

Neue Ladenkonzepte setzen auf weniger Müll beim Einkaufen

Schluss mit der Verpackung

Viele Konsumenten haben die Nase voll vom Verpackungsüberfluss. In Luzern setzen Läden vermehrt auf Produkte ohne Verpackung.



«No waste» in Luzern.

elfgradost - Fotolia

Nicht selten staunt man nach dem Einkauf darüber, wie voll der Abfallimer ist. Plastikhüllen von Gemüse, Früchten und Brot stapeln sich schon vor dem eigentlichen Verzehr. Und im Verlauf des Tages kommt dann noch mehr dazu: Pastaschachtel, Joghurtbecher, Röstiverpackung... Das ist nicht nur teuer aufgrund der Entsorgungsgebühren, sondern auch schlecht für die Umwelt. Recycling ist zwar ein Fortschritt: Glas, Karton, Papier kann man sammeln und wieder verwerten. Doch die beste und günstigste Verpackung ist gar keine Verpackung. Dass auch in Luzern grosses Bedürfnis nach weniger Abfall besteht, zeigt die Reaktion auf den geplanten Laden «Unverpackt Luzern». Die Ankündigung Ende letz-

tes Jahr in den Sozialen Medien stiess sowohl Privatpersonen wie auch bei den Medien auf breite Resonanz. Initiator Milan Nevicky hat nun mit der Zürichstrasse 44 auch eine Adresse gefunden. Dort soll bald ein Laden mit Lebensmitteln ohne Verpackungen aufmachen. Doch auch der Quai4 Markt wird ab Februar auf eine Abfüllstation setzen, in der man Pasta, Nüsse und Reis mit dem eigenen Gefäss holen kann. Weitere Adressen für unverpacktes Einkaufen sind der Gänsterli Bio-Laden GmbH, das «vom Fass»-Geschäft und natürlich der Wochenmarkt. *Simone Knittel*

ANZEIGE



Weit mehr als «nur» ein Logo!

Im Jahre 1982 wurde der gemeinnützige Verein «Aktion Zahnfreundlich» durch die zahnärztlichen Fakultäten der Universitäten Zürich, Basel, Bern und Genf gegründet. Die «Aktion Zahnfreundlich» garantiert mit ihrem Markenzeichen – dem «Zahnmannchen» – dafür, dass dieses nur zur Auszeichnung von nachweislich zahnfreundlichen Lebensmitteln verwendet wird.

Über 90 Prozent der Schweizer Bevölkerung kennt das «Zahnmannchen» und als Qualitätslabel für zahnfreundliche Süssigkeiten ist es sozusagen in aller Munde. Dank dem Einsatz der Schulzahnpflege-Instruktorinnen wird bereits in den Zahnputzlektionen in der Schule über den Nutzen des «Zahnmannchens» als Wegweiser zu zahnfreundlichen Süsswaren gesprochen.

Obwohl die Zahngesundheit in der Schweiz sich während der letzten Jahrzehnte kontinuierlich verbessert hat, besteht noch kein Grund zur Verharmlosung von Karies. Zuwanderer aus Ländern mit weniger entwickelter Gesundheitsvorsorge leiden oft unter Karies und Parodontitis, die bei richtiger Mundhygiene und Ernährung hätte vermieden werden können. Um dem entgegenzuwirken, bietet die «Aktion Zahnfreundlich» über ihren Webshop (www.zahnfreundlich.ch/shop) beispielsweise kostenloses Informationsmaterial an, welches in Deutsch, Französisch und Italienisch verfügbar ist.

Das Vorbild «Aktion Zahnfreundlich» hat inzwischen auch Nachahmung in anderen Ländern wie Deutschland, Japan sowie Korea gefunden. Dem «Zahnmannchen» können wir als schweizerischem Bekannten deshalb auch im Kiosk eines türkischen Bazars oder am Palmenstrand von Ecuador begegnen.

