des Kleindenkens auf den Philippinen verdeutlicht, dass Tingi-Produkte über das reine Konsumobjekt und die Plastikverpackung hinausgehen und in sozialen, kulturellen und politischen Dynamiken aufgehen. Diese sind geprägt durch kulturelle Praktiken, soziale Beziehungen und Identifikationsstrukturen (Miller 2005: 4). Aus diesem Grund ist im Rahmen dieser

²² Vergleiche z.B.: Benosa in GAIA 2022: Interview; M.C. Soltes 2022: Interview; Basconcillo 2022: Interview; Natividad 2022: Interview; Tulop 2022: Interview; Quimbo 2022: Interview.

Masterarbeit eine interdisziplinäre Herangehensweise und somit die weitere Analyse anhand der politischen Ökologie erforderlich.

Die Tingi Culture stellt in den Slums von Manila nicht nur eine alltägliche wirtschaftliche und kulturelle Praxis dar, sondern ist für viele Bewohner:innen eine zentrale Überlebensstrategie: „Tingi the way of survival“ (M.C. Soltes 2022: Interview). Für zahlreiche Familien, die sich in prekären Lebensverhältnissen befinden, werden Produkte aufgrund der kleinen Portionen erst erschwinglich (Tulop 2022: Interview). Dabei besteht eine direkte Beziehung zwischen Sachet-Konsum und der Wirtschaft auf den Philippinen (Manalo und Manalo 2022: 111). Die Tingi-Praxis ist folglich tief in den sozioökonomischen Dynamiken der philippinischen Gesellschaft verwurzelt und kann als eine Antwort auf strukturelle Armut, ungleiche Ressourcenzugänge sowie die wirtschaftlichen Unsicherheiten, die das Leben in den Slums prägen, betrachtet werden.

Die politische Ökologie bietet eine wichtige Perspektive, um zu verstehen, wie die Tingi Culture durch lokale bis hin zu globalen Machtverhältnissen geformt wird. In einer kapitalistischen Wirtschaft, die von multinationalen Konzernen dominiert wird, ist der Zugang zu Ressourcen ungleich verteilt. In der Konsequenz steht den Bewohner:innen der beiden Slums nur ein begrenztes finanzielles Budget zur Verfügung, das ihnen reichen muss den täglichen Bedarf zu decken (Tulop 2022: Interview; Bernardo 2022: Interview). Diese Argumentation lässt sich anhand des Ansatzes von Blaikie und Brookefield erweitern. Nach Auffassung der Autor:innen kann sich Marginalität selbst verstärken. Die Tingi Culture kann somit sowohl Resultat als auch Ursache der Marginalisierung sein (Blaikie und Brookfields, zit. n. Peet und Watts 2002: 6). Tingi ermöglicht den Bewohner:innen den Erwerb von Produkten wie Lebensmitteln, Hygieneartikeln und Haushaltswaren in geringen, erschwinglichen Mengen, was eine kurzfristige Sicherung der Lebensgrundlage gewährleistet. Die Unternehmen ihrerseits erzielen mit Tingi-Produkten, die im Vergleich zu Wholesale-Produkten teurer sind, zusätzliche Gewinne. Diese Praxis führt somit zu einer sich selbst verstärkenden Abhängigkeit der Bevölkerung von den (multinationalen) Tingi-Produkt-Hersteller:innen, einer Art Teufelskreis (Ilarina 2022: Interview; M.C. Soltes 2022: Interview; Gacutan 2012: 20, 25).

Auch im Kontext der Urbanen Politischen Ökologie lassen sich die genannten sozioökonomischen Dynamiken analysieren. Hier geht es spezifisch um die Wechselwirkungen im urbanen Raum, die unter anderem von sozialen Machtstrukturen und ökologischen Prozessen geprägt werden. Dies verdeutlicht, wie Macht und Ressourcen verteilt sind (Bauriedel 2022: 277, 279). Swyngedouw und Heynen (2003: 903) postulieren, dass die

Aufmerksamkeit stärker auf kapitalistische und soziale als auf natürliche Prozesse gelenkt werden sollte. Materielle Ressourcen werden gezielt kontrolliert und manipuliert, was zu Lasten der armen Bevölkerung geht und die Interessen der Wohlhabenden fördert (Swyngedouw und Heynen 2003: 902). Tingi-Produkte sind demnach integraler Bestandteil physischer und sozialer Prozesse, die das urbane Leben maßgeblich prägen (ebd.: 899). Für zahlreiche Bewohner:innen der Slums stellt die Tingi Culture eine Form des Überlebens dar, die sich aus der Marginalisierung und Ausgrenzung aus formellen Wirtschaftssystemen ergibt – und anhand der unterschiedlichen Einkommen in den beiden Slums deutlich wird (M.C. Soltes 2022: Interview). Die signifikante Zahl täglich konsumierter Tingi-Produkte sowie die damit einhergehende hohe Nachfrage verdeutlichen, wie ausgeprägt die sozialen Ungleichheiten auf den Philippinen sind (Liazmon et al. 2020: 6). Viele Menschen besitzen daher nur beschränkten Zugang zum Konsum von Ressourcen und können sich folglich nur begrenzt aus ihrer Armut befreien. Auf der anderen Seite bieten Tingi-Produkte sozial schwächeren Bewohner:innen die Möglichkeit, ihre grundlegenden Bedürfnisse, etwa für Ernährung oder Reinigung, zu decken (Benosa in GAIA 2022 : Interview; Bernardo 2022: Interview; Natividad 2022: Interview; K. M. Soltes 2022: Interview).

Tingi als Geflecht aus vor allem wirtschaftlichen und kulturellen Prozessen schafft und manifestiert seit Jahrhunderten entstandene Umweltbedingungen – dies gilt auch mit Einführung der Sachets sowohl im sozialen als auch im ökologischen Sinne (Njeru 2006: 1048f). Die Ergebnisse legen nahe, dass die Unternehmen als Produzent:innen diese Praxis befeuern und reproduzieren, ähnlich der Regierung, die durch das Unterlassen von Regulierungen die Tingi Culture in Plastik weiter akzeptiert (Benosa und Abelar in GAIA 2022: Interview). Laut Swyngedouw und Heynen hätten gesetzliche Regelungen für Sachets unmittelbare Auswirkungen auf die Slums (Swyngedouw und Heynen 2003: 899, 901). Allerdings sollten Veränderungen stets schrittweise und unter Einbeziehung aller Beteiligten vorgenommen werden, wie im Folgenden noch dargestellt wird.

In der Politischen Ökologie sowie der Environmental Justice stellt der Bezug zur Umwelt ein entscheidendes Kriterium dar. Beide Ansätze postulieren, dass Machtverhältnisse letztlich nicht nur soziale Konsequenzen nach sich ziehen, sondern in der Regel in umweltbezogenen Auswirkungen resultieren (Bellina 2022: 64). Der Aspekt der sozialen Ungleichheit wird am Beispiel der Sachet Economy verdeutlicht. Die Forschungsergebnisse zeigen, dass Sachets gravierende Auswirkungen auf die sozialen Ungleichheiten haben und eine Bedrohung für die städtische Umwelt sowie die Natur im Allgemeinen darstellen. Umweltverschmutzung und

Gesundheitsrisiken für die Bewohner:innen der beiden Slums sind die Folgen (Bernardo und Ditalo 2022: Interview; Basconcillo 2022: Interview; K.M. Soltes 2022: Interview).

In diesem Kontext ist festzuhalten, dass Menschen in den Slums – wie auch Politische Ökologie und Environmental Justice aufzeigen – unverhältnismäßig stark die Hauptlast der negativen Auswirkungen des Sachet-Konsums im Vergleich zu wohlhabenden Vierteln tragen (Swyngedouw und Heynen 2003: 910). Eine ungleiche Verteilung von Umweltlasten führt in den meisten Fällen zu Benachteiligungen jener Bevölkerungsgruppen, die bereits strukturellen Ungerechtigkeiten ausgesetzt sind (Bellina 2022: 64). Die prekäre finanzielle Situation der Slumbewohner:innen stellt ein wesentliches Hindernis für die Entwicklung alternativer Lebensweisen dar. Die Kosten für grundlegende Bedürfnisse wie Wohnen, Nahrung und Schutz sind für die meisten zu hoch. Des Weiteren lässt sich eine unzureichende Abfallwirtschaft sowie eine unzulängliche Abfallaufklärung in sozial benachteiligten Stadtvierteln – so auch in den zwei Slums Parola und Payatas – beobachten. Dies erhöht zusätzlich die Belastung der Umwelt. Außerdem werden diese Viertel bei Naturereignissen, wie Monsune oder Tropenstürme, stärker in Mitleidenschaft gezogen, da ihre Behausungen und Infrastruktur meist einfach und illegal errichtet wurden. Insbesondere die ärmeren Viertel werden von Überschwemmungen bedroht, da ihre Abwasserkanäle häufig mit Sachet-Müll verstopft werden – im Gegensatz zu den Wohlhabenden Vierteln deren Abwassersysteme besser funktionieren (Bronger 2007: 303; Henke 2018: 30; Salvatorianer Weltweit 2024; K.M. Soltes 2022: Interview).

