

Zeitschrift: Gesundheitsnachrichten / A. Vogel
Herausgeber: A. Vogel
Band: 57 (2000)
Heft: 9: Mal scharf, mal süss und gesund dazu : Senf

Artikel: Die Kunst der Verpackung
Autor: [s.n.]
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-558183>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 25.01.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Die Kunst der Verpackung

Verpackungen sind nicht nur häufig unnötig, sie sind auch sonst eine Last. Wären alle Konsumgüter in der jeweils umweltfreundlichsten Hülle verpackt, liessen sich vier Fünftel des Müllvolumens einsparen. Viele Verpackungen lassen sich zudem schlecht öffnen. Eine sichere Methode, Konsumentinnen und Konsumenten zu verärgern.



Die «verpackten» und umhüllten Objekte von Christo und seiner Frau Jeanne-Claude haben ihre eigene Bedeutung und einen ganz besonderen Reiz. Vielleicht ist aber der Gedanke nicht ganz abwegig, dass solche Kunstobjekte auch unseren Blick schärfen für Sinn und Unsinn von Verpackungen bei Konsumgütern.

Sie rutscht weiterhin ab und öffnet also eine Schublade im Küchenschrank, stochert mit einem kleinen Messer unter dem Deckelrand: «Dumm, die Klinge verdreht sich.» Dann nimmt sie ein stabileres Messer aus dem Besteck: «Ich kann es nur nicht richtig ansetzen.» Mit der widerspenstigen Dose wandert sie zum Spültisch und hält sie unter heisses Wasser. Noch ein manueller Drehversuch. Noch einmal mit Handtuch. Der Fluch der Dame sei nur angedeutet. Dann schlägt sie mit dem dumpfen Griff des Messers auf den Büchsendeckel, was die Spannung im Glas lösen soll, aber nur die ihre steigt, so dass sie ein letztes Mal zum kleinen Küchenmesser greift und wie eine geübte Mörderin auf den Aludeckel einsticht, der sofort durchbohrt den Widerstand aufgibt.

Unhandlicher geht es nicht mehr

Eigentlich ist es ganz einfach: Verpackungen sind dann gut, wenn auch Kinder und handicapierte Menschen, z.B. mit Rheuma, sie öffnen können. Probieren Sie einmal, eine Senftube zu öffnen, wenn ein Arm im Gips steckt! Leider gibt es zahlreiche Beispiele für schlecht konstruierte Verpackungen:

- Thunfischdosen, bei denen das Öl herausspritzt, wenn man am Metallring zieht,
- Kaffeerahmdeckel, die sich gerade von älteren Menschen

Alle haben eine todsichere Methode, wie sich ein Gurkenglas öffnen lässt, zumindest theoretisch. «Das ist doch kein Problem», verkündet eine Unternehmensberaterin, raffinierter als alle, geht sie doch nach Vorschrift vor – Drehen!- und liefert Stoff für eine Leserumfrage der «Weltwoche» (Nr. 26, 1. Juli 1999). Sie drückt kräftig und kräftiger, wobei sich ihr Gesicht verzerrt. Anschliessend holt sie ein Handtuch mit der Entschuldigung: «Ich rutsche ab.»

- schlecht öffnen lassen,
- Shampoo-Flaschen, bei denen man sich erst die Hände abtrocknen muss,
- «neumodische» Verschlüsse von Orangensaftpackungen, die immer sabbern,
- Schweissverpackungen, die den geschnittenen Speck nicht hergeben wollen, weil das berühmte Eckchen es nicht zulässt,
- Styropor-Füllmaterial, das beim Auspacken die Wohnung füllt und überall haften bleibt,
- vakuumverpackter Kaffee, bei dem ein Geschenk an die Götter vorprogrammiert ist,
- aufs engste verschweisste Plastikhüllen von CDs, die sich nur mit dem Skalpell öffnen lassen.

Verpackung als Werbeträger

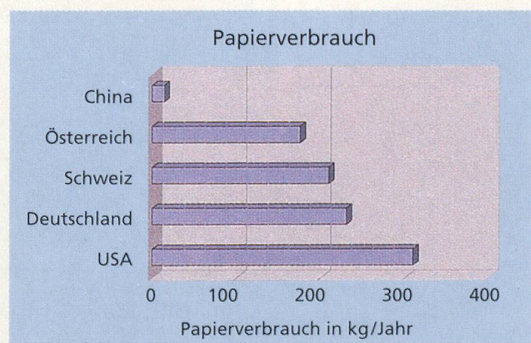
Die Zufriedenheit der Kunden scheint das geringste Problem von Verpackungsindustrie, Produzenten und Händlern zu sein. Und es ist abzusehen, dass die Verpackungsflut in Zukunft noch zunimmt, dienen die diversen Umhüllungen doch in erster Linie als Werbeträger im gesättigten Konsummarkt.

