

Klimagipfel in der Apotheke



© dem10 / www.iStockphoto.com

Kopenhagen – eine Enttäuschung? Wenn die große Politik es nicht schafft, fangen wir doch im Kleinen an: Was wollen wir für die **Gesundheit aller in der Apotheke tun?**

Die Apotheken heute sind nicht in erster Linie auf Umweltfreundlichkeit ausgerichtet. Da es bei ökologischem Handeln im Kern um Gesundheit geht, stehen jedoch

auch wir in der Verantwortung. Wenn die Staaten aller Welt sich nicht auf Verträglichkeit einigen können, heißt das, nicht zu resignieren, sondern sich selbst – im Kleinen – zu engagieren. Berufen Sie als PTA

einen Klimagipfel in Ihrer Apotheke ein, überlegen Sie zusammen mit den Kolleginnen, was Sie gesundheitsfreundlicher gestalten können. Wichtig ist es, dass sich keiner zu einem speziellen Verhalten zwingt, son-

dern immer soweit geht, wie seine Motivation reicht. Umweltschutz soll keine lästige Aufgabe sein, man kann sich langsam umgewöhnen, wenn man spürt, dass es um die Gesundheit Aller jetzt und für Ihre Nachkommen geht. Ein ganz kleines Beispiel voran: Wir bekommen täglich unendlich viel Post, oft Werbung. Werfen wir die Briefumschläge weg, benutzen wir die Rückseite als Notizzettel oder nutzen wir nicht oder schlecht Zugeklebtes noch einmal?

Wenn Sie den Klimagipfel einberufen haben, bewaffnet mit Protokollformular und den bereits spontan gesammelten Ideen der Kolleginnen, wandern Sie in Gedanken von der Offizin bis ins Labor einmal durch alle Räume. Wenn Sie sehr ins Detail gehen, teilen Sie sich am besten in Paare auf, die jeweils einen Raum übernehmen, achten Sie dabei auf Mischung der Berufe, um das Ganze von diversen Perspektiven aus anzuschauen. Die Leitlinie: „Was ist gesundheitsschädlich für die Umwelt und damit für uns selbst?“ Es fängt bei ganz einfachen Dingen an, wie bei der Frage, ob immer und überall, auch in Lagerräumen, das Licht brennen muss, und hört bei der Beratung im Handverkauf auf.

Starten Sie einen Rundgang! Vor der Apotheke im Winter: Streuen Sie Salz, schauen Sie und streuen Sand?

Salz schädigt Bäume, Grundwasser und gelangt so auch in unsere Nahrungskette. Vielleicht können Sie Salz mit Sand mischen, wenn es nicht ohne geht? Als Nächstes die Fußmatte und die Reinigungsmittel für den Fußboden. Muss die

Lieferanten nach Papier, am besten Recycling. Das ist heutzutage nicht nur in ökomausgrau, sondern in knallweiß oder bunt und in bester Qualität zu haben. Und es geht weiter: Wie lange sind die Stopfschubladen nicht mehr aufgeräumt worden? Fin-

»Nichts Neues kaufen, solange das Alte noch taugt.«

Matte ständig in die Reinigung, ist das ungünstig und teuer dazu. Weiter zum HV Tisch: Geben Sie grundsätzlich allen Kunden von sich aus eine Tüte oder fragen Sie: „Brauchen Sie eine Tüte?“ Auf diese Frage sagen mehr Leute: „Nein, danke, das geht schon so“ als wenn Sie fragen „Darf ich es Ihnen in eine Tüte packen?“ Ja, Sie sehen schon: Sie sparen jetzt nicht nur Tüten, sondern auch Geld, der Chef erwärmt sich langsam für Ihrem Klimagipfel nachdem er vorher bei sich dachte: „Was soll das denn nun schon wieder, ach lass sie bloß machen!“ Und woraus sind Ihre Tüten? Nehmen Sie immer eine, die zum Inhalt passt oder öfter mal eine größere als sein muss? Fragen Sie Ihren

det sich hier noch ein Schatz? Haben Sie alte Behältnisse oder Etiketten in rauen Mengen, die Sie für den ursprünglichen Zweck nicht mehr brauchen? Wofür können Sie stattdessen aufgebraucht werden?

Lieferanten Sprechen Sie Ihre Partner auf ökologisches Handeln an, die Nachfrage allein kann schon etwas bewirken. Sicher kennen Sie noch andere gesundheitsbewusst handelnde Firmen, am besten aus Ihrer Region, so sparen Sie lange Anfahrtswege dafür. Wie sieht es bei Ihnen mit Kartons, Luftkissenpolstern etc. aus? Existiert in Ihrem Ort eine Firma, die Produkte versendet? Direktlieferanten sind verpflichtet, Verpackungsmaterialien zurückzunehmen – vielleicht fragen Sie dort mal nach?

Sie finden sicher viele Möglichkeiten, um eine rundum Gesundheitsbewusste Apotheke zu werden, nebenbei kann das Ganze auch ökonomisch ein Treffer werden und trägt zu Corporate Identity und besserer Außenwirkung bei. ■

ADRESSENAUSWAHL

Speziell für Bürobedarf und Möbel:
Memoversand,
www.memo.de.

Für vieles Andere:
Waschbär,
www.waschbaer.de.

Verkauf leerer Druckerpatronen:
www.geldfuermuell.de/leergutankauf/index.phpibt.

Visitenkarte, Flyer & Co.:
Ökoprint,
www.oekoprint.net.



Literatur bei der Autorin
Ute Jürgens
PTA, Dipl.-Erw. Pädagogin
www.kommed-coaching.de