

**DENISE LEHMANN** | Art Direction  
Auszug aus meinem Portfolio



BUSINESS

# The choice to look great

Nuancen machen diesen Herbst bei den Business-Looks den grossen Unterschied. Die Anzüge sind einreihig, werden gern mit Gilet getragen und manifestieren Smartness mit dezenten melierten oder auffälligen klassischen Mustern. So wirkt der Auftritt auf den ersten Blick raffiniert reduziert, beeindruckt durch kompromisslos gepflegte Details und besonderes Augenmerk bei der Verarbeitung. Erste Farbwahl: Grau, Blau und Camel.

exclusive  
designed by  
MASON'S

YVES  
Weston Anzug 199,-  
Gilet 79,90  
Hemd 79,90  
Krawatte 69,90  
Hose 119,-

CASUAL

Diese Sets: oben SCOTCH & SODA Jacke 229,- Pullover 139,- Unten GANT Jacke 199,- Pullover 159,- Hemd 139,- Jeans 149,-  
Rechts Seite: MARC O'POLO Weston 319,- Pullover 169,- Hose 139,-

HOMME | Herren Globus  
Das Magazin für den Mann  
Art Direction, Konzept Sunday Mood,  
Location Scout & Graphic Design

+ Fotograf: Diego Alborghetti



7 BUSINESS

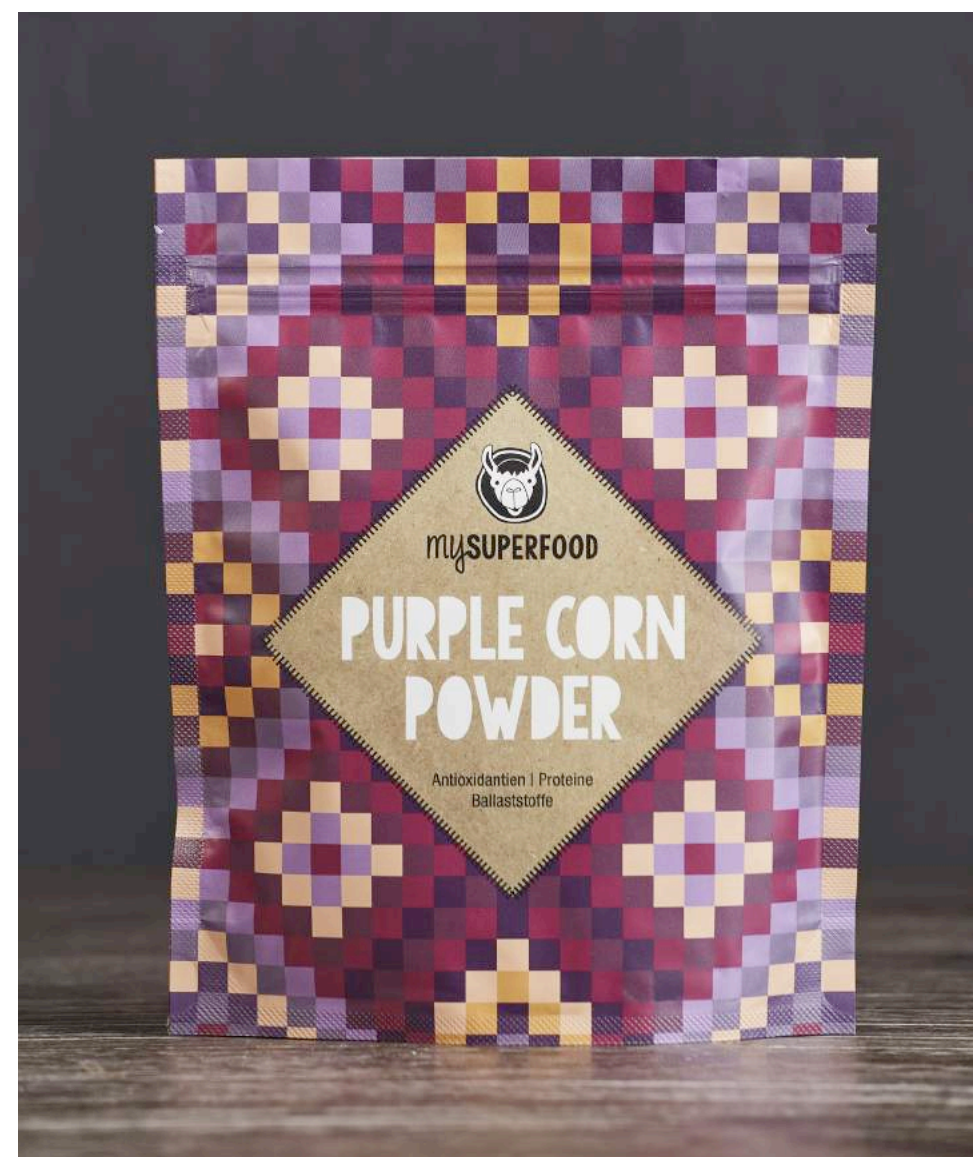
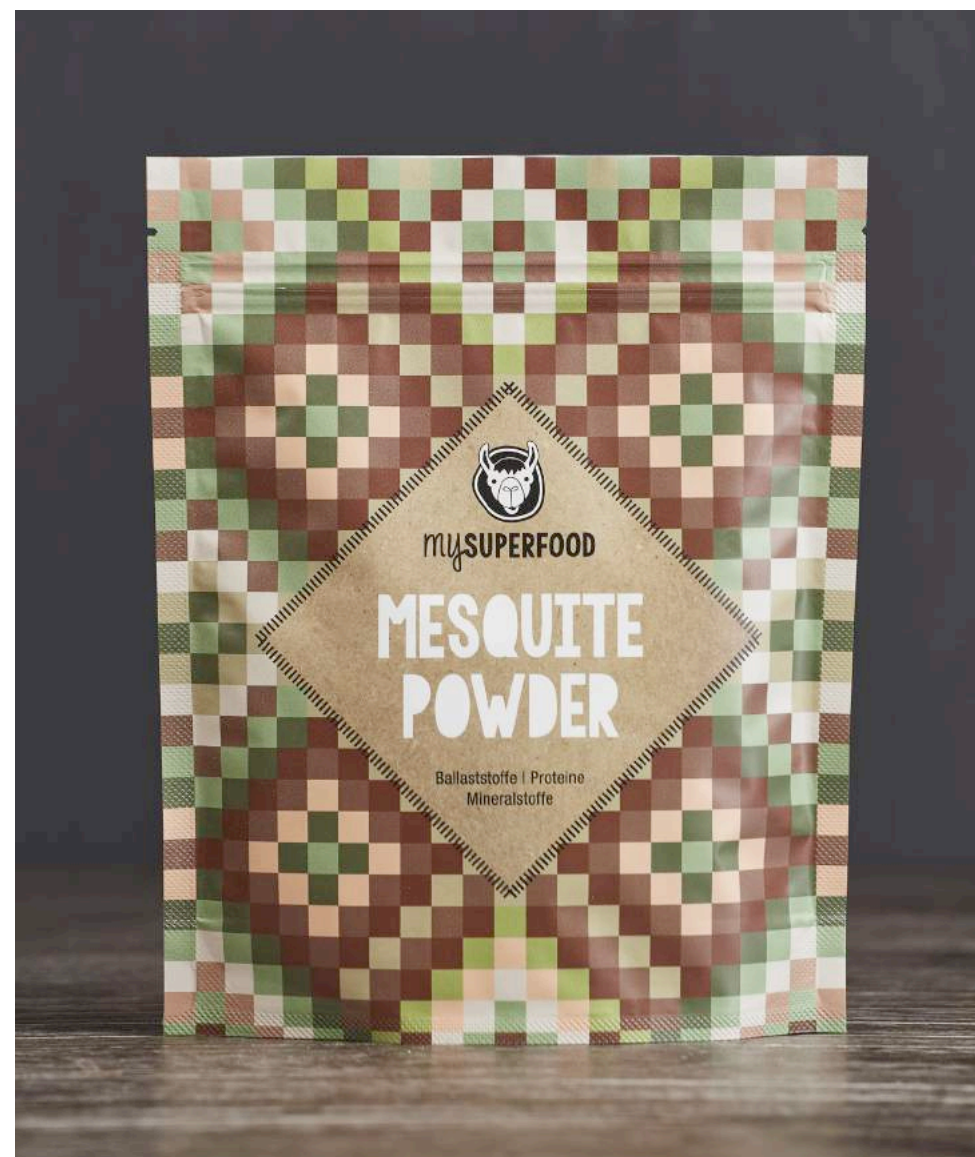
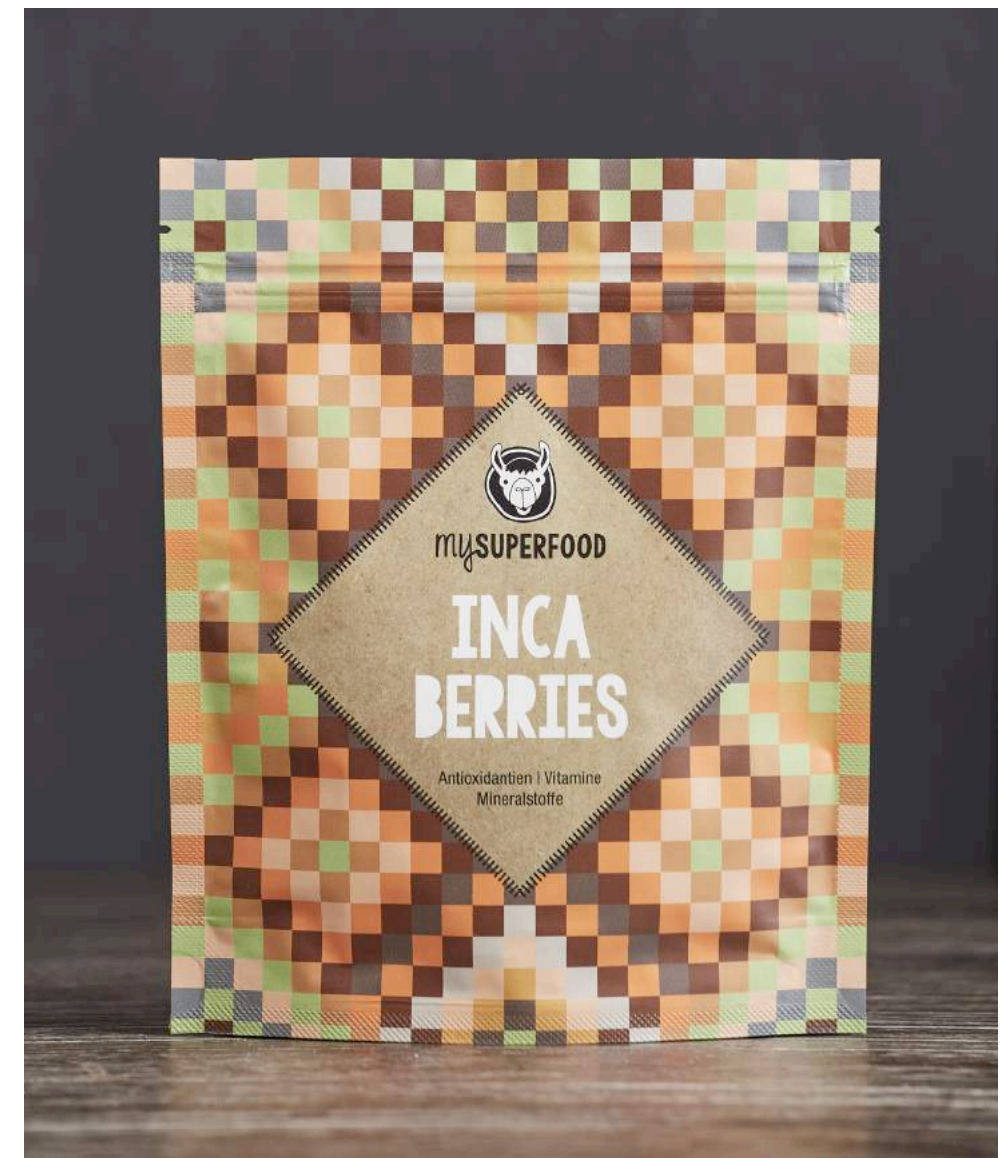
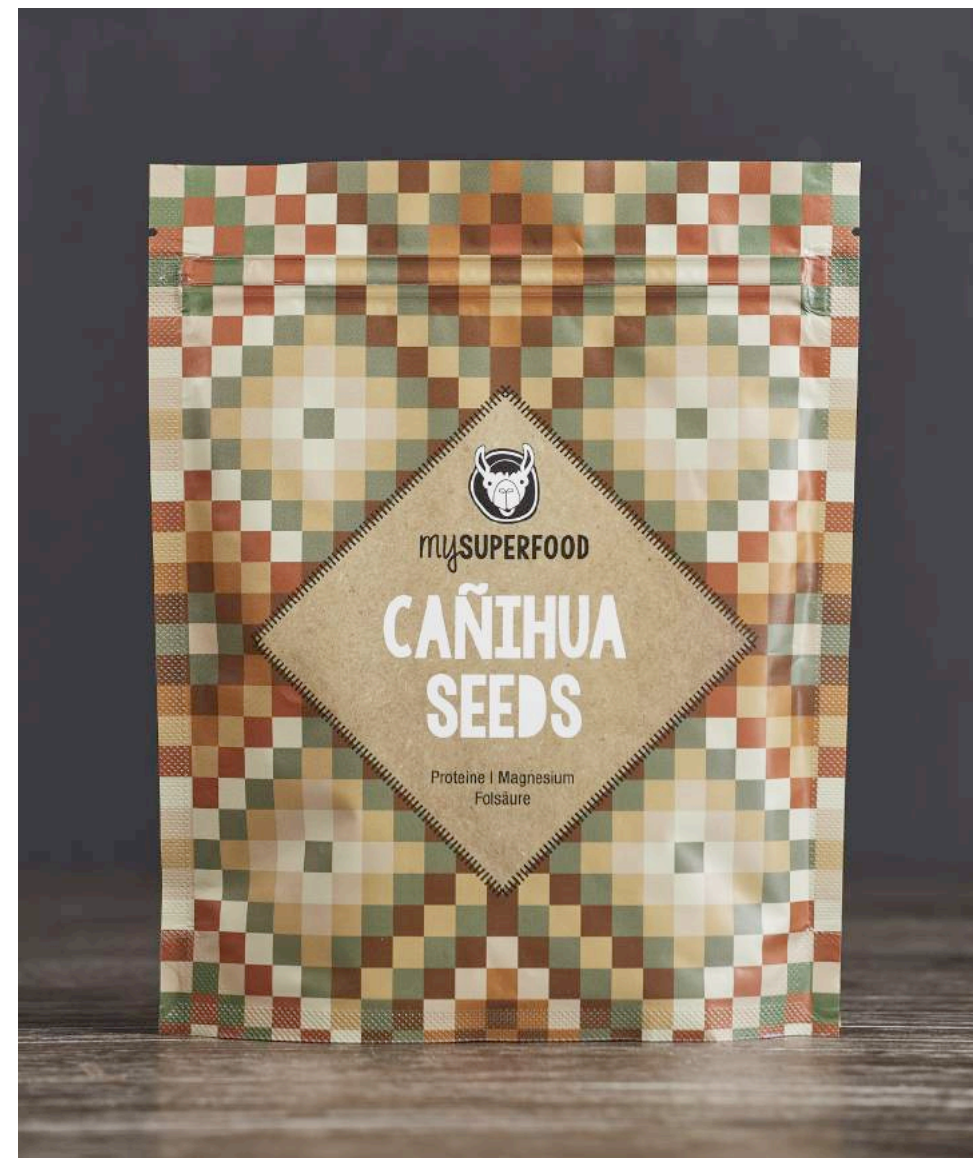
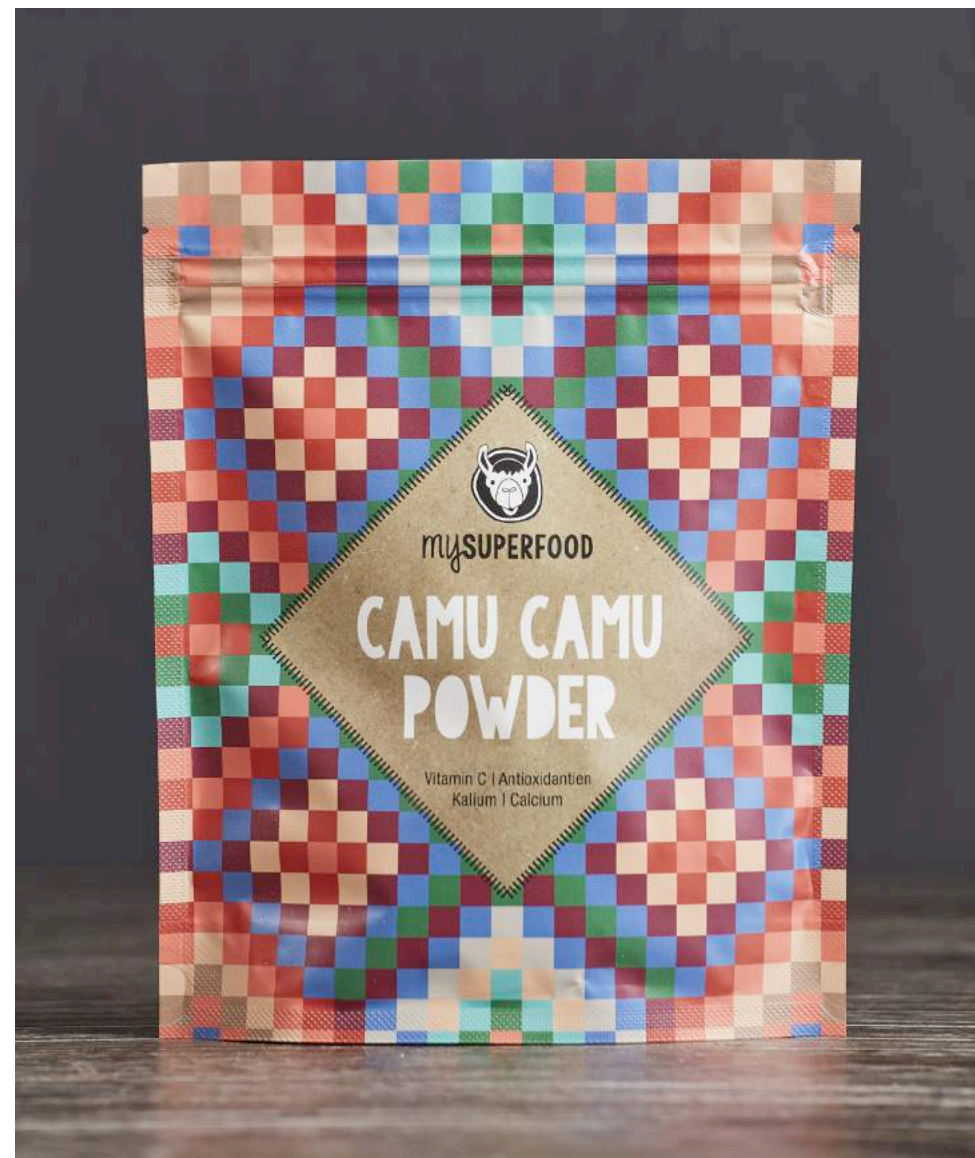
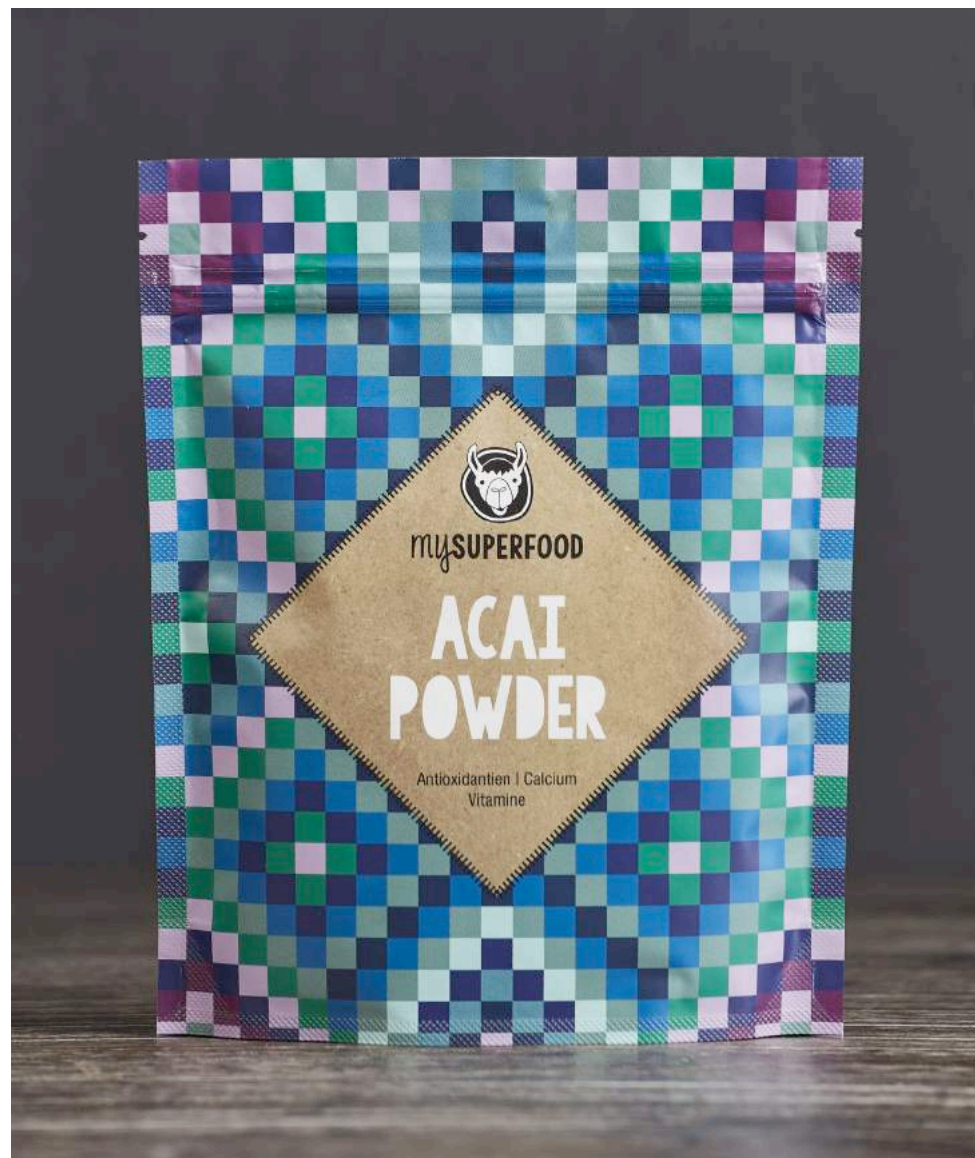
Linke Seite: BOSS Anzug, dreiteilig 699,- ETON Hemd 169,- Diese Seite links: DRYKORN Anzug 499,- YVES Hemd 79,90  
Diese Seite rechts: STRELLSON Weston 419,- Hemd 119,- Hose 119,- Krawatte 79,90

