



PET-INTERN: SEITE 3

«Bitte keine Sofas
in den See werfen!»



PET-SAMMELSTELLEN: SEITE 5

Pfand in Deutschland
wirkungslos



PET-TREFFPUNKT: SEITE 11

In Second Life
herrscht Ordnung



PET-TREFFPUNKT: SEITE 11

Grosser PETflash-
Wettbewerb

Sie müssen nicht und tun es doch – PET-Sammelstellen von Städten und Gemeinden

Zwar ergänzen Städte und Gemeinden das Sammelangebot von PET-Recycling Schweiz erfolgreich mit ihren PET-Sammelstellen. Und sie tragen damit in grossem Masse zur gesetzlichen Zielerreichung bei. Die Zusammenarbeit mit verlässlichen Partnern ist zudem für den Sammelerfolg sehr wichtig. Aber die Gemeinden wären per Gesetz nicht dazu verpflichtet. Sie übernehmen mit dem Betrieb von PET-Sammelstellen Aufgaben, die eigentlich dem Handel zufallen.

Seite 7



Internet macht Schüler zu PET-Detektiven

> «PETektiv» bringt PET-Recycling in die Schulstube. Das neue WebQuest macht Schüler ab der fünften Klasse mit dem Wertstoff, dem PET-Kreislauf sowie Umweltaspekten vertraut. Zudem untersuchen die Schüler als PETektive einen selbst gewählten Ort und entwickeln Vorschläge, wie dort die PET-Sammlung ver-

bessert werden könnte. Die drei besten Konzepte bringen je 500 Franken in die Klassenkasse.

WebQuests sind internetgestützte Lerneinheiten. Anhand von Links recherchieren die Schüler selbstständig Informationen, um die Aufgaben zu lösen. Seite 8



Eine Schweizer Erfolgsgeschichte

Der Verein PET-Recycling Schweiz (PRS) schreibt weiter Erfolgsgeschichte. Zum einen hinsichtlich Quantität: Die Schweiz hat eine der höchsten Recyclingquoten weltweit, und zwar sowohl im Vergleich mit Ländern ohne Pfandlösung als auch mit Ländern mit Pfandlösung. Zum anderen spiegelt sich der Erfolg in der Qualität des Rezyklats wider. Mehr als 40 Prozent der verwerteten PET-Getränkeflaschen werden wieder zur Herstellung von neuen PET-Flaschen verwendet. Im EU-Raum liegt der Anteil bei 15 Prozent.

> Und 2007 geht die Erfolgsgeschichte weiter: Mit dem Beitritt von Denner AG und Aldi Suisse AG im Januar 2007 ist die Branche geeint. 96 Prozent der Getränkehändler, Produzenten und Importeure beteiligen sich am System. Es drängte sich eine neue Finanzierungslösung auf. Der vorgezogene Recyclingbeitrag konnte von vormals 4,0 Rappen auf 1,8 Rappen gesenkt werden. Diese neue Lösung ist effektiv schlanker und funktioniert nach marktwirtschaftlichen Grundsätzen. Zudem können die Transportbeschädigungen gesenkt werden, weil der Handel und die Abfüller diese in Zukunft zum grössten Teil selbst tragen.

Die insgesamt 20 Millionen Franken, die auf diese Weise gespart werden, kommen vollumfänglich den Konsumenten und Konsumentinnen zugute.

Bekanntnis zu einem freiwilligen Sammelsystem

Es ist ein Bekenntnis zu einer freiwilligen Branchenlösung und ein Zeichen gegen eine staatliche Regelung. Weitere Einflussfaktoren, die zur Senkung des Recyclingbeitrages geführt haben, sind die höheren PET-Marktpreise und die zusätzlichen Einnahmen durch die neuen Mitglieder. Dies alles kommt ebenfalls direkt den Konsumenten und Konsumenten-

Seit 2007 dabei:



tinnen zugute. Denn neben dem tieferen Recyclingbeitrag pro Flasche wird sich PET-Recycling Schweiz in Zukunft noch intensiver um den Ausbau des Service public kümmern. Von einer besseren Convenience profitieren die Konsumenten und Konsumentinnen zuerst.

René Herzog

Geschäftsführer PET-Recycling Schweiz

Getränkebranche zeigt Geschlossenheit



Erfolgreicher Verein PET-Recycling Schweiz.

> Im vergangenen Jahr traten dem Verein PRS PET-Recycling Schweiz die Distributis AG (Carrefour) und die SGA Schweizerische Grosshandelsagentur bei. Per 1. Januar 2007 kamen Aldi Suisse AG, Austrian Products GmbH, Denner AG und Maestral Lubric GmbH dazu. «Damit beteiligen sich heute fast

ausnahmslos alle Schweizer Getränkeproduzenten, Importeure, Abfüller und Detaillisten am freiwilligen Recyclingsystem des Vereins.» Dies stellte deren Präsident Robert Bühler mit grosser Befriedigung anlässlich der Generalversammlung im Belvoirpark am 11. Mai in Zürich fest. Bei dieser Geschlossenheit

besteht die berechtigte Hoffnung, dass PET-Recycling Schweiz 2006 die gesetzliche Verwertungsquote von 75 Prozent übertrifft. Das offizielle Resultat folgt in wenigen Wochen durch das Bundesamt für Umwelt. Und 2007 – vor allem mit den neuen Mitgliedern Aldi und Denner – sollte nochmals eine Steigerung möglich sein. Im letzten Jahr wurden 3800 neue Sammelstellen eröffnet. Das gesamte Netz besteht nun aus sage und schreibe 26 689 Sammelstellen. Gute Nachricht reihte sich an gute Nachricht, auch in finanzieller Hinsicht. So erstaunt es nicht, dass kein Grund zu Diskussionen bestand und alle Anträge einstimmig gutgeheissen wurden. Ein Wermutstropfen bleibt: An der Generalversammlung waren die kleineren Betriebe deutlich untervertreten. □

