



AcaralateTM

brand of
ChloropropylateTM
miticide

25 E

Miticide

For control of mites
on apples and pears

Active ingredients	
Isopropyl 4,4'-Dichlorobenzilate	25.2%
Xylene	61.1%
Aromatic Petroleum Derivative	
Solvent	6.8%
Inert Ingredients	6.9%
Total	100%

Acaralate 25 E contains 2 lb. Chloropropylate per gallon.

Caution:
Keep out of reach of children. See additional caution statements on back of container.

One Gallon
U.S. Standard
Measure

Geigy

In den 1960er-Jahren liess die amerikanische Zweigstelle des Basler Chemiekonzerns Geigy die gesamte agrochemische Produktpalette von Geigy im eigenen Art Studio in Ardsley (New York) neu gestalten. Damit betraut wurde der Grafiker Markus Löw (1934–2011), der mehrere Jahre lang an der über 100 Einheiten umfassenden Verpackungsserie arbeitete. Infolge restriktiver Auflagen kam Löw zu einer rein typografischen Lösung.

1956 begann die Propaganda-Abteilung der J.R. Geigy AG, eine Zweigstelle am US-Firmensitz in Ardsley aufzubauen mit der Absicht, hier die Basler Grafikkultur zu implementieren. Doch dies erwies sich als schwierig. Erst 1958 gelang es dem Geigy-Konsulenten Gottfried Honegger (1917–2016), das Vertrauen der Geschäftsleitung in Ardsley zu gewinnen und ein hauseigenes Studio einzurichten. Dieses leitete ab 1960 der von ihm eingestellte Zürcher Fred Troller (1930–2002). Das Studio warb vornehmlich für Medikamente und Farbstoffe. Für die Agrochemikalien, den umsatzstärksten Bereich bei Geigy USA, war eine spezialisierte amerikanische Agentur zuständig. Dennoch wurde 1962 ein Mitarbeiter des Art Studio, Markus

Löw, mit der Neugestaltung der gesamten agrochemischen Produktpalette betraut. Löw, der auf Empfehlung seines ehemaligen Zürcher Lehrmeisters Honegger nach Ardsley gekommen war, arbeitete mehrere Jahre an der über 100 Einheiten umfassenden Verpackungsserie. Löws erste Entwürfe mit stilisierten Schädlingen lehnte Ardsley – wie zuvor die Basler Packungen – ab, denn in den USA galten andere Vorschriften: Die Kanister mussten allseitig gekennzeichnet sein und die Textmenge sowie die Schriftgrösse waren festgelegt. Zudem galt es, wie in Basel, die Produkte farblich zu differenzieren. Nicht zuletzt dank dieser Einschränkungen gelang Löw eine konsequente, rein typografische Gestaltung in minimalistischer Schweizer Tradition. (Barbara Junod)

<https://www.eguide.ch/de/objekt/acaralate-25e-geigy-miticide/>