

Morgenbesser, Herbert

Article — Digitized Version

Die Entwicklung auf dem Gebiet der Verpackungstechnik

Wirtschaftsdienst

Suggested Citation: Morgenbesser, Herbert (1958) : Die Entwicklung auf dem Gebiet der Verpackungstechnik, Wirtschaftsdienst, ISSN 0043-6275, Verlag Weltarchiv, Hamburg, Vol. 38, Iss. 5, pp. 273-277

This Version is available at:

<https://hdl.handle.net/10419/132634>

Standard-Nutzungsbedingungen:

Die Dokumente auf EconStor dürfen zu eigenen wissenschaftlichen Zwecken und zum Privatgebrauch gespeichert und kopiert werden.

Sie dürfen die Dokumente nicht für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, öffentlich zugänglich machen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Sofern die Verfasser die Dokumente unter Open-Content-Lizenzen (insbesondere CC-Lizenzen) zur Verfügung gestellt haben sollten, gelten abweichend von diesen Nutzungsbedingungen die in der dort genannten Lizenz gewährten Nutzungsrechte.

Terms of use:

Documents in EconStor may be saved and copied for your personal and scholarly purposes.

You are not to copy documents for public or commercial purposes, to exhibit the documents publicly, to make them publicly available on the internet, or to distribute or otherwise use the documents in public.

If the documents have been made available under an Open Content Licence (especially Creative Commons Licences), you may exercise further usage rights as specified in the indicated licence.

Die Entwicklung auf dem Gebiet der Verpackungstechnik

Herbert Morgenbesser, Hamburg

Die steigende Weltgütererzeugung im Verein mit einer ständig fortschreitenden Rationalisierung des Handels hat nach dem letzten Weltkrieg zu einem erhöhten Bedarf an Verpackungsmitteln aller Art geführt. Auch für die nächsten Jahre wird allgemein mit einer weiteren Verbrauchssteigerung auf diesem Gebiet gerechnet. Besonders aufschlußreich ist in dieser Hinsicht die Situation in den USA. Zwar können die amerikanischen Verhältnisse auf dem Gebiet der Verpackungstechnik nicht ohne weiteres auf europäische Länder übertragen werden, sie können aber doch im Hinblick auf die angestrebte Schaffung eines Europäischen Wirtschaftsraumes bis zu einem gewissen Grade richtungweisend sein. Es wird daher in den folgenden Ausführungen in der Hauptsache auf die Entwicklung in den USA eingegangen. So erklärte auf der im vergangenen Jahre veranstalteten 26. AMA-Verpackungsausstellung in Chicago der technische Leiter der AMA-Verpackungsabteilung J. Warren, daß sich der z. Z. festgestellte Jahresumsatz der USA-Verpackungswirtschaft von 10 Mrd. \$ bis 1962 auf ca. 13 Mrd. \$ erhöhen dürfte. Im Laufe dieses Zeitabschnittes werde voraussichtlich der Anteil der Verpackungsmittel an der Gesamterzeugung der USA von gegenwärtig 2,5 % auf annähernd 3 % steigen. Warren schätzt, daß der durchschnittliche Pro-Kopf-Verbrauch der amerikanischen Bevölkerung an Verpackungen im Jahre 1956 die Zahl 1500 erreicht hat, wobei Zellglas und Folienpackungen unberücksichtigt blieben. Dies würde bedeuten, daß sich der Gesamtverbrauch der USA an Einzelverpackungen in dem genannten Jahr auf 250 Mrd. Einheiten stellte.

DYNAMISCHER WANDEL

Unter den heute gebräuchlichen Packmitteln, Papier, Pappe, Holz, Metall, Textilien, Glas und Keramik, wozu in unseren Tagen eine Vielzahl von Kunststoffen getreten ist, stehen Papier und Pappe hinsichtlich des Umfangs ihrer Verwendung seit jeher weitaus an erster Stelle, während die übrigen Verpackungsmaterialien im Laufe der Zeit ihre Bedeutung innerhalb der Gesamtheit der Verpackungsmittel mehrfach gewechselt haben. Typisch für die Verpackungsindustrie ist auch, daß manche der genannten Stoffe kombiniert verwendet werden, so beispielsweise Papier mit Metall- oder Kunststofffolien.