Easy like Sunday morning

Entspannte Looks zeigen diesen Herbst einen Hauch zur Opulenz: Der grossartige Kaschmirpullover, die breiten Streifen, der Hingucker-Mantel zum legeren Stil, vermitteln urbanen Street-Style, der nicht nur am Sonntag zum Zug kommen soll.

DRYKORN  
Pullover 179,-  
MASON'S  
Chino 169,-





mySuperfood | Gesamtauftritt  
Art Direction, Brand Design, Packaging Design & Produktlancierung

mySuperfood vertreibt natürliche und gesunde Nahrungsmittel aus Peru.  
Die veganen Superfood Produkte werden direkt bei den Produzenten bezogen.



# PETFLASH

DAS MAGAZIN VON PET-RECYCLING SCHWEIZ



«Es ist richtig,  
die Anzahl  
der Recycling-  
stationen  
weiter aus-  
zubauen.»

UPI  
**Ein zweites Leben  
für alte Pelze**

POLITIK  
**Pfand: Ein funktionierendes  
System einfach aufgeben?**

JOSÉ ANTONIO PAZ, Strassenreiniger Bern  
(mit Kollege Bekim Shagshi, links)

N71 NOVEMBER 2019

# PETFLASH

DAS MAGAZIN VON PET-RECYCLING SCHWEIZ



«Eine  
gute Idee –  
die neue  
Flaschen-  
post»

ROLF JANS, Pöstler

RECYCLING  
**Das Kreislauf-System  
von PET-Recycling Schweiz  
ist in Europa top**

KAMPAGNE  
**Neue Sammelstandorte  
sind gefragt**

N73 AUGUST 2020

# PETFLASH

DAS MAGAZIN VON PET-RECYCLING SCHWEIZ



«Es braucht  
einen sorgsamem  
Umgang mit  
der Natur»

MONICA BESOMI  
Head of Sales & Marketing bei Ferrovia Monte Generoso

KAMPAGNE  
«Es lohnt sich,  
TikTok auf dem  
Radar zu haben»

INTERVIEW  
**Wie Meyrin GE  
in die Umwelt  
investiert**

N77 NOVEMBER 2021

FOKUS

# Lebenszyklus-Analysen schaffen Klarheit

Text von Elisabeth Moser Fotos von Sven Germann

Die Carbotech AG in Basel bietet Dienstleistungen in der Umwelt- und Schadstoffberatung an, damit Unternehmen oder die öffentliche Hand ihre Umweltbelastungen erkennen und Strategien entwickeln, wie sie diese bewältigen können. Fredy Dinkel ist seit 1990 Projektleiter. Zu seinen Aufgabengebieten gehört auch PET-Recycling Schweiz.

Mit Ökobilanzen und Umweltproblemen hat Fredy Dinkel tagtäglich zu tun, und obwohl nicht alle Massnahmen gegen zunehmende Umweltbelastungen so erfolgreich sind wie das PET-Getränkflaschen-Recycling, so ist er doch ein optimistischer und lebensfroher Mensch. Sein Ziel ist es, mit aussagekräftigen Studien und Analysen aufzuzeigen, wo Potenzial für umweltverträglichere Veränderungen vorhanden ist, und Massnahmen zur Reduktion zu begleiten. Neben seiner Aufgabe in einem Team von etwa dreissig Mitarbeitenden unterrichtet er Studierende in Methoden zur Modellierung und Bewertung von Umweltauswirkungen. Im Zentrum seines Interesses stehen nicht nur die Daten, Statistiken und Forschungsmethoden und daraus resultierende Szenarien – die sind Mittel zum Zweck –, sondern die Menschen und die Natur. Fredy Dinkels Engagement gilt einer zukunftsfähigen Gesellschaft und einer «gesunden» Umwelt, und dafür dienen die Studien, welche die Carbotech AG für Firmen, die öffentliche Hand oder internationale Organisationen erstellt – so

auch für PET-Recycling Schweiz. «Man muss den ganzen Lebensweg eines Produktes anschauen, damit man zu aussagekräftigen Ergebnissen kommt», erklärt Fredy Dinkel. «Wenn wir die PET-Getränkflasche anschauen, so beginnt ihr Leben irgendwo in einem Bohrloch, zum Beispiel in Venezuela oder Saudi-Arabien. Dort steht der Bohrturm, der den Rohstoff herauspumpt, dieser wird raffiniert und dann transportiert. Dafür braucht es Infrastruktur und Energie. Der Transport verursacht Emissionen in Luft, Wasser und Boden. Dann wird polymerisiert, wir erhalten Granulat in Form von PET-Körnchen. Diese werden wiederum transportiert und verarbeitet; sie reisen weiter, werden aufgeblasen und gefüllt, dann stehen die PET-Getränkflaschen hübsch und markttechnisch optimal platziert für umweltverträglichere Veränderungen vorhanden ist, und Massnahmen zur Reduktion zu begleiten. Neben seiner Aufgabe in einem Team von etwa dreissig Mitarbeitenden unterrichtet er Studierende in Methoden zur Modellierung und Bewertung von Umweltauswirkungen. Im Zentrum seines Interesses stehen nicht nur die Daten, Statistiken und Forschungsmethoden und daraus resultierende Szenarien – die sind Mittel zum Zweck –, sondern die Menschen und die Natur. Fredy Dinkels Engagement gilt einer zukunftsfähigen Gesellschaft und einer «gesunden» Umwelt, und dafür dienen die Studien, welche die Carbotech AG für Firmen, die öffentliche Hand oder internationale Organisationen erstellt – so

Wiege zu analysieren, zu bewerten, Schwachstellen zu ermitteln und nach bestmöglichen Strategien für eine Reduktion der Umweltauswirkungen zu suchen und diese zu begleiten, das sind unter anderem die Aufgaben der Basler Carbotech AG.»

Mutmassungen und Datenbanken sind kein Widerspruch

Auch die Wiederverwertung von Rohmaterial benötigt Strom, Wasser, Transporte und bietet Raum für Provokatives: Wäre es gar ein Gewinn, wenn wir das PET, statt es wiederzuverwerten, einfach in die Kehltrichter-brennung geben? Wie viel Wärme und Strom könnten damit erzeugt werden? Im erprobten Fall von PET-Recycling ist es klar: Das Recycling lohnt sich.

Ob in der Mittagspause vor dem Büro (oben) oder vom Arbeitsplatz aus (links): Die Nähe zur Natur ist für Fredy Dinkel sehr wichtig.