Die Bewohner:innen sind für den Sachet-Konsum mitverantwortlich, ihr Handlungsspielraum ist aber begrenzt, da ihnen ihre prekäre Lage keine andere Wahl lässt als Tingi-Produkte zu konsumieren. In diesem Kontext werden die mit der Politischen Ökologie beschriebenen Klassenunterschiede ersichtlich. Folglich profitieren Unternehmen sowie wohlhabendere Schichten²³ von der Tingi Culture, während die ärmeren Viertel dadurch marginalisiert werden und in hohem Maße von dieser Kultur abhängig sind (Bauriedel 2022: 279). Im Sinne der Environmental Justice wird gefordert, dass die Verantwortlichen der Sachet Economy Verantwortung übernehmen (Braun und Traore 2015: 866). Dies bedeutet, dass Unternehmen,

²³ Sie profitieren zum einen, wenn sie in den Vertrieb der Tingi-Produkte involviert sind und zum anderen durch die Praktikabilität und Convenience, die diese Produkte mit sich bringen. Ihre Wohngebiete bieten ein funktionierendes Abfall- und Abwassersystem. Ihre Abfälle werden außerdem nach dem Konsum in andere Viertel gebracht, sodass sie ausschließlich von den positiven Aspekten der Sachets profitieren (M.C. Soltes 2022: Interview; Prakash 2014; Benosa und Abelar in GAIA 2022: Interview).

wie in der Forschung festgestellt, dazu verpflichtet sind tatsächliche Veränderungen umzusetzen und nicht etwa Greenwashing zu betreiben (Benosa und Abelar in GAIA 2022: Interview).

Der Grundgedanke der Environmental Justice, der eine „faire und gleiche Behandlung bezüglich Umweltlasten, -risiken und -nutzen“ (Bellina 2022: 65) vorsieht, wird damit nicht erreicht. Die Environmental Justice, die aus einer politischen Mobilisierung hervorgegangen ist, gilt auch als praktisch angelegter Ansatz, der sich für reale Lösungen und aktive Gegenbewegungen stark macht (Swyngedouw und Heynen 2003: 910). Auch die Urbane Politische Ökologie verfolgt das Ziel, Lösungsansätze und Gegenbewegungen aufzuzeigen (Swyngedouw und Heynen 2003: 914f). Ein erster Schritt in diese Richtung ist nach der Environmental Justice, den Menschen aus den Slums Gehör zu verschaffen, um auf politischer, ökonomischer sowie sozialer Ebene für mehr Bewusstsein zu sorgen (Bellina 2022: 71f). Hier ist zu betonen, dass den Betroffenen die politische Stimme fehlt, um auf politischer Ebene Veränderungen herbeizuführen.

Die Ergebnisse der Forschung legen nahe, dass weitere Lösungsansätze im Sinne der Environmental Justice sowie der Urbanen Politischen Ökologie, aber auch im Sinne der Bewohner:innen der beiden Slums in einer Verbesserung des Müllmanagements bestehen sollten. Ziel sollte sein, die Lasten in der Stadt ausgewogener zu verteilen. Dies impliziert die Notwendigkeit, in eine gerechtigkeitsfördernde Stadtplanung zu investieren, die etwa Mülltrennung in allen Vierteln implementiert. So würde die Grundlage für Recycling auch in den Slums geschaffen, wie es von mehreren Slumbewohner:innen gewünscht wurde (Miralles 2022: Interview; Tulop 2022: Interview). Ein weiteres Ziel sollte sein, ein effektives und flächendeckendes Müllmanagement in der gesamten Stadt zu etablieren (Bellina 2022: 68), das mit Aufklärungsmaßnahmen verbunden wird. Dadurch wird auch den Menschen in den Slums die Möglichkeit gegeben, sich mit der Thematik der Mülltrennung auseinanderzusetzen. Dies trägt dazu bei, das Verständnis für Mülltrennung zu wecken und somit Umweltgerechtigkeit zu erreichen.

Durch adäquate Aufklärung kann das unsachgemäße Entsorgen von Abfällen, das von Manalo und Manalo (2022: 113) als „littering habit“ bezeichnet wird, reduziert werden. Es handelt sich um eine akzeptierte Norm, der keine Beachtung und Reflexion mehr geschenkt wird, da sie bereits in das Alltagsleben der philippinischen Bevölkerung fest integriert ist. Dies äußert sich auch darin, dass die Handlungen von Mitmenschen unbewusst nachahmt werden. So kann beispielsweise das Wegwerfen oder Liegenlassen von Abfall auf dem Boden von anderen

Menschen als übliche und akzeptierte Handlung wahrgenommen werden, was wiederum dazu führt, dass auch sie ihren Müll so hinterlassen. Diese Verhaltensweise ist jedoch nicht auf einen Mangel an Intelligenz oder Disziplin zurückzuführen, sondern vielmehr auf eine Schwächung der sozialen Werte innerhalb der Gemeinschaft. Obwohl ein Wunsch nach Veränderung vorhanden ist, sind die Betroffenen in ihrer marginalen Situation gefangen und wiederholen Handlungen wie die unsachgemäße Abfallentsorgung (Manalo und Manalo 2022: 110). Durch Aufklärungskampagnen kann die etablierte Norm des Littering Habits durchbrochen und das unsachgemäße Abfallverhalten langfristig abgebaut werden.

In ihrer Publikation legen Manalo und Manalo (2022: 110) dar, dass vor allem ökonomisch schwache Gemeinschaften wiederholt dieselben Fehler begehen, sich aber zugleich über die damit einhergehenden Umweltbelastungen – insbesondere Plastikabfälle – beklagen. Die Forschungsergebnisse zeigen jedoch, dass diese These nicht verallgemeinert werden kann. In Parola und Payatas ist einem Großteil der Befragten ihr eigenes Verhalten der Müllentsorgung durchaus bewusst (Miralles 2022: Interview; M.C. Soltes 2022: Interview; Bernardo und Ditalo 2022: Interview).

Aufklärungsarbeit ist dennoch notwendig. Sie sollte nicht nur das Müllmanagement umfassen, sondern auch das Konsumverhalten, die Rohstoffherkunft und -beschaffenheit sowie die Gesundheitsrisiken im Zusammenhang mit Plastik (Manalo und Manalo 2022: 110). Wäre die Interviewte Basconcillo bereits früher über die gesundheitsschädlichen Folgen von Plastikverbrennungen informiert worden, hätte sie ihre Abfälle nicht jahrelang verbrannt und würde nun nicht an gesundheitlichen Problemen wie Husten aufgrund des toxischen Rauchs leiden. Die Ergebnisse verdeutlichen, dass Menschen sich Aufklärungsarbeit wünschen, wie auch in der Environmental Justice betont wird (Basconcillo 2022: Interview).

Auch im Rahmen der Urbanen Politischen Ökologie stellt Aufklärungsarbeit einen wichtigen Aspekt dar. Diese trägt dazu bei, die städtische Umgebung wieder zu einem Raum zu machen, den Bewohner:innen wieder bewusst und eigenverantwortlich gestalten können – ohne im Vergleich zu anderen Stadtgebieten etwa durch Müllverschmutzung benachteiligt zu werden (Swyngedouw und Heynen 2003: 914f).

An dieser Stelle kann zudem eine weitere von Manalo und Manalo aufgestellte Hypothese, die auch im Globalen Norden als Annahme verbreitet ist, entkräftet werden. Diese besagt, dass Bevölkerungsgruppen mit geringem Einkommen aufgrund ihrer marginalisierten Position kein Umweltbewusstsein besitzen und nur damit beschäftigt sind, ihre Grundbedürfnisse zu

befriedigen. Dem zur Folge entwickle sich Umweltbewusstsein erst mit wirtschaftlichem Fortschritt (Bellina 2022: 66; Manalo und Manalo 2022: 109). Eine aktivistische Form der Environmental Justice – „Environmentalism of the poor“²⁴ – und die Ergebnisse dieser Forschung können diese Annahme widerlegen (Bellina 2022: 66; Miralles 2022: Interview; M.C. Soltes 2022: Interview; Bernardo und Ditalo 2022: Interview). Umwelt- und Klimaschutz sind – wie die Ergebnisse zeigen – für viele marginalisierte und finanziell schlecht gestellte Menschen durchaus von hoher Relevanz. Eine beträchtliche Anzahl der Interviewten betont, dass sie Sachets gerne vermeiden würden, sich das jedoch nicht leisten können. Sie sind sich der Tatsache bewusst, dass sie selbst am meisten unter dem Sacht-Konsum leiden – etwa durch das Verbrennen von Plastik oder Überschwemmungen (Bellina 2022: 66f; Ilarina 2022: Interview; Tulop 2022: Interview; M.C. Soltes 2022: Interview; Visto 2022: Interview).

Das Aufzeigen von Entwicklungen und Zuständen, um Gegenmaßnahmen und Veränderungen für Umweltgerechtigkeit in Gang zu setzen, ist ebenso das Ziel der Politischen Ökologie (Schmidt 2016: 160f). Als Lösungsansätze werden außer Aufklärungsarbeit auch die Rückkehr der Tingi Culture zu ihrer ursprünglichen Form diskutiert – also nachhaltige Verpackungen für Tingi-Produkte wie Bananenblätter, Papier oder wiederverwendbare und wiederbefüllbare Behältnisse zu nutzen. Diese Vorgehensweise entspricht auch der Empfehlung der Umweltorganisation GAIA (GAIA 2022: Interview).