Die Meilensteine im Erfolgsjahr 2006

PET-Recycling Schweiz ist mit dem Resultat des vergangenen Jahres sehr zufrieden. Neue Mitglieder, mehr Sammelstellen, neuer Internetauftritt und vieles mehr. Was aber hat die grössten Erfolge gebracht? Ein Überblick.

➤ Einmal mehr fallen die Namen Denner AG und Aldi Suisse AG, wenn der Verein PET-Recycling Schweiz nach den Meilensteinen im vergangenen Jahr gefragt wird. Dank erfolgreicher Verhandlungen gehören die beiden Grossverteiler ab 1. Januar 2007 neu zum Kreis der Mitglieder und tragen aktiv dazu bei, den Wertstoff PET in den Recyclingkreislauf zu bringen.

Ein wichtiger Moment war auch, als das Bundesamt für Umwelt (BAFU) im Sommer 2006 verkündete: «Die PET-Sammelquote 2005 beträgt 75 Prozent.» Die geradezu magische Zahl machte klar,

wie sehr sich der intensive Einsatz gelohnt hat, neue Sammelstellen zu erschliessen, um die immer grösser werdende Menge an PET-Getränkeflaschen aufzufangen.

Diese neuen Sammelstellen sind hauptsächlich auf den hartnäckigen Ausbau im Service public zurückzuführen. In diesem Bereich verzeichneten Arbeits- und Ausbildungsorte mit einem Plus von 23 Prozent den grössten Zuwachs. Prozentual am meisten haben Bauunternehmen dazu beigetragen. Sie reagierten begeistert auf das Sonderangebot für PET-Sammelcontainer auf Baustellen und überfütterten PET-Recycling Schweiz förmlich mit Bestellungen. Überzeugt hat vor allem das Argument, dass PET-Flaschen auf diese Weise nicht mehr in der Mulde landen und die Baustelle sauberer bleibt. □



Freiwillige Sammelstellen helfen, die Sammelmengen nachhaltig zu steigern.



«Bitte keine Sofas in den See werfen!»

➤ Auch dieses Jahr behält PET-Recycling Schweiz die Kampagne «Jede Flasche zählt!» bei. Denn das klare Ziel bleibt bestehen: PET ist ein Wertstoff und soll im nächsten PET-Container entsorgt werden. Die neue Kampagne geht nun einen Schritt weiter. Es wird darüber informiert, was aus rezykliertem PET noch alles entstehen kann. Denn rezykliertes PET wird in unzähligen Artikeln des täglichen Bedarfs verwendet: in Turnschuhen, Kleidern, Polstermöbeln, Schlafsäcken, Haushalt- und Elektrogeräten, in der Medizinaltechnik usw. Mit Aussagen wie «Bitte keine Bikinis wegwerfen!» oder «Bitte keine Sofas in den See werfen!» wird darauf aufmerksam gemacht, wo überall PET drinsteckt und dass die PET-Flaschen zum PET-Sammelcontainer gebracht werden sollen. Auf Plakaten, als Inserate, auf Hinweisschildern an Veranstaltungen, in öffentlichen Verkehrsmitteln und auf Bildschirmen bei Verkaufsstellen werden Kampagnen-Bilder zu sehen sein. □

Baustellenaktion erfolgreich angelaufen

> Über 650 Bauunternehmen beteiligen sich seit letztem Herbst an der PET-Sammlung. Zwar sind die Sammelmengen noch niedrig, da in den kälteren Wintermonaten viel weniger getrunken wird als im Sommer. Die Erfahrungen auf den Baustellen sind aber durchwegs positiv, wie eine kurze Umfrage zeigt. Oliver Ammon, Bauführer bei der Marazzi Bauunternehmung, ist von der Aktion hell begeistert. «PET-Recycling ist eine super Sache, die wir gern unterstützen», sagt er. Früher hätten die Arbeiter Getränkeverpackungen in den Mulden entsorgt. Doch seit neben den Mannschaftscontainern Sammelbehälter stehen, gelangen PET-Flaschen «fast automatisch» an den richtigen Ort.

Lange Erklärungen brauchte es dazu nicht. «Ich habe meine Poliere instruiert und seitdem funktioniert die Sache tadellos», erklärt Oliver Ammon. Überzeugt ist man bei der Marazzi Bauunternehmung auch von der Entsorgung der vollen PET-Säcke. «Der Ablauf klappt reibungslos. PET-Sammeln bedeutet für uns keinen Mehraufwand», sagt Adrian



PET-Sammeln auf der Baustelle funktioniert reibungslos und ist ein voller Erfolg.

