



**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](http://www.designgruppe-koop.de)

## Live and let die

**Verpackungen gestaltet man gemeinhin, um zum Kauf zu animieren, von den jeweiligen Produktvorteilen zu überzeugen. Das ist, sagen wir bei einem Joghurt oder einem Parfum, noch ganz nachvollziehbar und relativ einfach. Aber wie geht das bei Schädlingsbekämpfungsmitteln? Wie präsentiert man die Vorteile eines Rattengifts? Denn auch hier stehen vermutlich mehrere Produkte im abgeschlossenen Glasschrank beim Baumarkt oder zeigen sich im Internet eine Reihe von »Shopping-Ergebnissen«.**

Ausgangspunkt waren einige Seiten im Katalog von Gärtner Pötschke. Was so beschaulich klingt, ist ein richtig großes Unternehmen. Auf Hunderten von Seiten sieht man prächtige Pflanzen, üppige Gärten – alle Blüten dieser Welt. Und dann die Mittel, die das alles forcieren und schützen. So stößt man schließlich auf Dünger und Pestizide, findet auf einmal BASF, Bayer und Co. Doch die mit Abstand auffälligsten Produkte sind von Ratron. Eine Verpackung für Rattengift, um es pointiert zu sagen, sollte sich ja schon unterscheiden von jener für Mäusefutter. Zwar zeigen beide einen Nager – doch dem einen soll es wohl ergehen, soll Gesundheit und ein langes Leben beschieden sein, dem anderen hingegen droht seine effiziente Beseitigung. Das Farbklima von Ratron zeigt auf den ersten Blick: Hier geht es nicht so sehr um Vitalität! Ein künstliches, unangenehmes pink-lila-blaues Farbklima, das schon im Kontrast steht zum »Nagerfutter«, das sich eher wie eine Müsliverpackung präsentiert (interessant ist, daß all die Unkrautvernichtungsmittel sehr wohl in leuchtendem Grün daherkommen). Gut, die Namen sind mitunter auch eindeutig, wie bei den »Gift-Linsen«. Nicht weniger wie der Markenname Ratron – im Kampf gegen den Feind, das Feindbild des gefährlichen, gesundheitsschädlichen Nagers. Da braucht es schon mehr, eben einen Ratron!

Wie aber zeigt man eine Maus, eine Ratte, die so vital ist, daß sie zwar eine ganze Ernte bedroht, doch gleichermaßen verwundbar ist und eigentlich dank des Giftes todgeweiht? Einerseits drängen immer mehr dieser Schädlinge auf das Feld, ein ganzer Ansturm, der damit auch jedes Mittel

rechtfertigt, andererseits haben sie nicht den Hauch einer Chance. Sie gleich tot zu zeigen, geht auch nicht wirklich; auf der Flucht vielleicht gerade noch.

Am interessantesten ist deshalb wohl der 8-kg-Karton »Gift-Linsen«. Die gesamte Typografie in einer mindestens fett-kursiven (viel hilft viel!) Helvetica gesetzt, diese doch recht unpersönliche, wenig blumige Schrift, eine Art typografischer Gummihandschuh. Der Markenname wird größer dargestellt als der Produktname – gut, Ratron spricht halt schon für sich! Im Mittelpunkt dann eine Maus, die schwer zu beschreiben ist. Zurückschreckend und angriffsbereit zugleich, hinter ihr ganze Heerscharen von Artgenossen – Zähne zeigend, zum totalen Fressen bereit, praktisch unausrottbar und scheinbar eine Gefahr für die halbe Menschheit. Doch da starten schon einige der Giftlinsen ihre ersten Angriffe. Wie Ufos, pink- und lilafarbene fliegende Untertassen, geht es todesmutig auf die übergroßen Schädlinge. Die Größenverhältnisse zeigen: Es sind alle Mittel erlaubt. »Im Felde stehen« bekommt hier eine nochmals andere Nuance.

Andere Verpackungen von Ratron wiederum geben Einblick in das nicht Sichtbare: Wie Nagetiere mit linkischem Blick und scharfen Zähnen von ihren unterirdischen Gängen aus Wurzeln anfressen und so für Schäden und Ernteauffälle sorgen. Dagegen gibt es immerhin die »Schermaus-Sticks« mit »jetzt 60% mehr Reichweite«. Gegen Ratten und Mäuse in Stall und Haus helfen die »Power-Packs«. Deren Verpackung, die an eine Mischung aus Spülmaschinen-Tabs und Urinstein-Entferner erinnert, zeigt erschrockene Nagetiere auf der Flucht, die Augen und gewaltigen Zähne blitzen auf – dramatisch drängen die Tiere hinaus und hinein gleichzeitig, in die Verpackung, in das Haus. Doch angelegt sind die ausgefertigten Power-Packs eher für die finale Lösung ohne Entkommen. Es gäbe noch viele befremdlich-faszinierende Verpackungen aus diesem Genre zu zeigen und zu beschreiben, auch deren Namen sind mitunter unglaublich (»TabulaRaza«). Da ist es glücklicherweise in unserer Branche eine recht harmlose Angelegenheit, sich Schädlinge vom Leib zu halten: mit einem Antiviren-Programm.