Die Ergebnisse dieser Forschung sowie der Bericht von GAIA aus dem Jahr 2020 zeigen, dass ein Großteil der Bevölkerung dazu bereit wäre, wieder auf die ursprüngliche Tingi Culture umzusteigen (Liamzon 2020: Seite 16f). Dies könnte für die meisten Sacht-Produkte – darunter Haushalt- und Körperpflegeprodukte sowie Lebensmittel – auch wieder umgesetzt werden (Manalo und Manalo 2022: 115).

Die Praxis der ursprünglichen Tingi Culture entspricht auch dem Grundsatz der Environmental Justice, nach dem nicht nur Umweltlasten gerecht verteilt, sondern bereits grundsätzlich vermieden werden sollten (Bellina 2022: 66). Die Rückkehr zur Nachhaltigkeit, die eine vollständige Abkehr von der Sacht Economy voraussetzt, kann nur durch Gesetzgebung und die Hersteller:innen erfolgen. Solange es Tingi-Produkte in Plastik-Sachets gibt, werden diese auch gekauft. Der vollständige Verzicht auf Sachets kann nicht von heute auf morgen erfolgen,

²⁴ „Überbegriff für Widerstände unzähliger marginalisierter Communities, die sich der Zerstörung ihres Lebensraumes entgegenstellen und für ihre Rechte kämpfen.“ (Bellina 2022: 66)

sondern bedarf einer Übergangsphase. Eine mögliche Zwischenlösung können Sachets aus biologisch abbaubarem Plastik sein, da diese keine dauerhaften Umweltschäden verursachen (Manalo und Manalo 2022: 114). Auch ein komplettes Sachet-Verbot sollte für multinationale Unternehmen keine unüberwindbare Hürde darstellen. Ihre Innovationsfähigkeit und ihr Kapital könnten für die Entwicklung neuer Lösungen genutzt werden, beispielsweise für Nachfüll- und Wiederverwendungssysteme. Auf diese Weise wäre es den Unternehmen möglich, weiterhin zu profitieren, allerdings ohne Plastikverpackungen zu produzieren, die Konsument:innen und Umwelt belasten (Prakash 2014; Gacutan 2012: 26).

Eine radikale Veränderung könnte die Regierung mit Gesetzen einläuten, die Produktion und Verkauf von Sachets verbieten. Dies hätte eine signifikante Reduktion von Plastikabfällen zur Folge. Nach Aussage von Manalo und Manalo (2022) würde auch bereits eine schrittweise Einführung von Sachet-Verboten zu weniger Plastikmüll führen: Würden Sachets nach und nach um fünf Prozent jährlich reduziert werden, würden bereits drei Milliarden Sachets weniger bzw. insgesamt 57 Milliarden anstatt 60 Milliarden Sachets jährlich produziert werden. Die Kunststoffabfälle, die auf den Philippinen in die Natur gelangen, entsprechen etwa 20 Prozent. In einem Jahr würde sich folglich ihre Menge von 12 auf 11,4 Milliarden verringern. Dies wäre ein vielversprechender Anfang (Manalo und Manalo 2022: 114f). Auch die Slumbewohner:innen würden von dieser Entwicklung profitieren: Sie könnten vorerst weiter Tingi erwerben und sich parallel durch ein schrittweises Plastikverbot an Ersatzverpackungen gewöhnen.

Es ist allerdings damit zu rechnen, dass die Unternehmen gerichtlich gegen Gesetze vorgehen würden, die z.B. die Herstellung von Sachets verbieten. Die Regierung müsste daher an einem Konzept arbeiten, das alle beteiligten Akteur:innen – Konsument:innen, Unternehmen, Sari-Sari-Besitzer:innen und Organisationen – miteinbezieht. EPR (die erweiterte Hersteller:innenverantwortung) sollte eine größere Relevanz erhalten. In diesem Gesetz müsste genau festgelegt werden, inwieweit die Hersteller:innen der Sachets für ihren mitverursachten Plastikmüll Verantwortung übernehmen sollen. Das bedeutet zum Beispiel, dass die lokale Abfallwirtschaft finanzielle Unterstützung erhält, indem die Regierung die Kosten für den Plastikmüll den Hersteller:innen auferlegt. Somit können etwa die Kosten für das Sammeln, das Recyclen und das Entsorgen der Sachets den Unternehmen in Rechnung gestellt werden (Manalo und Manalo 2022: 115).

Die Konzepte der Environmental Justice und der Politischen Ökologie basieren auf dem Grundgedanken, dass marginalisierte Gruppen in besonderem Maße von den Lasten der

Globalisierung betroffen sind (Braun und Traore 2015: 866). Um gesamtgesellschaftlich eine Veränderung zu bewirken, ist es erforderlich, die ökonomischen und sozialen Bedingungen marginalisierter Menschen auf den Philippinen zu verbessern – etwa durch einen höheren Mindestlohn oder eine Verpflichtung für die Betroffenen adäquate Beschäftigungsverhältnisse zu schaffen (M.C. Soltes 2022: Interview).

Sozialer Wandel kann durch Bildungsinstitutionen, Bürgerorganisationen, lokale Behörden oder soziale Medien – auf den Philippinen insbesondere Facebook – angestoßen werden. Auch die Politik kann dazu ihren Beitrag leisten – beispielsweise durch das Implementieren von Regularien wie das Verhängen von Strafen für unsachgemäße Abfallentsorgung bzw. generell für Verstöße gegen Umweltgesetze. Die Politik kann überdies nachhaltige Umweltprojekte auf dem Inselstaat fördern. Die Studie von Manalo und Manalo (2022:115) belegt, dass ein umweltgerechtes Umfeld – wie saubere Straßen ohne Plastikmüll auf dem Boden – eine große Wirkung auf die Bevölkerung hat. Das Verhalten von Menschen wird maßgeblich von ihrem Umfeld geprägt. Menschen passen sich oft der jeweiligen Situation an, die sie vorfinden (ebd.: 115).

Die Regierung, Unternehmen sowie die Bevölkerung sollten Projekte und Organisationen, die sich gegen Plastik und für den Schutz der Umwelt einsetzen, auf jede erdenkliche Art und Weise unterstützen, beispielsweise finanziell, aktivistisch oder ideell. Sobald Projekte dieser Art Wirkung zeigen, färbt dies auch auf das Alltagsleben der Menschen ab – und kann als ein erster Schritt für einen sozialen Wandel betrachtet werden (Manalo und Manalo 2022: 115f).

Aus dieser Diskussion geht hervor, dass nachhaltige Lösungen für alle involvierten Parteien nur dann gewährleistet werden können, wenn die gesamte Bandbreite der Dimensionen rund um die Tingi Culture berücksichtigt wird. Von besonderer Bedeutung ist dabei die Identifikation und gegebenenfalls die Transformation von Machtverhältnissen, um die zugrunde liegenden Probleme effektiv anzugehen.

7. Fazit und Ausblick

Die vorliegende Masterthesis hat die Tingi Culture bzw. Sachet Economy auf den Philippinen und ihre Rolle in den beiden unterschiedlichen Slums Parola und Payatas in Manila untersucht. Durch einen empirischen Forschungsaufenthalt auf den Philippinen von Oktober bis Dezember 2022 konnten anhand von verschiedenen Methoden – Teilnehmende Beobachtung, Interviews und diverse Dokumentationsformen – das Leben der Slumbewohner:innen im Kontext der Tingi Culture erforscht werden. Mit Hilfe der Thematischen Analyse nach Braun und Clarke wurden die erhobenen Daten analysiert und in einen theoretischen Rahmen, der aus der (Urbanen) Politischen Ökologie, der Environmental Justice und der Materialitätsforschung besteht, eingeordnet und diskutiert. Im Folgenden wird das Fazit gezogen und abschließend ein Ausblick auf weiterführende Forschungsmöglichkeiten im Hinblick auf Tingi Culture und Sachet Economy gegeben.

Aus den Ergebnissen der Forschung und der dargelegten Diskussion lässt sich die Forschungsfrage „*Welche Rolle spielt die Tingi Culture in den Slums von Manila und wie gehen ihre Bewohner:innen mit ihr um?*“ wie folgt beantworten:

Als mikroökonomisches System hat sich die Tingi Culture, die ursprünglich als nachhaltige Praxis mit wiederverwendbaren Behältnissen an die Bedürfnisse von einkommensschwachen Gemeinschaften angepasst war, in eine Plastik-Kultur verwandelt, die von schnelllebigem Konsumgütern in Sachets geprägt wird. Tingi-Produkte sind nach wie vor die wirtschaftlich stärksten Einzelhandelsartikel auf den Philippinen (Gacutan 2012: 28f). An den Forschungsergebnissen wird ersichtlich, dass die Tingi Culture in den beiden Slums seit jeher eine zentrale Rolle im Alltag der Bewohner:innen spielt und dabei von verschiedenen Wechselwirkungen, die soziale, ökologische und ökonomische Prozesse betreffen, geprägt wird.