Morgenthaler, Leiter Service Material deutsche Schweiz.

Ähnlich tönt es bei Alfred Tanner, Werkhofsleiter der Implenia Bau AG. Zu Beginn sei das Sammelgut zwar noch mit

Plastik-Kaffeetassen verunreinigt gewesen, mittlerweile werden aber nur noch PET-Flaschen in die Behälter geworfen. Auch für ihn ist klar: «PET-Sammeln auf Baustellen bringt's.» □

Sammlung an Freizeitveranstaltungen



Mit bis zu 80 Personen am Züri Fäscht 2007.

> Im Jahr 2007 wird PET Recycling Schweiz wiederum gegen 1000 Freizeitveranstaltungen mit der nötigen PET-Sammelinfrastruktur ausrüsten – und das kostenlos. Hunderte von kleinen und die meisten der grossen Veranstaltungen (u.a. Eidgenössisches Turnfest, Eidgenössisches Schwingfest, diverse Open Airs usw.) arbeiten mit PRS zusammen. Das Angebot umfasst die Gratislieferung und -abholung der Sammelbehälter und Säcke.

Im Sommer 2007 gibt es etliche Highlights, bei denen PET-Recycling Schweiz mit eigenen Sammelteams vor Ort ist:

Einsatzteams mit bis zu 80 Personen sorgen am Züri Fäscht vom 6. bis 8. Juli, am Montreux Jazz Festival vom 6. bis 21. Juli, am Paléo Festival Nyon vom 24. bis 29. Juli und an der Street Parade Zürich am 11. August beinahe rund um die Uhr für eine fachgerechte Entsorgung der PET-Flaschen. Auch am einwöchigen Gigathlon wird PET-Recycling Schweiz mit zwei Sammelteams während der gesamten Rundfahrt von Etappe zu Etappe mitfahren und die Athleten und Athletinnen wie auch das Publikum zur korrekten Entsorgung von PET-Getränkeflaschen animieren. □

Pfand auf PET – Wirkung in Deutschland total verfehlt

➤ Immer wieder wird ein Pfand auf PET-Getränkeflaschen gefordert. Dabei erhofft man sich einen höheren Rücklauf und weniger Littering. Doch weit gefehlt: Ein Blick auf Deutschland belehrt uns eines Besseren.

Vor der Einführung des Einwegpfandes 2003 betrug die Mehrwegquote für alkoholfreie Getränke in unserem Nachbarland 51,4 Prozent. Bis November 2006 ging sie sukzessive auf 34,9 Prozent zurück.

Fokussiert auf die Einweg-Getränkeverpackungen kehren jährlich von den rund 12 Milliarden nur 65 Prozent als Leergut in die Läden zurück. Letztes Jahr wurden in Deutschland Pfandgelder in der Höhe

von einer Milliarde Euro nicht eingelöst. Über 4 Milliarden Flaschen und Dosen landen also im Abfall, im Grünen oder auf der Strasse. Ein klarer Beweis, dass Pfand keinen Rücklauf garantiert.

Die geltenden Vorschriften sind auch unübersichtlich. Rücknahmepflicht und Pfandgeldrückgabe betreffen nur jene Gebidematerialien, die der Händler selbst verkauft. Unlesbar codierte PET-Flaschen überfordern die Rücknahmeautomaten, was zu Warteschlangen führt. Zudem mangelt es an Convenience, weil es viel zu wenig und unpraktisch platzierte Rücknahmestellen gibt. Das alles verärgert viele Konsumentinnen und Konsumenten.

Die Wirtschaftsvereinigung Alkoholfreie Getränke wagt bilanziert heute, dass die vom Deutschen Bundesministerium propagierte Lenkungswirkung des Einwegpfandes «vollkommen verfehlt» wird. Lösungen wie in der Schweiz, wo der Markt spielt, sind besser, wirken nachhaltiger und sind viel günstiger. Der vorgezogene Recyclingbeitrag liegt heute bei 1,8 Rappen pro PET-Flasche. Ein Pfandsystem mit Clearingstelle und weiteren Infrastrukturkosten würde das Recycling um bis das Achtfache verteuern.

Warum also ein erfolgreiches System ändern, das nur Vorteile bringt □

Schwierige Aufgaben im Unterwegskonsum

➤ Im Unterwegskonsum landet nur jede zweite der kleinen PET-Getränkeflaschen im Sammelbehälter. Viele 0,5-Liter-Flaschen werden unterwegs konsumiert, es fehlen jedoch die Sammelstellen. PET-Recycling Schweiz engagiert sich stark für den Ausbau der Sammelstellen im Freizeitbereich, was aber nach wie vor schwierig ist.

Tankstellen: Sammelmenge um 16 Prozent gesteigert

Besonders viele leere PET-Getränkeflaschen fallen im Unterwegskonsum bei Tankstellen an. Diese Lücke im Sammelstellennetz will PET-Recycling Schweiz schliessen. Zusammen mit den Gesellschaften Tamoil, Shell und BP wurden weitere Tankstellenshops erschlossen. 2006 konnten über 160 Tankstellen neu zum PET-Sammeln animiert werden. Die Sammelmenge nahm um 16 Prozent zu.