«Für mich liegt das Glück nicht im Konsumieren, sondern in der persönlichen Lebensqualität. Mir ist das Zusammensein mit Menschen oder Zeit in der Natur wichtiger.»

FREDY DINKEL



Ob in der Mittagspause vor dem Büro (oben) oder vom Arbeitsplatz aus (links): Die Nähe zur Natur ist für Fredy Dinkel sehr wichtig.

Daten des zu untersuchenden Systems werden von uns erfasst, durch Interviews, Fragebögen, Datenblätter oder Messprotokolle. Danach werden diese verknüpft mit sogenannten Hintergrunddaten, wie zum Beispiel Angaben zu Emissionen, welche bei Transporten, bei der Strombereitstellung oder der Produktion von Materialien entstehen. Vor dreissig Jahren musste man diese Daten aus Publikationen zusammensuchen und sich meistens mit sehr lückenhaften Informationen zufriedengeben. Heute gibt es für viele Produkte und Dienstleistungen Ökobilanzinformationen in Datenbanken.»

Ein Pionier für die Bereitstellung solcher Ökobilanzdaten war Professor Peter Suter von der ETH, der vor dreissig Jahren wissen wollte: Welche Umweltauswirkungen sind damit verbunden, bis eine Glühlampe brennt? Um diese Frage zu beantworten, musste er Daten zusammentragen zu Kraftwerken, Transporten, benötigten Materialien und deren Rohstoffabbau und Produktion wie zum Beispiel Kupfer, Stahl oder Beton.

Mobilität, Ernährung und Heizen sind die grössten Umweltbelastungen

Dank den heutigen Datenbanken lassen sich Stoffflussanalysen, Ökobilanzen oder Risikoabschätzungen weitgehend am Computer bearbeiten. So sitzt auch Fredy Dinkel – wenn er nicht unterrichtet, mit anderen diskutiert, bei einer Kundenberatung oder Tagung ist – in seinem Büro mit Blick auf den Bildschirm. Die Datenmengen alleine machen jedoch noch keine gute Ökobilanz, es braucht Neugierde und spielerische Annahmen, um zu neuen Erkenntnissen zu gelangen. Was passiert zum Beispiel, wenn ich neue Technologien oder andere Energieträger einsetze, eine Komponente verändere, wenn der Plastikabfall vom Konsumenten nicht mehr gesammelt, sondern verbrannt wird? Solche Szenarien zu berechnen, kann zu Überraschungen führen, beispielsweise führen Plastikverpackungen nicht nur zu Umweltbelastungen, sondern können bei Lebensmitteln dank ihrer Schutzfunktion Food-Waste verhindern und so einen positiven Umweltnutzen haben. Leider zu wenig in den Köpfen der Verbraucher präsent, welche Menge an Dünger, Pflanzenbehandlungsmittel, Wasser und Transportenergie zum Beispiel eine Tomate benötigt, bis sie aus Südpazarien bei uns auf dem Tisch ist. Solche Fragen stellen sich der Carbotech AG täglich. Die Erkenntnisse daraus müssen jedoch bei den Konsumenten und Verbrauchern ankommen, damit diese sie mit ihrem persönlichen Lebensstil vereinbaren können. Fredy Dinkel sieht das pragmatisch: «Der Fleischkonsum, die Mobilität und das Heizen sind die

grössten Umweltbelastungen. Jeder Mensch muss selbst entscheiden, wo er seine Prioritäten setzt, um zu einem vertretbaren Umweltausdruck zu kommen. Auch ich lebe nicht vegan, habe meinen Fleischkonsum aber stark reduziert, kaufe beim Bio-Bauern direkt ein, wohne in einem Minergie-Haus, heize mit Holz und fahre mit dem OV und dem Fahrrad und fliege nicht in die Ferien. Jeder soll dort seine Prioritäten setzen, wo es ihn glücklich macht. Einfach nicht alles zusammen. Reduktion ist bei uns nicht nur notwendig, sondern führt meist zu mehr Lebensqualität.»



Immer auf der Suche nach guten Daten: Fredy Dinkel in der büroergen Bibliothek.

«Wenn einer nur mit einem Porsche glücklich ist, dann soll er ihn fahren, dafür kann er ja auf das Fliegen verzichten und sich vegan ernähren.»

FREDY DINKEL

INTERVIEW

## «Die Littering-Situation hat sich verbessert»

Bereits zum fünften Mal hat die IGStU (IG saubere Umwelt) in der Schweizer Bevölkerung eine Umfrage zum Thema Littering durchgeführt. Und bereits zum vierten Mal in Folge gehen die Befragten an, dass sich die Situation stetig verbessert. Ein Interview mit Nora Steiner, Geschäftsführerin der IGStU.

PET-Flash: Frau Steiner, immer wieder ist zu lesen und zu hören, dass in der Schweiz viel zu viel einfach achtlos weggeworfen oder eben «gelittert» wird. Ihre aktuelle Umfrage zeigt nun aber ein etwas anderes Bild. Wie sieht es um das Littering-Problem in der Schweiz? Nora Steiner: Es wird zwar immer noch gelittert, aber die Ergebnisse der neusten IGStU-Umfrage sowie die Zahlen von jährlich durchgeführten IGStU-Massnahmen in der Schweiz zeigen, dass sich die Littering-Situation leicht verbessert hat. Bereits das vierte Jahr in Folge hat die Schweizer Bevölkerung den Eindruck, dass das Littering abnimmt, plus ärgert man sich weniger darüber. Auch Schweizer Städte und Gemeinden nehmen eine leichte Verbesserung wahr. Diese positive Entwicklung ist das Resultat von kontinuierlicher Sensibilisierungsarbeit und einer dichten Sammelinfrastruktur.

Wo sehen Sie bezüglich Littering die grössten Herausforderungen? Wie in anderen Ländern wird auch bei uns die Bevölkerung immer grösser, konzentriert zunehmend unterwegs und verlässt ihre Aktivitäten ins Freie. Das Verhalten lässt sich nicht von heute auf morgen ändern. Um die Situation weiter unter Kontrolle zu halten, müssen die Massnahmen gegen Littering zwingend weitergeführt werden. Wir sind überzeugt, mit kontinuierlicher Sensibilisierungsarbeit das Verhalten in Bezug auf die Abfallentsorgung nachhaltig beeinflussen und Schritt für Schritt verändern zu können – hin zu einer sauberen, litteringfreien Schweiz.

Welches sind die Massnahmen der IGStU in diesem Jahr? Wir führen unsere wirksamen Massnahmen gegen Littering weiter, um damit langfristig eine Wirkung zu erzielen. Dazu gehören die direkten Gespräche von Botschafter-Teams mit Passanten im öffentlichen Raum, unsere Workshops an Schulen, aber auch der nationale Clean-Up-Day, der direkt an die Eigentümerverantwortung appelliert. Im Fokus stehen 2020 auch die Raumpatenschaften, bei welchen Einzelpersonen die Verantwortung für das Aufräumen in einem bestimmten Gebiet übernehmen. Diese möchten wir weiter ausbauen. (el)

Gegen Littering, für eine saubere Umwelt: Nora Steiner, Geschäftsführerin der IGStU.

### Littering-Umfrage 2019

5209 Passantinnen und Passanten in 36 verschiedenen Städten und Gemeinden wurden befragt. Drei zentrale Ergebnisse:

- Die Littering-Situation am jeweiligen Ort der Befragung wurde im Durchschnitt mit 1,87 beurteilt, was «eher wenig» entspricht. Nur rund 7,3 Prozent der Befragten gaben an, dass «eher viel» oder «viel» gelittert wird.
- Rund 70 Prozent der Befragten sind der Meinung, dass es am Ort der Befragung heute genau so sauber ist wie ein Jahr zuvor. 20 Prozent sehen eine Verbesserung, rund 10 Prozent eine Verschlechterung.

- In der Deutschschweiz hat sich das Ausmass des Litterings vor Ort gemäss der Befragung seit 2015 von 2,3 zu 1,7 (= «eher wenig») verbessert. Auch in der Romandie und im Tessin hat sich die Littering-Situation verbessert.

Weitere Informationen: igstu.ch



FOKUS

# Mit Weitblick zum Recycling

Text von Eric Langner Fotos von Sven Germann

Neu laden drei Recyclingstationen die Gäste der Zahnradbahn zum Monte Generoso sowie des Campings Monte Generoso dazu ein, PET-Getränkflaschen, Glas, Alu sowie Papier schön geordnet und direkt vor Ort zu entsorgen. Dies ist Teil einer langfristigen Nachhaltigkeitsstrategie der Ferrovía Monte Generoso (FMG), die vom Migros-Kulturprozent unterstützt wird.

Je nach Standort und gewählter Perspektive ist die neue Recyclingstation vor Mario Bottas architektonischem Meisterwerk Fiore di pietra auf der Spitze des Monte Generoso schon zu erkennen. Farblich abgestimmt, aber vom Material her unterschiedlich, verschwindet der üblicherweise profane Alltagsgegenstand fast schon im atemberaubenden Gesamteindruck des majestätischen Gipfelbaus des Tessiner Stararchitekten. Und gleichzeitig nimmt die Sammelstation eine wichtige und sehr konkrete Rolle ein – genau da vor Ort und eingebettet in die Philosophie der Monte-Generoso-Bahn, wie sich das Unternehmen gegenüber der Umwelt verhalten will.

### 1328 Höhenmeterdifferenz

Vor dem Gipfelerlebnis ist zuerst die Fahrt dorthin angesagt. Neun Kilometer legt der orange-blau glänzende Bhe-4/8-Doppeltreilwagen der Monte-Generoso-Bahn von seinem Start aus in Capolago zur Bergstation Generoso Vetta zurück. In 55 Minuten überwindet er 1328 Höhenmeter bei einer maximalen Steigung von 20 Pro-

zent. Dabei hält er zuerst am SBB-Bahnhof in Capolago-Riva San Vitale, wo die meisten Gäste zustiegen. Bis auf die beiden Kreuzungstationen San Nicolao und Bellavista und das kurze Stück auf dem Gipfel verläuft das Trasse entlang der Gletscher. «Zum Teil sind die Gletscher 130 Jahre alt», sagt Monica Besomi, Head of Sales & Marketing bei Ferrovía Monte Generoso (FMG), während der Zug gemächlich, aber bestimmt den Berg erobert und den Blick auf die weitläufige Landschaft eröffnet. «Aus diesem Grund erneuern wir innerhalb von vier Jahren den Eisenbahnoberbau und stellen dafür den Betrieb jeweils im Winter ein.» Die Arbeiten befinden sich gerade in der Halbzeit, «wir werden also noch mal zwei Winter lang die nächste Hälfte der insgesamt fast neun Kilometer langen Strecke sanieren.»

### 9000 Fahrmeter

Wie in diesen Zeiten üblich sitzen die begeistertsten Passagiere mit Masken im Zug. Es wird vor allem Italienisch und Deutsch gesprochen, unzählige Bilder werden geschossen. Alt und Jung klebt förmlich an den Fenstern, um jeden dieser 9000 Fahrmeter so richtig zu geniessen. «Wir sind froh, dass wir dieses Jahr im Mai die Fahrten wiederaufnehmen konnten», sagt

Monica Besomi. Und die Leute kommen. Vor allem viele Einheimische. «Das liegt auch daran, dass wir bereits letztes Jahr während zweier Monate und 2021 während der ganzen Saison unseren Tessiner Gästen einen Rabatt von 50 Prozent auf die Fahrt gewähren.» Viele seien schon länger nicht mehr hier oben gewesen und könnten dies nun nachholen, präzisiert sie. Und so erklärt sich auch das Staunen bei der Einfahrt in die Bergstation, wo Mario Bottas Fiore di pietra für Entzücken sorgt: «Viele Tessinerinnen und Tessiner sehen das Bauwerk zum ersten Mal.»

### Seit 1890 unterwegs

Der Monte Generoso ist im wahrsten Sinne des Wortes ein Urgestein des Tessiner Tourismus. 1890 fuhr die Bahn zum ersten Mal. Danach erlebte sie einige Hochs und noch



Auf dem Monte Generoso lockt nicht nur die Aussicht (links unten), sondern auch die Architektur (oben links). Monica Besomi (unten rechts) gibt Auskunft zu den neuen Recyclingstationen (oben rechts) und zum Engagement der Ferrovía Monte Generoso.



FOKUS

# 8

VOR ORT

## Hinaus, hinaus

Schon kitzelt der Frühling in der Nase, lockt uns hinaus in die Natur, zum Sport, zum Spaziergang, zum Verweilen im Park oder am See. Höchste Zeit also, für den Out-of-Home-Konsum von Getränken in PET-Flaschen bereit zu sein. Denn bald werden sie wieder gefragt, die PET-Sammelboxen im Grünen, auf Sportplätzen, an Durchgangsorten in Dorf oder Stadt. Für Vereine, Clubs, Unternehmen und Kommunen gibt es PET-Sammelboxen je nach Bedarf und Standort in verschiedenen Grössen und Ausführungen. Einfach bestellen unter: [petrecycling.ch/de/bestellen/sammelboxhaelter](http://petrecycling.ch/de/bestellen/sammelboxhaelter)

Pet aus PET

Der Hip Bag von Pingpong besteht aus sogenanntem Pure Woven Stoff, einem glatten Gewebe, das zu 100 Prozent aus recycelten PET-Flaschen hergestellt wird. Für jeden Hip Bag werden 17,1 recycelte PET-Getränkflaschen wiederverwendet. [rrrevolve.ch](http://rrrevolve.ch)

Vom Regen geküsst

Regenponchos von Rainicks bestehen zu 100 Prozent aus recycelten PET-Flaschen. Rezyklieren braucht 40 Prozent weniger Energie als die Herstellung von neuem Polyester und kein zusätzliches Erdöl, den Rohstoff für Kunststoff. Erhältlich in Winterthur bei [glueckstheorie.ch](http://glueckstheorie.ch)

Hübsch auf dem Teppich bleiben

Witterungsbeständige Outdoor-Teppiche sind im Trend. Viele davon sind aus recycelten PET-Getränkflaschen gefertigt, deren R-PET nicht mehr für Getränke genutzt werden kann, jedoch als Textilfaser ein zweites Leben bekommt. [misanat.com](http://misanat.com)

Frühlingshaft

Der Galaxy Sport-BH bietet ein angenehmes Tragegefühl und guten Halt bei Workouts wie Yoga, Cycling oder Running. Das Material ist aus recycelten PET-Getränkflaschen und atmungsaktiv. [ambletics.com](http://ambletics.com)

Going out

Wer würde es ihm ansehen – der kuschelige Hase ist zu 100 Prozent aus recyceltem PET gemacht. [kidz.ch](http://kidz.ch)

PET-A-PORTER

# Sammeln an der Peripherie

Gemeinden, Städte und Zweckverbände helfen täglich mit, dass immer mehr Alu-KaffEEKapseln dem Recycling zugeführt werden. So auch die Gemeinde Langenbruck im Waldenburgerland, die auf der Recycling-Map gelistet ist.

