



PET-LIFESTYLE: SEITE 5

«Ruhm und Ehre» aus
verfremdeten Flaschen



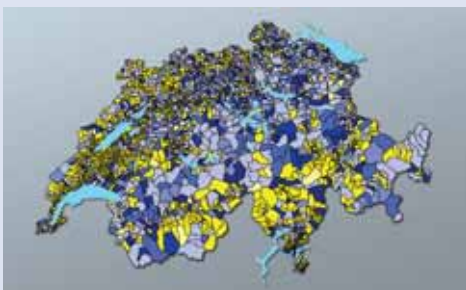
PET-BRENNPUNKT: SEITE 10

Schulaktion 2006



PET-INTERN: SEITE 8

12,5 Millionen mehr PET-
Flaschen gesammelt



PET-TREFFPUNKT: SEITE 11

Grosser PETflash-
Wettbewerb

«Was im Wohnzimmer stört, stört auch auf der Tribüne.»

Dieses Jahr startet zum dritten Mal die Anti-Littering-Kampagne, die PET-Recycling Schweiz und IGORA gemeinsam durchführen, mit dem Ziel, die Bevölkerung zu sensibilisieren und eine Verhaltensänderung herbeizuführen. Neu wird die Kampagne auf Takeaways ausgeweitet; durch Thekensteller und Deckenhänger soll die Kundschaft zum korrekten Entsorgen des Abfalls bewegt werden.

Seite 3

ANSCHREIBEN EINWERFEN 100'000.– GEWINNEN



Kleben Sie auf Ihre leere PET-Getränkeflasche eine Etikette mit Namen und Adresse. Oder schreiben Sie beides direkt auf die Flaschenetikette. Werfen Sie die Flasche beim nächsten PET-Sammelcontainer ein. So nehmen Sie automatisch an der Verlosung von insgesamt 100 x 1000 Franken in bar teil. Täglich vom 5. 6. bis 31. 8. 06. Je mehr Flaschen Sie einwerfen, umso grösser Ihre Chancen. Viel Glück. Teilnahmebedingungen und Gewinner unter www.petrecycling.ch



100 000 Franken zu gewinnen

> In den Sommermonaten führt PET-Recycling Schweiz einen grossen nationalen Wettbewerb durch. Zu gewinnen gibt es insgesamt 100 000 Franken. Und so funktioniert es: Name und Adresse auf die leere PET-Getränkeflasche schreiben und ab in den Sammelcontainer. Die beschrif-

teten Flaschen nehmen dann an den täglichen Ziehungen der Gewinner/-innen teil. Jede Flasche, die in den PET-Sammelbehälter geworfen wird, ist ein Gewinn für die Umwelt – und gleichzeitig besteht jeden Tag die Chance auf einen Gewinn von 1000 Franken.

Seite 6

Anti-Littering-Kampagne wird auch 2006 weitergeführt

Die diesjährige Anti-Littering-Kampagne hat zum Ziel, auf den Unterwegskonsum und das Litteringproblem im öffentlichen Raum hinzuweisen, speziell bei Veranstaltungen rund um die Fussballweltmeisterschaft, bei Openairkonzerten, -kinos und Schulen. Die Kampagne startet im Juni mit Fernsehspots, einem grossflächig angelegten Plakataushang und Massnahmen an Openairanlässen.

> An der Vorjahreskampagne beteiligten sich über 600 Städte und Gemeinden und appellierten mit 10 000 Plakaten für Sauberkeit auf Strassen und Plätzen. Auch dieses Jahr können Städte und Gemeinden wieder kostenlos Plakatsujets bestellen. Bereits jetzt zeichnet sich ab, dass die Kampagne auch erfolgreich verlaufen wird: Städte und Gemeinden haben bereits 9000 Plakate vorbestellt. Mit der Einführung des Verhaltenskodex des Schweizerischen Städteverbandes werden neu auch Takeaways und Imbissbuden an der Kampagne beteiligt. Eigens gestaltete Thekensteller und Deckenhänger, so genannte Rotairs, können kostenlos unter www.anti-littering.ch bestellt werden.



Kampagne gegen Littering: PET-Recycling Schweiz und IGORA sensibilisieren mit neuen Sujets und Slogans.

Weiter im Einsatz bleibt auch Urs Freuler als Anti-Littering-Botschafter, der in mehreren Schweizer Städten unterwegs

ist. Zur Verstärkung suchen IGORA und PET-Recycling Schweiz nach weiteren Anti-Littering-Botschaftern. □

Verhaltenskodex: gemeinsam gegen Littering

Wer in Bern und Basel littert, kriegt eine Ordnungsbusse aufgebrummt. Die Zürcher Regierung hingegen verzichtet (noch) auf Bussen und appelliert stattdessen mit Kampagnen an den gesunden Menschenverstand. Jetzt fordern verschiedene Schweizer Behörden auch von Verkaufsstellen und Eventveranstaltern mehr Mitverantwortung. Ein neu entwickelter Verhaltenskodex legt diese Mitverantwortung fest.

