

## *Schweinchenrosa mit leichtem Stritz*

KRITIK DES GEBRAUCHSGRAFISCHEN KLEINBÜRGERTUMS ODER:  
MEIN LIEBSTES HUSTENBONBON

von Martin Z. Schröder

Nachdem das Original über 130 Jahre seine Dienste ordentlich getan hatte, hat man ihm nun eine zweite, veränderte Sorte zur Seite gestellt. Erst jetzt, nachdem wir so lange Zeit - schon ohne Aufmerksamkeit - von der Ursprungsfassung gezehrt haben; erst jetzt, da wir an der zweiten Fassung einige Ungeschicklichkeiten feststellen müssen; jetzt erkennen wir die wahre Größe der originalen „Echten Krügerol Halsbonbons“, benannt nach ihrem Leipziger Erfinder Richard Krüger. 1990 wurde die Produktion eingestellt, 1994 wieder aufgenommen und die Verpackung renoviert. Wir wollen die Gelegenheit der Angebotserweiterung der Leipziger Krügerol-GmbH nutzen, das Original zu würdigen und die neuen, zuckerfreien Krügerol kritisch zu prüfen.

Bevor wir zum Inhalt kommen, wollen wir uns die Form ansehen und beginnen mit der Schutzhülle. Die originalen zuckerhaltigen Krügerol befinden sich in einer optisch quadratischen Papiertüte, rechnerisch elf Zentimeter breit, zwölf Zentimeter hoch gemessen. Das Papier ist innen hygienisch gummiert, außen glatt gestrichen. Die Verpackung in der Papiertüte mag nicht mehr zeitgemäß scheinen, sie ist's um so mehr, da die Extravaganz des Profanen, Einfachen in den Hustenbonbonregalen sogleich ins Auge fällt. Dazu trägt insonderheit die Farbgebung der Tüte bei. In den Regalen werden wir vor allem blaue, weiße und grüne Töne finden in Kunststoffhochglanz, selten brillant gebrochen, oft blendend.

Die Grundfarbe der klassischen Krügerol-Version (mit Zucker) ist ein Hautton, auch „Schweinerosa“, mit einem leichten „Stritz“ (Barbara Wrede, 1997) Saturnrot angefeuert und Titanweiß weich und fleckenfrei abgemischt, der gut deckt. Etwas oberhalb der optischen Mitte steht in Weiß, schwarz abgesetzt, der Schriftzug „Krügerol“ aus der Futura. Die ü-Pünktchen sind stark vergrößert und in eine Doppelreihe aus ebenso großen Punkten eingereiht, die sich im linken zweiten Viertel von oben nach unten zieht. Die Farbe der übrigen Punkte: Azur mit einem Stich chromoxidgrün feurig, einem ganz leichten Stritz Coelinblau und mit Titanweiß weich abgemischt. Die Brechung durch das Überdrucken an den Rändern der türkisfarbenen Punkte hin zum Hautton läßt sich als gutnachbarliches Zusammentreffen zweier im Farbkreis etwa gegenüberliegender Töne charakterisieren. Durch das gedämpfte Schweinerosa wird eine weitere farbige Schriftanordnung im rechten unteren Viertel der Tüte annehmbar, ein mit Zinkweiß hart abgemischtes Magenta in weißer Umrandung. Die Schriftaufteilung steht streng im Lot, zwei vertikale Achsen, davon die Türkispunkte als Hauptachse, geben der Fläche Struktur, da sie mit der Horizontalen, nämlich der Zeile „Krügerol“, in einem günstigen Spannungsverhältnis stehen. So stört es gar nicht, daß die rechte kürzere Achse

einen halben „Rosenstock“ ausmacht, wie wir es nennen, wenn ein Text streng auf Mitte gesetzt wird.

Die Rückseite ist funktional gegliedert, sparsam farbig, links eine schmalere Spalte mit dem Haupttext, der auf das originale Leipziger Rezept der Krügerol-Halsbonbons hinweist sowie Ratschläge zur Anwendung unterbreitet. Unten rechts steht in halbfetter Futura die bekannte Losung „Nimm Krügerol zur rechten Zeit bei Husten und bei Heiserkeit“ – im klassischen Versmaß. Hervorzuheben ist die wohlfeile Sparsamkeit im Schriftgebrauch. In einer Zeit, die wir nebenbei als modernes Biedermeier apostrophieren, da nämlich alle Flächen vor verschiedensten disharmonisierenden Schrifttypen und Farben schier überborden wollen, einer Zeit gebrauchsgraphischen Kleinbürgertums also, ist die vernünftige Verwendung nur einer Grundschrift, natürlich in verschiedenen Graden und Schnitten, typographische Groß- und Wohltat – zumal mit der von Paul Renner geschaffenen, 1932 erstmals als Bleischrift gegossenen Futura ein Klassiker Einsatz findet.

Diese Verpackung der Krügerol ist keine geniale Leistung, aber eine handwerkliche gute Tat, die unseren Alltag würzt. Ganz anders dagegen die neue Tüte. Hier haben nun Entwerfer kurze Zeit nach der Kreation des Originals mit harter Hand zerstört, was eben noch unseren Beifall gefunden hatte. Um eine Werbekonstante zu entwickeln, heute nennen es die Großkopfeten der Branche „Corporate identity“, hat man die Typographie in der Grundstruktur beibehalten. Nicht schlecht gedacht. Statt nun geduldig eine geeignete neue Farbharmonie zu suchen, hat man die Farben die alten Hülle einfach gekontert, mußte aber dem oben genau beschriebenen Türkis eine gehörige Portion Mischweiß zusetzen, da der Türkiston sonst zu dunkel geklungen hätte. Mit dem Ergebnis, nun eine aufgehellte, dafür jedoch lasierende Farbe zu erhalten, die auf der Fläche zwar deckt, aber eben nur fleckend deckt.