Gemeindepräsident Hector Herzog meldete sich in den Medien und fand klare Worte. Für Langenbruck gebe es kaum Staatshilfen, man gehöre, wie viele kleine Gemeinden, zur «vergessenen Schweiz». Langenbruck, das sich als Top of Baselland bezeichnet, war einst ein beliebter Kur- und Wintersportort. Rund 1000 Einwohner\*innen zählt die Gemeinde heute, davon 66 Kinder. Herzog präzisiert, Langenbruck sei kein Schlafdorf, sondern eine Gemeinschaft mit einer gut durchmischten Bevölkerung und einem reichen Vereinsleben. Auf Gemeindegebiet leben alteingesessene Bauernfamilien neben Menschen, die der Idylle wegen zugezogen sind. Zwei couragierte Frauen haben das ehrwürdige Hotel Erica in Schwung gebracht, im Kloster Schöntal lassen sich Kultur und Ruhe geniessen und neben dem internationalen tätigen Künstlerpaar Gerda Steiner und Jörg Lenzlinger hat es auch Platz fürs skurrile Militärmuseum, bei dem ein ausangierter Venom-Flieger im Garten steht. Apropos: Langenbruck ist Heimatort des Schweizer Flugpioniers Oskar Bider, der 1913 als erster die Alpen überflog.

58 Prozent aller Alu-KaffEEKapseln werden in der Schweiz recycelt. Angestrebt werden 75 Prozent.



Nachhaltigkeit ist in Langenbruck längst angekommen. Die erste und einzige europäische Rodelbahn mit Solarbetrieb befindet sich in Langenbruck. Betreiber Peter Hammer erkannte schon früh, dass die Klimaerwärmung für seinen Skifläß das Aus bedeuten würde, und baute 2001 eine solarbetriebene Rodelbahn. Sonnenkollektoren liefern die Energie, um die Rodel zum Start hinaufzuziehen. Neben dem neuen Pumptrack für die Dorfjugend steht der Recyclinghof von Langenbruck, unter anderem mit zwei Containern für gebrauchte Alu-KaffEEKapseln. Diese gehören zum Netz mit rund 3700 KaffEEKapsel-Sammelstellen, die von Swiss Aluminium Capsule Recycling SACR betrieben werden. SACR wurde von Nespresso und Delica AG, einem Migros-Unternehmen, gegründet, um das Recyclingsystem von Nespresso der ganzen Branche zugänglich zu machen. Wie nachhaltig das KaffEEKapsel-Recycling ist, zeigt ein Beispiel: Der KaffEEKapsel einer gebrauchten Alu-KaffEEKapsel liefert genug Energie, um daraus eine neue KaffEEKapsel aus recykliertem Aluminium herzustellen – wie es sie in Langenbruck im Volg zu kaufen gibt.

Wenn Sie in einer «vergessenen» Schweizer Gemeinde leben, deren Nachhaltigkeitsideen vorgestellt werden sollten, melden Sie sich bei lehmann@psr.ch

PET-Flash war vor Ort in Langenbruck.ch  
Aufflugplatz Solarbetriebene Rodelbahn und  
Seilpark Langenbruck delnick.ch  
recycling-map.ch  
alu-capsule-recycling.ch  
igora.ch



## Rivella lanciert Enertea

Zum ersten Mal in der Firmengeschichte bringt Rivella unter der Marke Rivella eine neue Produktlinie auf den Markt, die nicht auf Milchserum basiert. Enertea by Rivella verbindet die Kraft energiegelender Pflanzen aus Südamerika mit beliebten Schweizer Alpenkräutern. Neben Mate setzt Rivella dabei mit Guayusa und Cassara (KaffEEKirsche) auf zwei unbekanntere Teesorten. Allen drei Muntermacherpflanzen gemeinsam ist das enthaltene natürliche Koffein. Es entspricht etwa dem Gehalt von ein bis zwei Tassen Espresso oder einem Energydrink und sorgt wie diese für Belebung. Die pflanzlichen Inhaltsstoffe werden schonend im Cold-Brew-Verfahren extrahiert. Gesüsst sind die drei neuen Enerteas mit wenig Biozucker. rivella.ch

## Volvic ergänzt mit Mate

Das Aufwusgerätk Mate ist in vielen Ländern Südamerikas seit Urzeiten beliebt. Meist wird Mate heiss genossen und durch ein Metallröhrchen, die Bombilla, getrunken. Verwendet werden die getrockneten Blätter des Mate-Busches, welche natürliches Koffein einhalten. Dessen anregende Wirkung und Volvic Mineralwasser vulkanischen Ursprungs machen die beiden neuen Getränke von Volvic besonders erfrischend. Volvic Mate Original und Volvic Mate Pirfish sind angenehm mild im Geschmack, frei von Farb- und Konservierungsstoffen und haben im Einklang mit den Danone Nährwertangaben einen Zuckergehalt von nur 4,8 g pro 100 ml. volvic.ch



# Mehr PET-Boxen braucht das Land

Text von Eric Langner

Seit Ende Juni fragt PET-Recycling Schweiz innerhalb einer Kampagne die Konsumentinnen und Konsumenten, wo sie sich zusätzliche Sammelstellen wünschen. Und das Feedback zeigt: Es gibt noch viele weisse Flecken auf der blau-gelben Schweizer Karte, die noch mit PET-Boxen bestückt werden wollen.

Die Aufforderung kam auf jeden Fall an, wie sich Lukas Schumacher freut: «Genauso toll, wie die Konsumentinnen und Konsumenten in der Schweiz PET-Getränkeflaschen sammeln, haben sie uns auch Vorschläge geschickt – wir sind überwältigt und machen uns an die Arbeit, ihre Wünsche umzusetzen.»

Die Vorschläge werden bei PET-Recycling Schweiz gesammelt, ausgewertet und dann an die Gemeinden weitergeleitet. Wie Lukas Schumacher ausführt, kann nicht überall einfach eine PET-Box aufgestellt werden: «Das liegt in erster Linie in der Verantwortung der Gemeinden, die dann auch für die Bewirtschaftung zuständig sind. Um die gesammelten PET-Getränkeflaschen kümmern wir uns dann.»

30-jährige Erfolgsgeschichte  
Seit 30 Jahren sind die Schweizerinnen und Schweizer beim Sammeln von PET-Getränkeflaschen spitzensensibel unterwegs: 82 Prozent aller verkauften Flaschen kommen heute wieder zurück ins Recycling – und dank neuen Sammelstellen sollen es noch mehr werden. Seit der Gründung von PET-Recycling Schweiz 1990 ist der Kreislauf das zentrale Element der Erfolgsgeschichte. Immer mehr PET-Getränkeflaschen, die in der Schweiz in den Handel kommen, bestehen aus Recycling-PET – in einigen Fällen sogar zu 100 Prozent. Und weil der Rücklauf so hoch ist, braucht es auch kein Pfand. Das Schweizer PET-Getränkeflaschen-Kreislauf-System funktioniert. petrecycling.ch



Wo braucht es PET-Boxen? Die Kampagne von PET-Recycling Schweiz animiert zum Mitmachen. (Bilder: PPS/ Shutterstock)

# «Unser Ziel ist eine maximale Convenience.»

Text von Eric Langner Fotos von Sven Germann

PET-Recycling Schweiz schaut 2020 auf eine 30-jährige Erfolgsgeschichte zurück. Zum Jubiläum ein Interview mit Jean-Claude Würmli, Geschäftsführer PET-Recycling Schweiz.

**PET-Flash: Jean-Claude Würmli, vor 30 Jahren wurde PET-Recycling Schweiz gegründet. Was hat Sie im Jubiläumsjahr besonders gefreut?**  
Jean-Claude Würmli: Im denkbar schlechtesten Jahr für ein Jubiläum konnten wir zeigen, dass unser Recyclingsystem auch unter schwierigsten Umständen hervorragend funktioniert. Ein grosser Dank geht an alle Mitarbeitenden, die das ermöglicht haben, und an die Bevölkerung, die fleissig PET-Getränkeflaschen gesammelt hat.

**Sie haben die Bevölkerung aufgefordert, neue Standorte für PET-Sammelstellen vorzuschlagen. Was ist das Ergebnis?**  
Wir haben über 50'000 Rückmeldungen erhalten. Das ist überwältigend. Jetzt wissen wir punktgenau, wo die Bevölkerung PET-Sammelstellen will. Diese Daten teilen wir mit Städten und Gemeinden und hoffen, dass diese auf die Wünsche ihrer Bewohner eingehen und mehr Sammelstellen einrichten werden.

**Sind die Möglichkeiten, um PET-Getränkeflaschen zu sammeln, erschöpft?**  
Bei weitem nicht. Unser Ziel ist eine maximale Convenience. Um das zu erreichen, müssen wir uns laufend an die Lebensgewohnheiten der Bevölkerung anpassen und mutig neue Angebote testen. Ein Paradebeispiel dafür ist das neue Abholangebot der Post. Wir haben das im Sommer 2019 getestet. Heute haben wir ein schweizweit einheitliches und komfortables Sammelangebot für alle Privathaushalte.

**Im Parlament wurde der Vorstoß für ein Pflichtpfand auf Getränkeverpackungen zurückgezogen. Wie geht es politisch weiter?**  
Die vorberatende Umweltkommission hat erkannt, dass sich die freiwilligen Recyclingsysteme für Getränkeverpackungen bewährt haben und dass das Pflichtpfand der Umwelt keinen Zusatznutzen bringt. Ich bin froh, dass unsere Arbeit anerkannt wird. Gleichzeitig hat die Kommission angekündigt, dass sie Littering stärker bekämpfen will die Kreislaufwirtschaft stärken will. Beides ist auch in unserem Interesse: Wir setzen uns seit Jahren aktiv gegen Littering ein und freuen uns, unser Fachwissen und unsere Erfahrungen in die Kreislaufdiskussion einzubringen.

**Immer häufiger bestehen PET-Getränkeflaschen zu 100 Prozent aus Recycling-PET. Ist das sinnvoll?**  
Diese 100 Prozent-Recyclingflaschen sind beeindruckend. Aus Sicht der Gesamtwirtschaft ist es aber entscheidend, dass wir insgesamt möglichst viel Neu-PET durch das Umwelt-

freundliche Schweizer Recycling-PET ersetzen. Aktuell können wir bis zu 50 Prozent des Materialbedarfs mit R-PET decken. In wenigen Jahren werden wir 60 Prozent erreichen. Damit sind wir auf Augenhöhe mit dem Glasrecycling.

**Sie sind auch Vizepräsident von Swiss Recycling. Was sind die grossen Herausforderungen der nächsten Jahre?**  
Die Umstellung von der linearen Wirtschaft auf die Kreislaufwirtschaft wird eine der zentralen Herausforderungen für die Schweiz. Wichtig ist, dass alle Aspekte der Nachhaltigkeit – also ökologischer Nutzen, gesellschaftliche Akzeptanz und Wirtschaftlichkeit – bei der Umstellung berücksichtigt werden. Denn die Kreislaufwirtschaft bedingt grundlegende Umstellungen der Wirtschaft und geht weit über die Themen Abfallbewirtschaftung und Recycling hinaus. Dafür müssen alle Akteure eingebunden werden. Swiss Recycling sehe ich in einer führenden Rolle.

**Müsste das Engagement der Industrie und des Handels für das Recycling verstärkt werden?**  
Wenn Hersteller über den ganzen Lebenszyklus ihrer Produkte in der Verantwortung bleiben, sind sie daran interessiert, nachhaltige Produkte zu entwickeln. Der Erfolg des Schweizer PET-Recycling ist ein Paradebeispiel dafür. Bei anderen Werkstoffen, besonders bei Kunststoffen, besteht hingegen noch viel Verbesserungspotenzial.

**Seit 30 Jahren ist das PET-Recycling eine Erfolgsgeschichte. Haben Sie einen Wunsch an die Bevölkerung?**  
Zuerst möchte ich der Bevölkerung für ihre grosse Sammeldisziplin danken und im Gegenzug versprechen, dass wir auch in Zukunft jeden Tag daran arbeiten werden, das PET-Recycling weiter zu verbessern. Mein Wunsch ist, dass wir gemeinsam noch mehr PET-Flaschen sammeln und den Umweltnutzen weiter steigern können.



Jean-Claude Würmli anlässlich des Interviews bei PET-Recycling Schweiz in Zürich-Höngg



## Schon gewusst?

Jede zurückgebrachte PET-Getränkeflasche spart so viel Energie, dass damit ein Laptop 4 Stunden lang genutzt werden kann.



## Schon überlegt?

Durch PET-Recycling kann in der Schweiz jährlich ein Ausstoss von 126'000 Tonnen Treibhausgasen verhindert werden. Das entspricht ungefähr 9500 Erdumrundungen mit einem Auto.



## Jede Flasche zählt am Jahresende

Sammelstellen, die Säcke mit leeren PET-Getränkeflaschen lagern, sollten diese bis spätestens Mitte Dezember vom Entsorgungspartner abholen lassen. Das schafft Platz und die abgegebene Menge zählt noch fürs Umweltzertifikat, das PET-Recycling Schweiz jedes Jahr für jede einzelne Sammelstelle ausstellt. Es nennt die gesammelte Menge an PET-Getränkeflaschen und hält so den Einsatz für die Kreislaufwirtschaft schwatz auf works fest. Basis für die Berechnungen sind die erhobenen Daten von Carbotech.



Fairer Hoody



## Bag it!

Verzicht auf Plastik: Der immer wieder verwendbare Einkaufsbeutel für Früchte und Gemüse besteht aus recykliertem PET und lässt sich bedrucken, Mindestbestellmenge 50 Stück. Eine Idee für Kundenweihnachtsgeschenke. Bei PET-Recycling Schweiz Member [abstrading.ch](mailto:abstrading.ch)



## Besser im Strumpf

Strumpfhosen aus Nylon sind der von Frauen am meisten verbrauchte Wegwerfartikel. Swedish Stockings stellt Strumpfhosen unter anderem aus Sheertex aus recykliertem Material her. Sie halten viel länger und tragen so zur Schonung der Ressourcen und zu mehr Nachhaltigkeit bei. [swedishstockings.com](http://swedishstockings.com)

Das Unisex-Kapuzengilet sorgt über Jacken und Pullis für Extrawärme im Herbst. Hergestellt ist es aus recykliertem Plastik (Obermaterial 80 Prozent, Futter 100 Prozent R-PET). Auch in den Farben Olive und Papaya erhältlich bei [sausbraus.ch](http://sausbraus.ch)







**GIN ZERMATT PURE | Ein Produkt von Zermatt Selection**  
 Art Direction & Graphic Design

GIN ZERMATT PURE ist ein hochwertiger Gin mit Zermatter Wachholder, Arven, Lärchen, Alpenheu und vielen weiteren Alpenkräuter und Botanicals, die alle ihre Aromen im Gin entfalten. Special Edition von 75 Flaschen. Handsigniert von Heinz Julen.

