

Auf Verpackungen von Konsumgütern oder für deren Werbung spielen Berge eine nicht unbedeutende Rolle. Berg-Darstellungen können auf die Herkunft hinweisen, Attribute der Bergwelt in den Kauf einfließen lassen, wie auch symbolisch eine Region oder ein Land vertreten.

In unserem Wirtschafts-System sucht jede Unternehmung bestmöglichen Absatz und Bestand im Konkurrenzkampf. Bei Konsumgütern ist eine immense und heterogene Käuferschaft anzusprechen, zu überzeugen, zum Erwerb zu animieren. Dazu verfolgt uns ständig präsent, eindringende Werbung, damit verbunden entsprechende Produkte-Aufmachung und -Präsentation. Der Aphoristiker Werner Mitsch formulierte: «Mit einer guten Verpackung wickelt man nicht nur die Ware ein, sondern auch den Käufer.»

ANZIEHUNGSKRAFT DER BERGE

Erfolg im Markt ist unter anderem von Cleverness, Psychologie, Spürsinn, Überzeugungskunst abhängig. Nicht verwunderlich, dass auch den Bergen beim Verpackungsdesign und der Werbung eine bedeutende Rolle zukommt. Im klassischen Gebirgsland Schweiz ist der Bezug zur Bergwelt gross und naheliegend. Berge sind mächtig, erscheinen in weitgehend unversehrter Natur. Sie stehen für Freiheit, Genuss, Abenteuer

und halten auch für Attribute wie Frische, Gesundheit, Unverfälschtheit und dergleichen hin.

HERKUNFT ODER SYMBOLIK

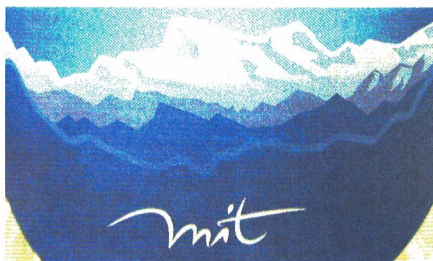
Zum einen werden Bergdarstellungen für Produkte aus derselben Region verwendet. Beispiele sind Alpstein-Motive auf Innerrhoder Bier- und Alpenbitter-Getränken, die Churfürsten-Silhouette auf Toggenburger Waffeln oder der Fünftausender Damavand auf einem iranischen Mineralwasser. Optimal, wenn eine Gegend charakteristische Bergformen im Inventar hat. Zum anderen funktionieren Berge als Symbole. Etwa das weltbekannte Matterhorn, seit über 50 Jahren Toblerone-Umschläge zierend und auf das Herstellungsland Schweiz verweisend. Selbst eine kleine, nicht exportorientierte Schweizer Teigwarenmarke stellt auf ihren Beuteln eine Berggruppe dar. Und der prickelnden Frische des Inhalts wegen sind Berge auf zahlreichen Getränke-Etiketten zu finden.

SCHARF BEOBACHTET

Unschwer zu erraten, welchen Alpengipfel das Logo der Matterhorn-Gotthard-Bahn zeigt. Die Bahn führt weder auf den Gipfel noch den Pass, doch der Name der fusionierten Bahn vermittelt Bekannteres als die früheren Streckenbezeichnungen Furka-Oberalp und Brig-Visp-Zermatt. Mit Verpackungen nimmt man es nicht immer so genau: Schlagzeilen machte eine Fleisch-Marke, deren Bündnerfleisch-Beutel ein Bild der St.Galler Churfürsten trug. Oder auf einem Mittelland-Mineralwasser dominiert der weisse Titlis. Jedenfalls: Wer die Berge liebt und kennt, Sinne und Verstand aktiviert, kann über Verpackungen oft staunen und auch lächeln! ■

Urs Günther

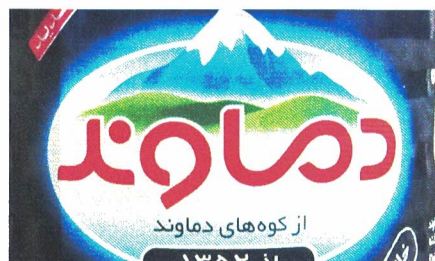
Mehr zum Thema:
www.sac-zug.ch/kultur



Mittelland-Mineralwasser mit Titlis



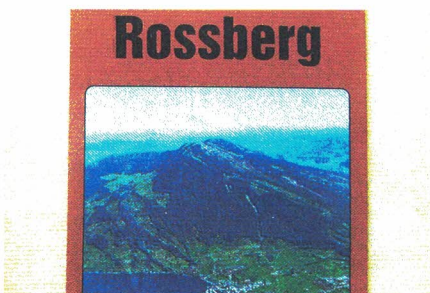
Schokolade-Waffeln aus dem Toggenburg



Mineralwasser vom Damavand (Iran)



Weltbekannte Schokolade aus der Schweiz



Bergkäse vom Rossberg



Traditions-Teigwaren aus der Schweiz