Das Geschäft mit dem schlechten Gewissen

Verpackungsindustrie entdeckt Recycling als Verkaufsinstrument

■ VON MAJA WICKI

Für die in Interlaken tagenden Fachleute und Interessenvertreter der Verpackungsindustrie wird das Recycling zunehmend als Wachstumsfaktor in die eigene Marktstrategie eingebaut. Mit Unruhe sehen sie daher der nächstens fälligen Verordnung des Bundesamtes für Umwelt, Wald und Landschaft (Buwal) entgegen, die, entsprechend dem Entwurf von 1988, ein Verbot von Aluminium- und Weissblechdosen sowie von PVC-Verpackungen nach sich ziehen könnte und eine drastische Verminderung der Einweggebinde fordern dürfte. Das Recycling-Rezept dient den Vertretern der Verpakkungsindustrie nämlich als Persilschein, dagegen die von den Umwelt- und Konsumentenorganisationen dringend geforderten Massnahmen zur Abfallverminderung oder -vermeidung als Angriff auf die «Freiheit» des Marktes.

Die beängstigende Höhe der Abfallberge ist auch am «Tag des Schweizerischen Verpackungswesens» unbestritten. Jährlich 10 Millionen Tonnen Abfall in der Schweiz lassen sich nicht wegdiskutieren, auch nicht, dass davon rund ein Drittel Siedlungsabfälle sind, von denen fast 40% von Verpackungen stammen. Etwa gleich hoch ist der Abfallanteil, den Verpackungen aus Industrie- und Gewerbebetrieben zum Gesamtmüll beisteuern, erklärt Norbert Egli, Geschäftsführer der Schweizerischen Interessengemeinschaft für Abfallverminderung.

Verschiedene Materialien, verschiedene Umweltlasten

Das Thema Ökologie sei für die Mehrheit der Verpackungsunternehmen noch vor wenigen Jahren ein höchst unwillkommenes Steuerungselement gewesen. Doch das habe sich grundlegend geändert, führt Jean-Paul Wetzel von der SVI-Geschäftsstelle in Zürich aus, der als Wirtschaftsvertreter auch Mitglied der Eidgenössischen Kommission für Abfallwirtschaft ist. Das Bewusstsein für Umweltmitverantwortung und damit für optimale Entsorgung und Wiederverwertung der Verpackungsmaterialien sei weiterum gefestigt, sagt Wetzel.

Dass dieses «Bewusstsein» sehr geschäftspragmatisch eingesetzt wird, verhehlt er nicht: «Taking-back-Verfahren sind ein hervorragendes Marketing-Instrument der kommenden Jahre zur Profilierung des eigenen Öko-Images», führt der SVI-Geschäftsvertreter aus. Die Industrie habe nicht auf die Umweltkontroverse gewartet, um effizient zu wirken. Die Frage der Abfallvermeidung aber, die mit Konsumverzicht und mit dem Verbot einzelner Produkte und Erzeugnisse einhergehen könnte, stimmt die ganze Branche ungehalten. «Der Gesetzgeber darf nicht so weit gehen, dass die Versorgungswirtschaft mittels Umweltgesetzgebung in ihren Mechanismen bevormundet werde», folgert Wetzel.

Während das Einsammeln von Papier und Glas seit einigen Jahren zufriedenstellend gelöst ist, gibt der Müll aus anderen Materialien immer neue Probleme auf. Dass die Verpackungen und insbesondere die Kunststoffe im Vordergrund der Diskussion stehen, empfindet der Abfallfunktionär als «zwar bedauerliche, aber schwerwiegende Tatsache, weil sie zu existentieller Bedeutung heranwachsen» könne. Konsequenterweise werden die schwerwiegenden Entsorgungsprobleme, welche insbesondere PVC-, PET- und andere Kunststoffgebinde für die öffentliche Hand darstellen, in Interlaken unter den Tisch gewischt; die beim Recycling von PVC entstehenden gefä chen Schadstoffe (Chlorsalz und Cl gase) werden nicht einmal erwähnt, die noch ungelöste Frage, wie gemis Gebinde (zum Beispiel aus Kunsts Aluminium und Papier) einem Wie verwertungsverfahren zugeführt wer sollen, wird bagatellisiert. Die gar Vorsortierungs- und Sammelaufga werden den einzelnen Haushalten den Gemeinden überbürdet, mit gro Selbstverständlichkeit. Dass zwar einem durchschnittlichen 3-Zimr Haushalt kaum Platz für ein halbes zend unterschiedlicher Müllbehälter wird zur Kenntnis genommen, aber « Schweizer» behelfe sich immer irg wie im Haushalt, es sei ihm viel zuzu ten. (Schön! So sind die Schweizerin und Konsumentinnen entlastet.)

«Wir Schweizer sind auch Weltmei im Aluminiumsammeln, und Alumin belegt in der Schweiz Platz 2 der r klierten Verpackungsmaterialien», rü W. Isler, Marketing- und Verkaufsle der Alcan Rorschach AG. Rund 15 Tonnen Aluminium schützen bei jährlich Nahrungs- und Genussmittel dem Verderb. Im Verpackungsabfall Haushaltungen mache Aluminium e 3% aus, führt Isler aus, und mit ein «konsumentenfreundlichen, flächend kenden Multisammelstellennetz» we die Infrastruktur geschaffen, um jähr 7000 Tonnen Aluminiumverpackun zurückzugewinnen.

Diese Bestrebungen sind unbestrit Die Frage ist, ob Aluminium nicht ein kostbarer Werkstoff sei, um für Einw gebinde gebraucht zu werden, gibt M grit Huber vom Konsumentinnenfor Sektion Zürich, zu bedenken, ob es fer wirklich «konsumentenfreundlich» Rückgabestellen für Alu-Dosen als Sp automaten – die sogenannten Lucky- – zu gestalten. Bier und Mineralwas können ebensogut aus Mehrwegflasc getrunken werden, betont sie. Der dem Recycling-Angebot verbund Sammelautomat werde vor allem Kaufanreiz benützt, da er den Spieltr vor allem junger Konsumenten und K sumentinnen ausnütze.

Vermeiden ist noch besser als aufbereiten: Aufklärung ist auf allen Stufen nötig. (Bild Andreas Schwaiger)