Besser werden sie auch nicht, jedenfalls nicht von selbst. Und solange wir als Kunden so sorglos mit Verpackungen umgehen, bekommen wir auch Verpackungen. Ein Beispiel: Ein Feuerzeug ist ein kleines Wunderwerk der Technik! Trotzdem wird es heute zunehmend als Verpackung degradiert. Wir sind am brennbaren Inhalt interessiert; das Gehäuse ist nur «Zugemüse». Ein wiederbefüllbares Feuerzeug ersetzt aber rund 300 Einwegprodukte. Und eine Bierflasche ersetzt 45 Metall Dosen. Mit zehn Stofftaschentüchern lassen sich etwa 3000 Papiertaschentücher einsparen.

Vermeidung von Verpackung

Schuhkartons lässt man am besten gleich im Laden. Am Imbissstand oder in der Bäckerei kann man dem flinken Verkäufer beim Verpacken Einhalt gebieten mit dem Hinweis, man wolle das Produkt gleich essen. Manche Speisen sind «von Natur aus» einfach verpackt. Ein Kebab ist mit einer Brottasche umhüllt und einem Papier, damit die Sосse nicht rausläuft. Ärger mit dem erwähnten hartnäckigen «Eckchen» können Sie vermeiden, wenn Sie Fleisch oder Käse offen kaufen. Und die Einkaufstasche anstelle der Plastiktüte sollte eine Selbstverständlichkeit sein.

Wären die gesamten Konsumgüter in der umweltschonendsten Hülle verpackt, liessen sich drei Viertel des Energieverbrauchs, drei Viertel der Luftverschmutzung und vier Fünftel des Müllvolumens vermeiden! Im modernen Umweltschutz gilt die Regel: Vermeidung, Verringerung, Verwertung, Beseitigung. Häufig hilft diese Strategie der Umwelt *und* dem Geldbeutel: wieder verwertbare und umweltfreundli-



che Produkte sind unterm Strich oft billiger, auch wenn es länger dauert, bis sich die Investitionen auszahlen.

Viele Produkte verursachen nicht nur bei der Herstellung, sondern auch im Gebrauch Umweltbelastungen und Müll: etwa die Batterien für das Elektrogerät, die Tonerkassetten für den Laserdrucker, die Filter für die Kaffeemaschine oder der Energie- und Wasserverbrauch verschiedener Haushaltgeräte. Daher sollte dieser Aspekt beim Kauf immer mit einbezogen werden.

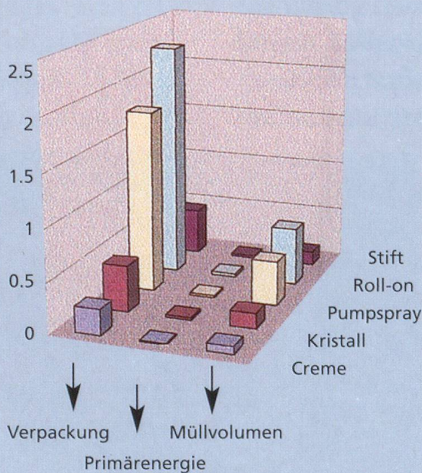
Verbundpackungen, bei denen Karton-, Kunststoff- und manchmal noch Aluschichten für anhaltende Frische sorgen, sollten vom umweltbewussten Käufer gemieden werden. Einige Hersteller setzen mittlerweile auf umweltfreundliche Verpackungen, die ausschließlich aus Recycling-Pappe bestehen, und verzichten völlig auf Kunststoffe. Das hat den Vorteil, dass sperrige Schachteln mit der Altpapiersammlung entsorgt werden können. Aus dem Material können wieder neue Verpackungen hergestellt werden. Und im Gegensatz zu Polystyrol (Styropor), das von manchen Herstellern wegen des besseren Geräteschutzes bevorzugt wird, werden Papier und Karton aus nachwachsenden Rohstoffen verwendet.

Deodorants, die meist verkauften Kosmetikprodukte

Auch bei den Deos ist es nützlich, wenn man etwas über die Verpackungen weiss, denn sie beeinflussen den Inhalt.