Aus der vorkolonialen Zeit bringt die Tingi Culture noch immer die philippinischen Eigenschaften Anpassungsfähigkeit, Ausdauer und Kreativität zum Ausdruck, die bis heute unverändert den Alltag der philippinischen Bevölkerung prägen (Gacutan 2012: 28f).

Für die Slumbewohner:innen stellt Tingi einerseits eine Möglichkeit dar, ihren Bedarf an alltäglichen Produkten zu decken. Außer dem finanziellen Vorteil, der für die einkommensschwache Bevölkerung in Slums ausschlaggebend ist, sind die Convenience, die Praktikabilität und die leichte und hygienische Verpackung – die auch Lagerung ermöglicht – entscheidende Faktoren, die Filipinas und Filipinos zum Tingi-Konsum bewegen (Benosa in

GAIA 2022: Interview; M.C. Soltes 2022: Interview; K.M. 2022: Interview; Atibula 2022: Interview).

Die Konsument:innen befinden sich zudem in einer Abhängigkeitsspirale: Aufgrund ihres geringen Einkommens sind sie nicht in der Lage, sich andere Produkte zu leisten. Sie müssen die im Vergleich zu Wholesale-Produkten teureren Tingi-Produkte erwerben (M.C. Soltes 2022: Interview; Ilarina 2022: Interview). Die Unternehmen ihrerseits bewerben diese Produkte als pro-poor, obwohl sie teurer sind (Benosa in GAIA 2022: Interview; Gacutan 2012: 25). Dieses Abhängigkeitsverhältnis führt dazu, dass sich die finanzielle Notlage der Slumbewohner:innen weiter verschärft. Die angewandten Theorien – hier insbesondere die Urbane Politische Ökologie und die Environmental Justice – bestätigen, dass die sozialen Ungerechtigkeiten und Ungleichheiten durch die Sachet Economy im kapitalistischen Gefüge der Philippinen verstärkt werden und sich negativ auf das Leben der Slumbewohner:innen auswirken. Die Marketingstrategien der Unternehmen haben somit nichts mit pro-poor zu tun, da sie keine langfristige Armutsbekämpfung oder Lösung für die wirtschaftlichen und sozialen Probleme der Philippinen darstellen. Sie sichern und steigern dagegen den Profit der Konzerne.

Mit der Einführung der Sachets wird die philippinische Bevölkerung mit zusätzlichen Herausforderungen konfrontiert: Der Plastikmüll nimmt signifikant zu, was sich sowohl im urbanen wie auch im ländlichen Raum manifestiert und gravierende Auswirkungen auf die Ökosysteme hat. Die Interviews verdeutlichen, dass die Belastungen für die philippinische Bevölkerung, die mit der Umweltverschmutzung und ihren Folgen, wie gesundheitliche Probleme, einhergehen, unmittelbar mit dem Sachet-Konsum bzw. Sachet-Müll zusammenhängen (M.C. Soltes 2022: Interview; Ilarina 2022: Interview; Visto 2022: Interview; Miralles 2022: Interview). Marginalisierte Menschen, wie die Bewohner:innen aus den beiden Slums, sind im Vergleich zu wohlhabenden Gemeinschaften unverhältnismäßig stark davon betroffen. Da sowohl Parola als auch Payatas auf illegalem Grund entstanden sind, bieten ihre mangelhafte Infrastruktur – wie nicht ausreichend funktionierende Abfall- und Wassersysteme sowie die unterschiedlich stabilen Behausungen – nur wenig Schutz vor Umweltauswirkungen (Bronger 2007: 303; Salvatorianer Weltweit 2024).

Vielen Bewohner:innen sind die Auswirkungen ihres Handelns auf die Umwelt bewusst. Dennoch konsumieren sie weiterhin aufgrund ihrer marginalen Situation Sachets. Nur wenige würden in Betracht ziehen, eigenständig auf Tingi-Produkte in Sachet-Form zu verzichten. Zu groß sind die genannten Vorteile, um sich stattdessen für eine nachhaltige Alternative, etwa die

ursprüngliche Tingi Culture, zu entscheiden (Miralles 2022: Interview; M.C. Soltes 2022: Interview).

Die Forschung zeigt, dass es für die Menschen in Slums von Bedeutung ist, dass Unternehmen und Regierung Verantwortung für die Sachet Economy übernehmen. Solange Sachets angeboten werden, wird die philippinische Bevölkerung diese auch weiter konsumieren. Regierung und Unternehmen packen das Problem jedoch lediglich oberflächlich – mit Greenwashing Projekten – an. Dagegen wären gesetzliche Maßnahmen zur Einschränkung bis hin zu Sachet-Verboten erforderlich ebenso wie die Förderung von Aufklärungsarbeit, um die Bevölkerung für die Themen Plastik, Mülltrennung und Umweltschutz zu sensibilisieren. Zudem sollten Initiativen zur Verbesserung des Müllmanagements sowie zur Etablierung von Recyclingprojekten ergriffen werden (Benosa und Abelar in GAIA 2022: Interview).

Außer dem wirtschaftlich rentablen Produkt steckt hinter der Sachet Economy auch die kulturelle Dimension der Produkte, die so tief im Leben der philippinischen Bevölkerung verankert ist, dass sie von manchen nicht mehr bewusst wahrgenommen wird. Die Forschung in den beiden Slums beweist, dass ein Großteil der Bevölkerung an der Tingi Culture festhält und sich kein Leben ohne die kleinen Portionen vorstellen will und kann, da diese ihr Überleben sichert. Eine komplette Abwendung von der Tingi Culture stellt somit keine Lösung dar. Empfohlen wird stattdessen eine Transformation zurück zur ursprünglichen nachhaltigen Praxis der Tingi Culture. Diese wird generell als positiv gewertet, da durch das Verwenden kleiner Portionen keine weiteren Abfälle anfallen. Für alle Beteiligten – Unternehmen, Bevölkerung, Regierung, Organisationen und Natur – wäre damit ein Kompromiss als Lösungsansatz gefunden, der auf nachhaltige Art und Weise die Tingi Culture weiterführen würde, sodass die Bevölkerung weiterhin in kleinen Portionen konsumieren könnte – aber ohne Plastik (Benosa und Abelar in GAIA 2022: Interview; M.C. Soltes 2022: Interview).

Da Sachets nicht unmittelbar verschwinden werden, bedarf es Übergangslösungen, etwa das Verwenden von Produkten in alternativen, umweltfreundlichen Verpackungsmaterialien anstelle von Plastik (Manalo und Manalo 2022: 114).

Um das Problem grundlegend zu lösen, sind darüber hinaus strukturelle Veränderungen erforderlich, die nicht nur die Sachet Economy verändern, sondern auch der philippinischen Bevölkerung zu mehr Wohlstand verhelfen. Lösungsansätze sollten nicht nur auf lokaler Ebene, sondern auch in einem globalen Kontext behandelt werden, indem unter anderem auch die koloniale Vergangenheit der Philippinen zu berücksichtigen ist. So sollten auch die ehemaligen

Kolonialmächte einen Beitrag zur Wiedergutmachung leisten und sich beispielsweise diplomatisch, wirtschaftlich und sozial auf den Philippinen für mehr Gerechtigkeit einsetzen (Braun und Traore 2015: 866).

Die Plastikproblematik bedarf weltweit sofortige Maßnahmen und sollte generell unter Berücksichtigung der Interessen des Globalen Südens im Globalen Norden diskutiert und verfolgt werden. Ein Wandel, der mit einer Plastikreduktion einhergeht, ist dringend notwendig, um die aktuelle und sich verschärfende Umweltkrise aufzuhalten.

Abschließend ist festzustellen, dass mit der vorliegenden Masterthesis ein neuer Beitrag zur Erforschung der verschiedenen Dimensionen der Tingi Culture und Sachet Economy auf den Philippinen geleistet wurde. Mit der Feldforschung in den beiden Slums Parola und Payatas in Manila wurden Einblicke in das Alltagsleben von Slumbewohner:innen gewährt. Mit den gewonnenen Erkenntnissen wurde eine Forschungslücke geschlossen und diese Masterarbeit kann somit als Basis weiterer wissenschaftlicher Arbeiten für dieses Forschungsfeld genutzt werden.

Die Erfahrungen und Werte aus dieser Thesis geben trotz dessen nur einen Ausschnitt des Forschungsfeldes wieder und können nicht als allgemeingültig verstanden werden. Um repräsentative Aussagen über die Tingi Culture auf dem Inselstaat treffen zu können, ist eine detaillierte Untersuchung all ihrer Dimensionen erforderlich. Zudem sollten weitere Theorien, Methoden und alle involvierten Parteien berücksichtigt werden. Da es bisher – wie im Stand der Forschung dargelegt – wenige empirische Forschungen und Studien hierzu gibt, besteht weiterhin ein ausgeprägter Bedarf für qualitative und quantitative Arbeiten, die Sachet Economy und Tingi Culture auf den Philippinen vertieft erforschen. Die vorhandenen Studien, einschließlich dieser Thesis, haben bisher lediglich die Sachet Economy im urbanen Raum untersucht. So könnte auch der ländliche Raum in die Forschung miteinbezogen werden, um ein umfassendes Verständnis der Sachet-Problematik zu erhalten und Lösungsansätze zu entwickeln. Des Weiteren wäre ein Austausch bzw. Studien mit Unternehmen, die Tingi-Produkte herstellen und vertreiben, für zukünftige Forschungsarbeiten erforderlich. Im Rahmen dieser Masterarbeit war die Analyse von Unternehmen zum Zeitpunkt der Forschung nicht möglich, da trotz verschiedener Kontakte kein Unternehmen bereit war Interviews zur Sachet-Thematik zu gewähren. Erst durch die Erforschung aller Bereiche des philippinischen Lebens sowie aller Lebensrealitäten betroffener Bevölkerungsgruppen im Hinblick auf die Tingi Culture kann ein holistisches Bild in Bezug auf die Sachet Economy erstellt werden. Nur so

können theoretische Konzepte entwickelt werden, die zur Praxis und zur Lösung beitragen können.

