A. FREUND

HAUS NEUERBURG-PACKUNGEN
FIRM NEUERBURG-PACKINGS

DIE Packung des Markenartikels hat zwei Aufgaben zu erfüllen: die Ware zu schützen und für sie zu werben.

Der Begriff des Markenartikels verband sich beim Publikum lange Jahre auch mit dem Begriff der Qualitätsware. Die Meinung verschwand erst, als man diese günstige Ideenverbindung auszunutzen begann und gar zu viele Erzeugnisse zum Markenartikel stempelte.

Die Entwicklung der Packung, die vor allem ein Kennzeichen des Markenartikels darstellt, wurde dadurch ungünstig beeinflußt. Ihr ursprünglich wichtigster Zweck, die Ware vor irgendwelchen äußeren Einflüssen zu schützen, geriet in Vergessenheit. Sie wurde reiner Warenschmuck, eine Reklamemaßnahme, wie etwa das Inserieren und Plakatieren.

Die Erkenntnis, daß die Entwicklung der Packung sich auf diese Weise auf einem falschen Wege befand, mußte sich früher oder später Bahn brechen. Von einer Aufmachung, bei der die praktische Bedeutung nur noch eine untergeordnete Rolle spielte, mußte man wieder zu der ursprünglichen Zweckmäßigkeit zurückkehren.

Nach diesen Grundsätzen der Zweckmäßigkeit hat auch die Firma *Haus Neuerburg* versucht, ihre Packungen auszustatten. Die Zigaretten mit ihrem überaus empfindlichen Orienttabak bedürfen unbedingt einer schützenden Umhüllung. Material und Form einer Packung werden in erster Linie bestimmt durch ihre Eignung als Schutzmittel gegen alle äußeren Einflüsse, wie sie etwa Wärme, Feuchtigkeit, Stoß und Druck darstellen.

Zwischen Holz und Tabak bestand von jeher irgendeine innere Beziehung, eine Verwandtschaft, die man auch bei Zigarrenkisten und Pfeifen empfindet. Nur die hohen Kosten hatten es verhindert, auch die Zigarette an dieser Verbindung teilnehmen zu lassen. Als *Haus Neuerburg* in einem neuen Verfahren eine Möglichkeit fand,

PACKINGS for articles with trade marks have two duties to fulfil, to protect the wares and to make propaganda for them.

Trade mark articles were for many years identified in the mind of the public with high great articles. This idea was first dissipated when advantage was taken of this belief and too many goods were stamped with trade marks. Development in the art of packings, which should in the first place characterize the articles with trademarks was unfavourably influenced. Their primary and most importent purpose, which is to protect the wares from unfavourable out-side influences was forgotten. They became merely an ornament to the wares, a kind of poster advertisement. It was soon realized that the art of packing was not being developed in the right way. The inner wrappings did not carry out the purpose for which they were designed and it became necessary to return to a more practical method.

The firm Neuerburg has tried to follow this principle by using suitable packings. Cigarettes made of oriental tobacco which is easily effected by heat, dampness, jars and pressure require a covering of strong material, which is selected with regard to that purpose.

In our imaginations there has always existed a kind of kinship between tobacco and wood, between our cigars and their box, our pipe and its tobacco. The high cost of wood has alone prevented cigarettes being associated in our minds with this fancied connexion. When the firm Neuerburg, having discovered a new method of making packings out of wood that did not cost more than good cardboard boxes and was just as good a protection against climatic influences it was of course preferred to the kind then in general use.

These boxes made of Forssman — Holzblech were at first only used for the high priced wares of Löwenbruck and Güldenring as expensive to-

SLUB Wir führen Wissen. http://digital.slub-dresden.de/id387892187-19270120/27 gefördert von der Deutschen Forschungsgemeinschaft DFG UNIVERSITÄT ERFURT