Kennzeichnend für die Verpackungsindustrie der hochentwickelten Industrieländer ist der rasche Wechsel in Form und Gestalt ihrer Produktionstypen, bedingt durch die ständig sich wandelnden Anforderungen, die von den verschiedenen Industriezweigen wie auch

vom Handel und von den Letztverbrauchern an sie gestellt werden. Verpackungen, die noch vor nicht langer Zeit einen weitgestreuten Absatz fanden, sind heute durch modernere Formen ersetzt worden und daher nicht mehr absetzbar. Andererseits haben sich Neuerungen auf dem Gebiet der Verpackungstechnik, wie beispielsweise die amerikanische druck- und quetschsichere „flip-top“-Zigaretenschachtel, die noch vor drei Jahren völlig unbekannt war, in verhältnismäßig kurzer Zeit zu einem Standardartikel entwickelt.

Eine vor einigen Monaten in den USA durchgeführte Untersuchung zeigt, daß auf den heterogensten Gebieten für die nächsten Jahre durchgreifende Veränderungen der Verpackung hinsichtlich des Materials, des Typs und der Aufmachung geplant sind. Die Gründe, die die Industrie zu diesen Neuerungen in der Verpackung ihrer Produkte veranlaßte, sind verschiedener Art. Über ein Drittel der im Rahmen der erwähnten Untersuchung befragten Firmen erklärte, man verspreche sich von den beabsichtigten Änderungen der Verpackungstechnik eine Absatzausweitung, sei es auf Grund einer wirkungsvolleren „Aufmachung“ oder einer besseren „Identifizierung“ der Herstellerfirma mit Hilfe der Verpackung. Eine ungefähr gleich große Anzahl von Firmen gibt als Grund für die geplanten Neuerungen auf dem Verpackungssektor den Wunsch an, die Kosten für das Verpackungsmaterial herabzusetzen und ihren Produkten einen besseren Verpackungsschutz zu gewähren. Auch die bessere Handhabungsmöglichkeit spielt eine nicht unwesentliche Rolle, so z. B. wenn eine Baueisen herstellende Firma von der Verwendung von Textilbändern zu Stahlbändern übergeht, um größere Eisenbündel zusammenfassen und dadurch die Anzahl von Kranbewegungen verringern zu können, die beim Verladen der Produkte erforderlich sind. Gleichzeitig wurde bei dieser Firma die Form der Produkte in der Weise geändert, daß sie sich enger zusammenpacken lassen, wodurch eine höhere Kapazitätsausnutzung der Ladekräne ermöglicht wurde.

GRÜNDE FÜR VERÄNDERUNGEN

Eine Umfrage über beabsichtigte Veränderungen in der Verpackungstechnik unter mehr als 250 USA-Industriefirmen der verschiedensten Branchen, wobei nicht ganz 200 Firmen antworteten, erbrachte folgendes Ergebnis: 79 % der Firmen planen Änderungen auf diesem Gebiet für die nächsten Jahre. Besonders hoch ist der Prozentsatz auf dem Nahrungsmittel-, Drogen- und Chemikaliensektor (90 %), ebenfalls über dem Durchschnitt liegt der Prozentanteil bei Firmen, die

Textilien und Bekleidung sowie Verbrauchsgüter herstellen (75%), unter dem Durchschnitt dagegen bei Unternehmen, die Maschinen und sonstigen Industriebedarf produzieren (72%).

Gründe für die Änderungen der Verpackungsart
(in % der antwortenden Firmen)

Sektor	erhoffte Absatzsteigerung	Verpackungsstandardisierung	Verringerung der Verpackungskosten	Schadensverringerung	geringere Kranverladekosten
Gesamtheit der Firmen	52	19	36	25	38
Hersteller von:					
Verbrauchsgütern	51	20	33	28	29
Nahrungsmitteln, Drogen und Chemikalien	72	13	33	18	42
Textilien u. Bekleidung	56	12	6	13	21
Maschinen u. sonstigem Industriebedarf	35	24	45	27	44