Weitere Forschungen zu nachhaltigen und alternativen Wirtschaftsformen, von denen alle Menschen gleichermaßen profitieren, während die Natur bestenfalls erhalten und geschützt wird, sind außerdem essenziell. Ziel wäre es die Bedürfnisse von Bevölkerung und Natur in Einklang zu bringen. Das könnten zum Beispiel Kreislaufsysteme leisten, die dafür stehen idealerweise keinen Müll mehr zu produzieren – was in ähnlicher Weise bereits bei der ursprüngliche Tingi Culture zutrifft. Diese kann somit als Vorbild für eine Kreislaufwirtschaft auf den Philippinen dienen. Diesbezügliche Forschungen stellen ein breites Feld dar, dem zukünftig immer mehr Bedeutung zukommen wird (Manalo und Manalo 2022: 106).

Abschließend lässt sich sagen, dass für die Bewohner:innen der beiden Slums Parola und Payatas – ausgehend von ihren Äußerungen in den Interviews – die Verbesserung ihrer Lebensbedingungen im Vordergrund steht. In diesem Sinne ist es erstrebenswert, dass Forschungen über marginalisierte Gemeinschaften auch zu realen Projekten führen, da nur so die sozialen und wirtschaftlichen Bedingungen für diese Menschen verbessert werden können.

8. Literaturverzeichnis

- Ang, Rodolfo P. und Joseph A. Sy-Changco (2007): „The phenomenon of sachet marketing: Lessons to be learned from the Philippines“. *Enhancing Knowledge Development in Marketing* 5.
- Alladin, Aliyah Jana E., Jalen Arvin H. Limon, Shaina Nicole R. Oblea und Ronaldo R. Cabautan (2022): „Economic and Non-Economic Variables Affecting Consumer Preferences of Quezon City Households on Sachet Products“. *International Journal of Social and Management Studies* 3 (2): 46-72.
- Bauriedl, Sybille (2022): „Urbane Politische Ökologie“. In: Gottschlich, Daniela, Sarah Hackfort, Tobias Schmitt und Uta von Winterfeld (Hg.): *Handbuch Politische Ökologie: Theorien, Konflikte, Begriffe, Methoden*. (Edition Politik, 110). Bielefeld: transcript Verlag, 277–286.
- Bellina, Leonie (2022): „Environmental Justice“. In: Gottschlich, Daniela, Sarah Hackfort, Tobias Schmitt und Uta von Winterfeld (Hg.): *Handbuch Politische Ökologie: Theorien, Konflikte, Begriffe, Methoden*. In: Edition Politik, Band 110. Bielefeld: transcript Verlag: 63–77.
- Blaikie, Piers (1985): *The Political Economy of Soil erosion in Developing Countries*. New York: Longman.
- Blaikie, Piers and Harold Brookfield (1987): *Land Degradation and Society*. London: Methuen.
- Braun, Yvonne A. und Assitan Sylla Traore (2015): „Plastic Bags, Pollution, and Identity: Women and the Gendering of Globalization and Environmental Responsibility in Mali“. *Gender and Society* 29 (6): 863-887.
- Braun, Virginia und Victoria Clarke (2006): „Using thematic analysis in psychology“. *Qualitative Research in Psychology* 3 (2): 77-101.
- Braun, Virginia and Victoria Clarke (2022): *Thematic analysis: a practical guide*. Sage Publications Ltd.
- Brenner, Neil (1998): „Between Fixity and Motion: Accumulation, Territorial Organization, and the Historical Geography of Spatial Scales“. *Environment and Planning D: Society and Space* 16 (4): 459-481.
- Bronger, Dirk (2007): *Marginalsiedlungen in Megastädten Asiens*. Berlin: LIT.
- Bryant, Bunyan (1995): *Environmental Justice: Issues, Policies, and Solutions*. Covelo, CA: Island Press.
- Bryant, Raymond L. und Sinead Bailey (1997): *Third World Political Ecology*. London: Routledge.
- Bundeszentrale für politische Bildung (2024a): „Philippinen“. Elektronisches Dokument: <https://www.bpb.de/kurz-knapp/lexika/kosmos-weltalmanach/65770/philippinen/> (zuletzt abgerufen: 09.09.2024).
- Bundeszentrale für politische Bildung (2024b): „Indien“. Elektronisches Dokument: <https://www.bpb.de/themen/asien/indien/44588/indien/> (zuletzt abgerufen: 09.09.2024).

- Bundeszentrale für politische Bildung (2024c): „of Color, People / Queers (PoC, QPoC)“. Elektronisches Dokument: <https://www.bpb.de/themen/gender-diversitaet/geschlechtliche-vielfalt-trans/500943/of-color-people-queers-poc-qpoc/> (zuletzt abgerufen 09.09.2024).
- Dannecker, Petra und Birgit Englert (2014): „Einleitung“. In: Dannecker, Petra und Birgit Englert (Hg.): *Qualitative Methoden in der Entwicklungsforschung*. Wien: Mandelbaum, 7-19.
- Dannecker, Petra und Christiane Vossemer (2014): „Qualitative Interviews in der Entwicklungsforschung. Typen und Herausforderungen“. In: Petra Dannecker und Birgit Englert (Hg.): *Qualitative Methoden in der Entwicklungsforschung*. Wien: Mandelbaum Verlag, 153-175.
- Davis, Mike (2007): *Planet der Slums*. Berlin: Assoziation A.
- Decoloniality Europe (2013): „Charter of Decolonial Research Ethics“. Elektronisches Dokument: <https://decolonialityeurope.wixsite.com/decoloniality/charter-of-decolonial-research-ethics> (zuletzt abgerufen: 20.08.2024).
- Deutschmann, Anna (2014): „Inhaltsanalysen. Qualitative Verfahren der Textanalyse und Textinterpretation“. In: Dannecker, Petra und Birgit Englert (Hg.): *Qualitative Methoden in der Entwicklungsforschung*. Wien: Mandelbaum, 94-110.
- Diega, Alladin (2024): „Big brands are failing to curb plastic sachet use“. Elektronisches Dokument: <https://phys.org/news/2024-05-big-brands-curb-plastic-sachet.html> (zuletzt abgerufen: 09.06.2024).
- Englert, Birgit und Petra Dannecker (2014): „Praktische und ethische Aspekte der Feldforschung“. In: Dannecker, Petra und Birgit Englert (Hg.): *Qualitative Methoden in der Entwicklungsforschung*. Wien: Mandelbaum, 233-265.
- Gacutan, Anna Mae Catabay (2012): *The Filipino Culture of Tingi*. College of Arts and Sciences University of the Cordilleras.
- Gottschlich, Daniela, Sarah Hackfort, Tobias Schmitt und Uta von Winterfeld (Hg.) (2022): *Handbuch Politische Ökologie: Theorien, Konflikte, Begriffe, Methoden*. (Edition Politik, 110). Bielefeld: transcript Verlag.
- Harvey, David (1973): *Social Justice and the City*. University of Georgia Press.
- Hauser-Schäublein, Brigitta (2008): „Teilnehmende Beobachtung“. In: Beer, Bettina (Hg.): *Methoden ethnologischer Feldforschung*. Berlin: Dietrich Reimer Verlag, 37-58.
- Helfferrich, Cornelia (2014): „Leitfaden- und Experteninterviews“. in Baur, Nina und Jörg Blasius (Hg.): *Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung*. Wiesbaden: Springer VS, 559-574.
- Henke, Larissa (2018): *Die Privatisierung des Wassersektors in Metro Manila und ihre Auswirkungen und Folgen auf die Bewohner:innen der Slums Payatas und Barangay 105* (unveröffentlichte Bachelorarbeit, Ethnologie). Goethe Universität, Frankfurt.
- Hesse, Michael (2024): „Kategorien“. Elektronisches Dokument: <https://www.fr.de/kultur/gesellschaft/kategorien-93016376.html> (zuletzt abgerufen: 09.09.2024).
- Ingold, Tim (2012): „Toward an Ecology of Materials“. *Annual Review of Anthropology* 41: 427-442.

