

strom

Das Servicemagazin der



Fokus Verpackungen

Da haben wir das Geschenk!

Seite 12

Erdgas

So werden Hubstapler
sauber und leise Seite 6

«Power Brain»

Letzte Gelegenheit
zum Mitmachen Seite 10

Sehen & verstehen

Kernkraftwerke
der dritten Generation Seite 16



[Verpackt]



Drei Profis, ein Buch, drei Verpackungen

«Strom» liess einen Verpackungskonzepter, eine Floristin und eine Farbgestalterin ein Märchenbuch einpacken. Herausgekommen sind zauberhafte, verspielte und praktisch-schöne Päckli. Das Buch «Andersen – Die illustrierten Märchen von Hans Christian Andersen» ist erschienen im «Die Gestalten Verlag», 50 Franken.



Überraschung: Kaum jemand würde vermuten, dass in diesem rosa Flauschpaket von Sibylle Prestel ein Buch steckt. Oder?





Sibylle Prestel, Farbgestalterin

Märchenhaft mutet das Geschenk von Sibylle Prestel an. Die Farbgestalterin, die sich beruflich mit Farbkonzepten für Räume und Architektur beschäftigt, machte sich auf in die Stadt, liess sich beim Flanieren inspirieren, kaufte Material und schuf ein rosarotes Prachtpaket. **Material:** Pelzkissen, Kissenfüllung (Stopfwatte). Die Perlenkette stammt von einem Raumteiler.

Die können einpacken!

Eine Verpackung muss verführen. Nicht nur zu Weihnachten und ganz egal, worum es sich beim Inhalt handelt. Das braucht viel Phantasie und eine Menge praktische Erfahrung.

Lorenzo Crivellari mag Hüllen, Tüten, Schachteln und Kisten, Flaschen und Behälter, Becher, Büchsen und Boxen. Lorenzo Crivellari liebt Verpackungen. Schon von Berufs wegen. Aber nicht nur. Der Verpackungskonzepter überrascht auch seine Frau immer wieder mit ausgefallenen Ideen. Kürzlich mit Herzen aus Karton. Selbst entworfen und gefertigt. Damit hat er etwas Umwerfendes erreicht: Seine Frau war zu Tränen gerührt. Von der Hülle, nicht vom Inhalt.

An seinem Arbeitsplatz, der Regia High Pack AG in Oensingen, geht es allerdings weniger um Emotionen. Um gute Einfälle hingegen schon. Denn Verpackungen sollen ins Auge springen, erfreuen, zum Kauf verführen, praktisch sein. Und überraschen. Wie jene Schachtel etwa, die sich zur salonfähigen Kartonschale verwandelt, sobald sie geöffnet wird. «Eine brillante Idee», sagt Lorenzo Crivellari anerkennend. «Schade, stammt sie nicht von mir.» Von ihm stammt jedoch eine ganze Reihe innovati-

ver Hüllen, denn seit 25 Jahren arbeitet Lorenzo Crivellari in der Verpackungsbranche, die hierzulande über 20 000 Personen in rund 280 Unternehmen beschäftigt und im vergangenen Jahr insgesamt 6 Milliarden Franken erwirtschaftete. Unter Crivellaris Lieblingsverpackungen, die er selber entwickelt hat, sticht eine ganz besonders hervor: das Berner Stade de Suisse en miniature. Darin stecken eine Uhr, ein Garantieschein und ein elektronisches Eintrittsticket. Entworfen hat er dieses VIP-Geschenk im Auftrag von Swatch zur Eröffnung des Stadions.

Verpacken statt verderben lassen

Solche Aufträge lassen die Herzen der Kreativen höher schlagen. Alltag sind sie aber nicht. Denn bei Konsumgütern haben Verpackungen in der Regel ganz elementare Funktionen: Sie schützen das Produkt vor äusseren Einflüssen und sorgen dafür, dass die Ware unbeschädigt ans Ziel kommt. «Da macht es Sinn, für Verpackungen ein angemessenes Mass an Material aufzu-



Lorenzo Crivellari, Verpackungskonzepter

Drei Stunden brauchte Lorenzo Crivellari von der Idee bis zur Umsetzung. Dann war seine Tragschachtel mit dem aufgeklebten Rosenschmuck fertig. Er zeichnete die Vorlage am Computer und überspielte die Daten elektronisch an die Plottmaschine. Diese übernahm das Ausschneiden, Crivellari das Zusammenstecken. **Material:** durchgefärbter Karton, alubedampfter für die Rose.

Verpackungen zum Nachlesen

Wer weitere Ideen sucht, um Geschenke für den Liebsten oder die Verwandten originell einzupacken, findet im Buch «Alles schön verpackt» (frechverlag) Hilfe. Dieses bietet zahlreiche praktische Tipps. Gesehen bei www.weltbild.ch und www.books.ch. 23.70 Franken.

wenden», sagt Martin Amann von der Designagentur Amann & Partner AG. «Denn früher sind Lebensmittel wegen fehlender oder falscher Verpackung verdorben.» Dass gewisse Verpackungen genau wegen dieser Schutzaufgabe Nachteile in der Handhabung mit sich bringen, liegt für Amann, den ausgewiesenen Branchenkenner, in der Natur der Sache. Öffnet man beispielsweise eine Milchpackung, bleibt erfahrungsgemäss immer etwas Flüssigkeit an der Schere. «Dies ist lästig, geht aber nicht anders, weil aus Gründen der Haltbarkeit so wenig Luft und damit so viel Milch als mög-

lich in der Tetratüte sein muss.» Das Produkt bestimmt die Funktionen der Verpackung, und das hat zwangsläufig Einfluss auf das Design. Denn diese Funktionen sind die Leitplanken für die Konzepter.