> Der Verhaltenskodex ist ein Instrument zur freiwilligen lokalen Kooperation zwischen Betrieb und Behörden für eine

saubere Umgebung und definiert die Zusammenarbeit zwischen Betrieb und Behörden. Massnahmen gegen das achtlose Wegwerfen von Abfällen auf öffentlichem Grund können auf diese Weise ohne Probleme koordiniert werden. Die Leistungen, die im Kodex zusammengefasst sind, betreffen die Kooperation in vier Bereichen: Infrastruktur, Reinigung und Entsorgung, Kommunikation sowie Abfallminderung. Zusammen mit Vertretern der Städte Zürich, St. Gallen, Luzern, Basel, der Stiftung PUSCH, dem Bundesamt für Umwelt und McDonald's hat die erweiterte Arbeitsgruppe Littering der Fachorganisation für Entsorgung und Strassenunter-

haltung Punkt für Punkt im Verhaltenskodex definiert. Städte und Gemeinden sind der Meinung, dass sich Littering nachteilig auf die Lebensqualität und ihr Image auswirkt. Die Bevölkerung wünscht sich saubere Plätze, Anlagen und Strassen. Dies ist auch ein Ziel der Behörden und ein Vorteil für die Wirtschaftsstandorte. Alex Bukowiecki vom Schweizerischen Städteverband bringt es auf den Punkt: «Der Verhaltenskodex soll helfen, dass sich Betriebe oder Eventveranstalter gemeinsam mit Städten und Gemeinden für einen sauberen öffentlichen Raum einsetzen.» □

Neue Pfandregelung in Deutschland ist teuer und umständlich

Siegeszug der PET-Flasche setzt sich fort

➤ Seit dem In-Kraft-Treten der neuen deutschen Pfandregelung für Einwegverpackungen von Getränken zum 1. Mai 2006 können die Konsumenten Dosen und Flaschen nicht mehr nur dort abgeben, wo sie gekauft wurden. Grundsätzlich ist jeder Detailhändler verpflichtet, alle Pfandverpackungen zurückzunehmen. Ausgenommen sind Kioske und kleine Verkaufsstellen. Das Pfand von 25 Cent pro Flasche oder Dose gilt nun für Wasser, Säfte, Erfrischungsgetränke, Bier und Alcopops – nicht aber für Milch, Wein und Spirituosen und auch nicht für alle Getränke in Kartonverpackungen. Die Rücknahmepflicht betrifft allerdings nur jene Gebindematerialien, die der Detailhändler selbst im Sortiment führt. Wer also Getränke ausschliesslich in PET-Fla-

schen verkauft, muss auch nur PET-Flaschen zurücknehmen. Um den Entsorgungs- und Handlingaufwand des zurückfliessenden Materials möglichst gering zu halten, werden die Detailhändler wahrscheinlich ihre Gebindevielfalt materialseitig reduzieren und weitgehend auf die pfandpflichtige Verpackungsart mit dem höchsten Marktanteil setzen: die PET-Flasche. So hat beispielsweise der Discounter Lidl keine Dosen mehr im Sortiment und bietet Getränke nur noch in PET-Flaschen an. Ausnahme: Bier wird sowohl in Glas als auch in PET-Flaschen angeboten. Etwa dreieinhalb Jahre nach Beginn der Pfandeinführung in Deutschland zeigt sich nun die von den Experten schon zuvor prognostizierte Sinnlosigkeit einer Bepfandung von Getränkegebinden. Der

damalige Umweltminister Trittin ist mit seinem Kampf gegen Einweggebinde gescheitert. Der Siegeszug der PET-Flasche setzt sich nun mit einer geringen Zeitverzögerung weiter fort. Dagegen entstanden volkswirtschaftliche Kosten in Höhe von etwa 1,5 Milliarden Euro, die in keinem vernünftigen Verhältnis zum ökologischen Ertrag stehen. Hinzu kommen mögliche Pfandbetrügereien in unbekannter Höhe, da die Kontrollmechanismen beim Pfand noch nicht ausgereift sind. Und nicht zuletzt ist das Zurückbringen der leeren Flaschen sowie deren Annahme und Verrechnung sowohl für Konsumenten als auch für Detailhändler umständlich und zeitaufwändig.

Dr. Dirk Schönrock
Fachjournalist, Luzern

Pfadiwettbewerb gegen Littering

Diesen Sommer kämpfen zwanzig Pfadigruppen mit selbst entwickelten Sammelkonzepten gegen das Littering an und um insgesamt 20000 Franken.

➤ Gecoacht von PET-Recycling Schweiz und IGORA (Genossenschaft für Aluminium-Recycling), säubern zwanzig Pfadigruppen im Rahmen des Wettspiels «Pfadis sammeln für Pfadis» öffentliche Anlagen von gelitterten PET-Flaschen und Aludosen. Dem Konzept und den Bedürfnissen entsprechend erhalten sie kostenlos Sammelsäcke, Container, Plakate und Informationsmaterial.

Ein lohnenswertes Engagement: Jede Gruppe erhält während der Aktion 2 Rapen pro gesammelte PET-Flasche oder Aludose. Im Herbst werden zusätzlich die zehn besten Konzepte auserkoren und mit je 2000 Franken in die Kasse belohnt. Ein willkommener Zustupf, den die Pfadis für Zelte, Übungen und Pfadilager verwenden.