- Joaquin, Nick (2004): *A Heritage of Smallness: Culture and History*. Manila: Anvil Publishing.
- Johnson, Ava (2024): „Informal settlements and Slum Upgrading in the Philippines“. Elektronisches Dokument: <https://borgenproject.org/informal-settlements/> (zuletzt abgerufen: 31.08.2024).
- Kay, Ethan und Woody Lewenstein (2013): „The Problem with the ‚Poverty Premium‘“. Elektronisches Dokument: <https://hbr.org/2013/04/the-problem-with-the-poverty-premium> (zuletzt abgerufen: 09.09.2024).
- Keifenheim, Barbara (2008): „Der Einsatz von Film und Video“. In: Beer, Bettina (Hg.): *Methoden ethnologischer Feldforschung*. Berlin: Dietrich Reimer Verlag, 277-292.
- Lema, Karen (2019): „Slave to sachets: How poverty worsens the plastics crisis in the Philippines“. Elektronisches Dokument: <https://www.reuters.com/article/us-asia-waste-philippines-idUSKCN1VO0G3> (zuletzt abgerufen: 07.12.2023).
- Manalo, Hernani und Ma. Riza Manalo (2022): „Slave to sachet economy: Socio-cultural insights“. *Transnational Marketing Journal (TMJ)* 1:103-118.
- Mahajan, Vijay (2016): „How Unilever Reaches Rural Consumers in Emerging Markets“. Elektronisches Dokument: <https://hbr.org/2016/12/how-unilever-reaches-rural-consumers-in-emerging-markets> (zuletzt abgerufen: 08.12.2023).
- Miller, Daniel (2005): *Materiality: An Introduction*. Duke University Press.
- Olarte, Avigail M. und Yvonne T. Chua (2005): „Mini-size me“. Elektronisches Dokument: <https://old.pcij.org/stories/mini-size-me/> (zuletzt abgerufen: 06.12.2023).
- Peet, Richard und Michael Watts (2002): *Liberation Ecologies: Environment, Development, Social Movements*. London und New York: Routledge.
- Prakash, Vivek (2014): „The fading shimmer of sachets“. Elektronisches Dokument: <https://www.breakfreefromplastic.org/2021/12/03/the-fading-shimmer-of-sachets/> (zuletzt abgerufen: 06.08.2024).
- Rädiker, Stefan und Udo Kuckartz (2019): *Analyse qualitativer Daten mit MAXQDA. Text, Audio und Video*. Wiesbaden: Springer Fachmedien.
- Rajkumar, C.K. (2004): *The fortune at the bottom of the pyramid*. Financial Times Prentice Hall.
- Robles, Alan C. (2017): „Kein Vertrauen in Institutionen“. Elektronisches Dokument: <https://www.dandc.eu/de/article/das-antidemokratische-erbe-spanischer-und-amerikanischer-kolonialisierung-der-philippinen> (zuletzt abgerufen 09.09.2024).
- Rosemann, Nils (2004): *Das Menschenrecht auf Wasser unter den Bedingungen der Handelsliberalisierung und Privatisierung. Eine Untersuchung der Privatisierung der Wasser- und Abwasserversorgung in Manila*. Friedrich-Ebert-Stiftung.
- Saldana, Johnny (2015): *The Coding Manual for Qualitative Researchers*. SAGE Publications Ltd.
- Salvatorianer Weltweit: „Puso sa Puso – Von Herz zu Herz“. Elektronisches Dokument: <https://salvatorianer-weltweit.org/pf/puso-sa-puso/> (zuletzt abgerufen: 31.08.2024).
- Schlehe, Judith (2008): „Formen qualitativer ethnographischer Interviews“. In: Beer, Bettina (Hg.): *Methoden ethnologischer Feldforschung*. Berlin: Dietrich Reimer Verlag, 119-142.

- Schmidt, Matthias (2016): „Politische Ökologie des Postsozialismus“. *Geographica Helvetica* 71 (4): 259–270.
- Silverio, Simeon G. (1975): *The Neighborhood Sari-Sari-Store*. Ateneo de Manila University: Institute of Philippine Culture.
- Singh, Ramendra, Rodolfo P. Ang und Joseph A. Sy-Changco (2009): „Buying less, more often: an evaluation of sachet marketing strategy in an emerging market“. *The Marketing Review* 9 (1): 3-17.
- Slezak, Gabriele (2014): „Von Wahrnehmung und Erfahrung: Überlegungen zu explorativen Beobachtungsverfahren“. In: Petra Dannecker und Birgit Englert (Hg.): *Qualitative Methoden in der Entwicklungsforschung*. Wien: Mandelbaum Verlag, 176-97.
- Swyngedouw, Erik und Nikolas C. Heynen (2003): „Urban Political Ecology, Justice and the Politics of Scale“. *Antipode* 35 (5): 898-918.
- Sy-Changco, Josph, Ramendra Singh, Chanthika Pornpitakpan und Celia Maglalang Bonilla (2011): „Managerial insights into sachet marketing strategies and popularity in the Philippines“. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics* 23 (5): 755-772.
- Tiquia, Ma Lourdes (2019): „Tingi“. Elektronisches Dokument: <https://www.manilatimes.net/2019/11/26/opinion/columnists/tingi/658727> (zuletzt abgerufen: 12.08.2024).
- UNITED NATIONS (1948): „Universal Declaration of Human Rights“. Elektronisches Dokument: <https://www.un.org/en/about-us/universal-declaration-of-human-rights> (zuletzt abgerufen: 12.08.2024).
- UN-Habitat (2003): *The challenge of slums. global report on human settlements*. London: Earthscan.
- Veneracion, Connie (2021): „Filipino shopping habits, the ‚tingi‘ culture and plastic pollution“. Elektronisches Dokument: <https://iam.connieveneracion.com/p/filipino-shopping-habits-the-tingi-culture-and-plastic-pollution> (zuletzt abgerufen: 07.12.2023).
- Watts, Michael (1983): *Silent Violence: Food, Famine and Peasantry in Northern Nigeria*. Berkely: University of California Press.
- Wise (2024): „Philippinische Pesos zu Euro“. Elektronisches Dokument: <https://wise.com/de/currency-converter/php-to-eur-rate> (zuletzt abgerufen: 09.09.2024).
- World Bank Group (2021a): „Market Study for Philippines: Plastics Circularity Opportunities and Barriers“. Elektronisches Dokument: <https://www.worldbank.org/en/country/philippines/publication/market-study-for-philippines-plastics-circularity-opportunities-and-barriers-report-landing-page> (zuletzt abgerufen: 11.03.2022).
- World Bank Group (2021b): *Market Study for Philippines: Plastics Circularity Opportunities and Barriers*. Washington DC: Marine Plastics Series, East Asia and Pacific Region.
- World Bank Group (2022): *Reducing Plastik Waste in the Philippines. An Assessment of Policies and Regulations to Guide Country Dialogue and Facilitate Action*. Washington DC.
- Yadaf, Abhishek (2023): „Sachet Economy: The Little Package Making a Big Impact in FMCG and Tech“. Elektronisches Dokument: <https://www.linkedin.com/pulse/sachet-economy-little-package-making-big-impact-fmcg-tech-yadav> (zuletzt abgerufen: 23.01.2024).

Zimmerer, Karl. S. und Thomas J. Bassett (2003): *Political Ecology: An Integrative Approach to Geography and Environment-development Studies*. New York: Guilford.

9. Anhang

Anhang I: Interview Liste

Aufgenommene Interviews			
Interview Partner:innen	Ort	Datum	Affiliation / Organisation
Kyla Marie Soltes	Payatas	17.10.2022	Slumbewohnerin
Mary Cris Daquis Soltes	Payatas	17.10.2022	Slumbewohnerin
Jheremae Javier Quimbo	Parola	21.10.2022	Slumbewohner
Jake Natividad	Parola	21.10.2022	Slumbewohner
Dexter Imperia Tulop (teilweise mit Sister Mila)	Parola	04.11.2022	Slumbewohner
Diane	Parola	04.11.2022	Slumbewohnerin
Alwina M. Agustin	Parola	10.11.2022	Slumbewohnerin
Rommel R. Even	Parola	10.11.2022	Slumbewohner
Jobert K. Gonzaga	Parola	10.11.2022	Slumbewohner
Angel Miralles	Parola	10.11.2022	Lehrerin für die Organisation Puso sa Puso
Marvin M. Evangelista & Billy Joe Dumas	Parola	10.11.2022	Slumbewohner
Sherma Benosa & Archie Abelar	TriNoma Mall	15.11.2022	Organisation GAIA
Charlita C. Visto	Payatas	17.11.2022	Slumbewohnerin
Richelle Atibula	Payatas	17.11.2022	Slumbewohnerin
Irish L. Bernardo & Marialyn B. Ditalo	Payatas	22.11.2022	Slumbewohnerin
Linda G. Gnihapon	Payatas	22.11.2022	Slumbewohnerin
Jennifer Basconcillo	Payatas	22.11.2022	Sozialarbeiterin bei der Organisation Puso sa Puso
Darren M. Ilarina	Parola	23.11.2022	Lehrer für die Organisation Puso sa Puso
Lucita Lachica	Parola	23.11.2022	Sozialarbeiterin bei der Organisation Puso sa Puso
Shara Delasan	Payatas	05.12.2022	Slumbewohnerin

Konversationen - festgehalten im Felddtagebuch			
Gesprächspartnerin	Ort	Datum	Affiliation
Merrian S. Quintana	Parola	11.11.2022	Sari-Sari-Besitzerin
Josephine Caballes	Parola	11.11.2022	Sari-Sari-Besitzerin
Rose Mari	Parola	11.11.2022	Sari-Sari-Besitzerin

Crestita	Parola	11.11.2022	Sari-Sari-Besitzerin
Judith M. Roa	Parola	11.11.2022	Sari-Sari-Besitzerin
Richelle Atibula	Parola	22.11.2022	Sari-Sari-Besitzerin

Anhang II: Interviewleitfaden

Introduction and presentation of the interview conditions and formalities

- Brief introduction of the content of the research.
- Is it okay if I record the interview with my cell phone?
- In general, this is all voluntary – that is, you only say what you want, can stop at any time or end the interview and do not have to say anything you do not want.
- If there are things that you have told in confidence and should therefore not appear in this thesis, they will of course remain confidential and will not be used. You can tell me during or after the interview. I can also send you the transcript of our conversation so that you can review it before I use any quotes from it.
- Would you like to remain anonymous or can I use your name unchanged in the thesis?
- Do you have any more questions?
- If everything is clear and it suits you, I would start recording now.

