

Als Pennäler hatte ich eine eigenartige Angewohnheit. Morgens war ich – aus Langeweile oder aus Neugierde – magisch angezogen von den Verpackungen der Frühstücksingredienzen. Mein Frühstück war eigentlich erst beendet, nachdem ich alle Texte, bis zum letzten Kleingedruckten samt den kryptischen Abkürzungen durchgelesen, ja durchbuchstabiert hatte. Wenn der Inhalt der Haferflockenpackung zur Neige ging, kam es sogar vor, dass ich das Papier an den Kleberändern aufknibbelte, um zu prüfen, nach welchem Schnittmuster alle Seiten zusammenhingen. Und siehe da: Die Klebelaschen gaben den Blick frei auf versteckte Zeichen – Farbkeile und Kennziffern. Im wiederkehrenden Ritual wurde mir die Packungsoberfläche so vertraut, dass sie mir gleichsam vorkam wie die Haut des Haferflockenkörpers.

Denn wo X draufsteht, ist auch Y drin

Über das Versprechen von Güte und Geschmack
auf der Verpackung

Der Tag kam, an dem ich dies zum ersten Mal hörte: »Nenn' nie Chiquita nur Banane!« War das ein Versprechen? Eine Warnung? Gab es beim Bananenkauf ein Gimmick gratis dazu? So sehr, wie mir die Packung mit dem hell-/dunkelblau geteilten Transparentüberzug als Wahrheit der Haferflocke schien, so wenig begriff ich den Sinn des Bananenorakels. Es klang so, als hätte diese Plantagencompany selbst die mattgelbe Schale um den weichen Fruchtkörper wachsen lassen. Das empfand ich als Betrug und wurde aufmerksamer für Syntax und Semantik von Selbstauskünften auf Flasche, Tüte, Schachtel und Dose. Jetzt greife ich mal willkürlich ins Regal – keine Luxusprodukte, keine Ramschware – ganz normaler Alltag.

Nostalgie aus der Konserve

Linsensuppe, lecker, hatte ich lange nicht mehr aus der Dose. Aber diese hier spricht mich an (Abb. 1). Warum nur? Im Schärfebereich des auf die Terrinenmitte fokussierten Bildes sind die einzelnen Zutaten gut zu erkennen. Linsen und Möhrchen haben Fotograf und Retuscheur mit knackig-saftigen Spitzlichtern versehen. Der Bildhintergrund mit Tischlein-deck-dich-Accessoires liegt in lifestyle-gemäßer Unschärfe: ein Foto mit Kochbuchqualität. Aber eigentlich finde ich die dezente nostalgische Anspielung des Etiketts interessant, auch wenn Firmenname und -logo entfernt an Hundefutter erinnern. Es wirkt wie ein aufgeklebtes Schildchen mit minimalem Schattenrand. Die Inhaltsbezeichnung »Linseneintopf« wird in der *Copperplate*, einer Type nach Art der in Kupfer gestochenen Landkartenschriften, gesetzt, umrahmt von

einer modernen Schreifschrift – schöne Schriftmischung –, das Ganze auf Mittelachse gesetzt. Ein kleiner Makel im Umgang mit der *Copperplate*: Die Hauptzeile wurde elektronisch verschmälert, die Senkrechten wirken schmaler als die Waagerechten – das ist nicht schön.

Der kalligrafische Hintergrund wirkt fast wie ein Wasserzeichen, nur mit Mühe sind Messer, Gabel und Tellerkringel zu erkennen. Ich werde meinen Eintopf aber löffeln. Dabei denke ich dann an Spanien (plato único ...), und mein Fernweh wird komplett globalisiert, wenn mir der englisch formulierte Qualitätsnachweis versichert, dass ich gerade deutsche Wertarbeit verspeise (German Ready-Made Meals). Die langweilige achtsprachige Zutatenliste auf der Rückseite ist konsequent langweilig gesetzt in der hier langweilig wirkenden schmalen Helvetica im Schriftgrad von 4 Punkt (Höhe der Großbuchstaben 1,06 mm) – nur beim Frühstück lesbar.