+ Illustration: Heinz Julen



BACKSTAGE HOTEL VERNISSAGE

Backstage Hotel Vernissage  
Art Direction & Graphic Design

Das Hotel trägt die Handschrift von Heinz Julen und jedes Einrichtungsstück wird in seinem Atelier in Zermatt von Hand gefertigt. Die sechs Cube-Lofts sind Liebhaber-Stücke, die hippen Deluxe und StandART Doppelzimmer sind Kreationen aus kontemporärer Architektur und Kunst.



+ Fotografien: Sara Merz

## Willkommen

Liebe Leserin

Bei Chloé steht ein Herbst voller Begagnungen an. EAST MEETS WEST ist das Thema, das sich durch alle Abteilungen unseres Hauses zieht. In der Beauty bedient das, dass wir unsere besonderen Fokus auf subtilen, inspirierende Make-up-Looks legen. Das ist ein zeitliches Schönheitsritual, das sich als ein feministisches gibt, erzählt aus die japanisch-schweizerische Modedesignerin Kazu Haggler.

Indigo, die Farbe, die aus der gleichnamigen indischen Pflanze stammt (wie können sie, als Farbtierchen, nicht bei uns im Moment viel kommen ein. Wir tauchen ein in das Universum der behutsamen Farbe überlegt und beleuchtet ihre therapeutische und medische Wirkung.

Bei Chloé eröffnen wir Ihnen auch in dieser Saison exklusive Schönheit-Berichte von Können Sie vorher, bevor Sie unsere Experten in der Küche und geben Sie nach unten, wo Sie den Schönheitsritualen in spannende Tutorials auf den Grund gehen können.

Wir freuen uns - auf Sie ganz persönlich!

**EDITORIAL**

Prof. Elisabetha Prof. Dr. Felix Bertram

4. EAST MEETS WEST  
Online-Unternehmerin Sylvia Anna Spiess im Interview

6. FIDEL LIPS  
Das Beauty-Accessoire des Moments ist tiefrot

9. ASIA BEAUTY  
Modedesignerin Kazu Haggler über japanische Schönheitstrends

10. SKINCARE  
Eine gelinde (tief) verlangt nach aufleuchtender Pflege

12. HAUTPFLEGE  
Fragen an den Dermatologen Dr. Felix Bertram

13. METALLIC & DISCO  
Die Trendfarben sind pinkig

15. LE GRAND BLEU  
Entspannt und schön - Blau ist überall

16. BLUE DAYS  
Blau erobert Mode, Beauty und Interieur

17. GABRIELLE  
Die neue Duftkombi aus dem House of Chanel

18. PARFUM  
Die neue Duftgeschichte der Modedesignerin

20. GESCHENKE  
Wir belohnen Ihren Einkauf mit tollen Extras

**Red shift**

DAS ACCESSOIRE DES MOMENTS HEISST LIPPENSTIFT. JE PLUS ERLEBEN DAS ROT, DESTO BESSER LEUCHTEND ROTES LIPPENSTIFT KENNT KEINE ALTERSVORSCHRIFTEN.

SHOP THE COLLECTION AT GLOBUS.CH

**in indigo**

DIE WELT DER ÄSTHETIK MACHT BLAU. DIE BELIEBTESTE FARBE ERÖBERT GERADE DEN INTERIEUR-BEREICH, DEN KLEIDERSCHRANK UND DAS BEAUTY CASE.

SHOP THE COLLECTION AT GLOBUS.CH

## Le grand bleu

BLAU SOLL NICHT LÄNGER NUR EINE ERINNERUNG AN DEN SOMMERHIMMEL UND SCHATTIERUNGEN DES MEERES SEIN. BLAU STEHT AUCH DER KÜHLEREN JAHRESZEIT GANZ HERRVORRAGEND.

Es scheint, als befände sich die Welt gerade in einer blauen Schaffensphase. Wie einst Pablo Picasso, der zwischen 1901 und 1905 nur in Blau malte. Oder wie der französische Künstler Yves Klein, der in den 40er-Jahren mit Monochromie zu experimentieren begann und 1955 dann das ultimative, heute nach ihm benannte Ultramarinblau erfand. Blau gilt bei Frauen und bei Männern als die beliebteste Farbe überhaupt. Und Blau ist im Moment überall. Da sind exklusive Uhren, die plötzlich in blauen Versionen auftauchen. Blau gilt als elegant, was eine wichtige Rolle spielt, wenn das Luxussegment Farbe wagt. Schon Christian Dior wusste, dass «Marineblau unter allen Farben die einzige ist, die es mit Schwarz aufnehmen kann». Sein kurzzeitiger Nachfolger Yves Saint Laurent sollte sich, nachdem er sein eigenes Modehaus gegründet hatte, ebenfalls sehr für Blau interessieren. Der Grund war der erste Besuch im farbenächtigen Garten des Malers Jacques Majorelle in Marrakesch 1966.

Yves Saint Laurent und sein Partner Pierre Bergé kauften später den «jardin Majorelle». Sie restaurierten die Pflanzungen und das Ateliergebäude, dessen Fassade im einzigartigen «Majorelle-Blau» leuchtet. Wenn es nach der Farblehre geht, wird die Saison sehr entspannt. Blau beruhigt und vermittelt eine ausgleichende Energie, die den Organismus gelassen macht. Blau gilt als meditative Farbe und wird unter anderem zur Behandlung von Migräne, Halbschmerzen, Fieber und Rückenschmerzen eingesetzt. Und es ist notabene auch in der Kosmetik zurück als Lidschatten und Mascara. Dies wiederum eine klare Referenz an die in der Mode gerade auferstehenden 70er-Jahre, als vornehmlich die Sängerin Agnetha von ABBA mit ihren blauen Bühnenkostümen, den «ABBA Suits», aber auch amerikanische Disco-Queens wie Gloria Gaynor mit leuchtend blauem Lidschatten den Trend befeuert. Riskieren Sie doch wieder einmal ein blaues Angebot!

**INDIGO**

GIORGIO ARMANI  
Eye-Tint Mischung Cruise 25 15,-  
VSL  
La Laque Cocteur Bleu Cobalt 17,-  
Bleu Majorelle 15 je 30,90  
Mazara Bleu-Ceruleo 2 49,90  
Diesel du Regard  
Bleu Incolore 04 27,90  
Couture Flacon-Zelge 03 47,90  
Full Metal Shadow  
Viel Blue 10 42,90  
Couture Kajal Bleu Cobalt 2 42,90

SHOP THE COLLECTION AT GLOBUS.CH

## BLUE DAYS

WIR ERSETZEN AB SOFORT DIE ROSA DURCH DIE BLAUE BRILLE WARUM? WEIL UNSERE TAGE UND NÄCHTE DADURCH NICHT NUR SCHÖNER, SONDERN AUCH ENTSPANNTER WERDEN.

Alle in Blau erhältlich in ihrem Globus und auf globus.ch

121PEL Sonnenbrille 47,90

FOUR SEASONS Sederschal 99,90

SCIAN DE CABRAS Handtasche 2,90

VANESSA BRUNO Handtasche 299,-

ISSEY MIYAKE L'EAU D'INDIGO 150ml 109,-

SHOP THE COLLECTION AT GLOBUS.CH

## Gabrielle

«ICH BESCHLOSS, ZU SEIN, WER ICH SEIN WOLLTE, UND DAS BIN ICH.» CHANEL WIDMET DEM SELBSTBEWUSSTEN STATEMENT SEINER GRÜNDERIN EIN NEUES PARFUM.

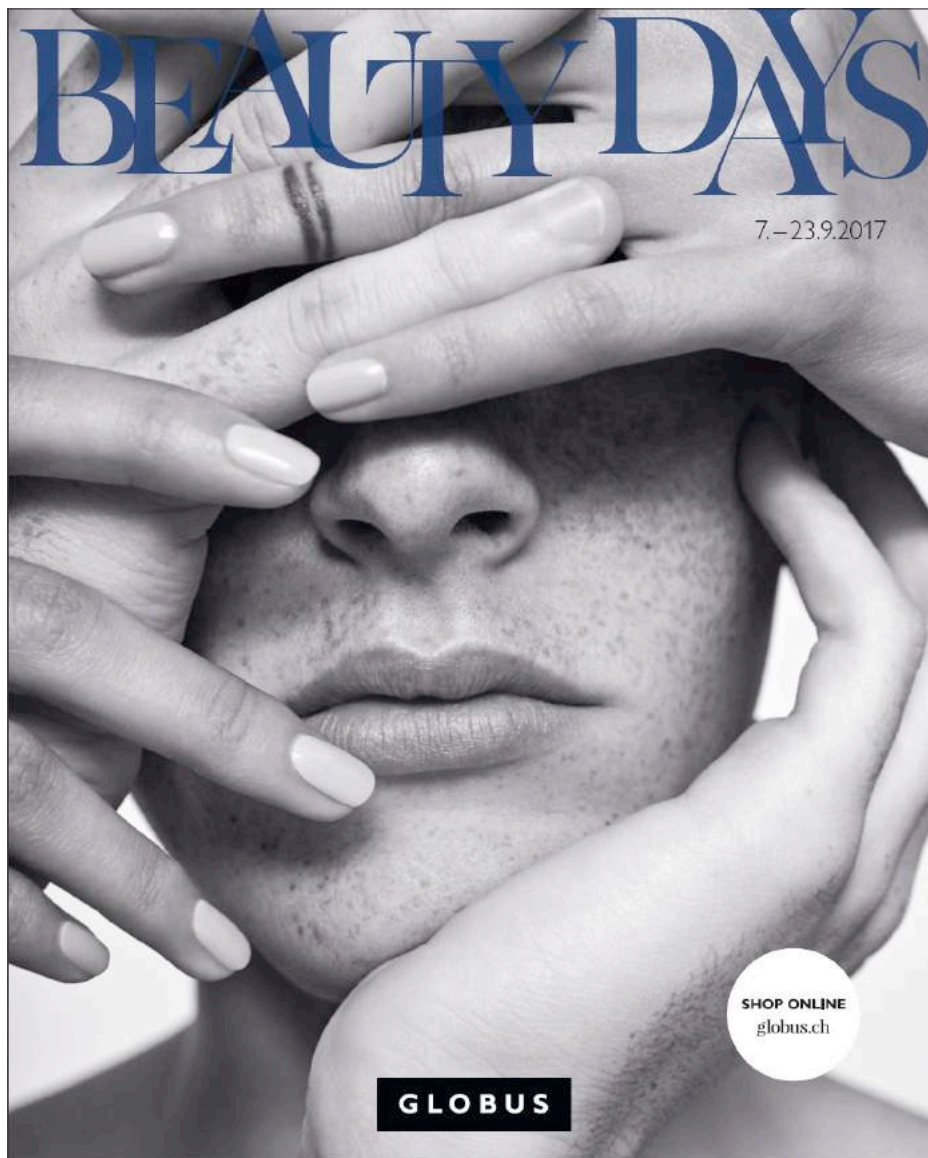
Der faszinierende Blick aus Ultraschwarz. Die neue Herausforderung, die sie nie zuvor geliebt wurde.

CHANEL Gabrielle Chanel EDP, 50 ml 129,-

Das Haus, das mit Chanel N°5 das wohl berühmteste Parfum der Welt sein Eigen nennt, ist mit der Lancierung neuer Düfte sehr gespannt. Eine Ausnahme in einem Geschäft, das sonst einen frenetischen Rhythmus kennt. Einige Jahre müssen sich Parfümliebhaberinnen jeweils gedulden, bis Chanel mit einer Neuheit aufwartet, jetzt ist es wieder einmal so weit: Gabrielle Chanel wurde anlässlich des 100-jährigen Jubiläums der Parfüm-Contour in Juli mit einer grossen Party, an der Pharrell Williams performte, vorgestellt und ist jetzt bei Ode an Coco Chanel, die nicht nur Begründerin der modernen Damenmode war, sondern vor fast 100 Jahren auch der modernen Parfümerie mit ihren eigenwilligen Ideen zur Geburt verhalf. Verlangte sie damals von ihrem Parfümeur Ernest Beaux «das Parfum, das nicht nach Blumen duftet» zu kreieren und schuf sie mit N°5 einen abstrakten Duft, so stellte sich der heutige Chanel Parfümeur Olivier Polge - er hat die Position vor wenigen Jahren von seinem Vater Jacques übernommen - der Herausforderung, eine imaginäre weiße Blume zu kreieren. Gabrielle Chanel birgt die Aromen von Orangenblüten, Jasmin, Ylang-Ylang und Tuberose. Polge interessiert allerdings mehr die Moleküle, aus denen sich die einzelnen Blumennote zusammensetzen, denn ihr Parfum als Ganzes. Er intensiviert, steigert und akzentuiert diese. Bis daraus nicht einfach ein Duft, sondern eine Offenbarung geworden war, die Eleganz und Rebellion vereint. Was bestimmt vollkommen im Sinn von Gabrielle ist.

Ab 4. September in Ihren Globus Filiale

PARFUM



## Willkommen

EDITORIAL

Lieber Leser,  
Bei Globus begrüßen wir den Herbst. Seine Dürre kommt dieses Mal nicht aus heimischen Gegenden allein, sondern vermischt sich mit den kalten Winden aus dem Norden. Und das ist nicht nur ein Grund, sich zu wärmen, sondern ein Grund, sich zu verwöhnen. Und das ist das Thema dieses Monats: **WÄRMEN**.  
Bei Globus gibt es für alle eine Lösung. Für den Schwermütler: Ein hochwertiges Haaröl, das die Haare nicht nur pflegt, sondern auch die Kopfhaut wie eine natürliche Maske. Für den Mann, der die Lederjacke wie unter dem Messing trägt: Sein Erfolg in den Filmmustern London und Zürich gibt ihm die nötige Inspiration. Und für den Mann, der die Lederjacke wie unter dem Messing trägt: Sein Erfolg in den Filmmustern London und Zürich gibt ihm die nötige Inspiration. Und für den Mann, der die Lederjacke wie unter dem Messing trägt: Sein Erfolg in den Filmmustern London und Zürich gibt ihm die nötige Inspiration.

Wir freuen uns – und Sie ganz persönlich!

- 4 EAST MEETS WEST  
Boys of the moment & Best of grooming.
- 6 HAIRSTYLING  
Das Trend-Interview mit Barber Edine Schald.
- 8 STARSÄZONER MAXXI RÖCH  
Die Haut als globales Gesicht.
- 10 DER BLICK AUF DIE HÄNDE  
Augen- und Handpflege, garantiert verbunden mit dem Trend-Interview mit Barber Edine Schald.

