

Fachhochschule Potsdam, Sommersemester 2019: die Tüte wird endlich eingeschult. Unter der Annahme vollständiger Legalisierung entwickeln 16 Studierende des Fachbereichs Design Marken- und Verpackungsdesigns für Cannabisprodukte. Wie medizinisch müssen und wie lifestylely dürfen diese für den deutschen Markt gestaltet sein? Welche Geschichten haben die Pflanze und die Kultur ihres Konsums zu erzählen? Und geht das alles eigentlich auch ohne Hanfblatt? In seinem Seminar „Future Shit“ lässt Iven Sohmann die Köpfe rauchen.

„Wer hat bereits Erfahrungen mit Cannabis gesammelt?“

„Wer von euch hat denn bereits Erfahrungen mit Cannabis gesammelt?“ Zaghaft regen sich viele Arme, einige nur unter Augenrollen. „Anders gefragt: Wer von euch ist denn noch gar nicht mit Cannabis in Berührung gekommen?“ Stirnrunzeln, zweifelnde Blicke. „Meint er das gerade ernst?“ Sagen wir so, die kurze statistische Erhebung zum Auftakt des „Kifferkurses“ entkräftet weder das Klischee kiffender Studis noch das Klischee kiffender Kreativer. Angesichts des offiziellen Kurstitels „Future Shit – Branding und Packaging für Cannabisprodukte“ war eine gewisse Affinität zum Thema schließlich zu erwarten, wenn nicht sogar erhofft.

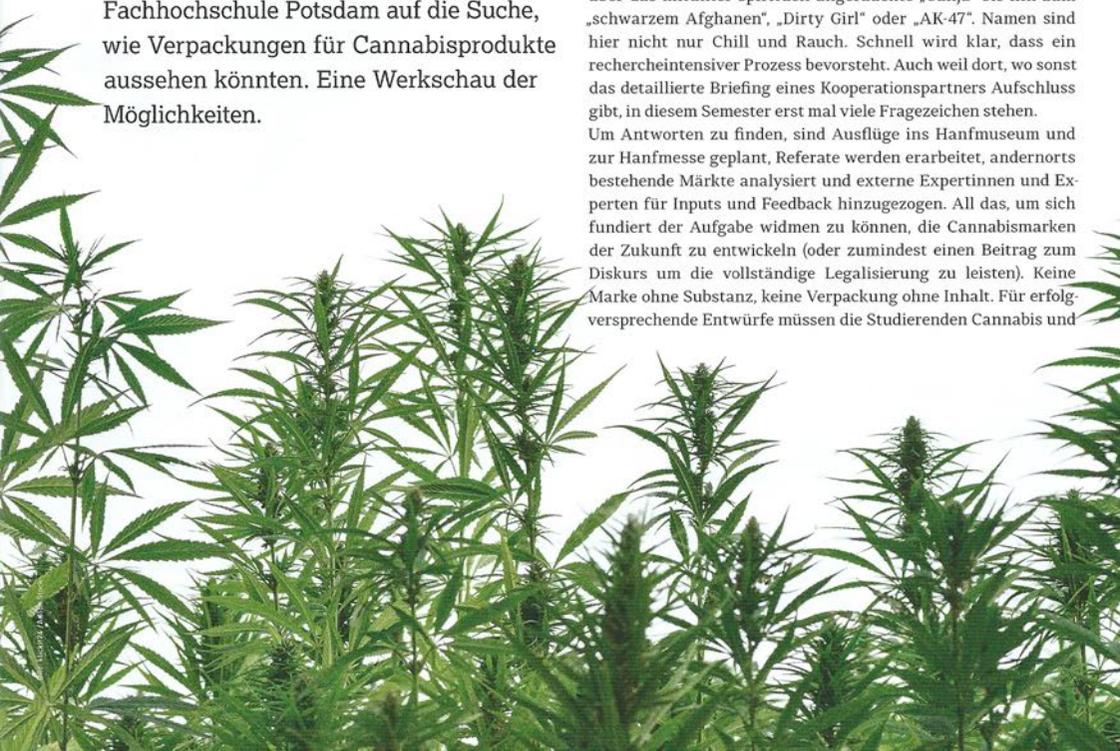
Verpackungen für Cannabisprodukte

Der Reiz des Verbotenen

Unter dem offiziellen Kurstitel „Future Shit – Branding und Packaging für Cannabisprodukte“ machten sich Studenten der Fachhochschule Potsdam auf die Suche, wie Verpackungen für Cannabisprodukte aussehen könnten. Eine Werkschau der Möglichkeiten.