Kioske: brachliegendes Potenzial nutzen

Gesamtschweizerisch zählt die Valora 1200 Kiosk-Verkaufsstellen, von denen

fast 500 eine Sammelmöglichkeit anbieten. Zusammen mit dem Westschweizer Pendant Naville und vielen kleineren Kioskbetreibern sind in der Schweiz knapp 2100 Kiosk-Verkaufsstellen vorhanden, 900 davon mit PET-Sammelbehältern. PET-Recycling Schweiz will auf jeden Fall das noch brachliegende Potenzial nutzen. Für Valora-Kioske bietet sich auch eine bequeme Dienstleistung an: Die vollen Säcke werden täglich vom Lieferanten der Presseerzeugnisse mitgenommen. Bei den Naville-Kiosken wurden Gespräche geführt, leider fehlt im Moment noch die Kooperationsbereitschaft.

Promotion bringt 500 neue Sammelstellen

Viele Gastrobetriebe und insbesondere Take-aways sammeln noch kein PET. Deshalb hat PET-Recycling Schweiz 2006 in fünf Geschäften von Prodega/Growa Cash & Carry Promotionen durchgeführt und über den Ablauf der PET-Sammlung informiert. Kunden konnten eine Erstausrüstung an PET-Sammelbehältern beziehen. Mit diesen Promotionsaktionen



Viele Kioske und Tankstellen bieten noch immer keine Möglichkeit, PET-Getränkeflaschen korrekt zu entsorgen.

konnten über 500 neue Sammelstellenbetreiber gewonnen werden. Sie bringen ihre vollen PET-Säcke grösstenteils in die Cash-and-carry-Märkte zurück. Bis Ende 2006 konnte die Sammelmenge an diesen Stellen bereits um 71 Tonnen bzw. um über 20 Prozent gesteigert werden. □

Eine Initiative für mehr Lebensqualität

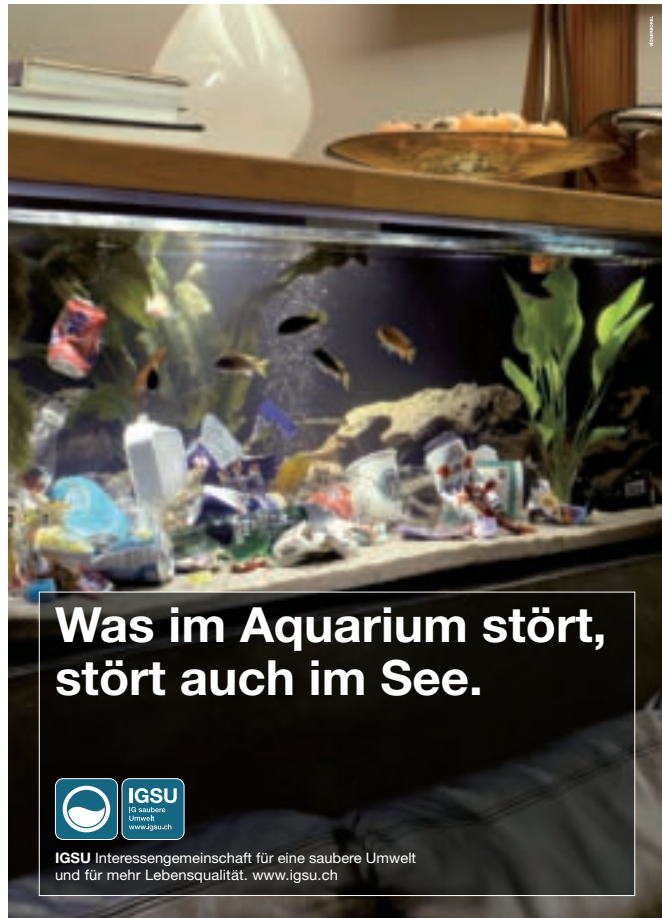
Die Anti-Littering-Kampagne wird noch schlagkräftiger: Die Interessengemeinschaft für eine saubere Umwelt und für mehr Lebensqualität (IGSU) führt Unternehmen zusammen, deren Produkte gelittert werden, und bündelt die Massnahmen gegen das achtlose Wegwerfen von Wertstoffen und Abfällen.

➤ Zurückbringen bringt's. Unter diesem Motto kämpfen IGORA und PET-Recycling Schweiz seit drei Jahren erfolgreich gegen Littering. Die Plakatkampagne sowie Anti-Littering-Botschafter machen eindrücklich auf das Problem aufmerksam und rufen die Bevölkerung dazu auf, Abfälle und Wertstoffe fachgerecht zu entsorgen.

Gemeinsames Vorgehen statt Einzelaktionen

PET-Getränkeflaschen und Alu-Dosen machen aber zusammen weniger als zehn Prozent der achtlos weggeworfenen Gegenstände aus. Der Hauptanteil entfällt auf Fast-Food-Verpackungen (35 Prozent), Zeitungen (25 Prozent) und Diverses wie Zigarettenstummel und Kaugummis (19 Prozent). Über die Interessengemeinschaft für eine saubere Umwelt und für mehr Lebensqualität (IGSU) wird die Anti-Littering-Kampagne nun noch breiter abgestützt. Die Organisation vereint zukünftig Unternehmen all jener Branchen, die mit ihren Erzeugnissen zum Litteringproblem beitragen. So werden gemeinsame Massnahmen möglich, die mehr bringen als viele Einzelaktionen.

