



VERPACKUNG DES JAHRES 2014

„FIT“ - SPÜLMITTEL

Eine Flasche als „Gebäude“ der Marke: Der Klassiker „fit“-Spülmittel bleibt seiner eigenständigen Flaschenform seit 45 Jahren treu.

Im 60.ten Jahr des Bestehens der Marke „fit“ geht die seit 2009 in Heidelberg verliehene Auszeichnung zur „Verpackung des Jahres“ erstmals an eine Marke aus dem deutschen Osten.

Ungewohnt unaufdringlich wirkt der Markenauftritt, ja – im marktschreierischen Umfeld der Reinigungsmittel – geradezu bescheiden. Dennoch sticht bei genauerer Betrachtung die kantige Form der Kunststoff-Flasche regelrecht ins Auge, die sich von all den organisch geformten, weicher gezeichneten Designs im Regalumfeld sichtlich abhebt. Hierzu gehört auch die Tatsache, dass die Flasche nicht wie der gesamte Wettbewerb nur 2 Ansichtsseiten hat, sondern nach vier Richtungen symmetrisch drehbar ist. Zum angenehm dezenten Auftritt trägt bei, dass nur die Front-Ansicht werblich gestaltet ist. Positiv wird mit Blick auf den Wettbewerb bemerkt, dass der Hersteller allen Versuchungen zum strategischen Up- und anschließenden Down-Sizing im Zusammenhang der Durchsetzung von Preiserhöhungen widerstanden hat. Nicht nur das vertraute Design und die Flaschengröße, sondern auch der Füllinhalt von konstant 500 Gramm bilden für die Kundschaft der Marke seit Jahrzehnten eine unveränderte, Vertrauen stiftende Größe.

Diese Flasche ist nach Ansicht der Jury ein Design-Klassiker der Markenwelt. Eingeführt wurde die Marke „fit – flüssig“ 1954 in der DDR durch den „VEB Fettchemie und Fewa-Werk“, Karl-Marx-Stadt (heute: Chemnitz). Mit dem Slogan „Fit – ohne abzutrocknen“ gestaltete der namhafte Graphiker Horst Geil (1919-2006) im Jahre



VERPACKUNG DES JAHRES 2014

1956 eine einprägsame Kartonverpackung für das damals noch pulverförmige Erzeugnis. Das mit dem linken Auge fröhlich zwinkernde „Tropfenmännchen“ wurde – ähnlich dem Ost-Sandmännchen – zu einer Ikone der Markenwelt der DDR. Als 1967 die Spülmittel-Produktion in die Gebäude des ehemaligen Braunkohlewerks Hirschfeld integriert wurde, konnte dort mit dem Aufbau einer Flüssigproduktion begonnen werden. Seit der Einführung 1968 befinden sich die flüssigen Spülmittel der Marke „fit“ in der charakteristischen Flaschenform, die zu einem Design-Klassiker geworden ist. Bis zur Wende war die Kunststoff-Flasche ungelabelt im Einsatz und wies als erhabene Prägung das besagte „fit-Tropfenmännchen“ auf. Seit 1990/91 trägt die nun durchsichtig und wiederverschließbar gewordene Flasche ein Frontetikett. Auch ohne das alte „Tropfenmännchen“, das im „fitikus“ einen modernen Nachfolger fand, wird dieser Marke in Ostdeutschland ein Bekanntheitswert von 97% bescheinigt.

Die kantige Gestalt des Flaschenkörpers geht auf das bedeutendste historische Gebäude zurück, das im damaligen Karl-Marx-Stadt (heute Chemnitz) den Zweiten Weltkrieg überstanden hatte: Der eckige „Rote Turm“ aus dem 12. Jahrhundert gilt als Wahrzeichen seiner Heimatstadt. Er bildete mit der im Obergeschoss leicht ausgreifenden Architektur auf quadratischem Grundriss das Vorbild für das griffige Design der „fit“-Flasche. (Früher spiegelte dabei die abtrennbare Verschlusskappe die geschwungene Dachform.) Dieser Bezug zur damaligen Heimat des Unternehmens gibt der Marke bis heute Verortung und inneren Halt.

Die Jury ist von der Qualität der vorsichtigen Packungs-Modernisierung überzeugt. Beeindruckend aber ist vor allem die Beständigkeit des Designs, das in fünfundvierzig Jahren nur unmerklich verändert wurde. In Würdigung ihrer Rolle als „Klassiker“ der Verpackungswelt und zugleich als Anerkennung für den bewiesenen Mut zur Weiterführung ihrer Eigenständigkeit wird „fit“ im 60.ten Jahr des Markenbestehens ausgezeichnet mit dem Preis „Verpackung des Jahres“ 2014.