

Geschichte der Plastiktüte

Zusammengestellt von Christiane Köppl

Der Beginn

Das Wort Tüte geht zurück auf das Wort Tute, das allgemein etwas trichterförmiges bezeichnete. Heute unterscheiden sich die Wörter Tute und Tüte eindeutig: Die Tute als Blasinstrument, die Tüte als Tragetasche. Bereits im 30jährigen Krieg gab es wenige Papiertüten. Doch sie waren zu teuer, Papier wurde noch aus Lumpen hergestellt und die Qualität ließ wohl zu wünschen übrig. Erst im Zeitalter der Industrialisierung kam es zu der Entwicklung der Tragetasche, die seit dem immer größeren Umfang angenommen hat.



Die Herstellung von Papier aus Holz machte diesen Fortschritt möglich. Die Einkaufsschachtel des 19. Jahrhunderts, von Laufburschen zum Wagen des Käufers und von den Angestellten ins Haus getragen, wurde mit dem Aufstieg der Tüte zu Seite gestellt.

Zunächst noch per Handarbeit wurden die Tüten geklebt; wer kennt nicht die klassische Bezeichnung vom "Tütenkleben" als Synonym für den Gefängnisarrest. Auch in Heimarbeit wurden diese Tüten hergestellt. Mit der Zeit übernahmen Maschinen diese Arbeit. 1873 wurde die erste Maschine von Amerika nach England exportiert. Trotz Maschineneinsatz wurden aber immer noch sehr viele Arbeiter benötigt.

Zu Beginn dieses Jahrhunderts gab es schon eine Vielfalt von Tütentypen. Doch dienten sie vorrangig als Verpackung für Lebensmittel. So machten zum Beispiel seit den 20er Jahren eingeklebte Papierstreifen den Transport von Flaschen sicherer - der Sixpack war geboren. Durch die ständig steigende Produktion wurden das Äußere der Tüten für die

Industrie sehr interessant. Man ging dazu über, das, was in der Tüte war, auch nach außen hin deutlich zu machen. Das Äußere stand also zunächst in direktem Bezug zum Inhalt. Doch mit der Zeit wurden die Entwürfe immer aufwendiger. Bald konnte man sogar die Arbeitsgänge Drucken und Falzen zusammenlegen.

Die Tragetasche ist ein Kind des gesellschaftlichen Wandels im 19. Jahrhundert. Die neuen öffentlichen Nahverkehrsmittel und der Niedergang des Dienstbotenwesens bereiteten den Weg. Man trug nun die Einkäufe selber in praktischen Transportbehältnissen heim. Eine weitaus wichtigere Rolle aber spielte der Wandel der Gesellschaft: die Industrie verdrängte zunehmend die vormals überwiegend vorhandene Landwirtschaft. Die ländliche Bevölkerung strömte zunehmend in die Städte und erhofften sich durch ihre Arbeit in der Fabrik eine Verbesserung der Lebensverhältnisse. Da sie aber ihre Lebensmittel nicht mehr selbst produzieren konnten, waren sie auf das Angebot der Lebensmittelhändler angewiesen. Die Zahl der Geschäfte, die die Menschen mit Grundnahrungsmitteln versorgten, wuchs rasch an.

Die Arbeiterwohnungen ließen wegen des geringen Platzes keine Vorratshaltung zu, der Lohn erlaubte es ebenfalls nicht. So ging man jeden Tag zu seinem Händler, der die gewünschten Waren in Tüten verpackte, und trug sie im Korb nach Hause. Lange Zeit war der "Tante-Emma-Laden", wie er heute liebevoll genannt wird, die einzige Art des Einkaufens - umständlich und zeitaufwendig für die Betroffenen.

Erst in den 50er Jahren dieses Jahrhunderts bewegte sich etwas: von Amerika ausgehend, verbreitete sich die Idee des Supermarktes auch in Europa. Zunächst misstrauisch beäugt, da der Kunde sich selbst überlassen wurde setzte sich das System seit den 60er Jahren immer mehr durch. Die Einrichtung dieser Märkte steigerte den Umsatz. Der Käufer überlegte sich nun selbst, was er benötigte, die Verkäufer konzentrierten sich auf die reine Warenabgabe an der Kasse. Die zeitintensiven Gespräche an der Ladentheke entfielen.

