

Zeitschrift: Hochparterre : Zeitschrift für Architektur und Design

Herausgeber: Hochparterre

Band: 12 (1999)

Heft: 5

Artikel: Der Trick mit dem Knick : die Verpackungsfirma Zeiler aus Köniz hat die Knickschachtel erfunden

Autor: Brühlmann, Jürg

DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-121099>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 15.03.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Der Trick mit dem Knick

Ein Klick und die Bonbon-Schachtel ist offen. Mit dieser Erfindung zog die Verpackungsfirma Zeiler um die Welt. Jetzt haben ihre Ingenieure eine Knickschachtel erfunden, eine ökologisch kluge Alternative zu dem, was man an Dispensern kennt. Der Klick fehlt zwar, aber der Knick wird für einen Welterfolg sorgen.

Früher gab es zum Geburtstag eine mit Schokoladetäfelchen gefüllte Schachtel. Gewiss – die Schokolade schmeckte köstlich – aber spannender war die Verpackung, auf der sich ein Indianer, ein Eskimo, eine Afrikanerin, ein Chinese, ein Senn, eine Hexe und ein Cowboy versammelt hatten. Schob ich an der Innenpackung, fiel nicht nur ein Täfelchen heraus, sondern es gab Modeschau: Der Cowboy trug plötzlich ein Baströckchen, die Hexe Seidenkleider, der Indianer steckte in Lederhosen. Das Verkleidungsspiel war wunderbar – die Schachtel ging ständig auf und zu, und die Schokolade war im Nu gegessen.

Erfinden heisst übernehmen

Die Ingenieure der Verpackungsfirma Zeiler aus Köniz haben diesen Schiebetrick einst wohl auch geliebt, ihn nie vergessen und nun übernommen.

«ZetPUSH» heisst die neue Schachtel. Auf Druck wird die Dispenseröffnung frei und schliesst sich beim Loslassen dank der Rückstellkraft des Kartons von selbst

«ZetPUSH» heisst ihre neue Schachtel, gedacht für Bonbons, Büroklammern, Reissnägel, Dragées, Schneckenkörner, Schrauben, Zuckerpillen usw. Die Ingenieure haben aber zum alten Bild eine Erfindung gesetzt: Auf Druck wird die Dispenseröffnung frei und schliesst sich beim Loslassen von selbst dank der Rückstellkraft des Kartons. Der Trick ist der Knick, denn wie eine Feder springt der Schieber in seine ursprüngliche Position zurück und verschliesst die Öffnung. Selbst nach dem hundertsten Hin und Her ermüdet der Karton nicht. Diese Verpackung aus Cellulose-Karton 160 g/m² ist ein ökologisch klug gestalteter Dispenser. Er ist eine Alternative zu dem, was uns in diesem Bereich zugemutet wird.

Komplizierte Abwicklung

Die Verpackungingenieure lassen das ganze Schächtelchen aus einem einzigen Stück Karton – Zuschnitt, wie dem die Fachsprache sagt – stanzen. Das Falzen, Rillen und Kleben setzt hohe Fabrikationskenntnisse voraus, denn die Abwicklung ist kompliziert. Die Produktion vom Bedrucken bis zum fertigen Schächtelchen läuft vollautomatisch, was für den Erfolg des Schächtelchens unabdingbar ist. So werden pro Minute 20 bis 140 Stück hergestellt, je nachdem wie gross die Schachtel ist und wie sie bedruckt werden soll.

Der erste Welterfolg

Die Entwicklung dieser Packung hat vor mehr als 25 Jahren mit dem «ZetKLIK»-Schächtelchen begonnen. 1974 suchte die Bonbonfabrik F. Hunziker in Dietlikon eine neue, dichte Verpackung für ihre Eukalyptus-Pastillen. Als Zulieferin für Migros, Usengo oder Coop war Hunziker mit den üblichen Bonbonschächtelchen unzufrieden. Zu kompliziert war die Öffnung mit dem Stülpedeckel, zu teuer auch, weil die Schachtel zweiteilig gefertigt werden musste – und für die Marketingleute war sie veraltet. An Zeiler ging der Auftrag für eine neue Entwicklung. Die Ingenieure haben die Idee dazu bei der Zigarettentombenbox geholt. Behälter und Deckel

wurden aus einem einzigen Stück gestanzt, mit einer Zunge versehen, die durch einen Klick die Schachtel einfach und zuverlässig verschloss. Die Klickschachtel wurde ein Welterfolg. Der Umsatz von Eukalyptus-Bonbons stieg stetig an, bald wurden auch Büroklammern, Zahnstocher und Heftpflaster damit verpackt. Das Patent der «ZetKLIK»-Schachtel war Standard für die Süswarenhersteller in Europa, Japan und Australien. Der tönende Wiederverschluss, der Klick, machte das Schächtelchen als Taschenverpackung unverwechselbar.

Dem neuen «ZetPUSH» nun fehlt der Klick. So praktisch der Verschluss auf einen Druck auch ist, so kinderleicht und spielerisch – ich vermisse ihn. Dazu kommt: Die Schachtel sieht wegen des Falzes beim Druckpunkt verschlossen gleich aus wie geöffnet. Das Design ist nicht eindeutig, ich muss mich daran gewöhnen, ich schaffe das bald und freue mich am Spiel.

Der zweite Welterfolg

Ähnlich geht es wohl auch den Juroren der Verpackungswettbewerbe. Sie verwöhnen die kleine Schachtel weltweit mit Goldmedaillen. Besonders den Japanern mit ihrem Sinn für Papierfaltarbeiten hat es der Selbstverschluss dank Falzen und Knicken angetan. Origami ist hier mit moderner Produktion und Funktion verbunden. So hat die World Packaging Organisation WPO das kleine Objekt mit dem «Worldstar 1998» ausgezeichnet. Insgesamt wollten 307 Verpackungen aus 26 Ländern diesen Oscar der Packungs-Welt. Es braucht wenig Fantasie sich vorzustellen, dass die kleine Schachtel genauso erfolgreich sein wird wie ihre Vorgängerin. Der Trick mit dem Knick wird sich millionenfach in aller Welt bewähren, er wird ab Frühling 2000 in den Regalen der Migros, in den Kiosken und an den Abendkassen der Theater auftauchen, damit wir uns vorsehen mit raffiniert verpackten Bonbons als Bekämpfer des Hustens, damit Julia Romeo ungestört küssen kann.

Jürg Brühlmann



Bild: Ruedi Wakti