Die Zahlen zeigen, wie wichtig das Engagement ist: Laut einer Litteringstudie der Universität Basel von 2004 landen 30 Prozent des vor Ort angefallenen Mülls achtlos auf dem Boden – trotz Pfand und Bussen. Diese Unsitte kostet den Steuerzahler jährlich rund 50 Millionen Franken. 80 Prozent der Bevölkerung empfinden Littering als störend. Bei den Jugendlichen hingegen fehlt das Bewusstsein weitgehend. Nur gerade jeder vierte nervt sich über unachtsam weggeworfene Gegenstände. Mitten in diesem



Spannungsfeld steht die Wirtschaft als indirekte Verursacherin des Problems.

Bewährtes beibehalten und ausbauen

Die IGSU plant in der Schweiz verschiedene Aktionen. Fortgesetzt wird die bewährte Plakatkampagne. Sie zeigt Litteringszenen an Orten, die wir gerne aufgeräumt wünschen, und ruft zu mehr Achtsamkeit und Eigenverantwortung auf. Ausgebaut wird der Einsatz der Anti-Littering-Botschafter. Mit ihren Recyclingmobilen machen sie die Bevölkerung vor Ort darauf aufmerksam, ihren Abfall

richtig zu entsorgen. An grossen Anlässen wie dem Montreux Jazz Festival, der Street Parade oder dem Paléo Nyon ist die IGSU mit Botschaftern, Sammelteams und geeigneter Entsorgungsinfrastruktur präsent. Darüber hinaus unterstützt die Organisation Fachtagungen, den Aktionstag «Wahre Werte» und die Kampagne «LitterIch?», die Schülerinnen und Schüler für das Thema sensibilisiert. Schliesslich versteht sich die IGSU als Vermittlerin zwischen der Öffentlichkeit, der Wirtschaft und weiteren Organisationen, die sich im Kampf gegen Littering einsetzen. □

Städte und Gemeinden ergänzen das freiwillige Sammelangebot

Städte und Gemeinden betreiben PET-Sammelstellen auf freiwilliger Basis, weil diese Sammelstellen offensichtlich einem Bedürfnis der Bevölkerung entsprechen – mit entsprechendem Erfolg. Werk- und Ökihof-Lösungen, d.h. überwachte Sammelstellen mit Bedienpersonal und festen Öffnungszeiten ergänzen das Sammelnetz des Schweizer Detailhandels optimal.

> Viele Städte und Gemeinden sammeln PET-Getränkeflaschen. Per Gesetz ist dazu nur der Handel verpflichtet. Städte und Gemeinden sind – zwar freiwillig – wichtige und zuverlässige Sammelpartner für PET-Recycling Schweiz. Entscheidend ist jedoch die Qualität des Sammelguts, der Fremdstoffanteil muss niedrig sein. Verschmutzungen machen es wertlos, weil das Sammelgut nicht mehr zur Produktion von hygienisch einwandfreien PET-Getränkeflaschen wieder verwendet werden kann und ein Nachsortieren unverhältnismässig teuer kommt. Daher ergänzen nur Werk- und Ökihof-Lösungen, d.h. beaufsichtigte Sammelstellen mit festen Öffnungszeiten, das Sammelnetz des Schweizer Detailhandels optimal. Sinnvoll sind Sammelstellen von Gemeinden auch dort, wo in ländlichen Gebieten die Anzahl Verkaufsstellen zu gering ist. Dies ist jedoch ein Sonderfall.

Hoher finanzieller Aufwand

Mit dem Sammeln von PET-Getränkeflaschen lasten sich die Gemeinden einen hohen finanziellen und personellen Aufwand auf, der schliesslich von den Steuerzahlerinnen und Steuerzahlern getragen werden muss. Wie auch alle anderen Organisationen, die sich mit dem Recycling von Wertstoffen beschäftigen, ist auch PET-Recycling Schweiz nicht in der Lage, Gemeinden und Städte für Ihren Aufwand kostendeckend abzugelten. Anfang Jahr haben sich PET-Recycling Schweiz, das Bundesamt für Umwelt (BAFU), und der Städte- und Gemeindeverband (FES) auf eine neue Regelung für die finanzielle Entlastung der Schweizer Gemeinden und Städte bei der Sammlung von PET-Getränkeflaschen vorerst geeinigt. Die konkreten Abgeltungssätze sind in Vorbereitung. Bediente Sammelstellen wie Werk-/Ökihöfe werden von PET-Recycling Schweiz bestmöglich entschädigt und das zu Ansätzen, die den Warenwert



Bequem und einfach: Die Rückgabe von PET bei überwachten Sammelstellen.

um ein Vielfaches übersteigen. Hinzu kommt, dass die Transportkosten von PET-Recycling Schweiz vollständig übernommen werden, was nur wenige Recycling-Organisationen anbieten. □

«Triffsch ...?» – erfolgreiche Aktion gegen Littering

> Mit der Aktion «Triffsch ...?» sagen Zürcher Oberländer Gemeinden dem Littering den Kampf an. Im Rahmen einer Pilotkampagne der Kehrrechtverwertung Zürcher Oberland (KEZO) vom Sommer 2006 haben Bubikon, Illnau-Effretikon, Kyburg, Maur und Rüti abfallfreie Bereiche festgelegt und diese mit Plakaten, Bodenmarkierungen und Aufklebern für jedermann sichtbar ge-

kennzeichnet. Schüler und Schülerinnen, Lehrkräfte, Gewerbevertreter und Lokalpersönlichkeiten übernahmen die Patenschaft für eine Zone und sorgten dafür, dass diese sauber blieb. Ein eigens entwickeltes Logo unterstützte den Erfolg der Kampagne. Es zeigt einen Passanten, der unter dem

Schriftzug «Triffsch ...?» seinen Abfall korrekt in einen Kübel wirft.