Pfadis setzen sich mit dem Wettbewerb für die Umwelt ein und sind Vorbild für die Jugendlichen. (Bild: PPS Pfadibewegung Schweiz / Eiermann)

Bewertet werden die Konzepte nach Durchführbarkeit, Originalität der Aktion, Sammelerfolg, Dauer und persönlichem Einsatz der Pfadis.

Der Kampf der Pfadis gegen das Littering dient gesamtschweizerisch als Vorbild, besonders für die Jugendlichen, aber auch für die Erwachsenen. □

«Wir machen einen Weltrekord»

Wie um Himmels willen kommen PET-Getränkeflaschen zu Bühnenehren? Ganz einfach, weil die erfolgreichen Kabarettisten Ursus & Nadeschkin mit ihnen jeden Spielabend einen neuen Weltrekord aufstellen.

> Das Publikum kreischt entzückt und gehorcht der Anweisung von Ursus & Nadeschkin aufs Wort: «Ich habe eine rezyklierbare PET-Flasche auf dem Kopf und mache einen Weltrekord.» Kurz darauf balancieren grosse und kleine Zuschauer mit angehaltenem Atem die 0,5-Liter-PET-Getränkeflasche auf dem Kopf. Gleichzeitig versuchen sie mit allen zehn Fingern zu wackeln, ohne dass die Flasche von der wohlgeformten Frisur rutscht. Es zeigt sich, dass ungepuderte Glatzenträger eindeutig im Vorteil sind. Achtung, h-a-l-t-e-n, neuer Weltrekord! Eine Kamera bannt die Sensation aufs Bild, Stunden später ist es bereits im Netz. «Weltrekord» heisst auch das neuste

Programm, mit dem die liebenswürdigsten Streithähne der Schweizer Kabarettszene auf Tournee sind. Und bei jeder Vorstellung bringen Ursus & Nadeschkin zusammen mit dem Publikum den Weltrekord mit den balancierten Flaschen in neue Höhen. Geplant ist, dass er sich bis Ende Jahr aus 54 Einzelaktionen – sprich Aufführungen – zusammensetzen soll, bei dem 25 000 PET-Getränkeflaschen zum Einsatz kommen. Tourneepan siehe www.ursusnadeschkin.ch □

PET-Getränkeflasche auf den Kopf und frei mit den Händen wackeln: Ursus & Nadeschkin zeigen, was es für den Weltrekord braucht.



Sirup mit Geschmack von reifen Früchten

> Seit 1917 produziert die Meli Direkt AG nach traditionellen Verfahren ein grosses Sortiment an Getränken: Säfte mit und ohne Alkohol, Spirituosen, Tafelgetränke, Mineralwasser, Nektare, Konzentrate, Sirupe und Getränkegrundstoffe. Das Sirupsortiment in PET-Flaschen umfasst fünf verschiedene Geschmacksrichtungen: Cassis, Erdbeer, Grenadine, Himbeer und Holunderblüten. Ausserdem gibt es einen Himbeer-light-Sirup. Das gesamte Sortiment ist aus hochwertigen Rohmaterialien mit grosser Sorgfalt und aufgrund langjähriger Tradition und Erfahrung hergestellt. Besonderer Wert wird auf den typischen Fruchtgeschmack von reifen Früchten gelegt. □

Erfrischung ohne Zucker und Konservierungsstoffe

> Die Traktor Getränke AG hat an der Marketing-Trophy 2005 den zweiten Platz belegt und wurde für ausserordentliche und innovative Marketingleistungen ausgezeichnet. Innovativ war die Firmenidee nicht nur bei der Gründung 2003. Die Traktor Getränke AG hat heute – neben den Smoothies in vier Basisgeschmacksrichtungen und den saisonalen Fruchtmixgetränken – auch Lassis im Sortiment, das sind indisch inspirierte Joghurt drinks mit frischen Früchten. Seit diesem Sommer gibt es auch die Traktor-Bioschorle. Die Schorle besteht aus 60 Prozent Apfelsaft, 40 Prozent Mineralwasser aus Elm und einem Schuss Holunderblütensirup. Sie wird genau wie die anderen Traktor-Getränke ohne Zucker und ohne zusätzliche Farb- oder Konservierungsstoffe hergestellt. Die Traktor-Getränke können in Restaurants und im ausgewählten Detailhandel bezogen werden. □



«Ruhm und Ehre» aus verfremdeten Flaschen

Die Basler Künstlerin Maya Rikli benutzt für ihre Installationen gern Material aus dem Alltag, das in der Regel nicht für Kunstobjekte verwendet wird. Material, das unspektakulär, einfach und vielseitig verwendbar ist – eben wie PET-Flaschen.

> Für zwei ihrer Installationen hat Maya Rikli in mühseliger Arbeit PET-Getränkeflaschen gesammelt, gewaschen und je nach Verwendung zugeschnitten. Beispielsweise verwandelte sie für ihre erste Installation 1000 PET-Flaschen in Gedankenstränge. Zusammen mit einem Video stellte sie damit den Prozess der Ideenfindung visuell dar. Die Installation hiess denn auch: «Künstlerin sucht die Superidee».