- 12 DUFTBAR  
Aromatisches Gesicht für Gesunde und Star.
- 14 DUFFELTÜG  
André Löhle, Autor: Duftstoffe.
- 16 SEPPENRÖCH  
Das Gesicht der Barberien.
- 18 GESICHTE UND ANGESICHT  
Kühnheit behält den Kopfgeheimnis mit weiter. Edine.

## hair styling

ECHTER LUXUS FÜR HERREN

**EDINE BEHAARUNG**  
Edine Schald ist ein Mann, der die Haare nicht nur pflegt, sondern auch die Kopfhaut wie eine natürliche Maske. Für den Mann, der die Lederjacke wie unter dem Messing trägt: Sein Erfolg in den Filmmustern London und Zürich gibt ihm die nötige Inspiration. Und für den Mann, der die Lederjacke wie unter dem Messing trägt: Sein Erfolg in den Filmmustern London und Zürich gibt ihm die nötige Inspiration.

**EDINE BEHAARUNG**  
Edine Schald ist ein Mann, der die Haare nicht nur pflegt, sondern auch die Kopfhaut wie eine natürliche Maske. Für den Mann, der die Lederjacke wie unter dem Messing trägt: Sein Erfolg in den Filmmustern London und Zürich gibt ihm die nötige Inspiration. Und für den Mann, der die Lederjacke wie unter dem Messing trägt: Sein Erfolg in den Filmmustern London und Zürich gibt ihm die nötige Inspiration.

SHOP THE COLLECTION AT globus.ch

## boys of the moment

EIGENTLICH IST MODELEN EIN TOTAL EMANZIPIERTER BERUF. MÄNNER VERDIENEN DEUTLICH WENIGER ALS FRAUEN. DER FUN-FAKTOR IST TROTZDEM HOCH.

### TRENDS

#### NORMEN VS. INDIVIDUALITÄT

Ein entschlossener Blick, markante Augenbrauen, eine kantige Gesichtsstruktur, sinnliche Lippen und volles Haupthaar – das sind in etwa die Kriterien, die ein männliches Model im Moment mitbringen muss. Ach ja, Körpergröße schadet auch nicht. Daneben darf die Vita eines männlichen Modells allerdings bunt wie Konfetti sein.

**KIEHL'S**  
GENTLEMEN, START YOUR GROOMING. HESST ES BEI DER NEW YORKER KULTUR. MIT DER «GROOMING SOLUTIONS»-LINIE BIETEN DIE BEAUTYAPOTHEKER (KIEHL'S IST AUS EINER PHARMACY IN MANHATTAN HERVORGEGANGEN) EINE KOMPLETTE LINIE FÜR DIE PFLEGE VON HAUT UND HAAREN AN.

KIEHL'S Nourishing Beard Grooming Oil, 30 ml | 39.90

**TOM FORD**  
Kaum einer trägt Dreitagebart so sexy wie er. Deshalb trauen wir Designer Tom Ford eine Expertenschaft in Sachen Rasur und Hautpflege unbedingt zu.

TOM FORD FOR MEN  
Hydrating Lip Balm, 10 ml | 37.90 | Oil-free Daily Moisturizer, 50 ml | 129.– | Exfoliating Energy Scrub, 100 ml | 59.90 | Skin Revitalizing Concentrate, 30 ml | 189.– | Concealer, diverse Farben | 57.90

SHOP THE COLLECTION AT globus.ch

## eyes hands

ALL EYES ON YOUR HANDS: DIE AUGEN SIND DER SPIEGEL DER SEELE UND DIE HÄNDE SIND DIE VISITENKARTE DES GEFLÜGELTEN HERREN. NOCH FRAGEN, WESHALB AUGEN- UND HANDCRÈMES KEIN ZEUG FÜR WARMDUSCHER SIND?

**HANDSCHUHE**  
ROBUX Handschuhe aus Spandex/Leder-Mix mit funktionalem TouchTec® | 129.–

**SONNENBRILLE**  
Sonnenbrille | 47.90

**SKINCARE**

KIEHL'S  
Parley Seed Facial Cleanser, 200 ml | 68.–  
Parley Seed Facial Toner, 100 ml | 41.–  
Parley Seed Cleansing Masque, 160 ml | 43.–  
Parley Seed Anti-Oxidant Facial Hydrating Cream, 60 ml | 89.–  
Parley Seed Anti-Oxidant Facial Treatment, 15 ml | 63.–  
Parley Seed Anti-Oxidant Eye Cream, 10 ml | 99.–  
Parley Seed Anti-Oxidant Eye Serum, 15 ml | 87.–

**HAMMANN**  
Reisemännchen-Set, dunkelbraun, funktionsfähig | 159.–

**LAB SERIES**  
SEBBLEY Eye Contour Mask, 20 ml | 129.–  
LAB SERIES Night Recovery Lotion, 50 ml | 65.–  
MOBOCCANOILI Hand Cream, Fragrance Originale, 75 ml | 29.90

SHOP THE COLLECTION AT globus.ch

## Wir sind 1400 Botschafter

Für die erste Ausgabe von «hello inside» haben sich Martin Kaufmann und KulturbotschafterInnen verabredet. Danken wir dem Gesprächspartner. Dabei ging es vor allem darum, sich über gegenseitige Wünsche, Hoffnungen oder Erwartungen auszutauschen.

Auf die Frage, was die Mitarbeiter von Meier Tobler Meien erwarten, lautet die Antwort:

«Es ist wichtig, dass wir über die Fragen aufmerksamer hören, auf die wir unsere Gedanken und Meinungen mitteilen können. Wir werden wissen, wie es um die Zukunft aussieht und was wir tun können, um das zu erreichen. Das ist ein wichtiger Punkt, den wir gerne mitteilen möchten.»

MARTIN: Das ist sehr wichtig. Wir sind stolz auf die Mitarbeiter, die sich für die Zukunft einsetzen. Wir werden wissen, wie es um die Zukunft aussieht und was wir tun können, um das zu erreichen. Das ist ein wichtiger Punkt, den wir gerne mitteilen möchten.

«Das heißt, ich würde mir wünschen, dass wir mehr über die Fragen aufmerksamer hören, auf die wir unsere Gedanken und Meinungen mitteilen können. Wir werden wissen, wie es um die Zukunft aussieht und was wir tun können, um das zu erreichen. Das ist ein wichtiger Punkt, den wir gerne mitteilen möchten.»

MARTIN: Das ist sehr wichtig. Wir sind stolz auf die Mitarbeiter, die sich für die Zukunft einsetzen. Wir werden wissen, wie es um die Zukunft aussieht und was wir tun können, um das zu erreichen. Das ist ein wichtiger Punkt, den wir gerne mitteilen möchten.

## Auf Rot-Blau ist Verlass

Die Kulturbotschafter sorgen zwischen Mitarbeitern und Geschäftsführung für einen bestmöglichen Informationsaustausch. Dieses Jahr steht alles ganz im Fokus der Werte partnerschaftlich und verbindlich.

Erfrischende Firmen gründen ihren Ursprung auf traditionellen Werten. Diese sind aber auch Kernpunkte von den herausragenden Produkten und Dienstleistungen, die sie anbieten. Das ist ein wichtiger Punkt, den wir gerne mitteilen möchten.

MARTIN: Das ist sehr wichtig. Wir sind stolz auf die Mitarbeiter, die sich für die Zukunft einsetzen. Wir werden wissen, wie es um die Zukunft aussieht und was wir tun können, um das zu erreichen. Das ist ein wichtiger Punkt, den wir gerne mitteilen möchten.

## 2 plus 2 gibt 5

Am 22. Juni wurde im Team der neue regionale Hauptsitz offiziell eröffnet. Fotos und ein Interview mit dem Regionalleiter Davide Chesca geben ein Überblick.

«Das ist ein wichtiger Punkt, den wir gerne mitteilen möchten.»

MARTIN: Das ist sehr wichtig. Wir sind stolz auf die Mitarbeiter, die sich für die Zukunft einsetzen. Wir werden wissen, wie es um die Zukunft aussieht und was wir tun können, um das zu erreichen. Das ist ein wichtiger Punkt, den wir gerne mitteilen möchten.

## Mit der Posaune in alle Welt

Bei Meier Tobler ist Sandra Kullmann alles auf Verkaufsbereitheit. HKKS ist ein wichtiger Punkt, den wir gerne mitteilen möchten.

MARTIN: Das ist sehr wichtig. Wir sind stolz auf die Mitarbeiter, die sich für die Zukunft einsetzen. Wir werden wissen, wie es um die Zukunft aussieht und was wir tun können, um das zu erreichen. Das ist ein wichtiger Punkt, den wir gerne mitteilen möchten.

## Wer strampelt mit?

Meier Tobler ist Förderer der Swiss Cancer Foundation. Das ist ein wichtiger Punkt, den wir gerne mitteilen möchten.

MARTIN: Das ist sehr wichtig. Wir sind stolz auf die Mitarbeiter, die sich für die Zukunft einsetzen. Wir werden wissen, wie es um die Zukunft aussieht und was wir tun können, um das zu erreichen. Das ist ein wichtiger Punkt, den wir gerne mitteilen möchten.

## Fondue im Freien

Meier Tobler ist Förderer der Swiss Cancer Foundation. Das ist ein wichtiger Punkt, den wir gerne mitteilen möchten.

MARTIN: Das ist sehr wichtig. Wir sind stolz auf die Mitarbeiter, die sich für die Zukunft einsetzen. Wir werden wissen, wie es um die Zukunft aussieht und was wir tun können, um das zu erreichen. Das ist ein wichtiger Punkt, den wir gerne mitteilen möchten.

## AB AUF'S SPIELFELD!

Meier Tobler ist Förderer der Swiss Cancer Foundation. Das ist ein wichtiger Punkt, den wir gerne mitteilen möchten.

MARTIN: Das ist sehr wichtig. Wir sind stolz auf die Mitarbeiter, die sich für die Zukunft einsetzen. Wir werden wissen, wie es um die Zukunft aussieht und was wir tun können, um das zu erreichen. Das ist ein wichtiger Punkt, den wir gerne mitteilen möchten.

## Meier Tobler

Meier Tobler ist Förderer der Swiss Cancer Foundation. Das ist ein wichtiger Punkt, den wir gerne mitteilen möchten.

MARTIN: Das ist sehr wichtig. Wir sind stolz auf die Mitarbeiter, die sich für die Zukunft einsetzen. Wir werden wissen, wie es um die Zukunft aussieht und was wir tun können, um das zu erreichen. Das ist ein wichtiger Punkt, den wir gerne mitteilen möchten.

## LOS GEHTS!

Ein Unternehmen hat für immer die Augen geschlossen. Alle haben es, alle brauchen es. Das ist ein wichtiger Punkt, den wir gerne mitteilen möchten.

MARTIN: Das ist sehr wichtig. Wir sind stolz auf die Mitarbeiter, die sich für die Zukunft einsetzen. Wir werden wissen, wie es um die Zukunft aussieht und was wir tun können, um das zu erreichen. Das ist ein wichtiger Punkt, den wir gerne mitteilen möchten.

## Meier Tobler Romandio in fünf Fragen

Wer kann die Fragen richtig beantworten?

MARTIN: Das ist sehr wichtig. Wir sind stolz auf die Mitarbeiter, die sich für die Zukunft einsetzen. Wir werden wissen, wie es um die Zukunft aussieht und was wir tun können, um das zu erreichen. Das ist ein wichtiger Punkt, den wir gerne mitteilen möchten.

## Gut angekommen

Antonio Santoro und Karin Esmerl mussten beide in der Romandio ihren Arbeitsplatz wechseln. Für den einen bedeutet das neuem Mut, für den anderen weniger. Beide über die letzten Monate.

MARTIN: Das ist sehr wichtig. Wir sind stolz auf die Mitarbeiter, die sich für die Zukunft einsetzen. Wir werden wissen, wie es um die Zukunft aussieht und was wir tun können, um das zu erreichen. Das ist ein wichtiger Punkt, den wir gerne mitteilen möchten.

## Wie weit ist ganz weg?

Wie weit ist der Times Square in New York von der Bahnhofstrasse in Zürich? Das ist ein wichtiger Punkt, den wir gerne mitteilen möchten.

MARTIN: Das ist sehr wichtig. Wir sind stolz auf die Mitarbeiter, die sich für die Zukunft einsetzen. Wir werden wissen, wie es um die Zukunft aussieht und was wir tun können, um das zu erreichen. Das ist ein wichtiger Punkt, den wir gerne mitteilen möchten.

## BLICK ZURÜCK NACH VORN

Ein Jahr Meier Tobler

MARTIN: Das ist sehr wichtig. Wir sind stolz auf die Mitarbeiter, die sich für die Zukunft einsetzen. Wir werden wissen, wie es um die Zukunft aussieht und was wir tun können, um das zu erreichen. Das ist ein wichtiger Punkt, den wir gerne mitteilen möchten.

## LOS GEHTS!

Ein Unternehmen hat für immer die Augen geschlossen. Alle haben es, alle brauchen es. Das ist ein wichtiger Punkt, den wir gerne mitteilen möchten.

MARTIN: Das ist sehr wichtig. Wir sind stolz auf die Mitarbeiter, die sich für die Zukunft einsetzen. Wir werden wissen, wie es um die Zukunft aussieht und was wir tun können, um das zu erreichen. Das ist ein wichtiger Punkt, den wir gerne mitteilen möchten.

## Wir sind Meia und Tobi. Konzipiert und ins Leben gerufen wurden wir von Denise und Eric. Immer wieder tauchen wir in der internen Kommunikation von Meier Tobler auf und geben hilfreiche Tipps und unterstützen Euch.

Meier Tobler | Interne Kommunikation  
Art Direction & Graphic Design

Die Geburtstagskarte kann gepflanzt werden und mit etwas Geduld und Liebe wachsen daraus Blumen. Unten: Flyer für die Kaffee Aktion.

## Einladen + Hochladen

Instagram #meiertoblercafe oder E-Mail: cafe@meiertobler.ch

Was? Lade jemanden zur Kaffeepause ein, am besten jemanden, den Du noch nicht kennst. Lerne Euch kennen, mache ein Selfie und lade es hoch.

Wie? Starte mit einer Eisbrecher-Frage: Seit wann arbeitest Du bei MT? Was genau machst Du eigentlich? Was freut Dich gerade bei der Arbeit?

Warum? Lerne Euch besser kennen, stärkt das MT-Team.