Die Aktion ist bei der Bevölkerung sehr gut angekommen. «Triffsch ...?» wurde verstanden und von vielen als geeigneter Beitrag zur Lösung des Litteringproblems gewürdigt. Rüti, Bubikon und Illnau-Effretikon haben deshalb ihre abfallfreien Zonen weiter ausgebaut. Den übrigen Verbandsgemeinden stellt die KEZO die Kampagne gegen Gebühr zur Verfügung. Erste Anfragen sind bereits eingegangen. □



Ein Passant wirft den Abfall korrekt in den Kübel.



Beim gezielten Stöbern im Internet lernen die Schülerinnen und Schüler viel über PET-Recycling.

PET-Recycling erhält eigene Schullektion im Internet

«PETektiv» heisst das neue WebQuest, das aus Schülerinnen und Schülern Recycling-Detektive macht. In der internetbasierten Lerneinheit erschliessen sie sich viel Wissen zum Thema PET, können selbstständig eine Sammelstelle entwickeln und erst noch Preise gewinnen.

> Was bedeutet die Abkürzung PET? Was sind PET-Flakes? Und ist PET zu 100 Prozent schadstofffrei rezyklierbar? Antworten auf diese und weitere Fragen rund um den Wertstoff erarbeiten sich Schülerinnen und Schüler im neuen PET-WebQuest. Die internetbasierte Lerneinheit führt sie anhand von Links gezielt zu Informationen im Internet, um nachher verschiedene Aufgaben zu lösen.

«PETektiv» ist seit Ende April als eigene Webseite unter www.pet-webquest.ch online, im August folgt die französische Version. Wie alle WebQuests ist die Seite nach einem didaktischen Muster aufgebaut. In einem ersten Schritt beantworten die Schülerinnen und Schüler in Gruppen Fragen zum Wertstoff selbst, zum PET-Kreislauf und zu Umweltaspekten. Sind die Aufgaben aus allen drei Blöcken erfolgreich gelöst, erhält jedes Gruppenmitglied einen «PETektiv-Ausweis». Nun sind die Detektive fit für das Wissensspiel. Wer die 12 Fragen richtig und am schnellsten beantwortet, schafft es in der Rangliste auf die obersten Plätze. Ende September und Ende Oktober 2007 erhalten jeweils die drei Besten einen attraktiven Preis, unter den restli-

chen Personen werden sieben weitere Preise ausgelost.

Das Wissen praktisch anwenden

In der zweiten Phase folgt die praktische Umsetzung. Die Detektive wählen einen Ort aus – das Schulhausareal, den Bahnhof oder eine Freizeitanlage zum Beispiel – und untersuchen dort die konkrete Abfallsituation. Den Fokus legen sie natürlich aufs PET-Recycling. Zurück in der Schulstube werden die Ergebnisse in ei-

nem Bericht zusammengestellt und den anderen Gruppen präsentiert.

Nun geht's an den letzten Teil: Die Schüler entwickeln Vorschläge, wie an «ihrem» Ort eine PET-Sammelstelle eingerichtet oder aber eine bestehende verbessert werden kann, und schicken diese Vorschläge an PET-Recycling Schweiz. Ende Jahr werden die drei besten Konzepte prämiert und mit je 500 Franken für die Klassenkasse belohnt. □

Sinnvolles Lernen mit dem Internet

Schülerinnen und Schüler lernen über WebQuests das Internet als wertvolles Informationsmedium kennen. Sie surfen nicht planlos durchs Netz, sondern erhalten zu jeder Aufgabe Links, die sie gezielt zu den benötigten Informationen führen.

WebQuests sind im englischsprachigen Raum weit verbreitet. In der Schweiz hingegen werden sie erst seit rund fünf Jahren genutzt. Bekannt gemacht hat sie Remo Nyffenegger, Oberstufenlehrer im bernischen Eggwil, nach einem Bildungsurlaub in den USA. «Den Schülern macht das Lernen mit dem Computer Spass, wir Lehrer sehen im WebQuest eine sinnvolle Möglichkeit, das Internet im Unterricht einzusetzen», beschreibt Remo Nyffenegger seine Erfahrungen. Er selbst löst mit seinen Klassen zwei bis drei Mal pro Jahr ein WebQuest. Dieses Jahr gehört bestimmt auch das PET-WebQuest dazu, das er im Auftrag von PET-Recycling Schweiz geschrieben und zusammen mit der ZiC Internet & Communication AG realisiert hat.