Eine weitere Installation «Ruhm und Ehre» zeigte Maya Rikli zum 100-jährigen Bestehen der Aargauer Jahresausstellung. Von allen Künstlern, die je dort aus-



Der riesige leuchtende Körper aus PET-Flaschen ist die zweite PET-Installation, die Maya Rikli zeigt.

gestellt haben, hat sie die Namen an die Wände geschrieben. Die Installation erzählt die Geschichte von Erfolg und Erfüllung, aber auch von Misserfolg und Vergeben. Ein riesiger Körper aus hunderten von PET-Flaschenböden beleuchtet wie

ein Kronleuchter die Künstlernamen. Entstanden ist auch ein kleines Exemplar, das seither über dem Esstisch der Künstlerin hängt. Maya Rikli lacht: «Die Böden sehen doch aus wie Blumen, und das gefällt mir.» □

Basketball-Camp 2006



Das Gewinnerteam des letztjährigen PET-Sammelcontests. Jedes Kind hat einen kleinen Pokal erhalten.

Rund 800 Kinder und Jugendliche sammeln diesen Sommer PET, anlässlich des «24. NIKE Swiss Allstar Basketball Camps» in Zofingen und kämpfen um die beliebten PET-Sammlerpokale.

> PET-Recycling Schweiz beteiligt sich diesen Sommer mit einer Aktion ausserhalb des anspruchsvollen Trainings am «24. NIKE Swiss Allstar Basketball Camp» und sorgt mit dem PET-Sammelcontest für Spass und Spannung. Im Lauf der Woche werfen die Kids alle PET-Flaschen, die sie beim Training leer getrunken oder im Camp gefunden haben, in ihren Gruppen-Sammelcontainer. Das Team, das am Ende der Woche am meisten PET erbeutet hat, gewinnt das Wettbewerb. Jedes Kind des Gewinnerteams darf einen der beliebten Pokale mit nach Hause nehmen.

Um die rund 800 Kinder und Jugendlichen zwischen 8 und 19 Jahren zu unterstützen und zu coachen, wird neben den 80 Verantwortlichen der NBA-Assistent-Coach der Orlando Magics, Tom Sterner, da sein. Er wird extra einfliegen, damit die Kids von seiner langjährigen Erfahrung in individueller Spielervorbereitung und taktischer Spielplanung profitieren können.

NBA-Topverteidiger Raja Bell wird sein Team, die Phoenix Suns, kurz im Stich lassen, um die Kinder in Zofingen zu besuchen. Sie werden die Gelegenheit bekommen, mit Raja Bell Körbe zu werfen und so ein wenig NBA-Luft zu schnupern. Ein Autogramm des Stargastes ist ihnen auch jetzt schon sicher. □

Mehr Informationen unter www.swissbasketballcamp.com

«Anschreiben – einwerfen – gewinnen»

> Vom Juni bis August 2006 werden alle PET-Sammelbehälter zu Wettbewerbsurnen. Jede PET-Flasche ist ein Wettbewerbscoupon, und je mehr PET-Flaschen jemand beschriftet zurückbringt, desto grösser werden seine Gewinnchancen auf 1000 Franken pro Tag. Der Wettbewerb ist gezielt darauf ausgelegt, einen Anreiz zu schaffen, um die PET-Flaschen zur Sammelstelle zu bringen. Auch wenn nicht jeder zum Gewinner wird, lohnt sich der Gang zum PET-Sammelbehälter – der Umwelt zuliebe. Die Botschaft der Wettbewerbskampagne ist denn auch einfach: «PET ist ein Wertstoff, bring ihn zur Sammelstelle, dann wirst du belohnt.» Oder kurz gesagt: «Anschreiben – einwerfen – gewinnen!» Mit über 20 000 Sammelstellen und mehr als einer Milliarde PET-Getränkeflaschen pro Jahr ist die Voraussetzung für die Durchführung des Wettbewerbs ideal.

Parallel dazu führt PET-Recycling Schweiz zusammen mit IGORA wieder eine gross angelegte Anti-Littering-Kampagne durch. Ziel ist es, im Frühsommer die Bevölkerung zu sensibilisieren und auf die bestehende Litteringproblematik aufmerksam zu machen. □



Anti-Littering-Lernspiel für 14- bis 17-Jährige



Neige ich zum Littern? Antwort darauf gibt das speziell für Jugendliche konzipierte Lernspiel. Es deckt das eigene Entsorgungsverhalten auf, lässt den Spieler oder die Spielerin aber auch die Verantwortung für die Sauberkeit einer ganzen Stadt übernehmen.

> Das von der seecon gmbh in Zusammenarbeit mit der Universität Basel entwickelte Anti-Littering-Lernspiel zielt auf die Sensibilisierungs- und Verantwortungsebene der 14- bis 17-Jährigen auf Sekundar- und Gymnasialstufe. Das Spiel besteht aus einem Unterrichtspaket mit Plakaten und einer CD-ROM mit PowerPoint-Präsentationen und zwei verschiedenen Lernspielen. Die Jugendlichen können sich damit fundiert mit der Problematik und den Ursachen des Gesellschaftsphänomens Littering auseinandersetzen. Zudem lernen sie, welche Rolle sie selbst darin spielen. □