Art der beabsichtigten Änderung
(in % der antwortenden Firmen)

Sektor	Verpackungsstil	Verpackungstyp	Verpackungsmaterial
Gesamtheit der Firmen	55	35	42
Hersteller von:			
Verbrauchsgütern	49	28	44
Nahrungsmitteln, Drogen und Chemikalien	72	42	40
Textilien und Bekleidung	50	56	31
Maschinen und sonstigem Industriebedarf	45	30	44

ÄNDERUNG IN STIL UND MATERIAL

Daß Stiländerungen der Verpackung weitaus an der Spitze stehen, dürfte nicht zuletzt darauf zurückzuführen sein, daß der Stil einer Verpackung am leichtesten modifiziert werden kann. Auch spielen hier modische und geschmackliche Einflüsse eine hervorragende Rolle. So stellte vor zwei Jahren eine New Yorker Firma, die Verpackungsmaterial herstellt und auf stilvolle Behälter spezialisiert ist, fest, daß weniger als 30% ihrer Abnehmer Verpackungen mit Metallblättchenaufgaben wünschten, während dies heute von 70% der Kunden verlangt wird. Auch in anderen Branchen wurde in letzter Zeit eine ausgeprägtere Neigung, Stilelemente bei der Verpackung stärker zu berücksichtigen, festgestellt. Immer häufiger werden folgende Fragen gestellt: Wie kann der Verpackungsentwurf selbst seiner äußeren Erscheinung nach noch besser dem verpackten Produkt angepaßt werden? Oder: Sollten Verpackungen ähnlich wie Automobile in regelmäßigen Zeitabständen neu entworfen werden, auch wenn sich ihr Absatz als erfolgreich erwiesen hat, und wenn dies empfehlenswert ist, wie oft sind solche Neuentwürfe erforderlich? Und schließlich: Sollten Änderungen der Verpackungsmuster stufenweise oder radikal vorgenommen werden?

Was den vielfach angestrebten Materialwechsel in der Verpackungstechnik anbelangt, der von annähernd der Hälfte der befragten Firmen beabsichtigt ist, so ist hier ein ausgesprochenes und vorherrschendes Trend von der Textil-, Metall- und Holzverpackung zu Verpackungen aus Papier, Pappe und Kunststoff festzustellen. Daß dieser Trend jedoch keineswegs ausschließlich ist, zeigt eine Reihe von Gegenbeispielen. So beabsichtigt eine Firma, die organische Chemikalien herstellt, den

Übergang von Papiersäcken und Papptrommeln zu Metallbehältern mit der Begründung, daß dadurch die Lagerung der Ware, die bisher der Verpackung wegen nur in geschützten Räumen erfolgen konnte, auch im Freien ermöglicht wird. Während verschiedene Gesellschaften planen, die Verwendung von Kunststoffüberzügen als Verpackungsmaterial auszudehnen und den Verbrauch von Zellophan einzuschränken, gehen andere Betriebe den umgekehrten Weg. Weitere Firmen wollen die Verwendung beider Materialien verstärken. Eine Reihe von Firmen beabsichtigt, sich von Holzkisten auf Pappbehälter umzustellen, andere Firmen, die bislang ohne Verpackung ihrer Produkte auskamen, ziehen für den Anfang die älteren, bewährten Behältermaterialien wie Holz und Metall vor. Überwiegend ist jedoch der Trend zu den leichteren Verpackungstoffen. So hat in der letzten Zeit auf dem Gebiet des Obst- und Südfruchtversands eine stärkere Verschiebung von der Holzkiste zum Pappkarton stattgefunden, und zwar hauptsächlich wegen des geringeren Gewichts und der leichteren Handhabung. Der Verbrauchsmenge nach steht an der Spitze der Verpackungsmaterialien das Papier. Nach einer Schätzung amerikanischer Wirtschaftswissenschaftler entfielen von einer Gesamtverbrauchsmenge von 430 lbs pro Kopf der USA-Bevölkerung im vergangenen Jahre 200 lbs auf Verpackungen in irgendeiner Form, das sind fast doppelt soviel wie im Jahre 1937. Man rechnet in den USA damit, daß diese Entwicklung sich in einem noch schnelleren Tempo fortsetzen wird, als die Bevölkerung wächst.