Dass Studium und Kreativität als Assoziationen zu Cannabis vergleichsweise unproblematisch sind, macht die anschließende Besprechung gängiger Synonyme und Sortenbezeichnungen deutlich. Vom politisch gerne instrumentalisierten „Marihuana“ über das mitunter spirituell angerauchte „Ganja“ bis hin zum „schwarzem Afghanen“, „Dirty Girl“ oder „AK-47“. Namen sind hier nicht nur Chill und Rauch. Schnell wird klar, dass ein rechercheintensiver Prozess bevorsteht. Auch weil dort, wo sonst das detaillierte Briefing eines Kooperationspartners Aufschluss gibt, in diesem Semester erst mal viele Fragezeichen stehen.

Um Antworten zu finden, sind Ausflüge ins Hanfmuseum und zur Hanfmesse geplant, Referate werden erarbeitet, andernorts bestehende Märkte analysiert und externe Expertinnen und Experten für Inputs und Feedback hinzugezogen. All das, um sich fundiert der Aufgabe widmen zu können, die Cannabismarken der Zukunft zu entwickeln (oder zumindest einen Beitrag zum Diskurs um die vollständige Legalisierung zu leisten). Keine Marke ohne Substanz, keine Verpackung ohne Inhalt. Für erfolversprechende Entwürfe müssen die Studierenden Cannabis und



seine Kontexte aufsaugen – „unter strengster Einhaltung der örtlichen Brandschutzverordnung natürlich.“ Lachen in der letzten Reihe.

Konzept, kommt Rat

Aufgrund der sportlichen 13 Semesterwochen überschneiden sich Recherche- und Konzeptionsphase zwangsläufig. Kreativitätstechniken wie Clustering und Freewriting helfen den Studierenden bei der Entwicklung von Markennamen und Slogans, die Erstellung von Moodboards visualisiert erste Gestaltungsansätze, inhaltliche Ideen und Marktpositionierungen werden regelmäßig zur Diskussion gestellt. Die Vorgehensweise versteht sich hierbei als Empfehlung, nur „der regelmäßige Austausch ist unerlässlich!“ Anwesenheitspflicht: keine.

Parallel dazu konkretisieren sich die praktischen Mindestziele. Am Ende sollen alle Teilnehmenden einen Markennamen samt Logo, Keyvisual und Pflichtangaben auf das Packaging von zwei Produktlinien (Blüten, Öle, Edibles etc.) bringen, die sich jeweils in drei Sorten bzw. Strains unterteilen. Die Gebinde an sich sind dabei wie das THC-CBD-Verhältnis frei zu wählen. Ein Hang zu höchst potenten Pre-Rolls in To-Go-Verpackungen zeichnet sich jedoch früh ab – der Reiz des Verbotenen.

Gestalterische Puzzleteile zu einem Erscheinungsbild zusammenfügen

Die Herausforderung lag darin, die vielen kreativsprachlichen, gestalterischen und strategischen Puzzleteile zu einem Erscheinungsbild zusammenzufügen, das eine schlüssige Geschichte erzählt. Und all das dann 16 Mal, bitte – die gescheiterten Versuche noch nicht mitgezählt. Fortschritt, Feedback, Fortschritt, Feedback, Fortschritt, Feedback. Interessant zu beobachten ist, wie sich die Entwürfe der Studierenden im Laufe des Semesters immer weiter ausdifferenzieren. Zukunftsträchtige Themen scheinen zu motivieren.

Dass die Resultate am Ende des „Future Shit“-Kurses so erfreulich divers sind, ist natürlich auch den Freiheiten zu verdanken, die ein zumindest in seiner vollständigen Legalität fiktiver Markt so mit sich bringt. Inhaltlich reichen die Entwürfe von Großformeln über Polit satire bis hin zur Quantenphysik, stilistisch wird sich grafischer, fotografischer und illustrativer Lösungen sowie deren Mischformen bedient. Sollte die Fiktion einmal Realität werden, könnten die Schubladen der FH Potsdam schnell zu Startlöchern werden.