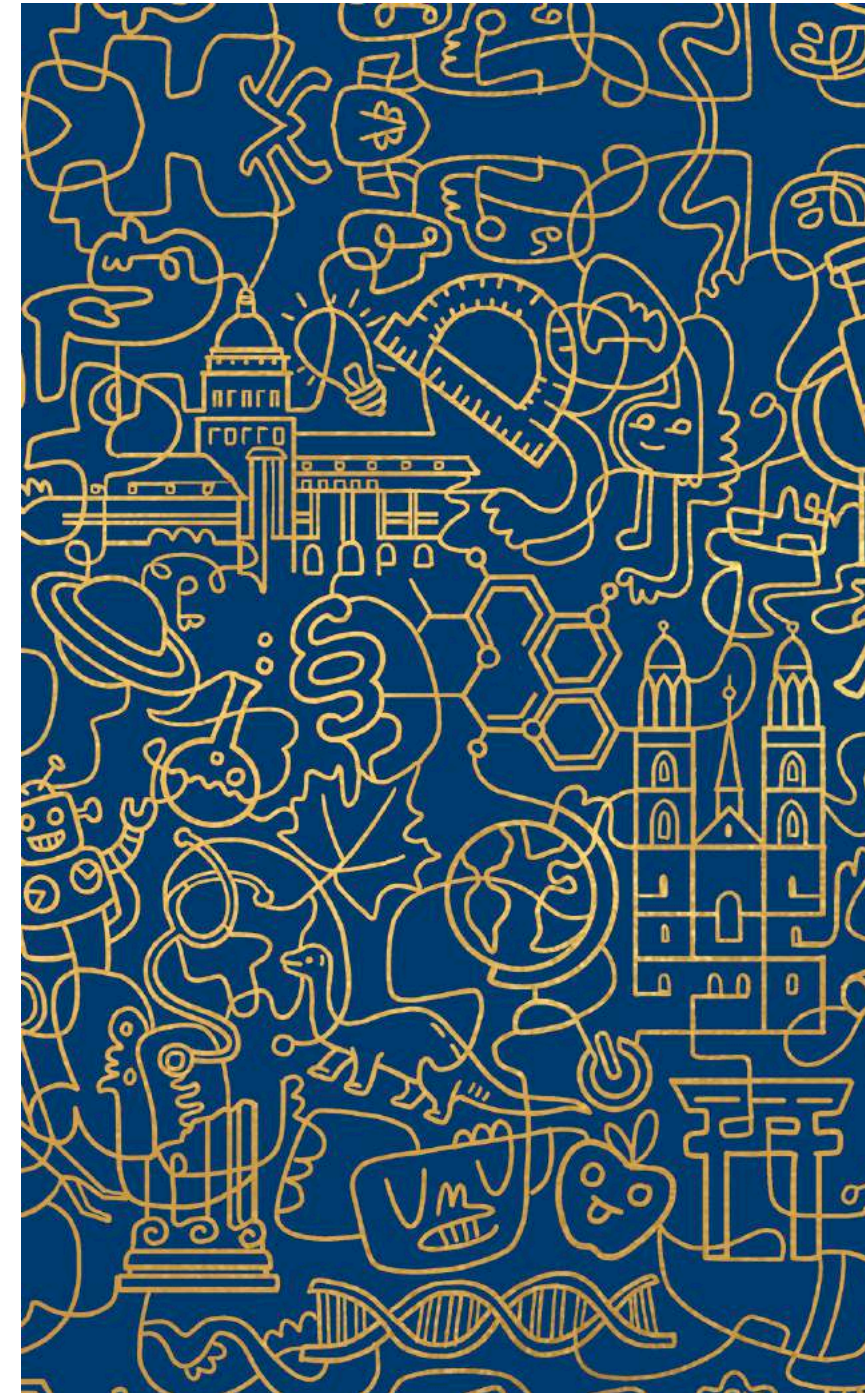
Und dann? Bild hochladen, weitere Kaffeepausen abmachen und mehr MT-Teammitglieder kennenlernen.

**Universität Zürich | Global Affairs**

Art Direction & Graphic Design für die zwei Linien  
der Global Affairs Geschenke, UniVersum und Fibonacci.  
Zusammenarbeit mit Anita Lussmann Aragão.

- Geschenkpapier
- Banderole für die Gaufrettes von Confiserie Sprüngli  
und die Bonbonnière Schachtel gefüllt mit Pralines
- Kugelschreiber-Verpackung

+ Illustration UniVersum: Cornelia Gann



Wir haben unsere Dijon-Chips  
mit einem Tropfen Honig veredelt.



Terra: neu mit Honig und Dijon-Senf Würzung.

Ein Fest für den Gaumen.



Terra: jetzt mit Safran-Geschmack.



Terra: mit scharfem Wasabi.

**Terra Chips | Inseratekampagne**  
Art Direction & Graphic Design

Terra Chips sind aussergewöhnliche Gemüse-Chips, kreiert von zwei Köchen aus New York, die auf der Suche nach etwas Neuem waren. Immer wieder mit einzigartigen Geschmacksrichtungen.

+ Fotograf: Felix Streuli

LESCHE+FREI

www.bucherer.com

*Einmal im Leben  
auf einer Stradivari spielen.*

Und heute schon den  
*Schmuck* dazu.




**BUCHERER**  
Für die schönsten Momente im Leben.

LESCHE+FREI

www.bucherer.com

*Einmal im Leben  
aufs Titelbild des Time Magazine.*

Und heute schon den  
*Schmuck* dazu.



**BUCHERER**  
Für die schönsten Momente im Leben.

LESCHE+FREI

www.bucherer.com

*Einmal im Leben  
den 7. Himmel erobern.*

Und heute schon  
die *Uhr* dazu.



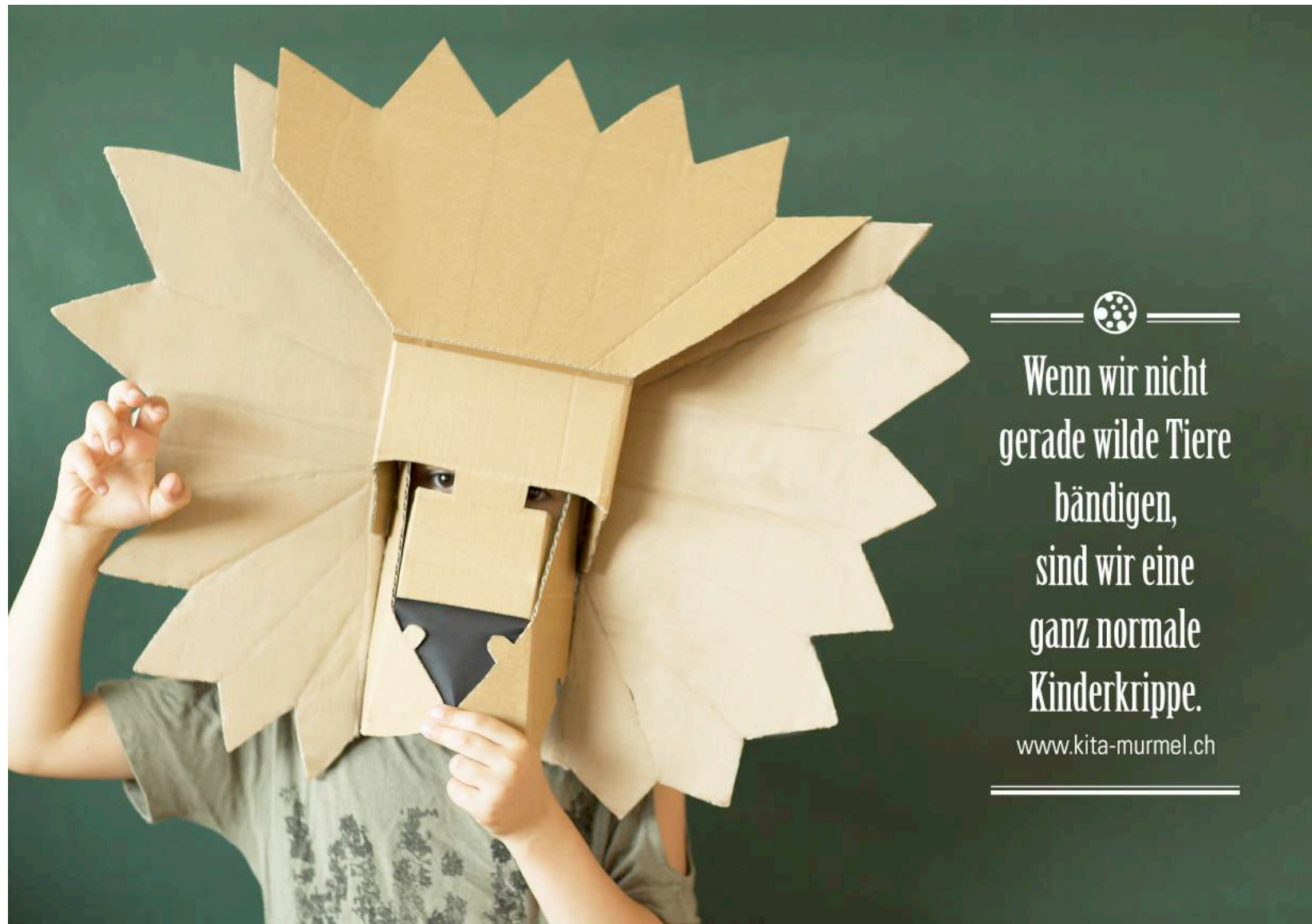
**BUCHERER**  
Für die schönsten Momente im Leben.

Bucherer | Inserate- und Plakatkampagne  
Art Direction & Graphic Design

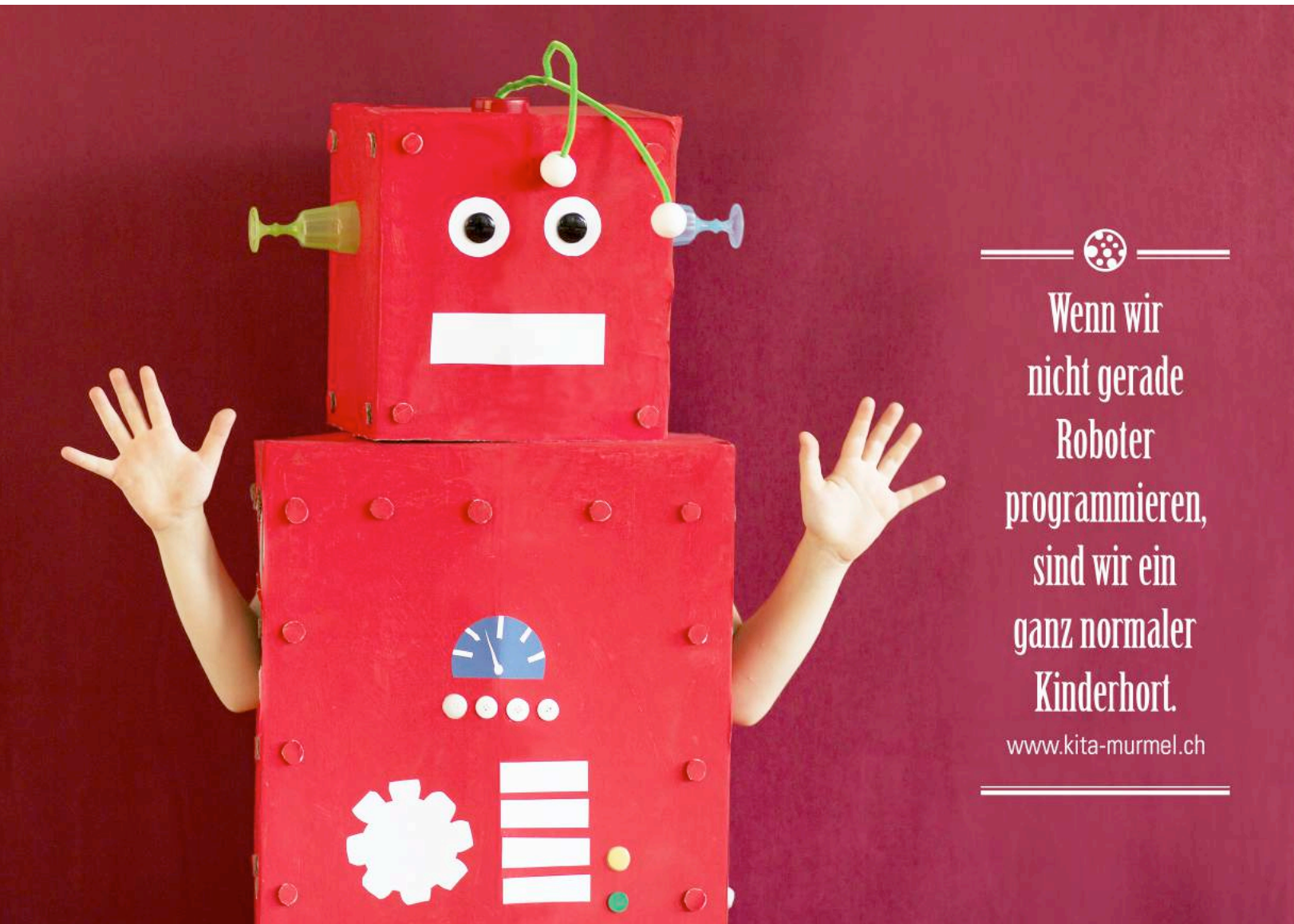
Bucherer ist einer der grössten Uhren- und Schmuckanbieter in Europa.