Vertrauen durch Zweckmäßigkeit

Nach der klassischen Konserve kommen wir zur klassischen Tüte (Abb. 2). Ganz raffiniert mit Sichtfenster, ganz ehrlich, ganz bio: der Rohrohr Zucker. Der was? Ja, der Roh-Rohrzucker. Ein lustiges Wortbild mit Stolperfalle. Gesetzt in einer fetten *Bodoni*-ähnlichen klassizistischen Antiqua, also einer mit extrem starkem Fett-Fein-Duktus und rechtwinklig ausgearbeiteten Füßchen, den Serifen. Das erinnert, überhaupt die Schlichtheit der ganzen Packung, an das Zeitalter der industriellen Revolution, in dem die Zweckmäßigkeit alles Handeln bestimmte. Hier ist die Ware Ware und die Verpackung Verpackung. Im prüfenden Blick durch das Querovalfenster, wie eine visuell vorweggenommene Geschmacksprobe, wird die Ware selbst zum Bild; und natürlich ist all das auch inszeniert. Die deutschen Gütesiegelexzesse werden hier auf ein Minimum reduziert. Eher pflichtbewusst als stolz steht das Siegel der



Abb. 1

Abb. 2



EG-Öko-Verordnung genauso souverän am Fuß der Tütenvorderseite wie die Mortalitätsprophezeihungen auf der Zigarettenpackung.

Ich bin ein Bewunderer der Alnatura-Marke. Weniger des Schriftzuges wegen, auch wenn hier der Schlumpfcharakter aller anthroposophisch inspirierten Schrifttypen nur schwach ist, vielmehr wegen des Signets. Einfacher und komplexer geht es kaum: Sonnenstrahlen, Hügellandschaft und Ackerfurchen gehen ineinander über und sind verbunden durch eine zentrifugale und sogleich zentripetale Dynamik. Eine wundervolle Allegorie des Kreislaufs der Lebenskräfte, symbolisiert in 17 gebogenen fetten Linien. Der Rest ist schnell erzählt: auf den Schmalseiten einfache Rezepte wie damals, auf der Rückseite Herstellungsprosa im Lexikon-Stil, gesetzt aus der fetten *Frutiger* im Blocksatz, bei dem der Setzer vergessen hat, den Knopf »Erzwungener Blocksatz« auszuschalten. Ergebnis: auseinandergerissene Buchstaben, wodurch manche Zeilen aussehen, als hätten sie etwas Besonderes zu bedeuten.

Das Glück der Hühner

Und sonntags auch mal zwei (Abb. 3). Das ist die leckerste Eierpackung in der ganzen Eierecke, auch ohne Bio-Siegel. Aber mit Freilandhaltungs-Siegel! Des Siegels Wert kann ich natürlich nicht überprüfen. Egal, denn die frische Machart dieses lustig-zartgrünen Eierkartons sieht auch ohne irgendeine Siegelei gesund aus. »Eier aus der Freilandhaltung« klingt irgendwie kulinärischer als ohne den bestimmten Artikel.

Bei der netten Kurzgeschichte über das Glück der Hühner werde ich richtig neidisch. Die werden einem regelrechten Wohlfühlprogramm unterzogen. Das lese ich, obwohl die Haarlinien des winzigen Textes, weil negativ-weiß auf Dunkelgrün in der in kleinen Graden auch positiv fragilen *Times* gesetzt, ausbrechen, da mein Interesse geweckt ist, und ich mich qua Kontextredundanz



Abb. 3

durch den Formsatz hangele, illustriert von sorgfältig fotografierten und freigestellten Minibildchen. Doch oh weh! Im Hauptbild ruht ein schön plastisch ausgeleuchtetes Ei, die Legesorgfalt durch eine Flaumfeder beglaubigt, auf miserabel retuschiertem Stroh! Nein, so sieht das Nest bestimmt nicht aus. Die Hälfte des Bildes, oberhalb des Eies und unterhalb der Feder, ist durch den Photoshop-Retuschierstempel verhunzt. Im Stroh sind die charakteristischen sich wiederholenden Cloning-Muster zu erkennen. Warum wird an einer solch heiklen Stelle und bei einem insgesamt sorgfältig ausgeklügelten verpackungsgrafischen Frischekonzept so sichtbar gemogelt? Die bei Seriositätsfragen gern verwendeten *Trajan*-Versalien trösten nur wenig.