Biographical part:

- Name, Age, where are you from?
- What's your employment?
- Important facts about you?
- How much money do you have available for you/ your family per month? For how many people?
- How big is your family/ household?
- What are your hobbies?
- Do you have animals?
- What's the religion in your family? Do you believe in God?
- What's the work of your children/ parents/ husband/ wife ?
- What's your daily food/ favorite food?
- Since when do you live here? When did you/ your parents build up this house?
- What are your dreams? What do you wish for your future?
- Do you have any struggles (could also be illnesses) in life?

Tingi-Questions:

- What means Tingi to you?
- How do you feel about Tingi? I.e. is it practical for your life?

- What kind of tingi products do you use/ consume?
- Are they all wrapped in plastic?
- Could you also buy these products not in sachets? In bigger portions?
- Could you afford to buy in bigger portions/ wholesale?
- How many Tingi products per day?
- Favorite Tingi product?
- Culture? You think it's culture?
- Reuse the sachets?
- How much money per day for Tingi?

Changes in sachet consumption:

- Did you experience any changes in terms of Tingi / your sachet consumption? First Sustainable then plastic.
- Did you experience any changes in terms of the general sachet consumption in your area?
- Since when were Tingi Products in Plastic? Or has it always been like that?

Future perspectives:

- How do you imagine the Tingi Culture in the future?
- Will it change?
- Do you have any wishes in this regard?
- Should we go back to the sustainable version of Tingi Culture?
- Can you imagine a life without Tingi?

Anhang III: Ausschnitte aus Interview Transkripten

Interview Ausschnitt 1

Interview mit der Organisation GAIA vom 15.11.2022, aufgezeichnet in TriNoma Mall,

Gesprächspartner:innen: Sherma Benosa und Archie Abelar.

00:08:58

Larissa Henke: And how did you come up with the topic about sachets or 'Tingi'? And like, what is your personal or like, what does 'Tingi' personally mean to you?

00:09:10

Sherma Benosa: So when we came up with the research, we knew that it was because of the zero waste citys work. So we have the zero waste citys work. The zero waste cities work, It is really helping cities become zero waste. There is this law in the Philippines that mandates us the right way of managing waste, but it is not being implemented, basically. They are finding it hard to implement because local governments tend to approach a problem in a centralized way instead of decentralized way as mandated by the law. So, uhm, so there's this zero waste cities project. In Philippines usually, India and Vietnam? No?

00:09:53

Archie Abelar: Indonesia.

00:09:53

Sherma Benosa: So we're. Yeah, we're helping cities become zero waste. Basically just implement the law. And in cities we have model cities already. And in these model cities we have realized that the problem that what hinders cities from becoming fully zero waste, even if they have good waste management system, is the plastics. And these plastics are single use plastics. And when you look at the single use plastics, you say either single use plastic bags - used for shopping, packaging and all that styrofoam, straws. And then there's the sachets and sachets is one of the biggest problems that we're seeing because it's embraced by the people.

00:10:38

Sherma Benosa: It, you know, uhm, again, the marketing arm of the, the corporations are really very good, because they, they realize that poor people cannot buy these things. So they were bringing their cups. They were bringing this things to the Sari Sari Store to buy what, what, just what they knew. And instead of, you know, making, scaling up that kind of culture, they realize "oh, come to think of it, we can use sachets" and then these people can afford this, this product that we have in a smaller quantity. And so sachets came about and we realized that the problem was so big that, that it's already part of the culture. And if we don't arrest it, then the cities, even if they had good management system, will not be able to, will not be able to really become zero waste. The problem is still there. So, so we have to arrest it. So we have to really expose what these problems are. So the first thing that we did was the plastics exposed publication we, we focused on. Again, actually when we, when we conducted the waste assessments and brand audits, the materials that we audited, were actually sachets in the Philippines, mostly sachets because they're really pervasive. You just see it everywhere.

00:11:59

Larissa Henke: Yeah, everywhere.

00:12:02

Sherma Benosa: The brand, the branding.

00:12:03

Larissa Henke: The branding, I also found that part like super interesting.

00:12:06

Sherma Benosa: So when we did, it was sachets that we really, we really awarded (outwarded?) them. And then we realized also that exposing the, the preparations is not enough. So we we come up with this follow up and sachet economy to really discuss, okay, so this is a problem. This is what's going on. Uhm, if we keep doing this, this will be, this will, this will become even bigger problem. Then we'll not be able to manage it. So, so, so we, we, we showed this study, we showed that, hey, this is how much single, how much sachet we're producing. And this is how much it would be like if we keep doing it. And these are the solutions being there right now. Solutions for none solutions we're done right now. And then we, we argued against some of the supposed solutions and then we showed what can we do? So the recommendations on PPR. Recommendations on reduction. Because the sachets cannot be managed. So you really have to reduce it. And so that's where the 'Tingi culture' comes in. Because we realized that the MCGs (Thep MCGs) capitalized or, it's not really capitalize, eh. It's like you use it. So what's the term again? It's not capitalize

00:13:33

Larissa Henke: But I think capititalize is even fitting.

00:13:36

Sherma Benosa: Ya, Okay. So, so they caught and adopted that the culture and brought in sachets. Because then they knew that people will still buy it because that's how they can access the brand and that's also how they can bring the brands to even the barrio because it's very light, you know, it's easy to transport very small.

00:14:01

Archie Abelar: To position their names even in the lower section of

00:14:07

Larissa Henke: Yeah.

00:14:08

Sherma Benosa: So that's how they got there. And so they saw that there is big opportunity there. So that's why the 'Tingi culture', they were able to really play around it really well and got the, the culture into the system. And and that's also why we're fighting back with, okay, so this is our team culture. This is what we have. This is what we are. What can we do? Maybe let's go back to the system. So that's part of the recommendations that, you know, some of the solutions actually are, are things that we have been doing before. The reuse system that we are producing as saying now, it's actually been part of the culture before, the refill system has been, been there before. Like, for example, if you want to buy something, you have this solution. Or even well, this is a bad example, but this is the example that I can remember, when we were young. Coke would be in glass bottle. So when you buy in Sari Sari Store, you bring your glass bottle and then you get. The milkman also used to be in. So this, this system has been there before. You just have to revisit, we just have to go back again to those systems that way. But we do recognize that it's really going to be very difficult now because, now we're, we're, we're really very much into the convenience thing. With both the the narrative of convenience that, that it's going to be problematic. But but it's been there, you know, it's just a matter of time.

00:15:44

Larissa Henke: But it was sustainable, actually.

00:15:47

Sherma Benosa: So so that's why we came here about.

Interview Ausschnitt 2

Interview mit einer Slumbewohnerin vom 17.10.2022, aufgezeichnet in Payatas,
Gesprächspartnerin: Mary Cris Daquis Soltes.

00:18:31

Larissa Henke: Okay, now some Tingi Tingi questions. Like what means Tingi to you?

00:18:37

Mary Cris Daquis Soltes: Tingi for me is a culture of a Filipino that it's a long time ago. It's a very, very long time ago.

00:18:47

Larissa Henke: So you really feel like it's a culture?

00:18:49

Mary Cris Daquis Soltes: Yeah, it's a culture, It's a culture. Sometimes you, uhm. When I was young, when we were buying some oil, cooking oils, we we buy Tingi. Just I remember that one scoop, scoop of, ano, cooking oil is a 50 Cents, 50 Cents, and Mama will give me 1 Peso to buy two scoops of, ano,

00:19:22

Larissa Henke: Cooking oil?

