

Wenn die Verpackung zum Inhalt wird

Das Buch «Package Design Now!» zeigt Alltagsprodukte in einem neuen Licht

MEIST SCHENKEN WIR ihr keine grosse Beachtung. Es sei denn, sie treibt uns zur Weissglut, weil sie sich nicht öffnen lässt: die Verpackung. Nahezu alles, was wir kaufen, ist verpackt. Einige Hüllen sind bloss zweckmässig, andere wollen so innovativ, praktisch, elegant und auffällig wie nur möglich sein.

Mit dem Design und der Funktionalität von Verpackungen haben sich Gisela Kozak und Julius Wiedemann auseinandergesetzt und eine Enzyklopädie gemacht. Thematisch ist das Buch «Package Design Now!» geordnet nach Kapiteln wie Kosmetika, Haushaltprodukte, Nahrungsmittel, Kleidung oder Industrieprodukte. Das Auffallende: Sobald es sich

um einen Luxusartikel wie etwa ein Parfüm handelt, wird auch die Verpackung wichtig. Sind es Gebrauchsgegenstände des Alltags wie ein Waschmittel, ist das Aussehen weit weniger wichtig.

WAS DAS BUCH ebenso zeigt: Wie viel Arbeit im Verpackungsdesign steckt. Detaillierte Fallstudien zum Entwurf einzelner Produkte erlauben dem Leser einen Einblick in die Entwicklung und Herstellung moderner Verpackungen. Wer sich nicht so weit vertiefen will, kann sich einfach am schönen Produktedesign freuen. (SC)

Julius Wiedemann, Gisela Kozak: Package Design Now! Verlag Taschen, 2008. 416 Seiten, Fr. 50.90.