

Mahlzeit!

Vermutlich kennt es jeder: Briefkästen füllen sich auf wundersame Weise – hauptsächlich mit Unerwünschtem, nie Gewolltem. Und damit sind weniger Rechnungen gemeint als Werbung. In Städten verbarrikadieren Werbesendungen und Wochenzeitungen (ein wohlwollender Begriff ohnehin) mitunter sogar die Hauszugänge. Spam per E-Mail ist auch ärgerlich, klar, aber immerhin stolpert man nicht darüber.

Nimmt man gezwungenermaßen das bunt bedruckte Papier aus dem Briefkasten, fliegen aus den Bündeln nicht selten auch noch Beilagen und Einleger. Darunter finden sich Möbelgeschäfte, die Stühle und Tische zu Preisen anbieten, die örtlichen Brennholz-Anbietern Konkurrenz machen – und, ja, vorzugsweise unsere Discounter aller Art. Beruhigend dabei immerhin, daß vermutlich kein wirklicher Gestalter sein Augenlicht dafür opfern mußte. Das Ergebnis freilich macht es nicht besser.

Es ist einfach unglaublich, fast schon unmöglich, wie lieb- und leblos Produkte dort gezeigt werden! Lebensmittel – man mag diesen Begriff bei vielem gar nicht mehr verwenden. Ein freigestelltes Foto, die Marke, dazu eine Bezeichnung oder Konkretisierung mit Mengenangabe und ein großer Preis. Zack, das nächste. Auf hell-cyanfarbenem Grund. Was bei »Litamin Wellness Duschgel« (250 ml, verschiedene Sorten, 0,79 Euro; 100 ml = 0,32 Euro) und »Gaggli Frischeier-Nudeln« (verschiedene Sorten, je 500-g-Packung 1,75 Euro; 1 kg = 3,50 Euro) noch ganz gut funktioniert. Obst und Gemüse ist ebenfalls ganz dankbar, weshalb es vermutlich auch gleich am Eingang eines jeden (besseren) Supermarktes steht. Aberwitzig allerdings wird es bei Fleisch und Wurst. Da kann man Petersilie oder anderes Grünzeug ums blutig-rote Fleisch drappieren oder die fahl-grau-beige »Hausmacher Leberwurst« auf ein Holzbrett legen (was um alles in der Welt heißt eigentlich »Hausmacher«?), es wird nicht besser. Eine Anmutung zwischen Pathologie und Biotonne bleibt einfach hartnäckig. Katzenfutter sieht in der Fernsehwerbung appetitlicher aus.

Gleichzeitig werden wahrlich keine billigen Leuchten und Leuchtmittel immer weiter und perfekter entwickelt, damit sie in den halbwegs anspruchsvollen Märkten Obst, Gemüse, Fisch und Fleisch ästhetisch perfekt in Szene setzen. Es gibt mittlerweile faszinierende Beleuchtungstechnik, die sich quasi selbst kalibriert, also das Anzustrahlende erkennt und seine Lichttemperatur et cetera entsprechend bestmöglich darauf einstellt. Über die RGB-Zusammensetzung ist sozusagen stufenlos jedes Ergebnis technisch möglich. Saftig, strahlend, knackig soll es wirken, das frische Sortiment.

Doch zurück zu den Zeitungsbeilagen, wobei es bei der Warenpräsentation, dem Service und der Architektur (ein großes Wort in diesem Kontext) letztlich um das Gleiche geht. Denn freilich wollen billige Discounter auch billig erscheinen. Billig wirken ist hier eine Kunst ex negativo, damit nicht am Ende noch jemand auf die Idee kommt, da wird unnötig Geld ausgegeben, also sinnlos verschwendet. Und das vielleicht noch für so nichtsnutzige Fotografen und Gestalter! Nein, da lassen sie sich wirklich nichts nachsagen, die hinlänglich bekannten. Und da es bei Artikeln wie Wurst und Fleisch letztlich keine großen Marken gibt, bei der Hardware wie Sekt wiederum (»Nymphenburg Sekt«, verschiedene Sorten, je 0,75l-Flasche 2,79; 1 l = 3,72 Euro) der jeweilige Name wirkt, braucht es (scheinbar oder wahrlich, wirklich) nicht mehr.

Nur konsequent ist dabei natürlich auch, daß Aspekte von »Fair Trade« bis zum ökologischen Anbau, Kosmetik ohne Tierversuche und anderes keine Relevanz haben. Der Preis heiligt die Mittel. Oder die Mittel den Preis. Daß die Beilagen meist auf Recyclingpapier gedruckt werden, kann dann eigentlich nur am günstigeren Papierpreis liegen oder der damit verbundenen billigen Wirkung. Naja, machen wir uns am besten schnell einen »Nescafé Gold«, (200g-Glas für 5,55 Euro; 100g = 2,78 Euro) und nehmen es gelassen. Denn wirklich arm ist wie immer nur das Schwein. Also dann, Mahlzeit!

Andreas Koop

aus dem Allgäu
100% oekoop

Andreas Koop ist Grafikdesigner und führt seit 15 Jahren ein renommiertes Designbüro im Allgäu. Unter dem Begriff »oekoop« werden dort zudem ökologisch sinnvolle Gestaltungslösungen entwickelt. Nebenbei engagiert sich Andreas Koop als Dozent, Autor und in einer sich derzeit konstituierenden Designforschung.

www.designgruppe-koop.de

**SONDER
SUPER
ANGEBOT
SPEZIAL**

führt seit
15 Jahren
ein Designbüro

15.99



Hackfleisch gemischt

laufend frisch durchgedreht

1 kg

0.99



Tellersülze

fein zur Brotzeit oder
mit Bratkartoffeln

500 g

1.99



Kalbslyoner

geschnitten

100 g

4.99*



Lauchroulade

herzhafte Fleischpastete

250 g

1.99



Nymphenburg Sekt

verschiedene Sorten, je 0,75l

1 Flasche

1.99



Hackfleisch gemischt

laufend frisch durchgedreht

200 g

5.99

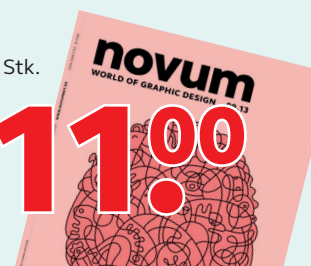


Design gemischt

Spezialitäten aus der Welt
des Designs, jeden Monat frisch

1 Stk.

11.00



Wellness-Duschgel

250 ml, verschiedene Sorten
100ml = 0,32€

250 ml

0.79

