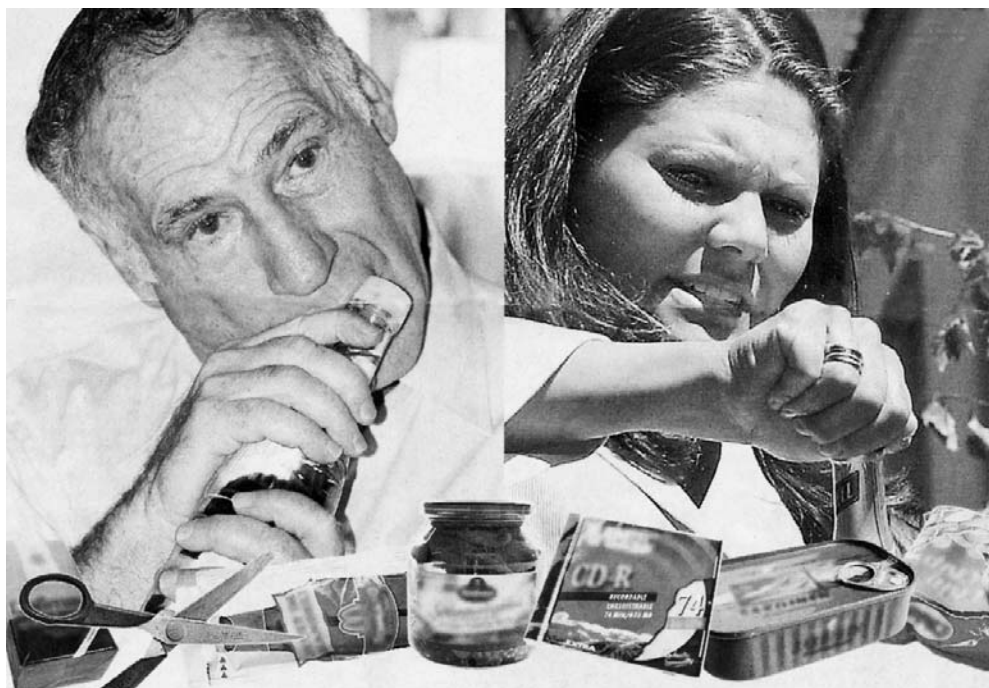


## Tekst 4

### Verflixt und zugeschweißt

In Amerika hat sich ein berühmter Sportler beim Öffnen einer DVD-Hülle schwer verletzt. Er ist kein Einzelfall. Auch in Deutschland häufen sich Verpackungs-Opfer. Muss das so sein?



Von Sandra Winkler

Womit machen Sie eigentlich eingeschweißte DVDs auf? Schere, Schlüssel, Zähne? Also, der amerikanische Baseballspieler Adam Eaton benutzt ein Messer. Beim Öffnen der letzten Box hat er sich damit allerdings kürzlich ins eigene Fleisch geschnitten: Eaton rutschte ab und rammte sich die Klinge in den Bauch. Resultat: er wurde mit zwei Stichen genäht, und die San Diego Padres spielten am nächsten Tag ohne ihren Werfer. „Diese DVDs stecken in einer Plastikfolie. Die kann doch kein Mensch aufkriegen“, war Eatons Kommentar. Und die meisten Amerikaner sehen das genauso. Der Unfall ihres Baseballstars sorgt in den USA zurzeit für Diskussionsstoff: „Warum kann man Verpackungen bloß so schwer öffnen?“, fragt die Wochenzeitung „USA Today“ 17.