Das erste der beiden Lernspiele zeigt den jungen Leuten, wie ihr eigenes Verhalten das Entstehen von Abfall beeinflusst. Sie können beispielsweise den wöchentlichen Unterwegskonsum in den PC eingeben, aber auch, wie stark sie auf Massnahmen zur Litteringreduktion reagieren würden. Ein Programm berechnet daraufhin die Abfallmengen und den gelitterten Anteil. Im zweiten Spiel übernehmen die Schüler das verantwortungsvolle Amt des Bürgermeisters einer fiktiven Stadt namens Littering und müssen in dieser Rolle die Stadt mit einem Budget von 10 000 Talern sauber halten. Dafür stehen verschiedene Massnahmen zur Verfügung, die unterschiedlich gewichtet eingesetzt werden können. Das Unterrichtspaket gibt's in deutscher und französischer Version und ist kostenlos erhältlich unter www.petrecycling.ch unter der Rubrik Schulplattform. □

Bahnen RM und BLS sammeln PET

Das Sammelnetz im Mittelland ist noch engmaschiger geworden. Seit Mitte Mai 2006 verfügen alle 24 bedienten Bahnhöfe der RM Regionalverkehr Mittelland AG und 12 Bahnhöfe der BLS Lötschbergbahn AG über PET-Sammelstellen. Weitere Standorte werden geprüft.

➤ Der auf Mitte Jahr geplante Zusammenschluss der beiden Bahnunternehmen RM Regionalverkehr Mittelland AG und BLS Lötschbergbahn AG zur neuen BLS AG zeigt schon im Vorfeld Gemeinsamkeiten. Jeder der 24 bedienten Bahnhöfe der RM wurde mit blauen PET-Metallcontainern ausgerüstet, auf dem Streckennetz der BLS kamen nochmals 12 Bahnhöfe dazu. Insgesamt konnten 40 Container neu platziert werden. Zusätz-

«Einerseits leistet die RM damit einen Beitrag zur umweltgerechten Entsorgung von Abfällen, andererseits sparen wir effektiv Geld, weil mit dieser Dienstleistung weniger Kehrlichtgebühren anfallen.»

lich sind Büros, Baudienstmagazine und Werkstätten mit PET-Sammelbehältern aus Kunststoff bestückt worden. Die Bahnunternehmen wollen weitere Standorte prüfen.

Gemäss Hochrechnungen von PET-Recycling Schweiz landen dank der neuen Sammelplätze jährlich 4,7 Tonnen oder 150 000 Flaschen PET zusätzlich in der Wiederverwertung und nicht mehr im Abfall. Bewirtschaftet werden die Behälter vom Clean Team der RM, das das Material auf vier Standorte zusammenführt, sodass die bestehenden Logistikwege optimal genutzt werden können.

«Die PET-Sammelbehälter entlasten uns massiv», freut sich Bruno Jaun, Leiter Bahnhöfe der Regionalverkehr Mittelland AG. «Einerseits leistet die RM damit einen Beitrag zur umweltgerechten Entsorgung von Abfällen, andererseits sparen wir effektiv Geld, weil mit dieser Dienstleistung weniger Kehrlichtgebühren anfallen.» Der Start der Sammlung wird von verschiedenen Kommunikationsmassnahmen wie z. B. Plakatwerbung begleitet. Geplant ist auch, auf einzelnen grossen Bahnhöfen Getränke in PET-Flaschen mit dem aktuellen Wettbewerb zu verteilen, bei dem es 100-mal 1000 Franken zu gewinnen gibt. □



Zugpassagiere der RM Regionalverkehr Mittelland AG und der BLS Lötschbergbahn AG können jetzt PET-Getränkeflaschen direkt an 36 Bahnstationen entsorgen. (Bild: RM)



Alle SBB-Grossbahnhöfe ausgerüstet

Good News von den 23 Grossbahnhöfen der SBB: Die von PET-Recycling per Frühling 2005 geplante, dann von der SBB auf Ende 2006 verschobene Ausrüstung mit PET-Sammelbehältern ist abgeschlossen. Seit 1. Juni 2006, also rechtzeitig zu Beginn der heissen Saison, fangen in den Grossbahnhöfen rund 100 Container die leeren PET-Getränkeflaschen auf. Hochrechnungen von PET-Recycling haben ergeben, dass auf diese Weise pro Jahr 1 Million Flaschen zusätzlich gesammelt werden kann.

12,5 Millionen mehr PET-Flaschen gesammelt

Die Branchenorganisation PET-Recycling Schweiz – ihr gehören 85 Prozent der Schweizer Getränkeproduzenten, Importeure, Abfüller und Detaillisten an – hat im vergangenen Jahr 12,5 Millionen mehr PET-Getränkeflaschen gesammelt als 2004. Dies entspricht einer Zunahme von 500 Tonnen. Damit konnte die Recyclingquote bei 78 Prozent gehalten werden.

> Trotz deutlicher Steigerung der Sammelmenge ist leider zu befürchten, dass einmal mehr die Selbstentsorger, wie Denner, Aldi und Otto's, die sich nicht am Service public der Branchenorganisation beteiligen, die Quote insgesamt unter die gesetzlich vorgeschriebenen 75 Prozent reissen. Die definitive nationale Quote wird vom Bundesamt für Umwelt voraussichtlich Ende Juni 2006 veröffentlicht.

