

Deutsche Schokoladen-Packungen

German Wrappings for Chocolates

Ein Gespräch mit

A Talk with **Julius Gipkens**

Der Herausgeber:

Sie gehörten vor dem Kriege zu den fünf großen Berliner Plakatkünstlern und haben außerdem einen bedeutenden Einfluß auf die Entwicklung der Süßwarenverpackung genommen. Wie kommt es nun, daß die Süßwarenverpackungen einen so ganz anderen Weg gegangen sind als die übrigen Warenpackungen?

Gipkens:

Das erste, was ich je in Schokolade-Einschlägen zeichnete, waren „die drei neuen Sorten“, die Sarotti in Tafel-Schokoladen vor etwa 23 Jahren herausbrachte. Damals hatte ich, auf der Suche nach einem neuen ornamentalen Ausdruck, kartuschenähnliche Gebilde gewählt, die mit ihren entfernt barocken Anklängen im Grunde kaum noch einen Zusammenhang mit irgendwelchen älteren Formen hielten. Es war in Zeichnung und Farbe ein wirkliches Suchen nach Neuland und als solches heute nur noch verständlich, wenn man die damals gültigen Einschläge danebenlegen könnte.

Diese Loslösung vom Hergebrachten galt auch einer neuen Geschmacksstaffelung in der Ware selber, und sie konnte eigentlich nicht erfolglos sein, weil sie zwischen dem Allzugewohnten und reichlich Unauffälligen der damaligen Ausstattung doch so etwas wie eine Fanfare war.

Bald hinterher folgte mit der S—i-Packung in ihrer Urform der erste Versuch, Pralinen in fester Verpackung und sauberem Verschluß zu ver-

The Editor:

Before the war you were one of the five great Berlin poster artists and you also had a great influence upon the development of sweets packings. How did it come about that wrappings for sweets developed along such different lines from all other wrappings?

Gipkens:

The first cover-papers for chocolate that I designed were the "three new kinds" in cakes of chocolate which Sarotti put on the market 23 years ago. At that time, on the hunt for a new means of ornamental expression, I chose a kind of cartridge form, faintly reminiscent of Baroque, but in reality bearing but little resemblance to any older forms. Both in colour and design it was a real attempt to be original and is only comprehensible to-day when it is possible to compare it with the usual covers in vogue at the time.

This breaking-away from the conventional went hand in hand with the creation of a new scale of flavours in the goods themselves, and it could not really fail to be successful because it was as unexpected as a trumpet blast among the all-too-familiar and commonplace packings of the day.

Soon after came the original S—i packing, the first attempt to put closed boxes of mixed chocolates on sale in hygienic form. "Pralinen", they