00:19:22

Mary Cris Daquis Soltes: Cooking oil. It's always the cooking oil. We always this is always essential for cooking and soy sauce, vinegar and even salt. It's Tingi. I think it's in the culture of the Filipino na. That's for for me, because we are, diba, we are, we are, they, they saying that they are poor country. They were. We don't, we don't, uh, we don't afford, we don't afford wholesale, because it's when you, when you buy wholesale diba? You, you bought a big, big one and that, that whats ordinary family can't do because wholesale is, uh, ano, you can. You have to, ano, save, uh, they have, you spend a lot of money for, ano, for buying a wholesale, but not in a in a tingi. You can buy a little, little thing that you, little thing like cooking oil, soy sauce. You buy a lot different different spices in a tingi, in a tingi way. But when, when you buy, when you buy wholesale, you just, you just buy one, ano, spice. You just want. Imagine when you buy one, one gallon of, one gallon of cooking oil, you just buy one gallon. How about, how about any, ano, any spices, diba? You have to, you have to need, you need to, ano, you need to, you need to buy suka, soy sauce for everything in your, ano diba, dishes. Or imagine if you buy one gallon. Oh. What ano? What? What? What's left for the other spices if you buy for the one gallon, uh, oil? You, They left ano, that's, that's why you have to buy it, ano portion it. Portion portion. Little by little, tingi by tingi. So you can buy all the spices. It's a win win situation, diba? Yeah, but now it's still. It's still ano I think it's more, ano, it's, it's more tingi now than before because it's anyway the, the inflation it's really worst nowadays. That's, that's why we have also tingi pa until now, till, till this day. Today we have more tingi tingi tingi tingi. Even beauty products is tingi tingi tingi. Creams tingi. You can buy it in sachet. Shampoo and conditioner buy it in tingi. Facial cleanser, it's in tingi. They, they're like in a small small packaging like that. Moisturizer tingi. You can buy it in a beauty store in the, in the Philippines. Tingi. Even Cottons. Tingi tissue paper. Where you can buy it in tingi. Name it. They, we have tingi here.

00:22:43

Larissa Henke: Everything.

00:22:44

Mary Cris Daquis Soltes: Everything you have tingi.

00:22:47

Larissa Henke: But what's your favorite tingi product or like products?

00:22:52

Mary Cris Daquis Soltes: Uh, my favorite product tingi: The shampoo.

00:22:57

Larissa Henke: The shampoo (laughing)

00:22:58

Mary Cris Daquis Soltes: It's because it's essential, diba? Yes. You don't have to carry the, the whole bottle of shampoo, you have to bring.

00:23:09

Larissa Henke: I also found that really convenient.

00:23:11

Mary Cris Daquis Soltes: It's convenient as well, diba? It's a bit more, you don't have to spend more space in your bag na to put a little, a big bottle of shampoo. Just 2 sachets is enough, diba? Toothpaste, you can buy.

00:23:29

Larissa Henke: Ah toothpaste also?

00:23:30

Mary Cris Daquis Soltes: Yes, but I, I prefer not to buy tingi toothpaste because it's, ano, it's not practical for me because we consume a lot of toothpaste. I enjoying, ano, tooth brushing my teeth with a lot of toothpaste. When you buy tingi in toothpaste, it's very small portion. It's like even just a day. Just a day. That's why I bought it in the tube. So that's why we consume it, like month like that. That's, that's it.

00:24:14

Larissa Henke: But like, when you were young, was tingi, tingi was not yet in plastic?

00:24:21

Mary Cris Daquis Soltes: Yes, there were. There were, but not more like on plastic. You have to bring bottle. Like, for example, soy sauce, the vinegar, the oil; you have to bring, ano, and then when you buy a rice in the store. You have to bring the, ano, the, uh, your own, your own bag. When you buy, like for example, five kilos of rice, you have to bring your, ano, your bag. They don't have plastic, they don't have plastic talaga. And then the, ano, the fish, they don't have, they just when they are now kilo and they were like putting it in a kilo, they were just like putting into the, ano, the basket, the tomatoes, the, ano. That's why they like more mixing it in the one basket before. That's why we, my mama bring a lot of containers before we to separate it, to separate the the fish so that the fish won't go, ano diba? Like they were like spoiling the, you know, the texture of the the meat and the fish and then especially the tomato, it will ruin the freshness of the tomato when you buy it. That's why we, we bring like small cans like that. And I was just a little. But now everything is in the plastic. It's really, ano, when like for example, when I go to market when I got home, I bought a lot of plastic. Even if, I even if I bought an eco bag.

00:26:21

Larissa Henke: In the eco bag, there is all the plastic.

00:26:23

Mary Cris Daquis Soltes: There are lots of lots of plastic. When they are, ano, vendors are. Even if sometimes I refuse it: "Ate don't go, don't put in a plastic. I have a bag". They just, ano, just like automatic. They putting it in in the, ano, right away. Yeah. Uhm, plastic bag in small plastic bags. And sometimes you have. And then when you're refusing it: "why??" They were like, No, uh, big question. Why you're not, ano, you're like, don't like plastic. Are you an activist like that? They were just thinking about it like that. I go, No, I'm just love Mother

Earth. Let's save the earth. I was just like joking to them. But it's, that's the point, diba? You have to save the, ano, save our nature because of the plastic. It, it has a lot of the tingi, it has, it pollutes a lot. When, when I was, when I am growing up, I, uh, I noticed a lot of changes when I was a little. There's no plastic when I was when when we're, when we're playing, there's no plastic. Like, there's a lot of, ano, appealing fruits, the fruits, the the peel of the fruit, like bananas and Lanzones. And so it's it's everywhere, but no plastic. Like that. That's that. That's the only touch we we, I notice. But when I grow mature, then plastic, so much plastic, it pollutes our, ano, surroundings. It's too much plastic nowadays.

Interview Ausschnitt 3

Interview mit einer Lehrerin der Organisation Puso sa Puso vom 17.10.2022, aufgezeichnet in Parola, Gesprächspartnerin: Angel Miralles.

00:06:27

Larissa Henke: But don't you, I mean, I'm totally alright with that and it's a really good point. But don't you think tingi was already there before we had, like companies like using tingi?

00:06:42

Angel Miralles: Maybe, but not that, not that famous. Because back then, living in 80s, 90s or maybe 70s, we have already tingi in the Philippines. We are covered it in the banana leaves and then we have a bottles of small bottles if you want to buy vinegar or Soy sauce, but if you ask me what? It's more, maybe it's more convenient if we go back on that kind of system than this, because company doesn't realize how plastic made our world. Because a single plastic can live 500 years or a century. For me it's bad, it's bad because it's, uhm, it's, it's a long term process of waste. Because a single use, you can't recycle that, you cannot use it, you cannot give another life on that kind of plastic. So if you ask me, it's good or not, it's good or not? It's not. But the, uhm, and if you ask me again, if we are living on that kind of situation back then? Yes, we're living, but it's more convenient and more sustainable.

00:08:20

Larissa Henke: But what do you mean with "back then"?

00:08:21

Angel Miralles: Back then means, uhm, our ancestors use it, diba? Our ancestors, you are because you are foreigner. Our ancestor was using, uhm, more sustainable, uhm, sustainable packaging, I guess, packaging.

00:08:39

Larissa Henke: Did your family tell you about it or did you experience it your own?

00:08:43

Angel Miralles: Uhm, there are sinnable things like if you buy sweet delicacies of ours - with, uh, there's a sweet delicacies that we called "suman". Its rice, it's a rice, glutinous rice made of sugar and like.

00:09:06

Angel Miralles: (someone knocking the door) Pumasok ko.

00:09:09

Larissa Henke: Hello.

00:09:12

Angel Miralles: Yeah, like a glutinous rice with sugar and then it will steam. And the packaging of that Suman was a steal, a banana leaves.

00:09:32

Larissa Henke: That's true. I mean there's still a lot of products actually packed in banana leaves, like the sticky rice and stuff.

00:09:43

Angel Miralles: (talking to some students about if they want to be interviewed after Angel)

00:10:16

Angel Miralles: It was assignable in in our times, but not that, not that famous, not that..

00:10:28

Larissa Henke: You mean the tingi word in, like, in like..?

00:10:32

Angel Miralles: I mean, the banana leaves. We are actually using it, but not all the time. In in some specific product na lang.

00:10:42

Larissa Henke: But how do you know, for example, about the bottles to, like, did your, I don't know, family tell you about that?

00:10:50

Angel Miralles: Yeah, yeah, yeah.

00:10:51

Larissa Henke: So are they kind of like complaining now about the plastic or like how did the topic came up in your family?

00:11:00

Angel Miralles: Uh, we're, we love watching documentary stories about specific concern like, like that. So my family was, yeah, love documentary stories and then if you watch, if you,

00:11:15

Larissa Henke: But mean the YouTube stuff?

00:11:16

Angel Miralles: the YouTube stuff, or in the TV. Yeah, and then that's the, the, the story starts. Back the tingi, before like, before we are living in a, we use sustainable like banana, banana leaves, bottles and not like this time it's too much plastic, it's too much garbage. Like that's the story goes on.

00:11:46

Larissa Henke: But are you using tingi products?

00:11:51

Angel Miralles: Yes, I'm using tingi products.

00:11:53

Larissa Henke: What products?

00:11:56

Angel Miralles: In soap, shampoos, like that.

00:11:59

Larissa Henke: So you're not buying them in wholesale?

00:12:03

Angel Miralles: It depends, it depends on the budget, my money I have. If I have above budget, I can buy the bottle of shampoo, but if I don't, I will just buy the sachet. It depends, case to case basis.

00:12:20

Larissa Henke: And but like per day, do you have like a, like a specific number of tingi products you're using or it's like everyday different or?

00:12:32

Angel Miralles: I just use one sachet for my shampoo and then I will buy the - nothing. Just, just a shampoo because I have a huge block of soap for my body and that's it.