Erfolgsfaktor liegt beim Service public

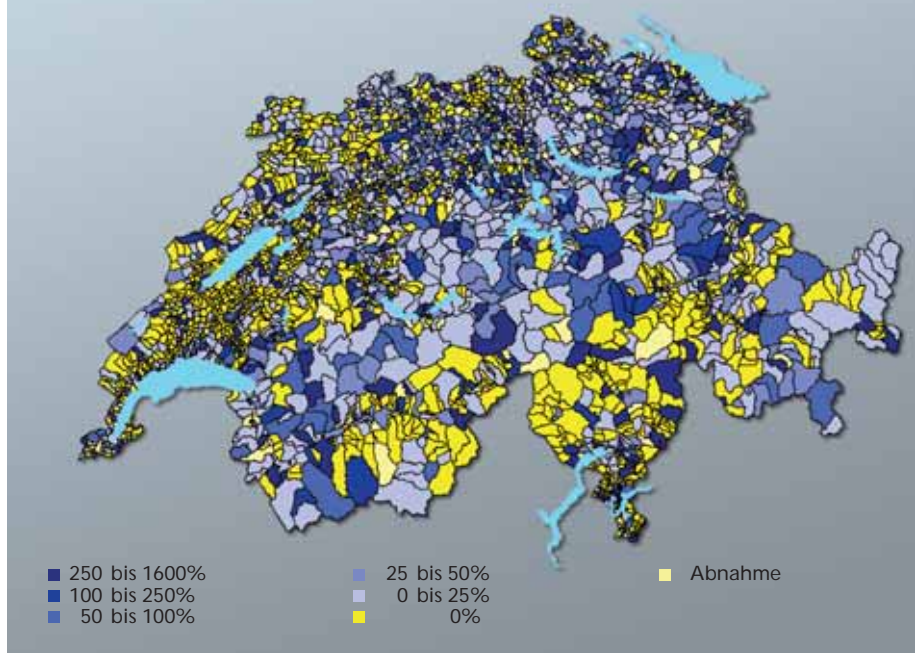
Sammeln im Handel allein genügt nicht. Der landesweite flächendeckende Service public, also die Sammlung ausserhalb des Handels, ist wichtigster Erfolgsfaktor für das Erreichen der gesetzlich vorgeschriebenen Sammelquote von 75 Pro-

Die Sammlung ausserhalb des Handels ist wichtigster Erfolgsfaktor für das Erreichen der gesetzlich vorgeschriebenen Sammelquote von 75 Prozent.

zent. Denner lobt und anerkennt inzwischen die Leistung von PET-Recycling Schweiz. Ausserdem laufen Verhandlungen mit Denner zur finanziellen Beteiligung am Service public. Leider sind weder Aldi noch Otto's gesprächsbereit. Sie hinken weit hinter der Quote her und beteiligen sich nicht an der Lösung von PET-Recycling Schweiz.

Der Service public besteht heute aus einem Netz von über 15 000 Sammelstellen, die u. a. in Sportanlagen, Büros und auf Bahnhöfen unter Federführung von PET-Recycling Schweiz betrieben werden.

Zunahme an freiwilligen Sammelstellen



Allein im Jahr 2005 hat die Anzahl der freiwilligen Sammelstellen in der Schweiz um 20 Prozent zugenommen.

Allein dieses freiwillig betriebene Sammelstellennetz wurde im vergangenen Jahr um 2800 Sammelstellen respektive um 20 Prozent ausgebaut. Bereits heute erreichen 80 Prozent der Haushalte die nächste Sammelstelle in weniger als zehn Minuten. Für das erste Quartal 2006 kann PET-Recycling Schweiz im Vergleich zum Vorjahr eine Zunahme der Recyclingmenge von 9 Prozent verzeichnen.

Grosserfolg mit Schulkampagne

Die Schulkampagne 2005 war ein grosser Erfolg. Heute werden zusätzlich 400 000 Personen im Schulbereich erreicht. Die

Im Unterwegs- und Freizeitkonsum fallen immer mehr PET-Getränkeflaschen an, die Sammelquote beim Unterwegskonsum liegt bei knapp 50 Prozent.

Aktion wird daher wiederholt durchgeführt. Im Unterwegs- und Freizeitkonsum fallen immer mehr PET-Getränkeflaschen an, die Sammelquote beim Unterwegskonsum liegt bei knapp 50 Prozent. Um die Quote zu steigern, führt PET-Recycling Schweiz in den Sommermonaten einen grossen nationalen Wettbewerb durch (siehe Seite 6). □

PET-Sonderschau im Verkehrshaus der Schweiz

An der diesjährigen Sonderausstellung im Verkehrshaus der Schweiz (VHS) ist PET-Recycling Schweiz prominent vertreten. Und gehört zu den Tops unter den vorgestellten Verkehrsinnovationen made in Switzerland.

➤ «Top oder Flop? – Verkehrsinnovationen made in Switzerland» heisst die diesjährige Sonderausstellung im VHS. Schwerpunkte sind weltberühmte und vergessene Innovationen international tätiger Schweizer Unternehmen, aber auch Kreationen unbeeirrter Erfinder und Tüftler. Zu sehen sind die spektakulärsten Tops und Flops aus dieser Schatztruhe. Acht namhafte Gastfirmen begleiten die Ausstellung und präsentieren ihre Leistungen und Projekte zu Mobilitätsthemen.