Ein Rätsel, das auch in Deutschland viele Verbraucher umtreibt. Zahnbürsten sind geschützt, als wären sie hoch-radioaktives Material, in Cellophan gehüllte CDs wirken wie Geduldsspiele, und bei mancher Milchtüte fragt man sich: Ist die mit Kindersicherung? Viele Verpackungen sollen den Konsumenten offenbar vom Inhalt fernhalten. Das ist frustrierend und endet oft mit brutaler Gewalt. Erst wird dran gerissen, dann zugebissen und am Ende kommt der Griff zur Schere oder zum Messer – nicht ohne 18: „Ich verarzte ungefähr zwanzig Verpackungsoffer im Monat“, sagt Boll Reimann, Unfallchirurg am AK St. Georg in Hamburg. „Ein Messer im Bauch ist natürlich 19, aber an den Rändern von Dosen schneiden sich viele. Oder an Kartons wird ungeschickt mit dem Messer hantiert.“

„Dabei könnte man heute jedes Verpackungsproblem lösen. Die Designer geben sich im Allgemeinen wenig Mühe, wenn es um die praktische Seite geht“, sagt Professor Dieter Berndt, Vorstandsvorsitzender des Deutschen Verpackungsinstituts. Für bessere Öffnungsmechanismen müssten 20 neue Ideen entwickelt und mehr Geld ausgegeben werden. Jede Kerbe im Plastik, jeder Aufrissfaden kostet nur einen zehntel Pfennig, zu viel bei den geringen Margen im Lebensmittelbereich. Wie 21 allerdings solche Investitionen sein können, sieht man an Zigarettenschachteln: Eine Schachtel Marlboro bekommt jeder leicht auf.

Leider ist nach Meinung der meisten Firmen eine leicht zu öffnende Packung kein Kaufanreiz. Und so werben sie lieber damit, dass das gute alte Waschmittel jetzt noch weißer wäscht oder der Schokoriegel noch nussiger schmeckt, anstatt mit einer 22 Verpackung zu punkten. Den Herstellern ist es egal, wie der Verbraucher an die Ware kommt, dass ihm der Joghurt aufs Hemd spritzt oder die Chipstüte am falschen Ende aufplatzt.

Solange die Käufer 23, werden sie sich wohl weiterhin die Fingernägel abbrechen und das Hemd mit aufplatzenden Ketchup-

Beuteln ruinieren: Weder Stiftung Warentest noch der Verbraucherschutz haben sich bislang mit dem Thema schwer zu öffnender Verpackungen auseinander gesetzt.

Es gibt allerdings auch Fälle, in denen die Käufer selbst Schuld an der Verpackungsmisere sind. Aus ökologischen Gründen wurden Zahnbürsten eine Zeit lang ausschließlich in Karton verpackt. Doch die Industrie musste feststellen, dass die Kunden die Bürste ihres Vertrauens erst sehen wollen bevor sie sie mit nach Hause nehmen. Sie rissen die Kartons im Laden auf. Also gibt es die Bürsten nun wieder hinter transparenter Plastikschaale.

Und noch einen Grund für 24 verpackte Produkte liefern die Kunden: CDs, DVDs, Video- und Musikkassetten stecken in engen Folien ohne Aufrisshilfen, um Diebstahl vorzubeugen. Da die CD selbst nicht markiert werden kann, könnte sie ein Dieb einfach aus der gesicherten Hülle nehmen und den Laden verlassen. Die Alarmanlagen würden dies nicht registrieren. In den USA legen einige Hersteller bereits kleine Werkzeuge in Spielzeug-Kartons, damit man die Sachen besser aus dem Karton bekommt.

*Welt am Sonntag*

## ■ Tekst 4 Verflixt und zugeschweißt

*Kies bij iedere open plek in de tekst het juiste antwoord uit de gegeven mogelijkheden.*

1p **17** ■

- A begeistert
- B erstaunt
- C misstrauisch
- D spottend

1p **18** ■

- A Erfolg
- B Gefahr
- C Gewalt
- D Grund
- E Vergnügen

1p **19** ■

- A eine Ausnahme
- B eine Unmöglichkeit
- C keine Seltenheit
- D kein Spaß

1p **20** ■

- A aber
- B sogar
- C trotzdem

1p **21** ■

- A begrenzt
- B nützlich
- C problematisch
- D risikvoll

1p **22** ■

- A billigen
- B geschmackvollen
- C nostalgischen
- D praktischen

1p **23** ■

- A den Ärger für sich behalten
- B nur Geld sparen wollen
- C sich solche Verpackungen wünschen
- D so ungeschickt bleiben

1p **24** ■

- A durchsichtig
- B gründlich
- C kundenfreundlich
- D umweltfreundlich