Mit dem Internetspiel sichere Treffer im KMU-Bereich landen

«PET Office Challenge» bringt diesen Sommer PET-Recycling in Schweizer Unternehmen. Das Internetspiel lädt Mitarbeitende dazu ein, in ihrem Betrieb eine Sammelstelle einzurichten. 500 Firmen sollen auf diese Weise neu erschlossen werden.

> In kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) schlummert ein grosses Sammelpotenzial: Rund 26 000 Firmen mit mehr als zehn Mitarbeitenden führen PET-Getränkeflaschen noch nicht der Wiederverwertung zu. Mit dem Internetspiel «PET Office Challenge» soll sich das ändern. Es macht Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer auf unterhaltsame Art mit dem Thema Recycling vertraut und regt sie an, sich für eine PET-Sammelstelle in ihrem Betrieb einzusetzen. 500 Unternehmen aus dem Dienstleistungs- und Gewerbesektor will PET-Recycling Schweiz gewinnen und auf diese Weise jährlich 100 Tonnen zusätzliches Sammelgut erhalten. Die Aktion startet Mitte Juni und dauert bis Ende August 2007. Die Strategie ist einfach. Banner werben auf stark frequentierten Internetseiten für «PET Office Challenge». Ein Klick – und der kurze Spass beginnt. Die Spieler

und Spielerinnen müssen aus fünf verschiedenen Perspektiven in möglichst kurzer Zeit 15 PET-Flaschen in den Sammelbehälter werfen. Nach jeder Szene erhöht sich der Schwierigkeitsgrad. Am Schluss wird die benötigte Zeit in eine Rangliste übernommen. Unter allen Teilnehmern werden pro Woche drei H&M-Gutscheine à 500 Franken verlost.

Nun startet die zweite Phase. Der Mitarbeiter bzw. die Mitarbeiterin gelangt zu einem Bestellformular für eine PET-Sammelstelle. Hat das Unternehmen bereits eine Sammelstelle bzw. richtet es gerade eine Sammelstelle ein oder interessiert es sich dafür, spielt es mit um den Superpreis für die ganze Belegschaft. Zudem profitiert das Unternehmen von einer kostenlosen Erstausrüstung mit PET-Säcken.

«PET Office Challenge» verfügt über eine interessante Zusatzfunktion: Per Mausklick kann man Freunde oder Arbeitskollegen zum Duell herausfordern.

Breite Akzeptanz für Recycling schaffen

Mit dem Internetspiel setzt PET-Recycling Schweiz im KMU-Bereich neu direkt auf die Angestellten. Sie sollen selbst die



Das Spiel im Internet animiert Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zum PET-Sammeln.

Initiative ergreifen und sich bei ihren Vorgesetzten für eine Sammelstelle stark machen. Das erhöht die Akzeptanz und steigert den Erfolg von PET-Recycling im Unternehmen.

Die Aktion unterstützt die bestehende Akquisitionsstrategie, Geschäftsführer von KMUs mit Directmailings und über den Aussendienst direkt anzusprechen. Diese bewährten Massnahmen werden parallel zum «PET Office Challenge» fortgesetzt. □

Jubiläum mit Superstar

> Dieser Wurf passt. Seit 25 Jahren bietet das von PET-Recycling Schweiz unterstützte «NIKE Swiss Allstar Basketball Camp» Kindern und Jugendlichen zwischen 8 und 19 Jahren Basketballtraining auf höchstem Niveau.

Zum Jubiläum haben die Campleiter nun einen wahren Coup gelandet: NBA-Superstar Dirk Nowitzki, deutscher Profispieler bei Dallas Mavericks, wird den Kindern und Jugendlichen Tipps und

Tricks weitergeben, die eben nur wirkliche Köpfer auf Lager haben. Die Begegnung mit dem derzeit besten europäischen Basketballspieler wird ein unvergessliches Erlebnis sein, an das nach dem Camp mindestens eine Autogrammkarte noch lange erinnern wird. Natürlich zeichnet PET-Recycling Schweiz auch im Jubiläumsjahr diejenige Gruppe mit einem Pokal aus, die im Laufe der Woche am meisten PET-Getränkeflaschen sammelt. □



Dirk Nowitzki zeigt den Kids coole Basketballtricks.

«Mr. Energy» – PET-Getränkflasche in neuem Design

Die SGA Schweizerische Grosshandelsagentur GmbH hat den Energydrink «Mr. Energy» in der 0,25-Liter-PET-Getränkedose auf dem europäischen Markt



lanciert. Diese PET-Getränkedose kann genau wie andere PET-Getränkflaschen auch wiederverwertet werden und stellt ein weltweites Novum dar. Die PET-Getränkedose ist in ihrer Form und Funktionalität einzigartig.