Ein beträchtlicher Teil des Gesamtkomplexes der Papierverpackungen entfällt auf Papiertüten, Papiersäcke und hygienische Nahrungsmittelverpackungen. In den USA ist die Verbreitung von Papierverpackungen in den letzten 10 Jahren durch das starke Vordringen der Selbstbedienungsläden erheblich angewachsen, für die eine preisgünstige Vorverpackungseinheit erforderlich wurde. Die bedeutende Vorrangstellung des Papiers wie auch der Pappe unter den Verpackungsmaterialien geht in der Hauptsache auf die relativ geringen Kosten dieses Materials, sein niedriges Gewicht, die dadurch bedingten Einsparungen an Transportkosten, die Raumeinsparung beim Lagern und schließlich die bessere Handlichkeit für den Verbraucher zurück.

Die ständige Ausweitung des Verbrauchs von Verpackungsmaterial betrifft übrigens nicht nur Papier und Pappe, vielmehr sind hieran auch in erheblichem Umfang moderne Verpackungswerkstoffe, so vor allem Kunststoffe in Folienform beteiligt, wobei Polyäthylfolien für große Einzelpackungen und Zellglas für Kleinpakungen im Vordergrund stehen. Die Verbrauchssteigerung dieser Verpackungsmittel ist ebenfalls vornehmlich durch den Absatz von vorverpackten Nahrungs- und Genußmitteln bedingt.

ANSPRUCHE DER VERBRAUCHER

Der ständige Wandel in der Produktion von Verpackungsmitteln findet seinen Grund nicht zuletzt auch in den stetig sich steigernden Qualitätsansprüchen der Verbraucher, die erwarten, daß auf dem Wege von der

Produktionsstätte zum Konsumenten jedes Risiko des Schwundes, des Verderbs und der Wertverringerung ausgeschaltet wird. Dies wird ermöglicht durch Verpackungen, die immer sorgfältiger vorgeplant werden. Was im besonderen den Nahrungsmittelsektor angeht, so findet die verstärkte Nachfrage nach Verpackungen vor allem ihren Grund in der steigenden Bevorzugung verpackter Ware beim Nahrungsmittel-einkauf seitens der Konsumenten, weil diese durch die Umhüllung frischer bleibt und gegen Staub und Berührung abgeschirmt wird. In der Bundesrepublik Deutschland werden heute bereits 35 % aller im Kleinverkauf abgesetzten Mehl- und Haushaltszuckermengen in Verpackungen geliefert, während der Anteil beispielsweise für Zucker vor dem letzten Weltkriege etwa bei 7—8 % lag. Bemerkenswert ist, daß Hand in Hand mit der Tendenz, Nahrungsmittel, beispielsweise Gemüse und Obst, vorzuverpacken, eine Standardisierung dieser Waren nach äußerer Beschaffenheit, Größe, Form und Gütegrad geht.

Zu der Entwicklung der Verpackungstechnik der letzten Jahre haben im übrigen verschiedene Momente entscheidend beigetragen. Im besonderen sind in diesem Zusammenhang zu nennen die Erkenntnis, daß der Verpackung eine starke verkaufsfördernde Wirkung zukommt, ferner die Erleichterung der Lagerhaltung bei Erzeugern, Wiederverkäufern und Verbrauchern, die Automatisierung der Fabrikationsvorgänge, die Rationalisierung der Transporte, die Entlastung des Verkaufspersonals, die ständige Ausweitung des Absatzsystems der Selbstbedienungsläden, die wachsende Beliebtheit des Markenartikels und die immer mehr sich steigernden Wünsche der Verbraucher in bezug auf Qualität und Hygiene.