Autor: Iven Sohmann

Madame Jade

Design: Lilli Jasmin Homsi

Die nach dem Schmuckstein benannte Madame Jade gold-glänzt als Markenname und -figur vor grünem Grund. Schließlich lehnt sich die Gestaltung an das Art déco der Goldenen Zwanziger an, die für die Emanzipation der Frau wegweisend waren. Während die Fertigjoints wahlweise in Papp- oder Metalletuis verpackt sind, betten sich die Blüten in aufwändig gestalteten Pralineschachteln. Neben den detailreichen Ornamenten und Zierschriften von Madame Jade wirkt After Eight wie 08/15. Die insgesamt sechs verschiedenen Strains ordnen sich indes per Sekundärfarbe.



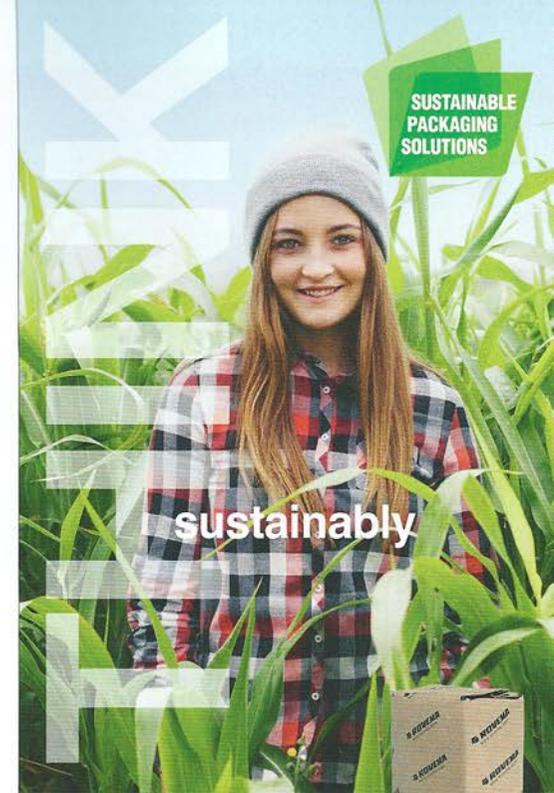
Iven Sohmann (Mitte), 31, ist freiberuflicher Marken- und Verpackungsdesigner in Berlin und Hamburg mit dem Schwerpunkt auf Lebens- und Genussmittel. Seit 2017 unterrichtet er Branding und Packaging am Fachbereich Design der FH Potsdam und ist immer auf der Suche nach spannenden Kooperationen für den Lehrbetrieb. → ivensohmann.de

420/030

Design: Josephin Kunze

Der internationale Code für Cannabis und die Berliner Vorwahl bauen zusammen einen Markennamen, der sich wie die Hotline eines Straßenapothekers liest: „Four-Twenty-Null-Drei-Null“.

Puff-puff-passend dazu zeigen die Schachteln und (Nicht-Jute-)Beutel der Marke fiktive U-Bahnhöfe, die sich jeweils aus den wichtigsten Stationen eines Bezirks zusammensetzen. Merkmale wie Fliesenmuster, Farben, Schriften und ihre Trägerformen werden hierbei neu kombiniert, um eine flächendeckende Identifikation zu ermöglichen. Insgesamt sind so neun Verpackungsdesigns entstanden, die nur die Typografie für das Kleingedruckte gemein haben und dennoch einen hohen Wiedererkennungswert aufweisen.



An die Zukunft denken und flexibel bleiben

Sie suchen nach einer nachhaltigen Lösung, die den komplexen Ansprüchen der modernen Kreislaufwirtschaft gerecht wird? Gemeinsam mit Ihnen erarbeiten wir Lösungen zur Packstoffeinsparung und zur Verwendung nachwachsender oder recyclingfähiger Packstoffe.

Sprechen Sie mit uns auch über die technische Umrüstung Ihrer vorhandenen ROVEMA Maschinen und machen Sie Ihren Maschinenpark fit für die Zukunft.