Weitere Informationen unter: www.zahnfreundlich.ch



LUSH will im neuen Jahr die Anstrengungen Richtung Nachhaltigkeit noch verstärken

Nackt ins neue Jahr

Neues Jahr – neuer Müll? Nein, sagt das Kosmetikunternehmen LUSH. Der Neujahrsvoratz, weniger Abfall zu produzieren, wird das Unternehmen das ganze Jahr 2017 begleiten und bietet Kundinnen und Kunden die Möglichkeit, sich dem täglich wachsenden Müllberg entgegenzusetzen.

Jeden Tag entstehen auf der Welt unzählige Tonnen neuer Abfall. Ein durchschnittlicher Verbrauch von 694kg pro Person und Jahr machen uns zu Abfall-Europameistern. Was passiert mit dem vielen Plastik, den wir verbrauchen? Und wie würde ein Alltag aussehen, der weniger Müll verursacht?

Diese und viele weitere Fragen begleiten das Kosmetikunternehmen LUSH das ganze Jahr über. Mit Events, Tipps und Tricks rund um das Thema Abfall werden Kundinnen aufgefordert, aktiv etwas gegen Müll zu tun. Julia Bogdanovic-Artho, Kampagnenverantwortliche bei LUSH Schweiz, freut sich über die geplanten Aktionen: «Gemeinsam mit unseren Kundinnen und Kunden werden wir Flussufer und Wiesen von Abfall befreien, einen No-Waste Selbstversuch starten und ganz viele tolle Ideen sammeln, wie Müll aktiv reduziert werden kann.»



Lush setzt auf unverpackte Produkte. LUSH



Die sind alle nackt – und das ist gut so.

Lush

Die nackte Wahrheit

Die erhöhte Nachfrage von Kundinnen nach weniger Verpackungsmaterial ist eine willkommene Herausforderung für den Detailhandel, so LUSH in einer Mitteilung. 2012 wanderten in Europa 9,6 Millionen Tonnen Verpackungsmaterial aus Plastik auf Deponien. Laut offiziellen Statistiken wurden nur 26% davon wiederverwertet. LUSH sei wegweisend auf dem Gebiet und biete 35% ihrer frischen und handgemachten Produkte nackt und ohne Verpackung an. Allein 2015 hat LUSH mit den festen Bodybuttern ganze 17'000 Kilogramm Verpackung eingespart. «Verpackungen sind Müll und für lange Zeit haben wir viel zu viel davon produziert», sagt Mark Constantine, Mitgründer von LUSH, und ergänzt: «jetzt wo die wahren finanziellen Kosten und die massiven Umweltschäden deutlich werden, verlangen Kunden vehementer denn je verpackungsfreie Lösungen. Unternehmen wie LUSH müs-

sen neue Wege gehen und Innovationen bieten, die den Kauf von wirklich unverpackten Produkten ermöglichen.»

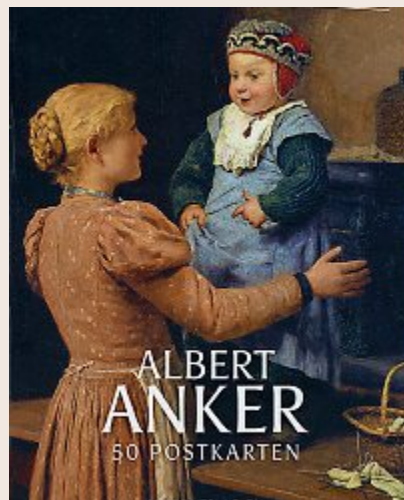
Gleichzeitig treiben LUSH's umweltbewusste Ideen auch die Innovation bei momentan noch verpackten Produkten voran. Flüssige Kosmetikprodukte verpackt LUSH in 100% rezyklierte Flaschen und Pots. Kunden, die mindestens fünf von den schwarzen Pöttchen sammeln und in die Schweizer LUSH-Shops zurückbringen, bekommen als Dankeschön eine frische Gesichtsmaske oder einen frischen Gesichtereiniger. *pd/sk*