Hatte der Kunde dann mehr eingekauft, als er eigentlich beabsichtigt hatte, so gab man ihm eine Tüte mit. Diese wurde bald durch Tragetaschen ersetzt, die man bequem am Henkel fassen konnte. Die Freiflächen dieser Taschen wurden sehr schnell als kostengünstige Werbeträger entdeckt. Die Werbung der 50er Jahre zeigte eine enorme bunte Vielfalt. Der Kunde konnte nun bequem und, was besonders wichtig ist, spontan einkaufen. Hatte man keine Tasche dabei, so wusste man, dass der Verkäufer stets eine solche bereit hielt. Zudem kam es dadurch auch zu einer Reduktion der Ladendiebstähle, denn wer die Tasche erst am Schluss erhält, hat weniger Möglichkeiten, den Reizen des Warenangebotes zu widerstehen.

Tüten dienen auch dem Prestigedenken ihres Benutzers. Weniger die normalen Papiertüten als die kunststoffbeschichteten Edeltaschen mit Kordelzug, die man nur in Geschäften erhält, die hochwertige Ware verkaufen, wurden zu einem beliebten Objekt. Trug man eine solche Tasche bei sich, egal, welchen Inhalt man transportierte, so konnte man sich mit dem kleinen Kreis derer identifizieren, die ebenfalls dort einkauften - oder auch nicht. Man fühlte sich einfach gut. Wohlgefühl zum Sonderpreis.

Zum Kunstobjekt avancierte die Tasche durch Künstler wie Andy Warhol oder Roy Liechtenstein. Sie erkannten die enorme Aufmerksamkeit, die den Taschen zuteil wurde und produzierten limitierte Auflagen gestalteter Wegwerftaschen. Die Sammelleidenschaft wurde geweckt.

Die Plastiktüte

Anfang der 60er Jahre kamen die ersten Plastiktüten - Polyethylentragetaschen heißen sie korrekt - auf den deutschen Markt. Doch noch war sie keine Konkurrenz für die Papiertasche, von der 1965 680 Millionen Stück produziert wurden. Man versuchte, die Papiertasche wesentlich belastbarer zu machen. In den USA entwickelte man beispielsweise solche, die 50 kg Gewicht aushalten. Da diese Taschen aber nicht mehr kostenfrei abgegeben werden konnten, zogen die Kunden die nicht so robusten Alternativen aus Papier und Plastik vor.

Die Plastiktüte hatte zunächst mit einigen Vorurteilen zu kämpfen: sie war nicht standfest wie ihre Vorgängerin, zum Einpacken musste man sie mit einer Hand aufhalten. Außerdem ließ die Drucktechnik zu wünschen übrig: die Tasche färbte ab. Die Nähte und Griffe versagten zuweilen ihren Dienst, der Einkauf kullerte wie bei einer überlasteten Papiertüte auf die Straße. Kurzum: am Anfang war keiner so recht begeistert von dem neuen Patent.

Zu Beginn gab es drei Varianten:

- den Hemdchenbeutel
- die Tragetasche ohne verstärktes Griffloch
- die Tasche mit angeschweißter Griffleiste

Die erste hatte den Nachteil, dass die Werbung schlichtweg zusammengerafft und damit unleserlich wurde, bei der zweiten riss oftmals der Griff aus und die dritte war einfach zu kostspielig, obwohl der Tragekomfort sehr hoch war. Doch allen gemeinsam war und ist der Vorteil, dass sie absolut wasserdicht sind.

Mitte der 60er Jahre war die Plastiktüte soweit entwickelt, dass sie der Papiertasche immer mehr Konkurrenz machte. Das Erdöl war billig, also idealer Rohstoff für eine Massenfertigung des neuen Produktes, bessere Schweißmaschinen erhöhten die Stabilität der Tüte: bald war das Papier weitgehend verdrängt.

