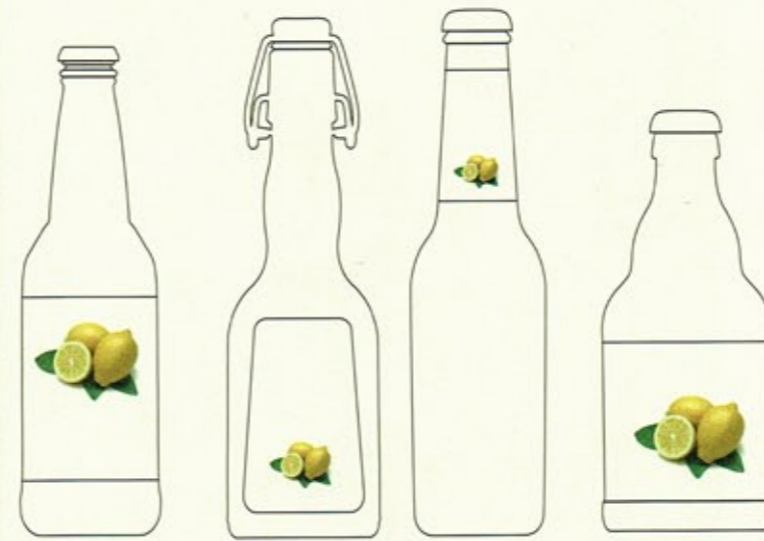


WENN DAS LEBEN DIR ZITRONEN SCHENKT

AUTOR · IVEN SOHMANN



An dieser Stelle lässt Designer Iven Sohmann einmal nur das Auge trinken. Als Schreiber und Kritiker kommentiert er Bierflaschen und -stile vom Namen über die Verpackung bis hin zur Werbekommunikation.

Thema heute: Das Radler oder Wie das Zitrus-Kartell den Produzenten das Packaging diktiert.

Zu früh, zu warm, zu durstig oder zu Auto für Bier? In drei von vier Fällen ist ein Radler die passende Antwort. In letzterem sei jedoch zum Taxi geraten. Zur Erinnerung: mit der Blutalkoholkonzentration steigt die Unfallgefahr. Aber nicht nur in Sachen Verkehrssicherheit ist das Radler kritisch zu beäugen, auch das Verpackungsdesign stößt sauer auf. Doch von vorne...

Nachdem das Bier-Limonaden-Mischgetränk erstmals gegen Ende des 19. Jahrhunderts als »Shandy« innerhalb der britischen Streitkräfte die Runde machte, schwappte es unter verschiedenen Bezeichnungen auch in den deutschsprachigen Gaumen: *das* oder *der Radler*, *Alster(wasser)*, *Panaché*, *Panasch*, *Potsdamer*, *Tango*, *Fliegerbier*. Erst seit einer Änderung des Biersteuergesetzes im Jahre 1993 ist der Verkauf als Fertigmischung in Flaschenform hierzulande erlaubt, woraufhin sich der Begriff Radler als Sortenbezeichnung ausbreitete. Die Gestaltung der glasigen Zweikomponentenheber uniformierte sich ebenfalls – gab es hier etwa geheime Absprachen?

Klar, die Herstellung von Radler ist kein mixologisches Opus Magnum, aber wie lieblos die Bier-Labels teilweise »befruchtet« werden, verstößt gegen jede Etikette. Nicht nur, dass man als Verpackungsdesigner die Hälfte der gezeigten Zitronen bereits den einzelnen Online-Bilddatenbanken zuordnen kann, mitunter erinnert man sogar deren würdevollere Inszenierung auf Geschirrspültabs oder WC-Reinigern. Auch hinterfragt keiner die augenscheinliche Gelbsucht in der Sortencodierung. Müssen Radler-Etiketten wirklich *per se* gelb sein? Sind Rotwein-Etiketten rot? Für die eine oder andere Fahrraddarstellung auf den traditionell bildreicheren Verpackungsdesigns des Südens muss man schon dankbar sein. Die Faustformel lautet schließlich: Standardetikett + Stockfoto-Zitronen + Evergreen-Gelb + vermeintlich handschriftlicher Sortenschriftzug = Radler-Etikett. Ist das Ganze doch nicht mehr als die Summe seiner Teile? Zugegeben, dem Geschmackserlebnis wird das bisweilen gerecht.

Etwas weniger Systemtreue wäre dennoch wünschenswert. Anstatt halbierte Zitrusfrüchte in die Ecken des Etiketts zu drängen, könnte man sie personifizieren, ihre Schale zu Schrift verarbeiten, ihre Silhouette als Grundform nutzen, ihre Haut zu Dekor stilisieren oder wenigstens mal die nicht von ungefähr auch als Zierpflanzen verwendeten Bäume zeigen. Man könnte die Zitronen mit der Hopfenbolde kreuzen, sie als Sonne inszenieren oder ihr Inneres zur sportlichen Zielscheibe erklären. Oder man entsagt dem Schema Z und visualisiert stattdessen den Vorgang des Mischens. »Geradlert, nicht geschüttelt.« Oder man entwickelt den Bügelverschluss zum Fahrradhelm, um bei all dem gefährlichen Halbtrinken wenigstens etwas Verkehrserziehung zu vermitteln. Radler bewusst genießen. Und gestalten!