



Plastikverpackungen den Garaus machen: Die «Unverpacktläden» gehen mit dem Konzept des Selberabfüllens voraus und setzen auf den Sinneswandel der Bevölkerung.

Bilder: Sani Subramaniam

Die Welt ist noch nicht fertig gerettet

Die Unverpacktbewegung steckt in einer Krise: Der Verkauf von unverpackten Lebensmitteln ist schweizweit zurückgegangen. Die beiden Glarner Unverpacktanbieter suchen nach Gründen.

von Tina Wintle

Plastikabfall müllt die Welt zu. Laut der Umweltorganisation WWF endet von den 78 Millionen Tonnen Plastikverpackungen weltweit ungefähr jede Dritte auf dem Boden oder im Meer.

Seit ungefähr sechs Jahren machen die sogenannten Unverpackt-Läden auf sich aufmerksam. Die Bewegung vertritt die «Zero Waste»-Philosophie und möchte die Menschen dazu bewegen, auf unnötiges Verpackungsmaterial zu verzichten. Das Konzept der Läden: Bring dein Gläsi oder deine Tupperware in den Laden mit und fülle Pasta, Reis, Honig, Essig, Mehl oder Nüsse selber ab.

Läden schiessen wie Pilze aus dem Boden

In der Schweiz gibt es ungefähr 60 Läden, die nach dem Konzept unverpackt wirtschaften, erklärt Natalie Jacot, Präsidentin des Vereins unverpackt Schweiz. So einfach lasse sich diese Zahl

nicht nennen, weil die Bewegung noch in den Kinderschuhen stecke. «Die Läden schiessen trotz Abwärtstrend wie Pilze aus dem Boden», sagt sie.

Je nach Grösse der Läden sind nicht nur Lebensmittel zum selber Abfüllen erhältlich, sondern auch Hygieneartikel wie Zahnpasta im Glas, Körperseifen, feste Shampoos oder auffüllbare Bodylotions. Gemäss dem Verein unverpackt Schweiz liegen die Umsätze der Läden zwischen 10 000 und 40 000 Franken pro Monat. Zahlen, die relevant genug seien, um die Aufmerksamkeit der Schweizer Grossverteiler auf das Thema zu lenken und mitzumischen, sagt Jacot.

Sind Grossverteiler schuld am Abwärtstrend?

Seit Sommer klagen einige Geschäfte über Umsatzeinbussen und fehlende Kundschaft. Das sei nichts Ungewöhnliches, «der Sommer ist immer eine ruhige Zeit», erklärt Jacot den Negativtrend. Allerdings seien im September die Zahlen nicht wieder angestiegen, was sie normalerweise tun. Sie seien

sogar noch weiter eingebrochen. «Vor allem in den Regionen Basel, Zürich und Chur und damit wohl auch Glarus kämpfen die Läden derzeit ums Überleben», sagt Jacot. Die Gründe dafür seien vielfältig.

Dass nun auch Grossverteiler unverpackte Ware wie Nüsse, Trockenfrüchte oder Duschgels in Form von Duschseifen verkaufen, sei grundsätzlich eine gute Entwicklung, ist Jacot überzeugt. Schliesslich gehe es um das gemeinsame Ziel, Plastikabfall zu vermeiden. Allerdings gäbe es auch dort schwarze Schafe: «Leider machen die Grossverteiler nicht immer transparent, woher die nicht abgefüllte Ware stammt», sagt sie. Auf einer Skala von 0 bis 10 gibt Natalie Jacot den Grossverteilern für ihr Unverpacktengagement im Moment 5 Punkte.

Eine Umfrage des Vereins unverpackt Schweiz bei 800 Kunden zeigte allerdings, dass nicht die Grossverteiler schuld an der «Null-Bock-Stimmung» der Unverpacktkundschaft sind. Vielmehr wurden Gründe angegeben, wonach die Menschen wegen Corona nicht

mehr Lust hätten, in verschiedenen Läden einzukaufen, sondern gerne alles unter einem Dach erledigten. Ein weiterer Grund ist laut der Umfrageanalyse, dass nach der Homeoffice-Zeit die Leute wieder weniger kochten und zurück zum Fast Food gekehrt seien. Aber auch der Grund «zu faul sein», ist laut Jacot mehrmals genannt worden.

Im Kanton Glarus gibt es zwei Unverpacktläden. «Ursi's Füllbar» in Glarus und «kostbar unverpackt» in Niederurnen. Seit dem Sommer sei das Interesse an unverpackten Lebensmitteln zurückgegangen, ist die Tendenz des einen Ladens, während der andere nicht ins Klagegeld einstimmen möchte und sich vorsichtig zum Abwärtstrend äussert.

Keine andere Wahl, als auf Plastik zu verzichten

In «Ursi's Füllbar» in Glarus nimmt Inhaberin Nadja Vogel einen Rückgang der Kundschaft und des Umsatzes seit Sommer wahr. Der Rückgang lässt sich nicht einfach erklären. Das Maskentragen halte die Menschen davon ab, genussvoll einkaufen zu gehen. «Die Leute möchten so schnell wie möglich den Einkauf hinter sich bringen und wieder nach Hause gehen», vermutet Vogel. Beim Einkaufserlebnis, das ihr Laden bietet, brauche es Zeit, sagt sie.

Laura Bernet, die zusammen mit Marijella Ventura «kostbar unverpackt» in Niederurnen führt, ist überzeugt, dass nicht nur das Abfallthema glitten habe, sondern grundsätzlich die Diskussionen rund um Umweltthemen. An der Umfrage des Vereins unverpackt Schweiz hat sie nicht teilgenommen, die Situation sei nicht bei allen Läden dramatisch. Den Abwärtstrend mag sie für ihr Geschäft nicht bestätigen: «Eine Markteinschätzung wollen wir noch nicht wagen, das wäre für uns verfrüht. Wir bestehen noch nicht einmal ein Jahr», so Bernet. Sie bezeichnet sich als Start-up-Unternehmen und wünscht sich mehr Zeit, um überhaupt erst eine Stammkundschaft und einen Kreis von Bioproduzenten aus dem Glarnerland aufzubauen. Für ein Fazit sei es noch zu früh.

Bernet, Ventura und auch Vogel sind ihrem Projekt gegenüber optimistisch eingestellt und glauben daran, etwas Gutes zu tun. «Die Menschen müssen das Bewusstsein dafür entwickeln, dass wir umstellen müssen. Wir haben gar keine andere Wahl, als künftig auf Verpackung und Plastikmüll zu verzichten», sagt Natalie Jacot. «Und jeder muss irgendwo im Kleinen einmal damit anfangen.»



«Das Interesse an unverpackten Lebensmitteln ist seit dem Sommer zurückgegangen.»

Nadja Vogel
Inhaberin «Ursi's Füllbar» Glarus