NEUHEITEN

Den Wünschen der Kundenfirmen entsprechend haben die verschiedenen Zweige der Verpackungsindustrie in der letzten Zeit eine große Anzahl Neuheiten entwickelt bzw. in Vorbereitung. Der überwiegenden Mehrzahl dieser Neuerungen ist gemeinsam, daß sie im Preis höher liegen als die entsprechenden bisherigen Standardpackungen. Dem steht jedoch gegenüber, daß die interessierten Firmen in Industrie und Handel bereit sind, einen höheren Preis anzulegen für eine Verpackung, die ihren eigenen Erzeugnissen nicht nur

einen größeren Schutz gewährt, sondern auch ihren gesteigerten Ansprüchen besser entspricht als die bisher verwendeten Tüten. So kostet beispielsweise in den USA eine Packung Salz in einer neuartigen Verpackung mit Ausschüttvorrichtung doppelt so viel wie die entsprechende Standardpackung. Die amerikanischen Hausfrauen bevorzugen jedoch diese neuartige Verpackung trotz ihres höheren Preises.

Kennzeichnend für die gegenwärtige Situation auf dem Markt der Papierverpackungen ist die Entwicklung immer neuer Typen und die Ausweitung ihrer Verwendungsmöglichkeiten. So wurden in den letzten Monaten in den USA neue Tetraeder-Papierbehältertypen auf den Markt gebracht, die in ein und demselben Arbeitsgang aus einer einzigen Papierrolle geformt und im gleichen Arbeitsgang gefüllt werden können. Die immer stärker ausgedehnte Verwendung von flüssigkeitsundurchlässigen, zylindrischen Behältern für die ständig wachsende Zahl konsumfertigere Nahrungsmittel führte dazu, daß diese Behälterart auch in der amerikanischen Süßwarenindustrie Eingang fand. Behältertypen, die ursprünglich für Trinkmilch konstruiert wurden, werden neuerdings auch für Fruchtsäfte verwendet. Neue Verbesserungen des verwendeten Rohmaterials von Papiertüten und flüssigkeitsundurchlässigen Behältern geben diesen eine größere Stärke und liefern bessere Druckflächen für die Reklameaufschriften. Verbesserte Maschinen wurden konstruiert, die diese Behälter mit noch größeren Geschwindigkeiten als bisher füllen und verschließen. Schließlich wurde eine Anzahl Behälterkombinationen auf der Basis Papier-Kunststoff entwickelt, die neuartige Schutzmöglichkeiten für den Inhalt bieten.

DIE ROHSTOFFBESCHAFFUNG

Der von Jahr zu Jahr gesteigerte Bedarf an Verpackungsmitteln, insbesondere solchen mit der Grundlage Papier, läßt in den verschiedenen Produktionsländern die Frage der Rohstoffbeschaffung stärker in den Vordergrund rücken. Neben Verbesserungen der Altpapieraufbereitung sind es vor allem neue Rohstoffe, die bei der Papierfabrikation Verwendung finden. Hinsichtlich der Altpapierverwertung hat man in der Bundesrepublik unlängst ein neues Verfahren entwickelt, das, wie eine Versuchsreihe ergeben hat, eine Verbilligung des aus Altmaterial hergestellten Papier-

Hartgummi



Kunststoffe

NEW-YORK HAMBURGER

GUMMI-WAAREN COMPAGNIE

ANGESCHL.: DR. HEINR. TRAUN & SOHNE GMBH.

Angebot an die Deutsche Industrie

Wir importieren: Eisen- und Metallkurzwaren, Fahrräder und Ersatzteile, Drahtstifte, Eisenstangen, Bleischrot, Kastenschlösser, Eimer, Zement, Fensterglas. Textilmeterware, Wollstoffe, Popeline, Damast, strips, perlon flock prints, Samt, Velour, Baumwollsamt, Damenbekleidung, Blusen, Hemden, Herrenanzüge, Hosen, Baumwoll-Kinderkleidung, Strickwaren, Herren- und Damenschuhe, Pantoffel, Sandalen, Sandaletten, Lederwaren, Gürtel, Füllfederhalter, Sonnenbrillen, Werkzeuge, Schmuckwaren, Armbanduhren.

