

17.10.2013

Auszeichnung als „Verpackung des Jahres“ geht 2013 an
„Blütenzarte Köllnflocken“

Die Kraft der Farbe Blau: Der Klassiker der Haferflocken bleibt sich seit fast 80 Jahren treu

Heidelberg. Im Rahmen des Deutschen Verpackungsdialogs
2013 prämiert das Deutsche Verpackungsmuseum die
Blockbodenbeutel-Verpackung für „Blütenzarte Köllnflocken“
der Peter Kölln KGaA als „Verpackung des Jahres“.

Ausschlaggebend für die Entscheidung der Jury waren die
Beständigkeit des Designs, das in einem Dreivierteljahrhundert
nur unmerklich verändert wurde und die Qualität der
vorsichtigen Packungs-Modernisierung. Mit der Auszeichnung
würdigt das Museum die Rolle des Blockbodenbeutels als
„Klassiker“ der Verpackungswelt und versteht sie zugleich als
Anerkennung für den bewiesenen Mut zur Eigenständigkeit und
über 75 Jahre Designtreue.

Unauffällig erscheint die in vier Felder geteilte blau-blaue Packung,
bescheiden und vor allem: unglaublich vertraut. Die
Blockbodenbeutel-Verpackung für „Blütenzarte Köllnflocken“ des
Herstellers Peter Kölln KGaA aus Elmshorn ist sicher zweckmäßig
und praktisch, aber alles Andere als spektakulär. Und dennoch hat
sich diese Verpackung seit Einführung der Marke im Jahre 1938
nahezu nicht verändert. Vielmehr konnte sie sich im Verlauf von 75
Jahren als echter „Alltagsklassiker“ erweisen, als einer jener
„Bausteine“, aus denen sich die Facetten unserer vielfältigen
Lebensführung nun einmal zusammensetzen.

Zwei Drittel aller Deutschen sind die Produkte der Köllnflockenwerke aus Elmshorn ein Begriff und etwa ein Viertel aller Haushalte kauft regelmäßig Erzeugnisse von Peter Kölln. Ganze Generationen sind mit der blau-blauen Packung groß geworden, viele erinnern sich noch heute genau an die bunten Sammelbilder.

**Deutsches
Verpackungs-Museum**
Hauptstraße 22
(Innenhof)
69117 Heidelberg
www.verpackungsmuseum.de

Die Anfänge der Köllnflockenwerke, die zu den ältesten noch bestehenden Lebensmittelunternehmen überhaupt zählen, waren sehr bescheiden. Im April 1795 erwarb Hans Hinrich Kölln in Elmshorn eine Rossmühle mit allen zum Hafergrützemahlen benötigten Gerätschaften. Bei dieser Rossmühle handelte es sich damals noch um ein von Pferden getriebenes Göpelwerk, das den Hafer grob zu Grütze mahlte. Hafergrütze war damals ein Grundnahrungsmittel. Sättigend und vollwertig. Ins Sortiment wurden bald Haferkekse hinzugenommen, die – als eine Art rustikaler Schiffszwieback – den Grönlandfahrern als Proviant dienten, die von Hamburg, Glückstadt oder Elmshorn aus zum Walfang in See stachen. Während der monatelangen Hochseefahrten waren die Seeleute auf den haltbaren Proviant angewiesen.

Nach den Wirrnissen der napoleonischen Kriege, in denen die Umsätze ab 1807 fast zum Erliegen kamen, wagte Peter Kölln, der Sohn des Gründers, 1820 einen Neustart, der dem Unternehmen den bis heute gültigen Firmennamen bescherte. Als die wenig schmackhafte Hafergrütze ab 1900 mehr und mehr vom morgendlichen Speiseplan verschwand, musste sich das Unternehmen auf die neuen Verzehrgeohnheiten einstellen. Man begann damit, mittels zweier gegenläufiger Walzen Kleinblatt-Haferflocken für den Frühstückstisch herzustellen. Doch erst 1938 gelang der Durchbruch mit der Einführung der „Blütenarten

Köllnflocken“. Diese hatten von Anfang an das Zeug zum Klassiker. Die Packung war einprägsam und zeigte vor blau-blau geteiltem Feld eine Darstellung des Firmengebäudes am Elmshorner Hafen.

**Deutsches
Verpackungs-Museum**
Hauptstraße 22
(Innenhof)
69117 Heidelberg
www.verpackungsmuseum.de

Als 1965 die Packung erstmals umgestaltet wurde, erschien die ehemalige Illustrationsgraphik verkleinert und zu einer Art rechteckigem Siegel umgestaltet. Erst 1980 erfolgte ein weiterer Relaunch, der das Markenbild weiter aufräumte und beruhigte. Die aktuelle Fassung des Markenbilds wurde dann 2010 erstellt. Aus dem eckigen „Störer“ wurde ein rundes Siegel in der Art eines Stempels gestaltet. Der „Stempel“ erscheint nicht nur im Kontrast gemindert (also weniger auffällig), sondern konnte auch erstmals die Packungsmitte verlassen. So kann die schachbrettartige Struktur dieser Packung ihre markenprägende Besonderheit besser entfalten. Das behutsame Design wurde 2009 entwickelt durch die Agentur Brandcouture / Julia Schramm. Zugleich konnte die Packungstypographie damit an das neue, 2008 vom Hamburger Designer Peter Schmidt entwickelte Kölln-Logo angepasst werden.

Textumfang: 4.177 Zeichen (mit Leerzeichen)

Bildunterschrift:

Preisverleihung (v.l.n.r.): Hans-Georg Böcher, Direktor Deutsches Verpackungsmuseum, Prof. Dr. Claus Hipp, HIPP GmbH & Co. KG, Jörg Büttner, Leitung Marketing bei Peter Kölln KGaA, Peter Jochen Schott, Vorstandsvorsitzender Deutsches Verpackungsmuseum,
Bild: Deutsches Verpackungsmuseum

Pressekontakt:
Peter Jochen Schott DJV, DGPh



Schottauthentic
Adolf-Kröner-Straße 15
70184 Stuttgart
Telefon 0711 5044 9641
Fax 0711 5044 9733
E-Mail: peter.jochen.schott@schottauthentic.de

**Deutsches
Verpackungs-Museum**
Hauptstraße 22
(Innenhof)
69117 Heidelberg
www.verpackungsmuseum.de

PRESSEMITTEILUNG