

**Ausstellung:** Deutsches Verpackungsmuseum zeigt bis Jahresende „Bauhaus populär“ / Markensprache entwickelt

# Schachteln von Kunstwert

Von unserem Redaktionsmitglied  
**Michaela Roßner**

**HEIDELBERG.** Verpackungen, viel zu schön zum Wegwerfen: Zum Glück haben Sammler diese kunstvoll gestalteten Hüllen für Tabakwaren, Tee oder Kosmetik über die Jahrzehnte gerettet. Das Deutsche Verpackungsmuseum, das im Innenhof der Heidelberger Hauptstraße 22 seine Adresse hat, verfügt über einen riesigen Fundus davon. In seiner am Dienstagabend eröffneten Ausstellung „Bauhaus populär“ widmet es sich der Bedeutung, die das Bauhaus auf das Marken- und Verpackungsdesign hatte.

Auf zwei Etagen des Museums sind unter anderem rot-gelbe Emailschilder des niederländischen Kakao- und Teelieferanten Van Nelle zu sehen. In Glasvitrinen liegen viele Klappschachteln für Zigaretten und Zigarillos. Aber auch Keksdosen aus Blech sind zu sehen. Fast könnte man glauben, sie stammten aus der Feder eines einzigen Künstlers. Große, klare Buchstaben, keine Krümel, aber ein blockartiger Einsatz von Farbe kennzeichnet sehr viele der ausgestellten Stücke.

Kein Firlefanz: Unter dem Motto „Weniger ist mehr“ entstand das Bauhaus aus dem 1907 gegründeten Werkbund. Die Industrialisierung nahm Fahrt auf, Funktionalität, abgestimmte Herstellungsprozesse und optimierte Materialien gewannen an Bedeutung und verbanden Handwerk mit Künstlern und keimender Industrie. Dem setzte der Werkbund qualitätsvolles Gestalten in einem humanen Umfeld entgegen. 1919 begründete der Architekt Walter Gropius mit zwei Werkbund-Kollegen in Weimar das Bauhaus als Kunstschule. In ihr vernetzte sich rasch die europäische Avantgarde – bis das Bauhaus im Nationalsozialismus geschlossen wurde.

## Wohngefühl der Moderne

Nicht eine reine Kunstschule sollte es sein, sondern den Alltag der Menschen beeinflussen, indem es die Dinge um ihn herum gestaltete. Über Architektur und Möbeldesign schuf das Bauhaus ein Wohngefühl der Moderne, das bis heute wirkt.

Klassiker sind zu sehen, wie das heute als Kunstwerk gewertete Bauhaus-Schach von Josef Hartwig sowie die Entwürfe El Lissitzkys für „Pelikan“. Spiele sind ohnehin ein beliebtes Feld für die Bauhaus-Kreativköpfe gewesen. So wurden Würfelmosaik und Domino genauso – samt ihrer Verpackungen natürlich – gestaltet wie ein Holzbaukasten namens „Cubifex“. Das gilt auch für die Werbung beziehungsweise Marken-



Kein Firlefanz, sondern blockartig eingesetzte Zweifarbigkeit und kantige Buchstaben: Das Weimarer Bauhaus hat nicht nur Architektur und Möbeldesign verändert, sondern auch Produktverpackungen und Markenbildung.

BILD: MIRO

## Bis Dezember zu sehen

■ Die Ausstellung „Bauhaus populär. Vom Bauhaus ins Kaufhaus: Die Neue Typographie und ihr Einfluss auf das Markendesign“ ist **bis Dezember** zu sehen.

■ Der **Eintritt** kostet für Erwachsene fünf Euro, Schüler, Studenten, Menschen mit Behinderung zahlen drei Euro.

■ Das Deutsche Verpackungsmuseum ist im Innenhof der **Hauptstraße 22** untergebracht. Infos unter

Telefon 06221/21361 und im Internet unter [www.verpackungsmuseum.de](http://www.verpackungsmuseum.de)

■ **Öffnungszeiten:** Mittwoch bis Freitag von 13 bis 18 Uhr; Samstag, Sonntag und an Feiertagen von 11 bis 18 Uhr. Montags und dienstags bleibt das Museum geschlossen.

■ **1997 eröffnet**, stellt das Deutsche Verpackungsmuseum in Heidelberg als erstes und einziges Museum seiner Art die Kulturleistung der Verpackung in den Mittelpunkt.

pflüge, das weist diese Ausstellung deutlich nach. „Chanel No 5“ etwa wird als Paradebeispiel gezeigt. Schwarze Buchstaben und eine Ziffer auf hellbeigem beziehungsweise weißem Grund, dazu ein schwarzer Rahmen: Reduziert auf das Wesent-

liche, übermittelt die seit Jahrzehnten höchstens in Nuancen veränderte Parfümverpackung, woraufes den Bauhaus-Künstlern ankam. Und ist nicht letztlich auch das iPhone ein Urenkel dieser Markenphilosophie? Künstler wie Walter Dexel (1890-

1973), der für den Besteck- und Topfhersteller WMF einen unverkennbaren Marktauftritt kreierte, werden in der Ausstellung in Porträts vorgestellt.

## Künstler im Porträt

In die „Bauhaus-Galerie“ eingereicht ist auch der Maler und Fotograf László Moholy-Nagy (1895-1946). Er lehrte von 1923 an fünf Jahre an der Kunstschule in Thüringen und propagierte die „Neue Typologie“: Formal und von grafischem Stil kann er wohl als Urvater dieser reduzierten Markenkultur verstanden werden. Und noch eine gemeinsame „Handschrift“ ist den frühen Marken gemein: Das Bauhaus kombinierte Fotos und Text – heute ist diese Verbindung aus der Werbung nicht mehr wegzudenken.

 **Fotostrecke unter**  
[morgenweb.de/heidelberg](http://morgenweb.de/heidelberg)