Unter den zahlreichen Bewerbern wurde PET-Recycling Schweiz ausgewählt. «Mit



PET, PET und nochmals PET an der Sonderausstellung im Verkehrshaus Luzern. Durch die kreuzförmige Öffnung in den Harassen führt der Weg direkt zu den vier Meter hohen PET-Pressballen. Die PET-Einwurföffnungen rechts vom Kreuz gehören zum Recyclingspiel. (Bild: Verkehrshaus Luzern, Stefan Wäfler.)

ihren bisherigen Leistungen gehört PET-Recycling Schweiz klar in die Kategorie der Tops und ist eine interessante Bereicherung für unsere Sonderausstellung», begründet Beat Heuberger, Leiter Marketing + Partnerschaften VHS, den Entscheid. Top ist deshalb auch der Auftritt: Gleich beim Eingang des beliebten Luzerner Ausflugsziels steht unübersehbar ein vier Meter hoher Turm aus gepressten PET-Getränkeflaschen, ein paar Schritte weiter bedecken Pläne mit den PET-Sammelstellen in den grössten Schweizer Städten den Boden. Genau hinschauen lohnt sich, denn die Exponate sind Bestandteil eines Wettbewerbs, bei dem man tolle Preise gewinnen kann. Dazu gibt es ein Recyclingspiel und viele Informationen. Die Sonderschau läuft noch bis 22. Oktober 2006. □

Neuer Webauftritt: übersichtlich und schnell

Wo befindet sich die nächste Sammelstelle? Wie funktioniert die Anmeldung für eine freiwillige PET-Sammelstelle? Wie unterstützt PET-Recycling Schweiz die PET-Sammlung an einem Dorffest oder Grümpeltturnier? Detaillierte Informationen zu allen Fragen sind auf der neuen Website www.petrecycling.ch zu finden.

➤ Frisch und informativ ist der neue Internetauftritt von PET-Recycling Schweiz. News werden auf der Homepage laufend aktualisiert. Die Gestaltung der Website ist übersichtlich, die Bedienung funktional, und wichtige Informationen – z. B. zur Lage der nächsten Sammelstelle oder zum zuständigen Abholpartner – lassen sich dank der einfachen Suchfunktionen leicht finden. Je nach Informationsbedarf kann der gewünschte Artikel schnell aufgerufen werden und man kann sich einen kurzen Überblick über das Sammelstellennetz, das Behältersortiment, das PET-Sammeln oder die neue Schulkampagne verschaffen. Für die di-

versen Informationsbroschüren, Unterrichtsmaterialien oder Plakate erfolgt die Bestellung neu online. Die Webpages bauen auf Kurzinformationen auf. Ausführlichere Erläuterungen können als ganzes Dokument heruntergeladen werden. Für weiterführende Informationen zu verwandten Themen befinden sich Links auf der rechten Seite der Webpage. Die Website verfügt, neben nützlichen Details rund um die PET-Sammlung, auch über eine ausführliche Schulplattform. Praktische Beispiele aus dem Schulalltag, Unterrichtsmaterial und auch eine Seite speziell für Schüler und Schülerinnen sind aufgeschaltet. □



Die neue Website bietet die Möglichkeit, sich einen kurzen Überblick über PET-Recycling zu verschaffen.

«Unsere Schule sammelt PET»: Bestellfrist für neue Aktion läuft bis 10. Juli 2006

➤ Die im letzten Jahr erfolgreich gestartete Schulkampagne mit den kostenlosen PET-Sammelsystemen kommt in eine neue Runde. Während die erste Phase gezielt an Oberstufen-, Maturitäts-, Diplommittel- und berufsbegleitende Schulen gerichtet war, können neu Schulen aller Stufen vom Gratisangebot profitieren, also von der Primarschule bis hin zum Institut für berufliche Weiterbildung. Ebenso können sich jene Schulen anmelden, die die letztjährige Aktion verpasst haben. PET-Recycling Schweiz will damit das immer noch vorhandene Potenzial an Schweizer Schulen nutzen.

Zur Erinnerung: Das Angebot umfasst eine kostenlose Grundausstattung mit PET-Sammelbehältern und -säcken sowie einen unbeschränkt kostenlosen Abtransport der vollen Säcke. Die Bestellfrist dauert noch bis zum 10. Juli 2006, Lieferwünsche werden berücksichtigt. Geplant ist, dass die Sammelsysteme rechtzeitig zu Beginn des neuen Schuljahres bereitstehen. Angebotsdetails und Bestellformular sind auf der neu gestalteten Schulplattform unter www.petrecycling.ch zu finden. □



Baustellen im Visier

PET-Recycling Schweiz entwickelt ein Pilotprojekt für das Sammeln von PET-Getränkeflaschen auf dem Bau.