Prospekte mit Abbildungen unter Luftpost erbeten an:

**Messrs. United Overseas Traders
32 Alli Street, Lagos (Nigeria)**

stoffes um ca. 30% ermöglichen wird. Es handelt sich bei diesem sogenannten MW-Verfahren um eine Art chemischer Reinigung, die in dieser Art in Deutschland bisher wenig bekannt war. Gegenüber den in den USA üblichen Methoden, bei denen der Arbeitsprozeß etwa 3—4 Stunden dauert, erfordert das MW-Verfahren nur ca. 15—20 Minuten. In einer Anzahl von Ländern wurden in der letzten Zeit neue Rohstoffquellen für die Papier- und Pappeherstellung erschlossen. So entwickelte die hydrobiologische Anstalt der Max-Planck-Gesellschaft in Plön (Holstein) eine neuartige Methode, bei der der Zellstoff der Flechtbinse als Papierrohstoff verwendet wird. Voraussetzung für eine solche Produktion auf breiter Basis ist allerdings die Anlage weiterer Binsenkulturen, da die vorhandenen den für diese Zwecke erforderlichen Mehrbedarf nicht decken können. In den USA wurde in der letzten Zeit in einer landwirtschaftlichen Versuchsstation Süd-Carolinas ein Verfahren zur Verarbeitung von Bambusrohr zu Papier ausgearbeitet aus der Erwägung heraus, daß langfristige Anbauversuche ergaben, daß Bambusrohr je Flächeneinheit die 6—7fache Zellstoffmenge ergibt wie die bisher im Süden der USA für die Zellstoff- und Papierfabrikation verwendeten Pinien. In diesem Zusammenhang sind auch Bestrebungen zu erwähnen, Papier aus vollsynthetischen Kunststoffen zu erzeugen.

UMSATZSTEIGERUNG UND KOSTENEINSPARUNG

Welche Bedeutung die Verpackung für den Umsatz und die Selbstkosten des Einzelhandels hat, zeigt eine Untersuchung, die auf Veranlassung der Folding Paper Box Association of America im vergangenen Jahre in 28 Staaten der USA durchgeführt wurde. Sie erstreckte sich über alle Typen und Größen von Nahrungsmittel- und Kolonialwaren-Kettenläden, darunter typische „Supermärkte“. Danach stellen die befragten Gesellschaften fest, daß durch bessere Verpackung auf folgende Weise ein erhöhter Umsatz erzielt werden könne: größere Packmittel, mehr „Multipacks“, größere Verschiedenartigkeit der Packmittel, bildliche Darstellung des Produkts auf der Verpackung unter Verwendung einer wirkungsvollen Farbgebung und stärkere

Heraustellung der Firmenmarke auf den Packmitteln. Die Lagerkosten könnten nach Ansicht der Befragten durch Verbesserung der Verpackungstechnik u. a. in folgenden Richtungen gesenkt werden: Verringerung der Bruch-, Schrumpf- und Verderbgefahr, besserer Schutz der verpackten Ware gegen Außeneinflüsse, Vermeidung von Diebstahl, Einsparung von Platz. Einestimmig werden verpackte Waren als das Kernstück des Supermarktbetriebes bezeichnet.

Bei einer Aufgliederung nach Warengruppen ergibt sich, daß die befragten Firmen die stärkste Absatzsteigerung von einer verbesserten Verpackung für Kolonialwaren erwarten. An zweiter Stelle stehen Fleischwaren, gefolgt von Obst und Gemüse, Gefrierwaren, Backwaren, pharmazeutischen und kosmetischen Erzeugnissen, Molkereiprodukten und Haushaltswaren. Eine etwas andere Reihenfolge der Bewertung dieser Warengruppen ergibt sich hinsichtlich der Beurteilung des Einflusses einer besseren Verpackung in Richtung auf eine Lagerkostensenkung. Hier liegen Fleischwaren in Führung mit erheblichem Abstand vor Obst und Gemüse, Kolonialwaren, Backwaren, gefrorenen Nahrungsmitteln, Molkereiprodukten, pharmazeutischen und chemischen Artikeln und Haushaltswaren. Insgesamt erwartet man für die acht Abteilungen bei einer Verbesserung der Verpackungen eine Umsatzsteigerung von 7,41% und Kosteneinsparungen von 4,55% der Gesamtumsätze eines Einzelhandelsgeschäfts. Auf Grund dieser Schätzungen kommt die erwähnte Untersuchung zu dem Ergebnis, daß mit Hilfe einer besseren Verpackungstechnik der durchschnittliche amerikanische Supermarkt mit einem Jahresumsatz von 1 Mill. \$ die Kosten um 45 000 \$ herabdrücken und den Umsatz um 75 000 \$ steigern könnte, womit ein zusätzlicher Nettogewinn von 2 300 \$ pro Einzelgeschäft und Jahr verbunden wäre.

