

Informationskampagne Abfälle : Lösungen vor Ort gesucht

Autor(en): **Schärer, Thomas**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Schweizer Revue : die Zeitschrift für Auslandschweizer**

Band (Jahr): **19 (1992)**

Heft 1

PDF erstellt am: **22.07.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-910377>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern. Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

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)