Zum Beispiel Deos: Welche Verpackung ist die beste?

pro Gramm Inhalt	Verpackung in Gramm	Primärenergie für Herstellung und Entsorgung	Müllvolumen in Kubikzentimetern
Creme	0,25	0,012	0,072
Kristall	0,45	0,024	0,147
Pumpspray	1,77	0,020	0,432
Roll-on	2,28	0,032	0,564
Stift	0,45	0,023	0,135



Täglich scheidet der Mensch bis zu einem Liter Schweiß aus – ein Gemisch aus Wasser, Salz, Harnstoff und Fettsäuren. Zur Geruchsbildung kommt es erst dann, wenn der aus speziellen Duftdrüsen (apokrine Drüsen) abgesonderte Schweiß zusammen mit dem Talg an der Hautoberfläche von Bakterien zerersetzt wird. Bei Kindern, die noch keine apokrinen Drüsen ausgebildet haben, ist Schweiß daher völlig geruchlos.

Deodorants bestehen aus Alkohol, Wasser, Duftstoffen, geruchsbindenden Stoffen und antimikrobiellen Mitteln. Letztere sind manchmal

so stark, dass sie auch die schützende Hautflora aus dem Gleichgewicht bringen. So halten sie, wie etwa Triclosan, einen ganzen Tag lang «frisch». Daher wollen nicht alle Hersteller auf sanftere Alternativen umsteigen. Doch haben einige Firmen längst bewiesen, dass die Chemiekeule entbehrlich ist. Sie setzen Farnesol ein, eine im Labor nachempfundene Blütenölsubstanz. Der Stoff tötet nicht wahllos alle Bakterien, sondern hemmt jene, die an der Schweisszersetzung beteiligt sind. Allerdings beginnt die Wirkung von Farnesol nach einigen Stunden nachzulassen.

Was die Verpackungen angeht, bestehen die Flaschen, Pumpen und Verschlüsse der meisten Deos aus Glas oder umweltverträglichen Kunststoffen. In Etiketten, Lack- oder Metallic-Schriftzügen verstecken sich aber nach wie vor PVC oder ähnliche chlorierte Substanzen. Im Vergleich zu Pumpzerstäuber, Deo-Stick, Deo-Creme und dem Deo-Kristall schneidet ein Roll-on bei den Verpackungen am schlechtesten ab. Pro Gramm Inhalt wiegt die Verpackung oft mehr als das Doppelte. Die Deo-Roller enthalten zusätzliche Chemikalien, um die streichbare Konsistenz zu bekommen. Die Deo-Creme ist am umweltfreundlichsten verpackt. Die Müllmenge und der Energieverbrauch sind dementsprechend gering. Am besten für Umwelt und Gesundheit sind die Produkte von Naturkosmetik-Herstellern. Viele schädliche Chemikalien fallen durch die schonende Produktion und eine geeignete Verpackung weg.

Mogelpackungen

Mogelverpackungen sind vor allem bei Kosmetik und Konfekt weit verbreitet. Cremes werden am liebsten in Tiegeln gekauft. Creme-Dosen bestehen oft aus Verbundmaterialien. Keramik, Glas, Plastik, Bakelit beziehungsweise Metall und PVC werden vermischt. So wird das Recycling verunmöglicht. Tiegel machen Mogelpackungen leicht möglich und das bedeutet mehr Abfall. Die luxuriösen Creme-Spender kommen noch schlechter weg. Sie sind oft so konzipiert, dass bis zu 15 Prozent des Inhalts als unerreichbare Restmenge im Spender zurückbleiben und weggeworfen werden müssen. In beiden Fällen stellen Tuben die weniger aufwendige und auch hygienischere Lösung dar. Die kleine Öffnung schützt die Cremes besser vor Sauerstoff, der sie langfristig zersetzt. Auf diese Weise kann der Einsatz von Konservierungsmitteln verringert werden.

Die Verbraucher haben es in der Hand, Einfluss auf die Verpackungsindustrie zu nehmen. Sonst tönt es auch in Zukunft aus der Küche: «Liebling, kannst Du mir helfen, den Marmeladendeckel aufzudrehen?» Oder um es mit dem Chansonnier Reinhard May zu formulieren: «Da zählt der Mann noch als Mann!»

• JM



Beim Einkaufen muss die Devise in punkto Verpackung unbedingt heissen: «Weniger ist mehr!»