

Einwegflaschen:

Grenzen der designerischen Freiheit?

von Carolina E. Schweig

Große Unternehmen, wie Coca Cola haben es schon bitter bemerkt – das deutsche PET-Einweg-System macht kreativen Köpfen, Marketingstrategen und Designern das Leben schwer. Die Freiheit der Verpackungs-Gestaltung bei Einweggetränken endet schnell bei der Automatenfähigkeit der Flaschen.



Carolina E. Schweig ist selbständige Verpackungsberaterin.

Das in der Verpackungsverordnung festgeschriebene Einwegpfand erfordert eine geordnete Rücknahme der entsprechenden Flaschen. Die Deutsche Pfandgesellschaft (DPG) kümmert sich um Finanzierung und Abrechnung sowie deren Organisation. Dabei ist für die reine Verwertung der Einwegflaschen eine solche

aufwändige Organisation überflüssig, wie andere Länder beweisen. Die Herausforderung besteht in der flaschengenauen Abrechnung des Flaschenpfands über mehrere Stufen hinweg. Die gesamte Abrechnung wird nur durch ein einziges Element auf der Flasche gesteuert, den Strichcode. Ist dieser nicht oder schlecht lesbar, können Materialart, Farbe, Gewicht, Produkt, Hersteller und so weiter, nicht erkannt werden und eine Rückverrechnung des Pfandgeldes wird unmöglich.

Um kriminellen Elementen, die mit einfachem Nachdruck von Strichcodes das System übertölpeln könnten, die Arbeit zu erschweren, hat die DPG ein Sicherheitsmerkmal festgelegt. Die sogenannte »DPG-Marke« wird in einem definierten Farbwert gedruckt, eine bekannte Sicherheitstechnik auf optischer Basis. Der Rücknahmeautomat misst den Farbwert der DPG-Marke – liegt er in der Toleranz, wird die Flasche akzeptiert, das Pfandgeld gewährt. Strichcode und

Sicherheitsmerkmal werden optisch erfasst. Betrachtungswinkel, Reflexion, Größe beeinflussen ihre Erkennbarkeit beziehungsweise Lesbarkeit.

Besseres Merkmal etablieren

Um Störungen an den unterschiedlich arbeitenden Rücknahmeautomaten und bei den automatisierten Sammelstellen zu vermeiden, hat die DPG ein umfangreiches Regelwerk herausgegeben, das Größe, Position und Orientierung des Strichcodes auf der Flasche, sowie einige Flaschenattribute klar regelt, unter anderem den minimalen und den maximalen Flaschen-Durchmesser. Aber auch der Untergrund, auf dem Strichcode und DPG-Markierung stehen, können die Lesbarkeit der Elemente deutlich reduzieren. Gestaltungselemente auf den Flaschen, wie Rillen, oder Muster, führen ebenfalls zu Leseschwierigkeiten. Zwar ist nicht geregelt, wo der Schwerpunkt einer Flasche liegen muss, doch ungünstige Gewichtsverteilungen führen dazu, dass einige Flaschenentwicklungen aus den Rücknahmeautomaten heraus robben und folglich nicht gelesen werden können. Geht es nach der DPG, haben alle Einwegbehälter einen glatten zylindrischen Grundkörper. Eine Vorstellung, die dem Prinzip der individualisierten Markenverpackung widerspricht.

Mit den richtigen Ansätzen lassen sich durchaus noch interessante und einzigartige Formen entwickeln, die den Vorschriften der DPG entsprechen und auch wirklich rücknahmefähig sind. Generell bleibt jedoch zu wünschen, dass die Marketingverantwortlichen der Hersteller ihre Einflussmöglichkeiten nutzen, um beispielsweise ein weniger limitierendes Sicherheitsmerkmal mit höherer Sicherheit zu etablieren. 