➤ Auf Baustellen wird hart und mit viel körperlichem Einsatz gearbeitet. Darum werden gerade dort viele Getränke konsumiert und nicht zuletzt aus PET-Flaschen. Wegen der vielen Mulden und sonstigen Entsorgungsmöglichkeiten landen die PET-Flaschen heute jedoch im Mischabfall. Mit 86 000 Vollzeitbeschäftigten im schweizerischen Baugewerbe

liegt bei richtiger Entsorgung gerade dort ein enormes Sammelpotenzial. PET-Recycling Schweiz hat deswegen ein Sammelkonzept speziell für den Bau entwickelt und startet nun ein Pilotprojekt mit einer mittelgrossen Bauunternehmung. Ziel ist es, die Baustellen mit – ihren Bedürfnissen entsprechenden – robusten Sammelcontainern auszurüsten und die Bauleute so zu sensibilisieren, dass die PET-Flaschen auch wirklich in den Sammelbehälter geworfen werden. □

PETflash-Wettbewerb

Auch in diesem PETflash gibt es wieder drei tolle Preise zu gewinnen. PET-Recycling Schweiz verlost unter den Einsendern mit der richtigen Antwort drei Mal zwei Eintritte ins Verkehrshaus der Schweiz in Luzern mit IMAX Filmtheater.

Die Wettbewerbsfrage:

Wie heisst die aktuelle Sonderausstellung im Verkehrshaus der Schweiz in Luzern?

Bitte senden Sie die Antwort zusammen mit Absenderangaben an:
 PET-Recycling Schweiz
 Wettbewerb PETflash 33
 Naglerwiesenstrasse 4, 8049 Zürich
 wettbewerb@prs.ch

Einsendeschluss ist der 30. Juni 2006.



Wettbewerbsauflösung PETflash 32 Februar 2006

Das Lösungswort des letzten PETflash-Wettbewerbs lautet: WERTSTOFF.

Drei glücklichen Gewinnerinnen konnte PET-Recycling Schweiz eine exklusive Jacke von Patagonia PCR im Wert von je 350.– Franken übergeben. Die Gewinnerinnen heissen:

Frau Irene Weiner, Basel
 Frau Silvia Roth, Zürich
 Frau Annica Nilsson, Riddes

LESERBRIEF

Pfand ist keine Lösung

Der Stadtrat von Illnau-Effretikon hält die Einführung von Pfand auf Getränkeverpackungen für die wirkungsvollste Massnahme gegen Littering.

Aber: Ein Pfand auf Einweggetränkeverpackungen ist keine sinnvolle Massnahme gegen Littering, denn PET-Getränkeflaschen machen nur 5 Prozent des Litterings aus. Der Anteil aller Getränkeverpackungen am gesamten Littering ist lediglich 16 Prozent. Das Litteringproblem im Unterwegskonsum wird somit durch ein Pfand auf keine Art und Weise gelöst. Bei einer Pfandeinführung auf PET ist zu befürchten, dass der Handel verstärkt auf unbepfandete Alternativmaterialien mit schlechteren Ökobilanzen umsteigt. So ist dies in Deutschland geschehen, wo seit der Pfandeinführung vermehrt beschichteter Karton anstatt PET auf den Strassen herumliegt. PET ist ein ökologisch hochwertiges Material,

das optimal wiederverwertet und zu 100 Prozent schadstofffrei entsorgt werden kann.

Gemäss Bundesamt für Umwelt ist ein Pfand sehr teuer: Jährlich muss mit Organisationskosten von 37 Millionen Franken gerechnet werden (für Handling, Transport, Kommunikation usw.), wie eine Expertise im Auftrag des BAFU belegt, die von IGORA und PET-Recycling Schweiz mitfinanziert wurde. PET-Recycling würde gleichermassen für Händler, Geschäfte und Konsumenten komplizierter, teurer und zeitaufwändiger. In Deutschland verursacht das Pfand immense Mehrkosten für den Handel, einen deutlichen Kaufkraftverlust für die Kon-

sumenten und eine unverhältnismässige Belastung der Volkswirtschaft unter anderem durch nichteingelöste Pfandflaschen. Die Sammeldisziplin in der Schweiz ist im internationalen Vergleich Spitze. Die Recyclingquote erreichte im Jahr 2004 74 Prozent. Das Pfand würde auch diejenigen bestrafen, die PET richtig recyceln. Wichtiger ist es, den korrekten Umgang mit dem Wertstoff PET durch Sensibilisierungsmassnahmen in Richtung Selbstverantwortung zu fördern. Deshalb leistet PET-Recycling Schweiz mit seinen grossen, alljährlichen Anti-Littering-Kampagnen einen Beitrag zur Bekämpfung dieses gesellschaftlichen Problems, auf sinnvolle Weise. □

In der Rubrik PET-Treffpunkt sollen in Zukunft Anregungen, Fragen, Kritik und Ideen im Zusammenhang mit PET-Recycling gedruckt werden. Kontaktperson ist Lukas Schumacher von PET-Recycling Schweiz, Naglerwiesenstrasse 4, 8049 Zürich, E-Mail leserbriefe@prs.ch

ANSCHREIBEN EINWERFEN 100'000.– GEWINNEN

RECYCLING SCHWEIZ



Kleben Sie auf Ihre leere PET-Getränkeflasche eine Etikette mit Namen und Adresse. Oder schreiben Sie beides direkt auf die Flaschenetikette. Werfen Sie die Flasche beim nächsten PET-Sammelcontainer ein. So nehmen Sie automatisch an der Verlosung von insgesamt 100 x 1000 Franken in bar teil. Täglich vom 5. 6. bis 31. 8. 06. Je mehr Flaschen Sie einwerfen, umso grösser Ihre Chancen. Viel Glück. Teilnahmebedingungen und Gewinner unter www.petrecycling.ch



Jede
Flasche
zählt!