«Wenn ich wählen könnte, wären meine Verpackungen alles andere – nur nicht rechteckig», betont Lorenzo Crivellari. Wählen kann er jedoch selten; meistens sind Standardverpackungen gefragt. Und die sind rechteckig, weil stapelbar, platzsparend und stabil. «Die Herausforderung dabei ist, eine Lösung zu finden, dank der sich eine normale Verpackung von einer andern normalen Verpackung abheben kann.» Und hier ist Fantasie gefragt. «Ich bin ein Spinner. Ich suche auch im Ausland nach speziellen Verpackungen, nehme sie mit nach Hause und tüftle rum. Denn nur durch Ausprobieren entsteht Neues.» Jeder Einfall muss reifen, unter Umständen wochenlang. Und ist die Idee einmal geboren, wird ein Prototyp erstellt – mit dem definitiven Material. «Unsere Kunden wollen ihre Schachtel in den Händen halten, anfühlen und erst dann darüber entscheiden, ob sie in die Massenproduktion gegeben wird.»

Die Menge macht's

Schweizerinnen und Schweizer «verbrauchen» jährlich Verpackungen im Wert von annähernd 900 Franken pro Kopf und nehmen damit europaweit einen Spitzenplatz ein. Trotz dieser eindrucklichen Zahlen sind die Auflagen der einzelnen Verpackungen vergleichsweise klein. Produkte, die exklusiv für den Schweizer Markt hergestellt werden, erreichen nur selten Millionenauflagen. Dies hat gemäss Lorenzo Crivellari nicht nur einen Einfluss auf den Preis, sondern auch auf die Form: Nur bei einer grossen Menge rechnet es sich, für ein spezielles Verpackungskonzept eine Produktionsmaschine extra umzurüsten oder gar neu zu entwerfen und zu bauen. Deshalb entscheidet sich der Kunde hierzulande in der Regel für Normgrössen – und Normformen.

Ganz schön praktisch: die dezente Rosentasche von Lorenzo Crivellari.





Martina Züblin, Floristin

Jedes Jahr beginnt ein Wettlauf: Wer in der Familie überreicht dem andern das schönste Geschenk? Martina Züblin hat also Erfahrung im Verpacken. Als Floristin setzt sie gerne auf blumiges Material. Beim Märchenbuch wählte sie das Motto «Eiszeit». **Material:** Heissleim, Zierdraht, Dekoperlen, Kalanchoe-Blätter, Flechtenholz, Aspedistra-Blätter, Steelgras, Steckmasse.

Innovativ auf kleinem Raum

Dennoch bringen die Schweizer Verpackungskonzepte immer wieder innovative Produkte auf den Markt und holen sich damit auch international Auszeichnungen. Der bedeutendste Verpackungspreis – der «World Star» – ging im Jahr 2005 gleich fünf Mal in die Schweiz. Einen davon erhielt eine sechseckige Geschenkverpackung namens Zet Twist, deren rosettenartiger Verschluss sich durch Drehen öffnen lässt. Wer sich das schlecht vorstellen kann, findet ein Bild im Internet (www.strom-zeitschrift.ch). Martin Amann ist derzeit besonders begeistert von der – kürzlich mit einem «Swiss Star» ausgezeichneten – Verpackung des Getränks «Lacto Tab» von Emmi. «Diese verfügt über einen wirklich innovativen Verschluss», erklärt er. «Dreht man am Deckel der PET-Flasche, fällt eine Brausetablette ins Getränk.» Eine Erfindung, die nicht nur originell sei, sondern dank neuer Technik auch eine neue Art von Produkt ermögliche.

Trendy: schöne Hüllen für edle Produkte

Wie die Hüllen der Zukunft aussehen werden, lässt sich kaum sagen. Ein klarer Trend, so Amann, sei aber das Bedürfnis nach hochwertigen, schönen Verpackungen. Was wohl daran liegt, dass sich die Leute nach einer wirtschaftlich schwierigen Zeit wieder verwöhnen lassen und sich etwas gönnen möchten. «Luxusprodukte und Premiummarken sind gefragt – und dazu gehört auch eine entsprechende Hülle.» Dies hat automatisch zur Folge, dass die Konsumenten der ökologischen Seite der Verpackung zunehmend weniger Bedeutung beimessen. «Doch überwiegend unökologisch funktioniert zum Glück auch nicht», ist Martin Amann überzeugt. Ebenso wenig gefragt sind exotische Produkte vom Plastik, der aus Weizen hergestellt wird, bis zur Verpackung, die man essen kann. Und so setzen auch Designer wie Lorenzo Crivellari auf herkömmliche Materialien – auf Karton für die Guetslipackung etwa. Oder die Herzen für seine Frau.

JULIA DIEZIGER



Eisprinzessin:
Martina Züblin mit
ihrem blumigen
Wintergeschenk.