In diesen Türkistümpel hat man dann das Schweineros gepunktet. Möglicherweise hätten wir's mit Schmerzen ertragen, würden nicht die ungünstigen Brechungen der an den Rändern überdruckenden Farben schlechte, weil disharmonische Überstrahlungen bilden. Gipfel des geschmacklichen und technischen Mißlingens: die Gier nach Originalitätssteigerung, die die Entwerfer zu dem typographischen Verbrechen verleitet hat, in die saubere Aufteilung recht oben ein schräges Rechteck ins Schweinerosa zu stellen, in das dann, weit ins Türkis ragend, ein weißes, schwarzgerändertes „NEU“ und im Rosa stehend ein fettes vollschwarzes „zuckerfrei“ geknallt wurden. Damit hat man die traditionelle Gestaltung zerstört und ihr den Charme der älteren, zwar angestaubten, aber immerhin streng-eleganten Gouvernante, die unseren guten Geschmack überwacht, beraubt.

Das darf man getrost eine brutale Typographie nennen. Eine Typographie jenseits des guten Geschmacks, eine modische, eine aufdringliche, verspielte, vordergründige und plumpe Typographie. Nein, keine Typographie, ein ideologisches Gekleckse ist das. Der letzte Tropfen Ungeschicklichkeit läßt das Faß nicht mehr überlaufen als ohnehin: Die Farbe der Schrift rechts unten hat man vom Magenta verwandelt hin zu einem noch härteren mit Zinkweiß abgemischten Karminrot - pfui! Diese Tüte können wir indes nicht mehr inkriminieren, als die meisten anderen um sie herum, aber wer das Original

kennt und dann seine Schändung bemerken muß, der kann nicht anders, als diese unsensible Graphik zu geißeln. Die Kehrseite der Tüte reiht sich vollends ein in das Getümmel des Kleingedruckten beliebiger Packungsrückfronten: zwei in der Breite ungeschickt angeglichene Spalten, eine Farbe mehr, wesentlich mehr Text, dafür nicht mehr in ganzen Sätzen, kein gängiger Vers mehr, aber ein Hinweis auf abführende Wirkung bei übermäßigem Verzehr (igitt!)

Wie sieht's mit dem Korpus des Bonbons aus? Die Bonbon-Form ist in beiden Sorten identisch: gaumenschmeichlerisch nämlich, ein elliptischer Zylinder. Alles andere trennt erste von zweiter Auflage. Wer die Tüte in Schweinerosa aufreißt und einen olfaktorischen Eindruck zu erlangen sucht, den wird der milde Duft verführen, ein Bonbon aus der Türe zu bugsieren. Dies ist von elfenbeinartiger Mattigkeit, ganz distinguerter Adel, und von zurückhaltendem, reifen Auftritt. Die neuen Krügerol hingegen riechen stark aus der Tüte, aufdringliches scharfes Menthol dringt vor.

In der Hand liegen sie nackt, neu, ja unnatürlich synthetisch in Transparentweiß. Im Mund sind sie glatt und kalt, während die Zunge dem originalen Zucker-Krügerol mit seiner rauhen warmen Oberfläche gerne eine Heimat gibt. Die Zucker-Krügerol schmecken gewiß vorwiegend nach Menthol, schließlich sind es Hustenbonbons, aber Zitrone schmeckt stets zart mit. Die geschmackliche Komposition ist raffiniert, harmonisch, sensibel. Kopfnote: Menthol, Herznote: Zitrone, Basisnote: Zucker. Lutschen: lieblich mit frischer und leicht knackiger Säure mit Fülle, weicher anhaltender Abgang. Dagegen die neuen Krügerol aus 98 Prozent Isomalt statt Zucker sowie Süßstoffen Aspartam und Acesulfam-K: Minze dominiert, streitet mit Menthol scharf um Vorherrschaft, Zitrone dringt brachial ein. Kopfnote: Menthol, Herznote: Zitronensäure, Basisnote: Menthol. Vordergründig. Lärmig, gewöhnlich, disharmonisch. Eben zuckerfrei! Preis pro 50 g: Krügerol als Zuckerbonbon: 1 DM. Krügerol ohne Zucker: 1,50 DM.

Resümee: Wer nicht unbedingt aus medizinischen Gründen zuckerfreie Hustenbonbons lutschen muß, ist mit dem hervorragenden Klassiker Krügerol in schweinerosa Tüte bestens bedient und wird auch ohne Halsschmerzen hin und wieder gerne ein Krügerol nehmen. Bonbons aus Zucker, ohne Ersatzstoffe, sind und bleiben in absehbarer Zeit geschmackliche Spitze. Wer auf Zucker wirklich verzichten muß, sollte Krügerol zuckerfrei mit Produkten anderer Anbieter vergleichen: 50 Prozent Preisaufschlag für eine typographische Zumutung und ein schwaches Bonbon – eine absolute Fehlleistung gegenüber dem Original; der Preis dürfte allerdings noch immer unter vergleichbaren zuckerfreien Hustenbonbons liegen, weshalb sich auch dieses neuartige Produkt gegenüber der zuckerfreien Konkurrenz vermutlich empfiehlt.

Da die Wirksamkeit von Hustenbonbons aus der Sicht des Kritikers eher eine religiöse Frage ist, wird sie hier nicht behandelt. Medizinisch nachweisbar sind die Wirkungsgrade beliebiger Hustenbonbons nicht, also ist's müßig, darüber zu grübeln. Der heilsame Effekt tritt ein, weil man an seine Hustenbonbons glaubt.