

Eine Bierdose von Studenten designt

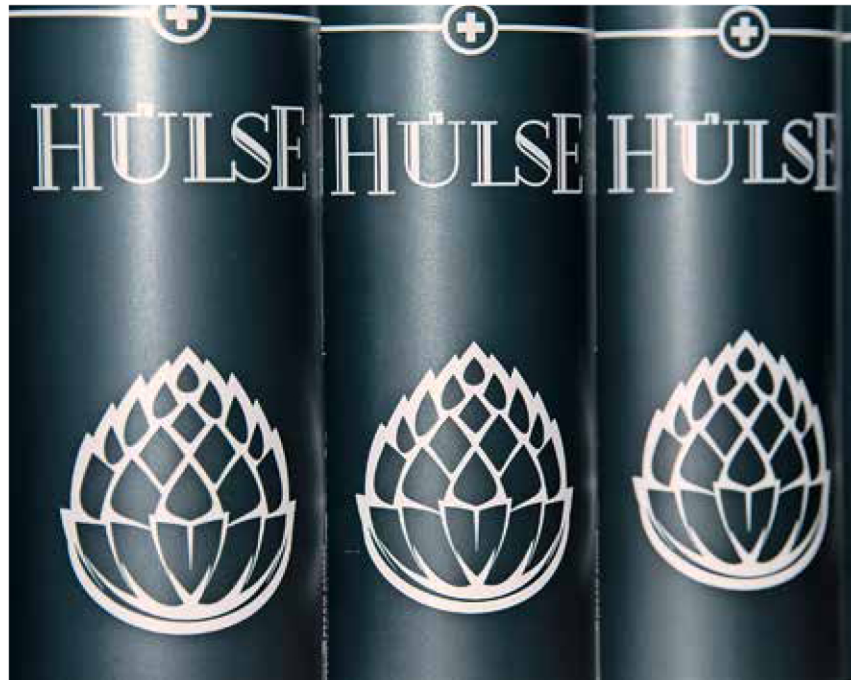
Eine Studentenarbeit, die nicht in der Schublade vermodert, ein neues Bier für einen gesättigten Markt – dies gelang Studierenden der Hochschule Luzern mit der «Hülse».

SCHAFFHAUSEN/LUZERN Im Sommer 2015 gab die Brauerei Falken AG aus Schaffhausen Studierenden der Hochschule Luzern den Auftrag, eine Bierdose für die Altersgruppe der 20- bis 30-Jährigen zu entwerfen. Die fünf Studierenden haben während des Studiums in Business Administration für die Brauerei Falken eine Biermarke kreiert. Sie haben sich Gedanken über die Dose, den Namen und den Vertrieb gemacht, mit dem Ziel, «den Nerv der Zeit» zu treffen.

Für die «Hülse» entschieden

Die fünf Studierenden, Ricarda Vogt, Daniel Gasser, Fabian Elmiger, Tobias Thurnherr und Florian Knufer, haben der Brauerei ihre verschiedenen Ideen präsentiert, Falken hat sich für die «Hülse» entschieden. Aus dem Grunddesign der Studierenden wurde die «Hülse» von der Brauerei weiterentwickelt. Falken hat die Dose etwa mit einem Schweizer Kreuz versehen sowie mit lebensmitteltechnischen Details ergänzt und schliesslich das Produkt diesen Sommer herausgebracht.

Der Inhalt, ein halber Liter un-
filtriertes, untergäriges Lagerbier,



«Hülse», das neue Falken-Bier, wurde von Studierenden entworfen.

Bild Jeannette Vogel

wurde von der Brauerei bestimmt. Ebenso der wiederverschliessbare Verschluss aus Kunststoff. Die Vorder- und die Rückseite der Bierdose sind reduziert gestaltet, sie geben wenig Informationen preis – das Wort Bier fehlt ganz. Auf der metallgrauen Büchse ist eine stilisierte weisse Humulus Lupulus (Hopfenblüte) und das Wort «Hülse», ebenfalls in weiss, zu sehen.

Tobias Thurnherr ist einer der fünf Studierenden, der das Designkonzept mitentwickelt hat. Er freut sich, dass die «Hülse» seit rund drei Monaten auf dem Markt ist.

Herr Thurnherr: Sind Sie zufrieden mit dem Endprodukt?

Tobias Thurnherr: Auf jeden Fall – als Student macht man viele Gruppenarbeiten, die dann in der Schublade verschwinden –, jetzt können wir Bier aus der von uns entworfenen Dose trinken, darauf sind wir stolz.

Wie sind Sie und Ihre Mitstudenten auf den Namen «Hülse» für das Bier gekommen?

Thurnherr: Wir wählten das Wort Hülse, weil es in der Deutschschweiz ein Ausdruck für Dosenbier ist. Wir dachten: Cool – jeder sagt ihm so, aber

keiner hat das Wort aufgegriffen und als Produktnamen verwendet.

Wie kamen Sie auf die Idee mit der stilisierten Hopfenperle und dem speziellen Schriftzug?

Thurnherr: Wir wollten eine stylische Dose – kein «Stadt-Streuner-Bier». Das Design haben wir Ricarda zu verdanken, der Frau in unserem Fünferteam. Sie kam eines Morgens mit dem Vorschlag. Die Brauerei hat ihn dann nicht vollständig übernommen, wir hatten eine grössere Hopfenblüte designt. Eine, die sich um die Rundungen der Büchse schmiegt.

Sie haben eine graue Grundfarbe und eine weisse Schrift für die Dose gewählt – warum?

Thurnherr: Jede Farbe hat eine andere Symbolik – Orange wird mit Billigprodukten gleichgesetzt, ich denke da an Marken von zwei bestimmten Grossverteilern. Blau und Rot sind klassische Farben für Bierdosen – doch wir wollten uns abheben. Es ist nicht nur die Farbe, die «unser Bier» anders macht, sondern auch die Dosenoberfläche, sie ist leicht rau im Gegensatz zu anderen Dosen.

Gibt es etwas, was Ihnen weniger gefällt?

Thurnherr: Ja, der wiederverschliessbare Verschluss. Meine persönliche Meinung ist, dass es ihn gar nicht braucht. Ich habe noch nie ein Bier aufgemacht und es nicht ausgetrunken. Dazu kommt, dass er nicht ganz einfach zu handhaben ist, er ist nicht sehr praktisch. (jvo)