UNZUREICHENDE VERPACKUNG

Weitere Möglichkeiten der Absatzsteigerung und Unkostenminderung ergeben sich aus der Tatsache, daß noch heute 51% aller an den letzten Verbraucher in den USA abgesetzten Fleischwaren unverpackt abgegeben werden. Für Obst und Gemüse ist der entsprechende Prozentsatz 47,9% und für Haushaltswaren 21,1%. Fast 50% der befragten Einzelhandelsgesellschaften erklärten, daß sie es in den letzten 6 Monaten vor der Umfrage abgelehnt hatten, bestimmte Produkte zu verkaufen, oder daß sie angekündigt hatten, den Verkauf einzustellen, aus dem einzigen Grunde, weil die Verpackung unzureichend war. Ein Drittel der Verpackungsproduzenten, an die die Klagen des Einzelhandels herangetragen wurden, verbesserten daraufhin die Verpackung mit dem Ergebnis, daß in einzelnen Fällen Umsatzsteigerungen bis zu 50% erzielt werden konnten.

Die befragten Firmen hatten im übrigen sehr bestimmte Ansichten über die Unzulänglichkeit der Verpackung in den verschiedenen Abteilungen ihrer Betriebe. Bemängelt wurde vor allem bei Fleischwaren, daß diese bei unzureichender Verpackung und längerem Lagern die Farbe verlieren. Obst und Gemüse werde von den Lieferanten unzureichend vorverpackt.

In der Abteilung Molkereierzeugnisse seien die Milchkartons vielfach durchlässig. Backwaren seien leicht Beschädigungen ausgesetzt. Viele Verpackungen von gefrorenen Lebensmitteln nähmen im Verhältnis zum „Dollar-Volumen“ zu viel Platz ein. Schließlich sei bei der gegenwärtigen Verpackung von pharmazeutischen und kosmetischen Artikeln wie auch von Haushaltswaren Diebstahl leicht möglich.

ERZIELTE FORTSCHRITTE

Trotz dieser vielen Beanstandungen ist die Hälfte der befragten Gesellschaften der Ansicht, daß ein fühlbarer Fortschritt auf dem Gebiet der Verpackungstechnik in dem der Befragung vorhergehenden Jahre erreicht wurde. 67 % der Befragten vertraten den Standpunkt, daß in der Fleischwarenabteilung Verpackungsfortschritte zu verzeichnen waren, 61 % bekundeten das gleiche für den Obst- und Gemüsesektor. Auch für Kolonialwaren, Molkereiprodukte und Haushaltsartikel stellte man Fortschritte hinsichtlich der Verpackung fest. Dagegen war sich die Mehrheit der Fir-

men darüber einig, daß keinerlei Fortschritte auf dem Gebiet der Backwaren, der Gefrierwaren, der pharmazeutischen und kosmetischen Artikel festzustellen sind. Einen starken Aufschwung hat in den letzten 5—6 Jahren der nach Gebrauch fortgeworfene, sogenannte „Einweg“-Behälter genommen, dessen Absatzsteigerung in den USA in der genannten Zeit eine Verdoppelung der Produktion von geformten Kunststoffbehältern ermöglichte. Nach Schätzung der amerikanischen Kunststoffindustrie sind 1957 etwa 65 Mill. lbs „Einweg“-Kunststoffbehälter produziert worden, wobei es sich um so verschiedene Einzeltypen handelt wie kleinste Phiolen für medizinische Zwecke und Behälter für Fernlenkgeschosse. Die von der amerikanischen Kunststoffindustrie hergestellten „Einweg“-Behälter werden daher an die verschiedensten Industriezweige geliefert. Der Siegeszug des „Einweg“-Behälters hat den zur wiederholten Verwendung bestimmten Kunststoffbehälter, der vordem der Hauptabsatzartikel dieses Industriezweiges war, stark zurückgedrängt, obwohl noch immer große Absatzmöglichkeiten bestehen.