Die Herstellung

Grundsätzlich wird für die Herstellung von Plastikfolien Granulat verwendet. Dieses wird nach Bedarf unter Hitzeeinwirkung mit Farbpigmenten verschmolzen und dann ein zweites Mal granuliert. Danach werden Endlosschläuche produziert, die zwischen 0,02 und 0,35 Millimeter stark sind. Dazu wird geschmolzenes Kunststoffgranulat aus einer kreisrunden Düse geblasen und sofort abgekühlt, um das Zusammenkleben der Bahnen zu vermeiden. Wenn der Schlauch ausgekühlt ist, wird die Folie für den anschließenden Druck vorbereitet, um eine bessere Haftung der Farben zu erzielen. Nach dem Bedrucken der Folie bekommt die Tüte ihre endgültige Form.

Die Ölkrise

Ölquellen sind nicht unerschöpflich. Diese schmerzhaft Erfahrung mussten unter anderem auch die Hersteller von Kunststofftragetaschen machen. 1973 wurde die bis dahin ungebremste Produktion und die großzügige Abgabe der Tüten an den Kunden durch die Ölkrise jäh gebremst. Die Rohölpreise stiegen, die Fördermengen wurden gedrosselt. Man propagierte Energiesparen aus Angst vor Rohstoffknappheit. Der Gebrauch der Plastiktüte musste nun anders gelenkt werden. Es erschienen Appelle zur Mehrfachbenutzung auf den Taschen, die Geschäfte verlangten zunehmend einen Obolus erst von 5, dann von 10 Pfennig. Verbraucherverbände empörten sich, dass der Kunde für seine kostenlose Werbetätigkeit ein Entgelt entrichten musste. Doch der fühlte sich nicht missbraucht.

Trotz des Einschnitts, den die Ölkrise verursachte, gab es keine echte Rückbesinnung auf das gute alte Einkaufsnetz oder den Weidenkorb. Im Gegenteil: die Produktion der Taschen stieg bis zum Ende der 70er Jahre stetig an: von 66 175 Tonnen 1966 bis auf 339 071 Tonnen 1978. Immerhin wurden die Tragetaschen seit der Krise nur noch aus Polyethylen hergestellt, um giftige Gase, die bei der Verbrennung entstanden waren, von nun an zu vermeiden.

Die Plastiktüte - ein laufendes Plakat

Die Plastiktüte wurde zu einem bewegtem Plakat. Bei 284 Sichtkontakten darf man ihr diesen Titel ohne weiteres zugestehen. Zunächst hatten vor allem die Kaufhäuser und Supermärkte "ihre" Tüten, doch nach und nach entdeckten auch kleinere Geschäfte den Vorzug dieses Werbeträgers. Zunächst hielt man sich in Deutschland eher bedeckt, viele Taschen wirken auch heute einfallslos. Doch in bestimmten Sparten lässt sich eine ungeheure Kreativität entdecken. Gerade Bekleidungsgeschäfte für junge Mode lassen ihren Kundenkreis mit flotten Taschen nach Hause gehen mit dem Wissen, dass dieser Beutel sicher noch oft benutzt wird. Da laufen Pinguine mit Schlips und Frack übers Eis, James Dean wirbt für unverwüstliche Jeans, Farbigkeit ist angesagt. Exklusive Ausstatter hingegen halten es mit gedeckten Tönen und dem schlichten Namenszug. Doch gerade solches Understatement ist beim Kunden sehr gefragt.

Hersteller teurer Kosmetika setzen auf edle Taschen aus Papier, die mit Folie überzogen sind. Eine relativ kostenintensive Werbung, doch der Kunde soll verwöhnt werden. Bei Parfum wie bei gehobener Kleidung ist ganz klar: der Kunde erhält die Tasche als kostenlose "Zugabe", denn wenn er sich etwas geleistet hat, soll er es auch angemessen nach Hause tragen.

