



Die ungesehene Verpackung

Eine Verpackung, die nicht gesehen wird? Das muss ein eigenartiges Thema sein. Schließlich geht es im Packaging doch ums Auffallen und Verkaufen. Was Richard Shear in seinem Blog „The Package Unseen“ betrachtet, ist vielmehr das, was hinter der Verpackung steckt. Er will zeigen, wie Design und das tägliche Leben hier zusammenkommen.

Der schon fast kulturwissenschaftlich anmutende Anspruch des US-amerikanischen Verpackungsdesigners macht den Blog jedoch nicht zu einer verkopft-



Foto: VR

ten Angelegenheit. Shear wirft einen Blick auf aktuelle Verpackungsideen und -themen, die etwas Einzigartiges darstellen, und beleuchtet ihre Entstehungsgeschichte oder auch ihre Vorbilder in Kunst und Design.

Die letzte 6,5-oz-Mehrwegflasche aus Glas, die für Coca-Cola in Minnesota vom Band lief, die Absolut-Wodka-Flaschen, die durch individuelle Designs zu Unikaten werden, der Erdnussriegel, dessen Verpackungsrelaunch Shear mit dem umstrittenen „Erfolg“ der Jesusbild-„Restauration“ durch eine Rentnerin im spanischen Borja vergleicht – die Themen sind vielseitig. „The Package Unseen“ ist daher nicht nur ein Fundort für sehenswerte Verpackungen. Shears kurzweiligen Kolumnen vermitteln in ihrer Breite vor allem eines: wie Verpackungen zum Kult- und Designobjekt werden können und sich nicht mehr aus dem Alltag wegdenken lassen. www.richardshear.wordpress.com ch 