Cross-over Branding

In der Nähe der Olivenöle steht ein schickes Fläschchen (Abb. 4), das ich in der Abteilung Körperpflege gesucht hätte. Reift da in einem durch Mattierung halbtransparenten Kunststoffzylinder eine Wohlfühl tinktur heran? Sogar die beim ersten Leseversuch ins Auge springenden Buchstaben führen mich weiter auf der falschen Fährte: Crema...Balsam...Bianco. Aber nein, es handelt sich um Essig. Auf dem luftigen Foto kann ich außer einen Zweig Minzeblätter keine weiteren Details identifizieren, nur die Hüllkurve signalisiert mir etwas Tuffiges und Fruchtiges. Ohne großen typografischen Aufwand werden hier die Möglichkeiten der *Helvetica* mit ihren breiten und schmalen Schriftschnitten erkannt und ausgereizt. Zack. So schnell wird's modern-modisch und dezent-exklusiv. Da wird doch glatt der auf die Verschlusskappe bloß aufgedruckte unregelmäßige Quetschrand eines roten Siegelackes zum ironischen Zitat aus Zeiten der Handabfüllung; das hätte ich bei der fast technoartigen Anmutung überhaupt nicht gebraucht. Oder kam den Marketingkollegen das Ganze dann selbst zu kosmetisch vor?



Abb. 4
Abb. 5



In der Kosmetikabteilung stutze ich ein zweites Mal. Mit einem Mango-Sirup den Kindernachtisch verfeinern? Nein, sondern duschen (Abb. 5). Gele kennt man ja mittlerweile auch in der Trend-Küche; in diesem Fall enthält die hand-schmeichelnde matte Plastikflasche ein Duschgel mit Mangoextrakt, das Klein-gedruckte auf der Rückseite gesetzt in der *Optima*, eine seit langem gern für Kosmetik- und Süßigkeiten-Verpackungen verwendete Schrift. Die negativ-weiße Type auf gelbem Grund sagt mir: Achtung, zur Lesbarkeit nicht geeignet, damit mich wohl der Zusatz »Geeignet für die tägliche Anwendung« nicht abschrecke.

Hering in hoher See

Nach dieser Verwirrung suche ich deftige Kost. Ich greife schon zu den Heringsfilets (Abb. 6), gesetzt in der wunderbaren *Meridien* – wieder ein Klassiker, aber auf Lebensmittelverpackungen recht ungewöhnlich – und schüchtern plaziert zwischen dem Logo und der Geschmacksnote in einem etwas plumpen *Palatino*-Derivat. Da lockt mich doch von rechts das Heringsfilet in der kursiven *Sabon*, die nun wirklich eine klassische Buchschrift ist (Abb. 7). Die liebevolle Kutterillustration in Holzschnittmanier in der Spitze des als Etikett aufgefassten, stehenden Quadrates überzeugt mich mehr als der Leuchtturm. Der Kahn thront auf dramatischen Wogen, und der ganze fotografische Deckel-fond stimmt einen seebärgigen skandinavischen Grundton an. Der brave Leucht-turm (Abb. 6) hingegen und die biedere 50er Jahre-Lachs-Vignette können da nicht mithalten. Hering für Draufgänger und Angsthasen.

Hübsch klingt immer der Zusatz »Serviervorschlag«, mit dem sich der Her-steller exkulpiert für den Fall, dass ich beim faden Anblick des Herings auf mei-nem undekorierten Brot das Meeresrauschen vermissee. Das Notwendige wird wieder durch eine kleingedruckte *Helvetica* geregelt, und zwar in beiden Fällen.