Auch was Genussmittel betrifft, ist die Auswahl an Motiven sehr groß. Zigarettenhersteller liefern mit ihren Verpackungen direkt die Vorlage für ihr Produkt. In Deutschland ist diese Art der Werbung zwar untersagt, doch wird in den Duty Free Shops der Flughäfen und der Grenzübergänge diese Form der Werbung sehr stark betrieben. Bis vor einiger Zeit übrigens dürften die zollfreien Geschäfte ihre Ware nur in durchsichtigen Tüten abgeben. Einfacher Grund: der Zöllner hat sofort Überblick über die Ware, der Kunde muss nicht umständlich seine Tasche leeren. Alkoholische Getränke werden ebenfalls per Tüte beworben, je edler das Getränk, desto nobler die Tüte.

Verbreitet sind Tüten, die für die Freizeit werben. Äußerst bunt geht es zu, wenn Playmobil mit seinem Spielzeugangebot lockt, verschiedene Verlage nehmen Kinderbuchillustrationen zum Vorbild für ihre Taschen. Disneyland setzt alles auf Mickey und Donald, um die Kunden anzuziehen, selbst E.T. erscheint auf Plastik. Interessant ist die Vielfalt der Weihnachtsmotive. Es ist selten zu erkennen, aus welchem Geschäft die Tüten jeweils stammen, aber auch hier heißt die Devise: je bunter, je schöner.

Zeitungen nutzen dieses Medium ebenfalls. So liest man auf einer Tüte des "Spiegel": "Spiegelleser wissen mehr" und die Frankfurter Allgemeine behauptet: "Dahinter steckt immer ein kluger Kopf". Comics sind natürlich auch ein Thema. Viele Städte nutzen das Medium Plastiktüte, um auf sich aufmerksam zu machen. Fremdenverkehrsämter

verpacken ihre Broschüren in solche Tüten, wohlwissend, dass ihre Werbebotschaft über die regionalen Grenzen hinausgetragen wird. Besondere Aktionen wie Jubiläen oder Sonderschauen werden auf den Taschen verewigt und locken weitere Besucher an. Auch Museen werben für sich auf diese Art: Kataloge werden in Tüten ausgegeben, die von dem Besuch des Trägers berichten.

Die Gestaltung der Tüten

Nur selten ist bekannt, wer das Motiv auf einer Tüte entworfen hat. Die Designer bleiben also im Hintergrund. Gebrauchsgraphik ist scheinbar namenlos. Eine Ausnahme bildet da die Firma Fogal, ein Schweizer Strumpfhersteller, der jedes Jahr eine Tasche herausbringt, deren Entwurf zum Thema Strumpf den Namen des Künstlers trägt: z.B. 1996 Michael Sowa und 1997 Donald Baechler. Oder man denke an die dokumenta-Tüten, die ein Kunstwerk per se darstellen. Ein weiteres Beispiel ist ein Produkt der Firma Kröll, die ein Motiv der Berliner Stilleben-Malerin Lina Krause, die 1857 geboren wurde, zeigt. Tetsche, Stern-Illustrator in Sachen Comic, ist mit seinen pfiffigen Ideen ebenfalls namentlich vertreten.

Die Mehrheit der Tüten lässt sich nur grob beschreiben. Neben den einfarbigen Produkten ohne Aufdruck gibt es solche mit Schriftzug, mit Firmenlogo, mit künstlerischen oder realistischen Motiven, in verschiedensten Farbdrucken, kurzum: ein unüberschaubares Angebot, mal mehr, mal weniger einfallsreich gestaltet. Im Nordwesten Europas scheint man sich viele Gedanken zum Aussehen der Tragetasche zu machen. Besonders kreativ zeigen sich die Schweizer, deren Tüten einen sehr ästhetischen Wert haben. In Osteuropa zeigt man sich meist eher bedeckt, was das Design betrifft.

