

DIE WARENPACKUNG

Die Warenpackung als ein zum Schutz des Wareninhalts geschaffenes und ausgesprochen körperhaftes Gebilde ist eines jener künstlerischen Aufgabengebiete, dessen sich die Gebrauchsgraphik schon deshalb erst verhältnismäßig spät bemächtigen konnte, weil die heute so selbstverständliche Sitte, die Waren in Spezialpackungen zu verkaufen, in früheren Zeiten noch keineswegs üblich war, sondern erst ganz allmählich aus praktischen Erwägungen und aus Wettbewerbsgründen in Aufnahme kam. Trotzdem lassen sich die Anfänge eines künstlerischen Verpackungswesens schon ziemlich weit zurückverfolgen, wenngleich es sich hier auch anfänglich noch nicht um körperhafte Packungen im modernen Sinne, sondern nur um Beklebezettel oder Etiketten handelt, mit denen die wareschützenden Hüllen je nach Bedarf versehen wurden. So dürfen wir wohl die Vorläufer der Warenpackung schon in den im 16. Jahrhundert gebräuchlichen Beförderungszetteln sehen, mit denen die Absender ihre Warenballen oder Fässer zu bekleben pflegten – eine Sitte, die im ganzen zivilisierten Europa bis in das 20. Jahrhundert hinein weit verbreitet war. Diese Beförderungszettel, ähnlich den Buchdruckermarken oftmals von bekannten Künstlern entworfen, hatten zunächst einen mehr monogrammistisch markenhaften oder auch heraldischen Charakter, der sich im Laufe ihrer weiteren Entwicklung und unter dem Einfluß einer zunehmenden Verwendung des Kupferstichs immer mehr in das Bildhaft-Illustrative wandelte. Wenig später scheinen auch schon die Papiermacher damit begonnen zu haben, ihre Packungen mit künstlerisch geschmückten Etiketten zu versehen – eine Sitte, die etwas später auch bei den Siegelackfabrikanten und stärker noch bei den Goldschlägern in Auf-