

HAND AM WERK

Das Auge trinkt mit und die Verpackung ist ein kaufmotivierender Faktor. Viele Brauereien und Bierlabels investieren deshalb Geist und Geld in ihre Dosen- und Flaschengestaltung. Einige von ihnen arbeiten sogar mit Künstler*innen zusammen – um ein Alleinstellungsmerkmal zu schaffen oder weil's schlicht Spaß macht.
Sechs Brauereien und Illustratoren verraten mehr über die kreative Verbindung zwischen Kunst und Bier.

Text: REGINE MARXEN

Kehrwieder Kreativbrauerei & JÖRG HEIKHAUS AKA ALEX DIAMOND



„2012 reifte in mir die Idee, dass ich gerne die Etiketten für ein Bier gestalten würde“, erinnert sich Jörg Heikhaus. Man kennt ihn auch unter dem Namen Alex Diamond, so lautet der Titel seines Kunstprojekts. „Anders als in den USA waren diese in Deutschland so langweilig. Über einen Freund lernte ich dann Olli kennen.“ Mit zwei Flaschen „Prototyp“ kam Oliver Wesseloh, Gründer der Kehrwieder Kreativbrauerei, damals in sein Hamburger Atelier. Passte irgendwie, aber gut Ding will Weile haben. An ihrem ersten gemeinsamen Werk, der Artist Box „The Dirty Hands of Alex Diamond“, arbeiteten sie rund ein Jahr. Heraus kam ein kräftiges Smoked Porter, das Etikett zeigt einen bärtigen Mann mit Säge in der Hand und ist in erdigen, dunklen Tönen gehalten. „Das Bier war Ausdruck des Arbeitskodex, den Olli und ich teilen: Wir sind handwerklich tätig, dabei muss man sich auch die Hände dreckig machen.“ Doch inzwischen verband die Männer weit mehr als das Arbeitsethos, und so wurde aus einem einmaligen Bier-Art-Projekt eine langfristige Zusammenarbeit. „Ich weiß noch, wie ich beim Grillen sagte: Eure



FOTOS: GALERIE HELMUNDBOY

Biere brauchen neue Etiketten“, erzählt Jörg. „Wir sind Freunde, das muss man doch hinkriegen.“ Ein schönes Angebot, aber auch eines, das ein Wagnis in sich trug. „Wer uns kennt, der weiß, dass es uns schwerfällt, die Kontrolle aus der Hand zu geben“, sagt Brauerei-Chefin Julia Wesseloh. „Und Jörg hat uns von Anfang an gesagt: Ich bin Künstler, ich mache das, was mir gefällt. Ich bin keine Agentur.“ Fürwahr ist der Prozess, wie das Kunstwerk auf die Flasche kommt, komplex: Jörg schnitzt die Motive in Holz, druckt diese dann auf Papier und scannt das Ergebnis ein. Ein Grafiker kann es abschließend digital in das Label einpassen und den Text einfügen. Jede Änderung am Bild selber würde bedeuten, dass Jörg die Druckplatte vollkommen neu schnitzen und von vorne beginnen müsste. Das macht man nicht allzu oft. Die Wesselohs trauten sich trotzdem: 2016 überarbeitete der Künstler das Logo und die Labels der Kehrwieder-Biere. Seitdem sind seine Bilder eng mit der Marke verbunden – und das ist gut so. „Der Zugang zur Spitzengastronomie zum Beispiel ist uns, denke ich, nur gelungen, weil die Gestaltung so individuell ist. Letzten Endes war es ein Glück, dass wir uns trafen und uns die Zeit genommen haben, uns gegenseitig vertrauen zu lernen. Es war ein langsames Loslassen.“

www.kehrwieder.beer / www.alexdiamond.net