Abb. 6

Abb. 7



Drei Klassiker auf einmal

Das Quadrat der Ritter-Sport (Abb. 8) suggerierte mir schon immer etwas Unendliches, ohne Anfang und Ende, egal von wo man reinbiss, man war immer bereits mittendrin. Das Quadratische ist bei dieser Schokolade so elementar, dass es als Running Gag des Marken-Marketings durch Jahrzehnte hindurch Nachhaltigkeit beweist. Heute gibt es den Schoko-Vierkant auch als Miniatur, für Gourmets quasi zur Praline geschrumpft, ebenso im Jumbo-Format für die Gourmands. Der »Ritter«-Schriftzug in einem altertümlichen Hybrid zwischen Antiqua, Schreibschrift und Fraktur, und »Sport« in den klassisch modernen Dreiviertelfett-Versalien der *Futura* – ein wirksamer Kontrast. Die *Futura* dient auch als Hausschrift und, wie erwartet, der Geschmacksnotenanzeige auf den Packungen – normalerweise. Ich reiße den mit viel Luft gefüllten Karton der Mini-Würfel auf und beginne, nach meinen Lieblings-sorten zu stochern. Da stutze ich doch ein ums andere Mal.

Hier ein kleines Rätsel: Warum lese ich die Bezeichnung der Sorte »Mandel Split« in der geschmeidigeren *Frutiger* und das verführerische »Edelnugat« in der genialen *Syntax*, wobei doch im Hause Ritter auch an diesen Stellen in aller Regel die *Futura* regiert? Keine Ahnung. Aber auf welche elegante Weise das Volumen der Mini-Verpackung noch voluminöser erscheint, ist bemerkenswert: Der flächige Farbton verläuft über die Diagonale rechts oben ins Hellere. Es lässt sich experimentell nachweisen: Man nehme zwei Nugat-Dubletten bei gleichem Lichtverhältnis, drehe eine um 180 Grad und vergleiche den Plastizitätseffekt.

Eine banale Erkenntnis drängt sich auf. Besorgen wollte ich ein paar Lebensmittel, aber in erster Linie habe ich Verpackungen gekauft. Es sind keine bloßen Behältnisse zum Transportieren, Konservieren, Stapeln, Schützen und Etiket-



Abb. 8

tieren, sondern es sind Hülsen, die mir mehr oder weniger aufwändig, mehr oder weniger verlässlich, mehr oder weniger deutlich ein Glücksversprechen für meine unmittelbar bevorstehende Zukunft geben. Nicht erst der Verzehr, bereits das Käuferlebnis befriedigt.

Kleines Glossar

Es gibt Tausende von Schriften, darunter sehr viele von hoher Qualität, alte wie neue. Interessant ist die Beständigkeit von einigen, die durch Beliebtheit und konstante Verwendung in den Rang von Klassikern geraten, darunter die erwähnten.

- *Bodoni* (ca. 1790, Giambattista Bodoni): Die perfektionierte Schrift mit dem radikalsten Fett-Fein-Unterschied.
- *Copperplate* (1905, Frederic W. Goudy, Clarence Marder): Von Landkarten im Kupferstich inspiriert.
- *Futura* (1928–32, Paul Renner): Die erste geometrisch konstruierte Groteskschrift für ein neues Zeitalter.
- *Times* (Stanley Morison, Victor Lardent, 1931–35): Der platzsparende Zeitungsklassiker für die London Times.
- *Palatino* (1948, Hermann Zapf): Ein Meisterwerk der bleiernen Schriftschneidekunst.
- *Meridien* (1955, Adrian Frutiger): Elegante Renaissance-Antiqua mit spitzigen Serifen.
- *Helvetica* (1957, Max Miedinger): Schriftklassiker durch Marketing-Erfolg.
- *Optima* (1958, Hermann Zapf): Extrem robuste Type für starke Beanspruchung im Bleisatz.
- *Sabon* (1966, Jan Tschichold): Buchschrift für den täglichen Gebrauch, gleichzeitig für Blei- und Fotosatz konzipiert.
- *Syntax* (1968, Hans Eduard Meier): Eine der ersten konsequent im Sinne von Antiquaformen durchgearbeiteten Serifenlosen.
- *Frutiger* (1976, Adrian Frutiger): Dynamischer als die *Futura*, förmlicher als die *Syntax*.
- *Trajan* (1989, Carol Twombly): Abgeleitet von den lateinischen Großbuchstaben an der römischen Trajanssäule aus dem frühen 2. Jahrhundert.