Die Zweitverwendung

Etwa 3,2 mal wird eine Plastiktüte wiederverwendet, jeder Bundesbürger braucht etwa 42 Stück pro Jahr - was geschieht mit der Tasche zwischen Einkauf und Müllkippe? Auch wenn es dem Sammler wehtut: viele der Objekte dienen als Abfalltüte. Aber nicht nur das. Tüten dienen Gipsbeinen -und -armen als Wasserschutz beim Duschen und helfen Radfahrern, trockenen Fußes ans Ziel zu kommen. Der Fahrradsattel bleibt dank Plastiktüte trocken ebenso wie Frisuren, sie ersetzt sogar, wenn auch notdürftig, einen Wassereimer. Ihre fast unbegrenzten Einsatzmöglichkeiten haben kleine Wintersportler entdeckt: die Plastiktüte kann als Schlitten benutzt werden.

Plastiktüten dienen aber auch als Aufbewahrungsort für die Habseligkeiten, die Nichtsesshafte mit sich führen; als Koffer sind sie in Gebrauch, abwertend auch "Türkenkoffer" genannt. In einer dänischen Familienzeitschrift aus dem Jahr 1979 gab es ein Schnittmuster zur Anfertigung von Kinderschürzen aus Tragetaschen.

Doch auch die Avantgarde macht von dem Material Gebrauch. Gaultier machte es vor, die Münchner Meisterschule für Mode setzte die Einkaufstüte 1996 in Szene: unter dem Titel "Some Wear" fertigten ihre Schüler Kleidungsstücke und zeigte sie im Rahmen einer Modenschau.

Jede Tüte hat zwei Seiten

Mal ganz abgesehen von den farbenfrohen Aufmachungen der Plastiktüten: heute werden jährlich etwa 50 000 Tonnen Kunststoff zu Tragetaschen verarbeitet, wobei als Rohmasse 100 000 Tonnen Rohöl nötig sind. Dies sind 0,08 Prozent¹ des gesamten Bundesdeutschen Rohölverbrauchs. Sie werden ausschließlich aus Polyethylen hergestellt, beinhalten also weder Weichmacher, Schwermetalle noch Silikon. PE verbrennt zu Kohlendioxid und Wasserdampf und ist grundwasserneutral; aufgrund seiner Struktur ist es im Rahmen der Wiederverwertung sehr gut geeignet.

Papier oder Plastik?

In einer Studie des Umweltbundesamtes aus dem Jahr 1988 heißt es zum Thema: "Vergleich der Umweltauswirkungen von Polyethylen- und Papiertragetaschen":

"Der Wechsel von Polyethylen - zu Papiertragetaschen ist aus ökologischen Gründen nicht sinnvoll. Polyethylentragetaschen benötigen zur Herstellung weniger Energie und verursachen dabei insgesamt weniger Umweltbelastungen (...). Bei der Entsorgung auf Deponien oder in Müllverbrennungsanlagen unterscheiden sich die Polyethylen- und die Papiertragetaschen nicht wesentlich (..); hier liegt das (gemeinsame) Problem bei der Abfallmenge."

Das heißt also, dass Plastiktüten gegenüber den Papiertüten besser abschneiden. Drei Milliarden Tüten überschwemmen die Umwelt pro Jahr. So rät auch das Umweltbundesamt weiter, dass eine Entlastung der Umwelt "nur durch Benutzung von Mehrwegbeuteln, z.B. aus Polyamid oder Jute, und vor allem durch die Verwendung der traditionellen Einkaufstasche möglich" ist.

¹vgl. Faltblatt "Eine tragbare Sache" des Fachverbandes Verpackung und Verpackungsfolien aus Kunststoff im GKV (Gesamtverband Kunststoffverarbeitende Industrie).

Hier soll keine Lanze für oder wider den Gebrauch von Plastiktüten gebrochen werden. Man sollte erkennen, dass unsere tägliches Leben von Kunststoff begleitet wird. Zahlreiche Waren des täglichen Gebrauchs sind in Kunststoff gepackt. Letztlich liegt es am einzelnen Verbraucher, verantwortungsbewusst zu handeln, da wir unsere Wegwerfmentalität in den Griff bekommen müssen.