+ Fotografen: Stefan Indlekofer und Claudia Knoepfel, Schmuck: Oliver Nanzig





Wenn wir nicht gerade wilde Tiere bändigen, sind wir eine ganz normale Kinderkrippe.  
[www.kita-murmel.ch](http://www.kita-murmel.ch)



Wenn wir nicht gerade Roboter programmieren, sind wir ein ganz normaler Kinderhort.  
[www.kita-murmel.ch](http://www.kita-murmel.ch)



Wenn wir nicht gerade wilde Tiere bändigen, sind wir eine ganz normale Kinderkrippe.  
[www.kita-murmel.ch](http://www.kita-murmel.ch)

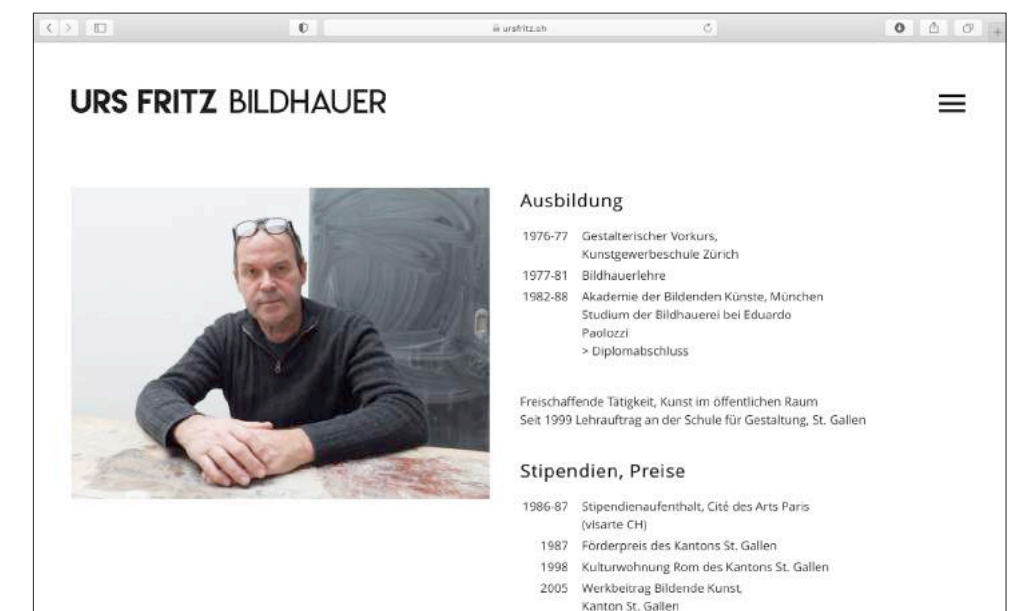
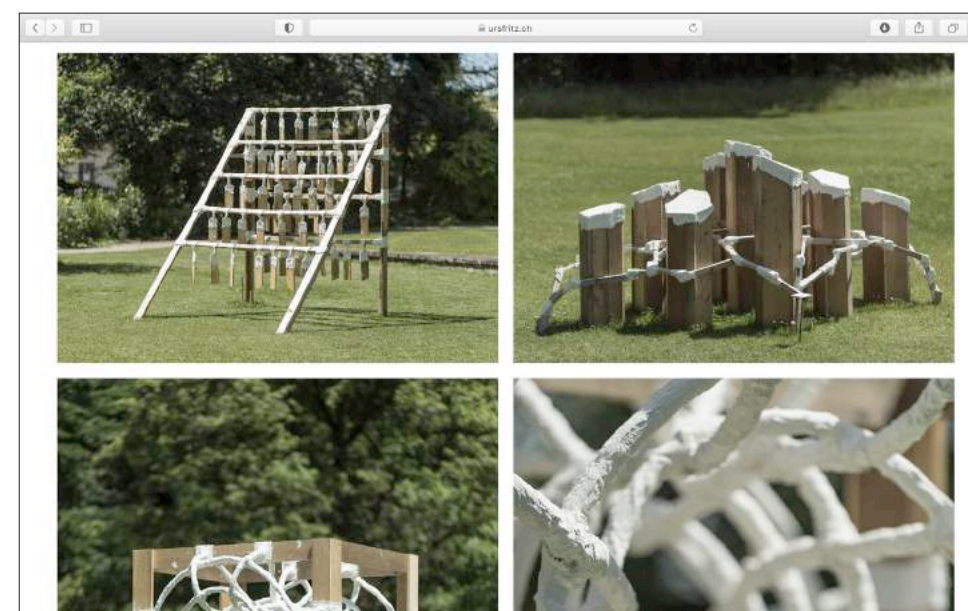
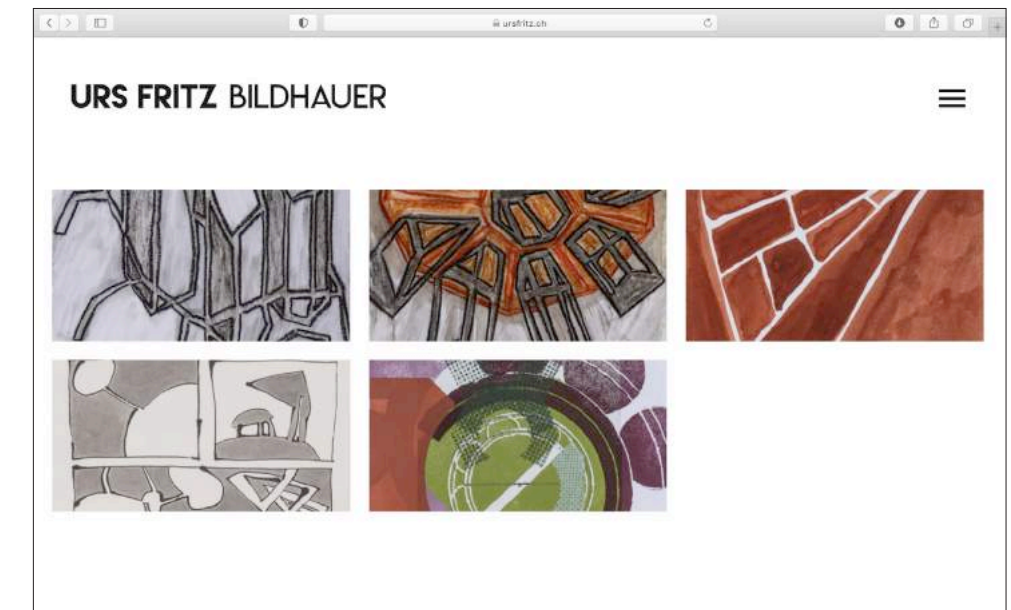
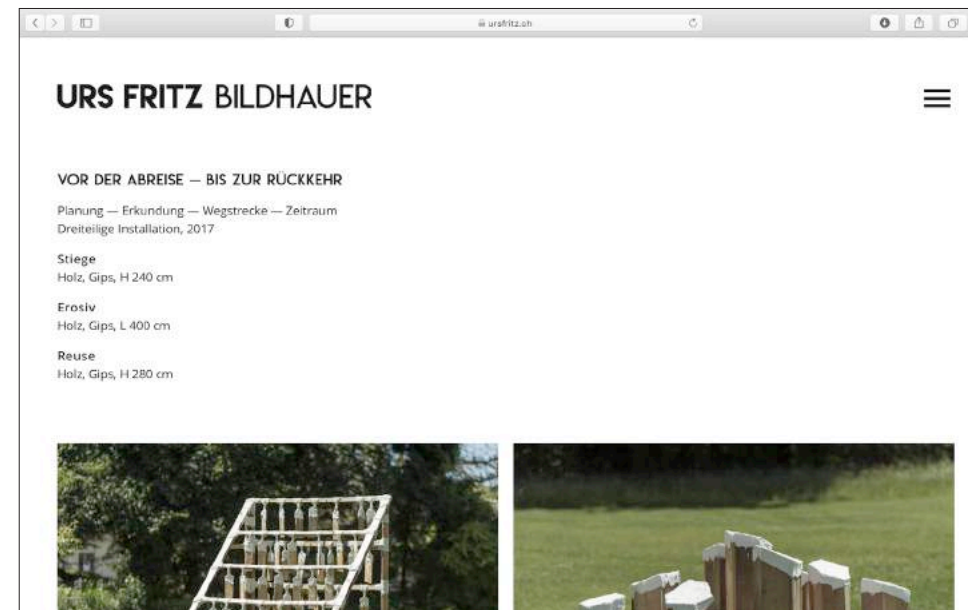
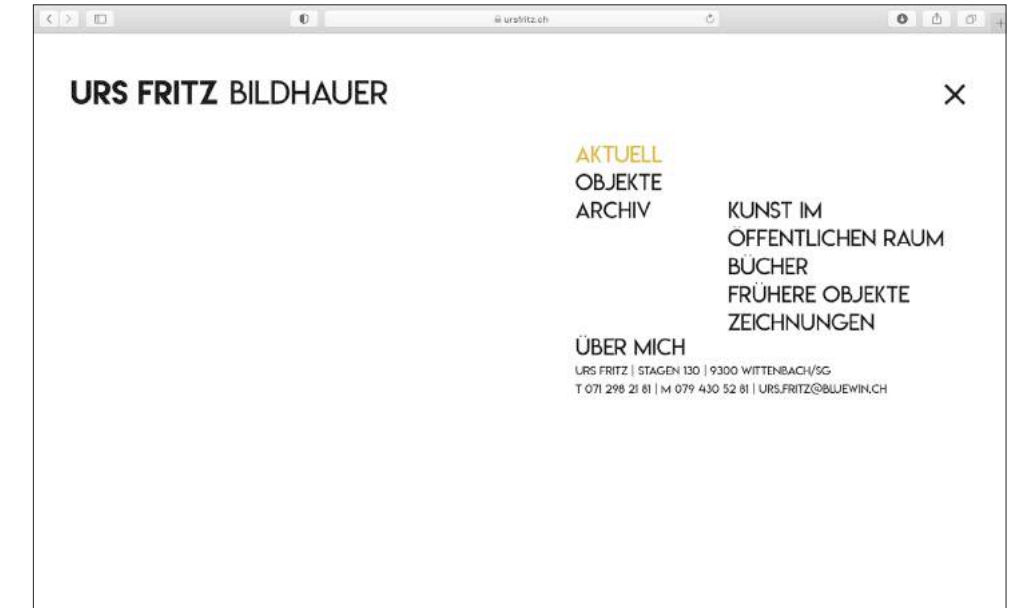
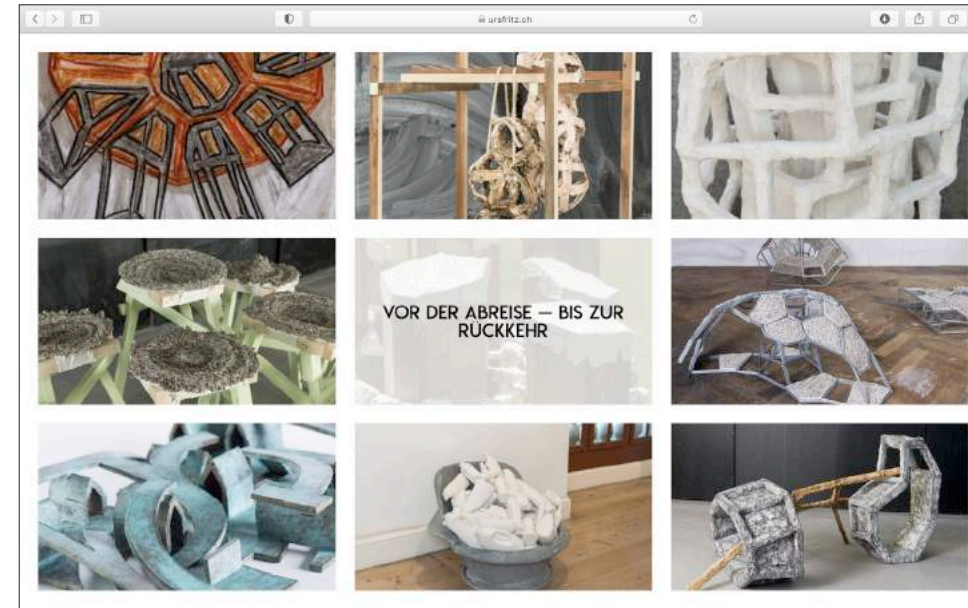
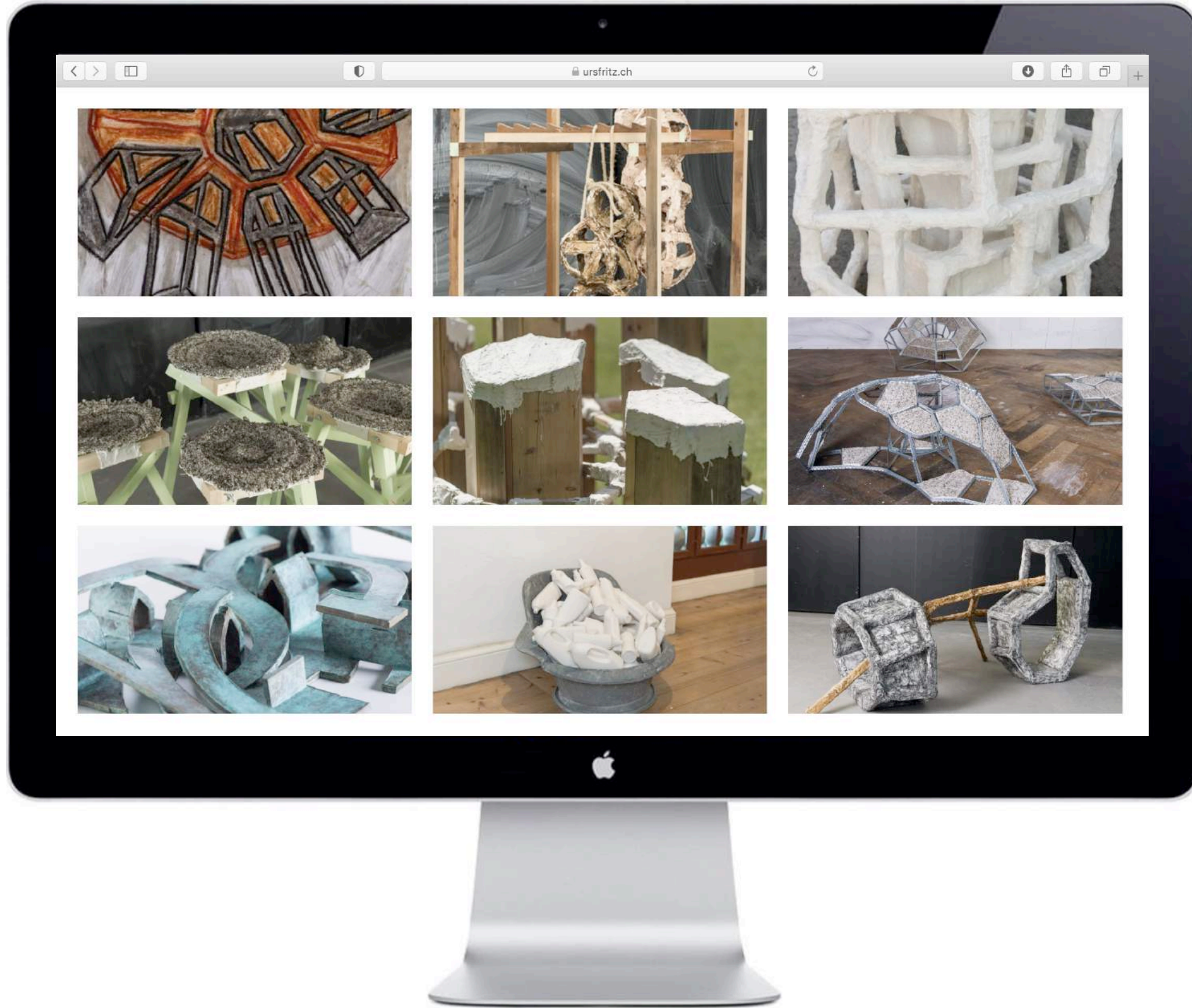


Wenn wir nicht gerade Roboter programmieren, sind wir ein ganz normaler Kinderhort.  
[www.kita-murmel.ch](http://www.kita-murmel.ch)

**Kinderkrippe-/Hort Murmel | Postkarten A5**  
 Art Direction & Graphic Design

Als einfaches Akquise Medium wurde eine Wildplakatierung und Postkarten gewählt. Die Karten wurden bei Kinderärzten, Kinderkleiderbörsen und Bibliotheken im Kreis 6 in Zürich aufgelegt.

+ Fotografin: Naomi Meran



+ Programmierung: ebro Web Development  
www.peakarchitekten.com  
+ Fotografen: David Willen, Daniel Valance & Bruno Helbling

