

Heidelberg, 24.10.2024 | Im Rahmen des diesjährigen Verpackungsdialoges verlieh das Deutsche Verpackungs-Museum den Preis „Verpackung des Jahres“. Die Auszeichnung ging an die Marke „Schwartau Extra“ der Schwartauer Werke GmbH & Co. KG, ein Unternehmen der Hero-Gruppe. Mit dem Preis würdigt das DVM die Designtreue des sogenannten „X-Glases“, das seine Gestalt über 40 Jahre nahezu unverändert beibehielt. Auch die modifizierte Neuauflage von 2017 wahrt das Erscheinungsbild der Kernmarke der Schwartauer Werke.

Die durchgehend hohe Qualität und der Mut zur Weiterführung des historischen Markendesigns von „Schwartau Extra“ überzeugten die vierköpfige Jury um Museumsdirektor Hans-Georg Böcher: „Uns beeindruckte die beständige Gültigkeit der Formensprache, die ohne Abstriche weiter zum Einsatz kommt. In Würdigung ihrer Rolle als Klassiker des internationalen Verpackungsdesigns und als Anerkennung für den bewiesenen Mut zur Selbstständigkeit zeichnen wir ‚Schwartau Extra‘ im 62. Jahr seiner Historie und im 125. Jahr des Firmenbestehens mit dem Preis ‚Verpackung des Jahres‘ aus.“

Eine Ikone mit Tradition

Bei der Gründung der „Chemische Fabrik Schwartau OHG“ 1899 vor den Toren Lübecks lag die Herstellung feiner Konfitüren in ferner Zukunft. Bohnerwachs und Fußbodenöl machten das damalige Portfolio aus.

1912, noch im deutschen Kaiserreich, brachte das Unternehmen eine erste Konfitüre in einer noblen, handlithographierten Blechdose auf den Markt. Die „Schwartauer Fünffrucht-Konfitüre“ war ein erster Marken- und damit Luxusartikel. „Convenience-Produkte“ kannte niemand, lag die Herstellung von Marmeladen doch in den Händen meist berufsloser Hausfrauen. Ein Handelsprodukt in diesem Segment musste sich demnach deutlich abheben. Der Weg als noble Herstellermarke erwies sich dabei als erfolgsversprechend.

In dieser Hinsicht spielte die Beauftragung des bedeutenden Künstlers Alfred Mahlau (1884-1967) eine wesentliche Rolle. Mahlau, der als freischaffender Maler, Graphiker, Bühnenkünstler und ab 1945 als Hochschullehrer wirkte, sollte ein unverwechselbares Markenlogo gestalten. Seit 1925 leistet das von ihm entwickelte und seit knapp 100 Jahren nur vorsichtig weitergestaltete Logo der Marke einen unschätzbaren Dienst. Es stellt nicht nur deren Unverwechselbarkeit sicher, sondern

läd die „Schwartau Konfitüre“ als verortete Marke mit einem Herkunftsversprechen auf. Die sieben
Türme der großen Kirchen Lübecks, die von Bad Schwartau aus zu sehen sind, haben sich als
Erkennungsmerkmal der Marke aus dem Norden etabliert.

Ein Glas im Wandel der Zeit

Mit dem sogenannten Dreikantglas führte das Unternehmen 1934 ein erstes markenprägendes Glas ein, das bereits stolz das rotweiße Logo im Etikett trug. Die ambitionierte Form des Schwartauer Verpackungsdesigns lässt die Absicht erahnen, eine unverwechselbare Marke in seiner Kategorie zu kreieren. Aufgrund ungünstiger Fülleigenschaften musste der Hersteller die eigenständige Form jedoch bald wieder verwerfen. Im Jahre 1962, vor 62 Jahren, kam die erfolgreiche Marke „Schwartau Extra“ in einem zunächst unauffälligen Deckelglas auf dem Markt.

1968, nur sechs Jahre später, gelang der große Wurf. Ein nunmehr tailliertes Glas – eine absolute Neuheit – brachte der Marke 1969 den Durchbruch. Mit seinem einteiligen, konturgestanzten „Rundumetikett“ und einem ungewöhnlich breiten Deckel verschaffte es der Marke eine völlig neue, moderne Anmutung. Entworfen hatte das Glas ein Team um Dr. Klaus Lietz, der das Unternehmen ab 1964 führte und sich bei einem Ferientaufenthalt in Griechenland ähnliche Gläser angesehen hatte. Diese gaben den Anstoß zum unverwechselbaren, X-förmigen Design. Fast 40 Jahre lang hatte dieses weitgehend unverändert Bestand. Mit der Zeit wurde es jedoch generisch und fand allzu viele Nachahmer. Mit einem Relaunch 2017 gelang es den Schwartauer Werken, die Form zu modifizieren, dabei jedoch die zentrale Leistung des Designs zu erhalten: den breiten Deckel und die ausgreifende Form des Glases hin zur Oberansicht durch den Konsumenten. So schaffte eine Ikone der Markenwelt dank behutsamer Modernisierung den Sprung in eine neue Zeit.