Der Energydrink kommt nicht im traditionellen Alu-Design daher, sondern ist in trendig leichte PET-Fläschchen abgefüllt. Optisch gleicht «Mr. Energy» zwar den herkömmlichen Getränken in Alu-Dosen, neu ist aber sein Drehverschluss, somit lässt sich die Dose leicht schliessen. □

Wellnessgetränke aus dem Berner Oberland

Adelbodner Tannenknospen und Holunder-Melisse heissen die beiden neuen Getränke von der Adelbodner Mineral- und Heilquellen AG. Die Erfrischungsgetränke sind ideale Durstlöscher. Verwöhnen Sie sich mit etwas Gutem aus den Bergen! Die Erfrischungsgetränke werden mit Adelbodner Mineralwasser hergestellt und enthalten somit wertvolle Mineralien wie Calcium und Magnesium, die für den menschlichen Organismus lebenswichtig sind. Ausserdem sind beide Produkte kalorienarm, so enthält Holunder-Melisse nur 8 kcal/ml. Dies ist rund ein Drittel des Kaloriengehalts eines durchschnittlichen Softdrinks. Dabei kommt der Geschmack trotz der wenigen Kalorien nicht zu kurz. Ein zusätzliches Plus: Die Variante Tannenknospen enthält sieben wichtige Vitamine. □



Wohlbefinden mit Lipton Linea

Ein natürlicher Tee-Inhaltsstoff beschäftigt gegenwärtig Forscher und Ernährungsprofis. Und Lifestyle-Experten rufen ihn zum It-Item des bevorstehenden Sommers aus: Katechin, der Bitterstoff im Grüntee. Gemäss aktuellen asiatischen Studien können Katechine helfen, den Körper in Balance zu halten. Die Tee-Marke Lipton setzt frühzeitig auf den Katechin-



Trend und lanciert mit Lipton Linea ein einzigartiges, kalorienfreies Grüntee-Getränk, das im Vergleich zu herkömmlichen Angeboten doppelt so viele Katechine aufweist. Ideal, um sich rechtzeitig für den Sommer in Form zu trinken. □

Sinalco-Flasche wie einst

Rot und Gelb. Seit 1937 stehen die beiden Signalfarben für Sinalco. Der fruchtige Geschmack indes ist noch älter: Das Süssgetränk feierte 2005 sein 100-Jahr-Jubiläum. Bekannt geworden ist die Limonade auch wegen ihrer Verpackung. 1950 erstmals auf den Markt gebracht, ist die Sinalco-Formflasche weltweit zum Begriff geworden.



In letzter Zeit hat Sinalco das Design und die Flaschenform modernisiert und beides stärker der ursprünglichen Gestaltung angepasst. Das Logo ist wieder prägendes Element. Mit der Lancierung der 1,5-Liter-PET-Getränkflasche im Stil der traditionellen Formflasche hat Sinalco die Überarbeitung nun abgeschlossen. □

In Second Life herrscht Ordnung

➤ Wem die reale Welt nicht genug ist, für den bzw. für die gibt es Second Life. Inzwischen tummeln sich bereits um die 4 Millionen selbst geschöpfte Wesen in dieser dreidimensionalen Computerwelt. Auch die Zürcher Abendzeitung «heute» hat dort ihre eigene palmenbewachsene Trauminsel. Zur Eröffnungsparty lieferte PET-Recycling Schweiz, wie immer bei grossen Festveranstaltungen, die PET-Sammelinfrastruktur. Littering ist also auch in Second Life verpönt.

Wer nun diese Insel besucht, ein «heute»-T-Shirt anzieht (gibt es dort kostenlos), sich neben den PET-Container stellt und von sich ein Foto schiesst, erhält 10 000 Linden-Dollars. Einzige Bedingung: Man muss zu den zehn Schnellsten gehören. Einzusenden ist dieses Foto an: info@prs.ch. Die Gewinner und Gewinnerinnen werden auf www.petrecycling.ch mit ihren Fotos veröffentlicht. □



Die Anti-Littering-Botschafterin von PET-Recycling Schweiz Mevanwi Korobase und der «heute»-Korrespondent Roco Camilo wünschen allen beim Wettbewerb viel Glück!

PETFLASH-WETTBEWERB

3x Nike ACG Soaker®. Der umweltfreundliche Aqua-Sportschuh.



Auch in diesem PETflash gibt es wieder drei tolle Preise zu gewinnen. PET-Recycling Schweiz verlost unter den Einsendern mit der richtigen Antwort drei Paar Nike Soaker Schuhe. Bei der Herstellung des unkonventionellen Outdoorschuhs für Action im Wasser wurde rezykliertes PET verwendet.

Die Wettbewerbsfrage:

Wie hoch ist der aktuelle vorgezogene Recyclingbeitrag seit dem 1. Januar 2007 pro PET-Getränke-Flasche (VRB)?

Bitte senden Sie die Antwort zusammen mit Absenderangaben an:

PET-Recycling Schweiz, Wettbewerb PETflash 35
Naglerwiesenstrasse 4, 8049 Zürich,
wettbewerb@prs.ch

Einsendeschluss ist der 30. Juni 2007.

Wettbewerbsauflösung PETflash 34 November 2006

Die Lösung des letzten PETflash-Wettbewerbs lautet: «In 10 Minuten».

Drei glücklichen Gewinnern konnte PET-Recycling Schweiz je eine exklusive Jacke von Patagonia PCR im Wert von 350 Franken übergeben.

Die Gewinner heissen:
Richard Engel, Faulensee;
Andreas Haug,
Rapperswil SG;
Jean-Pierre Zbinden,
Echallens.

Bitte keine Sofas in den See werfen.

Leere PET-Flaschen sind ein Rohstoff, aus dem man neue Flaschen und auch Sofas herstellen kann. Bitte bringen Sie Ihre PET-Flaschen zum Sammelcontainer.