Reduce, Reuse, Recycle and THINK sustainably



ROVEMA GmbH
Industriestrasse 1
35463 Fernwald
Germany
www.rovema.com

ROVEMA
Passion for packaging



ENDLICH HIGHER ABEND



Yope

Design: Gesche Amelie Ringer

Das patente Portemanteau aus „Yo“ und „Dope“ zeigt dem Jugendwort des Jahres, was 'ne Marke ist. Mit schilder-malerischem Hand Lettering zieht sich der Markenname diagonal aufsteigend über die Blüten-Standbeutel bzw. Pre-Roll-Metallboxen, deren Formatgrenzen er mit jugendlichem Leichtsinn sprengt. Die urlaushaften Farbverläufe, die die jeweiligen Cannabissorten codieren, senden ebenfalls positive Vibes und tragen entscheidend zum unbeschwerten Erscheinungsbild von Yope bei.



Sphere

Design: Dimitri Klink

Sphere (dt. „Sphäre“) als auserwählter Markenname liegt übernatürlich nahe. Die von den Rätseln des Universums inspirierte Marke Dosen voller Buds, Boxen voller Joints und – wie könnte es anders sein – Standbeutel voller Space Cookies. Alufolie trifft Astronauten-nahrung. Typografisch wie farblich geben sich die Sphere-Verpackungen ebenfalls nerdy und hantieren mit Sci-Fi-artigen Schriften und grellen, „websicheren“ Farben aus den Anfängen des Internets.

Mit Verfasseramen gekennzeichneten Beiträge geben die Meinung der Autoren wieder und nicht die Meinung der Redaktion. Namentlich gekennzeichnete Beiträge werden allein vom jeweiligen Autor verantwortet.



Aeskulap

Design: Manuel Gotovac

Die Marke Aeskulap lässt den Griechen-Gott einen guten Hanf sein und hat sich verschreibungsfrei der Heilung verschrieben. Als steter Begleiter windet sich die aus Arztpraxen und Apotheken bekannte Schlange ausnahmsweise um einen Cannabisstamm und bewacht die Siegelketten der Blüten- und Pre-Roll-Kartonagen. Der Slogan „corpus et mente“ (dt. „Körper und Geist“) gibt sich ebenfalls medizinisch. Der Markenschriftzug mit der prägnanten AE-Ligatur, die Siegel und die klar typografierten Pflichtangaben lassen genug Raum, um die Hintergründe subtil mit Cannabisblättern und Marmorflächen zu gestalten. Letztere verweisen wie die Sortennamen „Hypnos“, „Morpheus“, „Apollon“, „Gaia“ und „Herkules“ auf das antike Leitmotiv und changieren farblich mit ihnen und den Siegelketten.

2.-5. Dezember 2020
Labelexpo India
Stand J18
Greater Noida, Delhi (NCR), Indien



Präzision und Wirtschaftlichkeit als Erfolgsbaustein

Mit Rotationsschneidsystemen von Schobertechnologies machen Sie Multifunktions-einheiten so einfach wie möglich, wenn es um die kostengünstige Produktion von hochpräzisen Verbindungselementen und Isolatoren für die Kommunikationstechnik sowie für die Elektronik- und Automobilindustrie geht. Perfekte Technologie für HighTech-Anwendungen.

www.schobertechnologies.de

wenn es um Stanzen, Lochen, Schneiden, Perforieren, Nuten, Rillen, Prägen, Siegeln, Ultraschallschweißen, Aufspenden, Cut & Place, Zusammentragen, Falzen, Leimen oder Lasern geht ... **fragen Sie uns, wir beraten Sie – weltweit.**

Schobertechnologies GmbH
Industriestr. 2 · 71735 Eberdingen/Germany
Tel +49 7042 790-0 · Fax +49 7042 7007
info@schobertechnologies.de

Batterie

Energiespeicher
Brennstoffzelle

Leiterplatten

Solarzellen
Mehrlagige Etiketten

Entwicklung und Konstruktion von
Maschinen, Aggregaten und Ersatzteilen
zur Herstellung von
**technischen &
elektronischen Produkten**