Der wirtschaftliche Hintergrund zur Algerienfrage

Alfred Frisch, Paris

Algerien ist nicht nur ein politisches Problem. Welche Lösung man auf politischer Ebene auch finden mag, die Befriedung im französischen Sinne oder die Unabhängigkeit nach den Vorstellungen der arabischen Welt, man wird sich ungeheueren, um nicht zu sagen hoffnungslosen wirtschaftlichen Schwierigkeiten gegenüber befinden. Mehr denn jedes andere Land ist Algerien auf ausländische Hilfe angewiesen. Es würde ihm sehr schwer fallen, den jetzigen französischen Beitrag zu seinem wirtschaftlichen Gleichgewicht durch andere Quellen auch nur teilweise ersetzen zu können. Es ist keine Entschuldigung oder Rechtfertigung der französischen Kolonialpolitik, der es an grundlegenden Irrtümern und Fehlleistungen keineswegs mangelt, wenn man feststellt, daß im Falle Algerien von kolonialistischer Ausbeutung nie die Rede sein konnte. Diese Schemata, die neuerdings die sogenannten jungen Völker in oberflächlicher Assimilierung marxistischer Thesen übernehmen, entbehren völlig der sachlichen Berechtigung. Gewiß, einige große Gesellschaften und einige dynamische Einzelpersonlichkeiten verstanden es, aus Algerien Vermögen herauszuwirtschaften. Sie schufen ihren Reichtum jedoch nicht zu Lasten der eingeborenen Bevölkerung, sondern fast ausschließlich dort, wo es früher nichts gab, wo vor ihnen nichts Konstruktives unternommen wurde. Diese Minderheit fällt jedoch bei der französisch-algerischen Wirtschaftsbilanz keineswegs ins Gewicht.

ARMUT DER EUROPÄER

In ihrer überwiegenden Mehrheit sind die heute in Algerien lebenden Europäer arme Leute. Dies gilt sowohl für die städtische Bevölkerung als auch für die französischen Bauern, die sich bereits vor Jahrzehnten

ansiedelten. Man wirft der letzten Gruppe vor, der arabischen Bevölkerung den besten Boden weggenommen zu haben. Auch dies ist nur sehr bedingt richtig. Die landwirtschaftliche Kolonisierung erfolgte vorwiegend in den versumpften Küstenstreifen, d. h. auf einem Boden, der von der eingeborenen Bevölkerung als unverwendbar angesehen wurde.

Nichts ist aufschlußreicher als die Tatsache, daß das Durchschnittseinkommen der Europäer in Algerien ganz erheblich hinter dem Einkommen im Mutterland zurückbleibt. Die Auswanderung aus Frankreich nach Algerien war im Grunde genommen für die meisten französischen Bauern eine ausgesprochene Fehlspekulation. Bei dem heutigen Stand der Technik kann aus den damals verlassenen armen südfranzösischen Böden bei Einsatz gleicher Mittel und Arbeitskraft viel mehr herausgeholt werden als selbst aus einem bewässerten und reichlich gedüngten algerischen Boden. Augenblicklich liegt der Weizenерtrag der europäischen Bauern Algeriens unter 10 dz pro Hektar gegenüber weit über 20 dz im Mutterland.

Günstiger sind die Verhältnisse allerdings für Wein und Zitrusfrüchte. Man machte es Frankreich wiederholt zum Vorwurf, der arabischen Bevölkerung, der der Alkohol bekanntlich durch ihre Religion verboten ist, den Wein aufgezwungen zu haben, statt durch verstärkten Getreideanbau die Ernährungsgrundlage des Landes zu verbessern. Ein derartiger Vorwurf ist mehr als oberflächlich. In den letzten Jahrzehnten des 19. Jahrhunderts war die Rebe die einzige Hoffnung der französischen Bauern in Algerien, um materiell auf einen grünen Zweig zu kommen. Sie gedeiht dort gut und liefert einen stark alkoholhaltigen Wein, des-