Verlosung

Wir verlosen 5x nackte Produkte, eingewickelt in ein wiederverwertbares Furoshiki Tuch im Wert von je Fr. 50.—. Schreiben Sie eine Mail mit Ihrer Adresse und Stichwort «Kein Abfall» an simone.knittel@luzerner-rundschau.ch

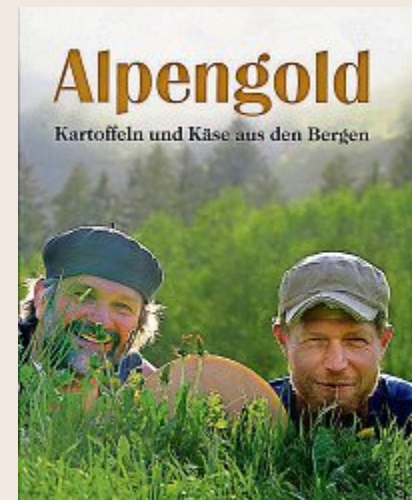
BUCHTIPP

Schweizer Gefühlswelten und Alpengold



Albert Anker
Karten Box mit 50 Karten / Werdverlag
ISBN 3-85932-784-9 Fr. 29.—

Er gilt wohl als Maler der Schweizer Gefühlswelt seiner Zeit. In seinem über 50-jährigen Schaffen hat der Maler Albert Anker (1831-1910) den Schweizer Realismus der 2. Hälfte des 19. Jahrhunderts geprägt. Seine Bilder entstanden parallel zum Impressionismus. Viele seiner herausragenden Werke hängen heute in den grossen Schweizer Museen und bezaubern durch ihre lebensnahen, tief empfundenen Motive. Im Werk des schon zu Lebzeiten berühmten Berner Malers stand der Mensch



Alpengold
M. Bienenrath, M. Heinrich / FONA
ISBN 3-03780-608-1 Fr. 54.—

immer im Mittelpunkt. Seine Bildwelt zeigt Menschen in ihrer kleinen Welt in unspektakulären Alltagssituationen und Tätigkeiten. Aus Albert Ankers Hand stammen die schönsten Kinderbildnisse, welche der Realismus des 19. Jahrhunderts hervorgebracht hat. Ein wahres Bijou ist das im Werd-Verlag erschienene Sammelkästchen mit 50 Karten zum Sammeln oder Verschenken. In Ankers Werken finden wir Unvergessliches aus einer vergangenen Gefühlswelt... Auch das Buch «Alpengold» hat viel

mit heimatlichen Gefühlen zu tun. Es ist eine wahre Liebesgeschichte an unsere Alpenwelt. Es ist mehr als ein Streiflicht in den Alltag. Während zwei Jahren war Martin Bienenrath in zwei Welten unterwegs, in der seiner Käserei und in der seines Freundes und Bio-Kartoffelbauern Marcel Heinrich. Freude, Ängste, Zweifel, Unsicherheit, Tatkraft und Innovation gehören hier wie dort zum Alltag und haben sich in diesem Buch bildlich zu einem lebendigen Netz verwoben. Die Geschichte wäre nicht zu Ende geschrieben, würden nicht die Köche und die vielen Helfer zu Wort kommen – die aktiven Fans von Bergkäse und seltenen Bergkartoffeln – eben von unserem «Alpengold». *wt*

Verlosung

Wir verlosen je 2 Exemplare der vorgestellten Bücher. Senden Sie eine Postkarte mit Absender und dem Stichwort «Alpengold» an die Luzerner Rundschau, Postfach 3339, 6002 Luzern. Oder per E-Mail an sandra.scholz@luzerner-rundschau.ch Sie können angeben, welches Buch Sie gewinnen möchten. Die Bücher werden den verlosteten Gewinnern zugestellt. Teilnahme bis 26. Januar 2017