

Zeitschrift: Schweizer Revue : die Zeitschrift für Auslandschweizer
Herausgeber: Auslandschweizer-Organisation
Band: 19 (1992)
Heft: 1

Artikel: Informationskampagne Abfälle : Lösungen vor Ort gesucht
Autor: Schärer, Thomas
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-910377>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 05.02.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>



Lösungen vor Ort gesucht

Seit Anfang 1991 bis Ende 1994 führt das Schweizerische Umweltschutzamt (BUWAL) in der gesamten Schweiz eine Informationskampagne über Abfälle durch. Zwei Ziele werden damit verfolgt: Der Bevölkerung werden einerseits Zusammenhänge zwischen Produktion, Konsum und Entsorgung von Gütern aufgezeigt; im Dialog mit der Wirtschaft sollen andererseits Möglichkeiten zur abfallarmen Produktion von entsorgungsfreundlichen Gütern ausgeschöpft werden.

Eine stark auf den Konsum ausgerichtete Gesellschaft und der hohe Lebensstandard haben in der Schweiz zu akuten Abfallproblemen geführt. Deshalb hat sich der Bundesrat für eine vierjährige Informationskampagne entschieden. Damit können die Anstrengungen der Kantone und Gemeinden, die Abfallmengen zu senken, unterstützt werden. Eine im Frühjahr 1991 durchgeführte gesamtschweizerische Befragung hat gezeigt, dass bei der Bevölkerung ein breites Bewusstsein für Abfallfragen besteht. Über zwei Drittel sind sich klar, dass eine Lösung der Abfallprobleme ohne persönliches Engagement jedes Einzelnen nicht möglich ist. Allerdings glauben immer noch viele, dass nur die Verpackungen ein Problem darstellen.

Schwerpunkt 1:

Zusammenhänge aufzeigen

Dass dieses Bild nicht vollständig ist, zeigt die Betrachtung des Lebenszyklus' eines Produktes: Bereits bei der Rohstoffgewinnung und Herstellung eines Gutes entstehen Abfälle. Auch beim Einkauf können Abfälle vermieden werden, indem abfallarm hergestellte, reparierbare und entsorgungsfreundliche Produkte berücksichtigt werden. Eine seit Februar 1992 eingesetzte Wanderausstellung an Messen und in Gemeinden der ganzen Schweiz vermittelt Wissen und Tips zu diesen Aspekten. Mit verschiedenen TV-Spots ist die Schweizer Bevölkerung auf Möglichkeiten zur umweltgerechten Entsorgung und zum abfallarmen Einkauf aufmerksam gemacht

worden. Mitte 1992 startet eine Werbekampagne, die die Bevölkerung zu qualitätsbewussterem Einkaufen animieren soll.

Die beste Information: immer vor Ort

Keine Information geniesst eine solche Glaubwürdigkeit wie diejenige im nächsten Umfeld des einzelnen Menschen. Deshalb kommt der Informationstätigkeit der Kantone und Gemeinden eine grosse Bedeutung zu. So kann auf die spezifischen Probleme vor Ort optimal eingegangen werden – ein Vorteil der föderalistischen Struktur der Schweiz. Jeder Kanton erhält für seine Informationsarbeit einen Grundbeitrag von 30000 Franken sowie abgestuft nach Finanzkraft zwischen 20 und 40 Rappen pro Einwohner. Eine Aktion wird in der Regel zu einem Drittel vom Bund getragen, der Rest muss durch Dritte (z.B. Gemeinden) aufgebracht werden. Unter dem Dach der Abfallkampagne können so örtlich abgestimmte Lösungen des Abfallproblems verwirklicht werden. Mit dem Bulletin «Abfälle-Inside» und an Informationsseminarien orientiert die Projektleitung jeweils die Mitbeteiligten der Kampagne.

Schwerpunkt 2: Dialog mit der Wirtschaft

Mit der Wirtschaft wird ein breiter Dialog angestrebt. Es ist allerdings nicht möglich, für die verschiedenen bestehenden Abfallprobleme einheitliche Lösungen zu finden. Jede Branche, in erster Linie die klein- und mittelbetrieblich strukturierte, muss einzeln angesprochen werden. Dieses Vorgehen ist zwar zeitintensiv, aber in einem kleinflächigen Land wie der Schweiz mit seiner föderalistischen Strukturen und seiner traditionell starken Verflechtung von Wirtschaft und Politik der einzig gangbare Weg. Mit dieser Unterstützung sind aber weder die Bevölkerung noch die Betriebe von ihrer Selbstverantwortung entbunden. Im Gegenteil: Die Lösung der Abfallprobleme in der Schweiz hängt davon ab, wie stark sich alle in dieser Frage engagieren.

Thomas Schärer, PR-Berater der Nationalen Abfallkampagne des Bundes



Beim täglichen Einkauf hat der Konsument durchaus die Wahl zwischen mehr oder weniger umweltbelastenden Verpackungen. Dabei spielt das Gewicht eine wesentliche Rolle: Sehr leichte Kunststoffverpackungen schneiden besser ab als solche aus Papier und Karton. (Foto: Istvan Akos)