

# VOM STRUMPF ZUM FADEN

## Jubiläumsetikett für einen Drogeriemarkt

>> von Birgit Meyer > „Toll – der eigene Entwurf wird umgesetzt und ist bundesweit sichtbar“, freute sich Michael Brenner, Student der Visuellen Kommunikation an der Hochschule Pforzheim. Die von ihm entworfenen Etiketten zieren seit September 2015 die Jubiläumsproduktion der dm-Marke Fascino Strumpfwaren. Zum 10. Geburtstag dieser Marke schrieb die Drogeriemarkt-Kette einen Design-Wettbewerb an der Fakultät für Gestaltung aus.

Wie kann eine etablierte Marke ein Jubiläum visualisieren? Was muss ein Etikett aussagen? „Ein Jubiläumsetikett darf anders sein, eine neue Perspektive auf das Produkt geben und soll trotzdem für das Unternehmen stehen“, fasst Alice Chi zusammen. Die Professorin betreute die Studierenden beim Designwettbewerb. Die zukünftigen Designer näherten sich der Aufgabe auf unterschiedliche Weise: freie Assoziationen zum Thema Textil und Geburtstag, Vor-Ort-Recherche im Drogeriemarkt oder das Tragen der Strumpfware. Schließlich muss die Etikettengestaltung nicht nur vom Design überzeugen, sondern auch in der Funktionalität. Das birgt einige Herausforderungen: das bestehende Corporate Design ist zu berücksichtigen – und trotzdem soll es im Ladenregal ein Hingucker sein und neue Kunden zum Kauf anregen!

Was macht einen Strumpf aus? Michael Brenner nahm den Produktionsprozess der Socken in Augenschein. Von der fertigen Strumpfware ging er zurück zum Rohmaterial. Er untersuchte Strickartikel und war dabei nicht zimperlich. „Ich musste die Bestandteile sehen“, führt der Student der Visuellen Kommunikation aus. Er zerschnitt die Fascino-Socken, spannte sie auf und scannte das so sichtbare Muster ein. Das mikroskopisch vergrößerte Muster am Ende dieses Findungsprozesses gab schließlich den Ausschlag. „Ich habe am Rechner gesehen, dass ein Faden aus unzähligen vielen kleinen Prisma-Formen besteht. Diese Prismen habe ich in eine Rasterform gebracht, daraus ist mein Entwurf entstanden“, erklärt der Designer.



Bild oben: 100.000 Etiketten von Michael Brenner werden für den dm-drogerie markt produziert, Foto: Harald Koch. Bild unten: Michael Bausch und Daniela Bednar-Müns gratulieren Michael Brenner zum Siegerentwurf. Foto: Petra Jaschke

„Der Prisma-Entwurf ist schlicht, aber hintergründig durchdacht und lässt sich durch unterschiedliche Farbgebungen sowohl für Damen als auch für Herren einsetzen“, lobte die Jury den Siegerentwurf. Für Michael Brenner war der Wettbewerb reizvoll: „Dass der eigene Entwurf in Serie geht, mit einer hohen

Auflage produziert wird und deutschlandweit im Handel erhältlich ist, war für uns alle spannend.“

**Birgit Meyer M.A.**  
ist Pressereferentin der Fakultät für Gestaltung.