

Pakkend verpakken

De gelijkenis van de verpakking

Herkenbaarheid van een *merk* is belangrijk. De producent wil dat de consument in de winkel in één oogopslag het merk herkent.

Herkenbaarheid van een *product* is belangrijk. De consument wil een bepaald product kopen en moet in de winkel in één oogopslag dat soort product kunnen herkennen. Een verpakking moet dus in één oogopslag zowel merk als soort product duidelijk maken. Soms is het merk zo stevig vorm gegeven, dat het soort product lastig te onderscheiden is. Dat is niet handig voor de gebruikers. Drie voorbeelden:

**Onhandig**

Dat deze drie oliën dezelfde geur hebben en van hetzelfde merk zijn, is wel duidelijk (foto 1). Voor welke toepassing ze elk bedoeld zijn, valt minder op. Al tweemaal heb ik massage-olie in bad gegooid en al driemaal heb ik mijn dochter ingesmeerd met badolie. Terwijl ik wéét dat de verpakkingen bijna niet van elkaar te onderscheiden zijn. Een ander merk had hetzelfde probleem en heeft zijn verpakkingen onlangs vernieuwd en beter onderscheidbaar gemaakt (foto 2). De inhoud staat tweetalig op elke zijkant vermeld en de kleuren verschillen. Vervelend als je je in de olie vergist, maar het is niet gevaarlijk of ongezond. Dat is anders met de volgende verpakkingen.

Gevaarlijk

De neusspray 'baby en kind' (foto 3) bestaat uit zout water, onschuldig voor ouder en kind.

De neusspray 'bij neusverkoudheid' is bedoeld voor volwassenen, gebruik door kinderen wordt in de bijsluiters afgeraden. De werkzame stof is xylometazoline. Bij langdurig gebruik daarvan kan de neus voortdurend verstopt raken en zelfs permanent zodanig gezwollen blijven, dat een neusoperatie noodzakelijk is. Deze stof mag daarom door volwassenen niet langer dan vijf dagen achtereen gebruikt worden, kinderen onder de twee jaar zijn er extra gevoelig voor. Als je dus even niet oplet en je geeft je baby zonder het te weten een tijdje xylometazoline in plaats van zout water, dan kan het zijn dat de baby daarna geopereerd moet worden wegens een permanent verstopte neus. Nou, lekker!

Ongezond

Wij kwamen er laatst achter dat we al een paar maanden per ongeluk wasmiddel B gebruikten in plaats van wasmiddel A, zoals we gewend waren (foto 4). De wasmiddelen komen van dezelfde fabrikant. Wat knap dat ze die verpakkingen zo op elkaar laten lijken dat wij ons al die tijd vergisten. Een van onze kinderen had de afgelopen maanden voortdurend last van jeuk over haar hele lichaam. Ze kon er niet van slapen. De



dokter kon niks vinden, vroeg of we misschien een apart voedingsmiddel hadden gegeten of een ander wasmiddel hadden gebruikt (nee hoor, antwoorden wij) en schreef een zalfje voor dat niet hielp. Zou het wasmiddel de oorzaak zijn? We gingen weer over op wasmiddel A en de jeuk verdween.

Dat kan beter

Als verpakkingen teveel op elkaar lijken, kan de consument zich makkelijk vergissen tijdens de aankoop of op het moment van gebruik. Het kopen en/of gebruiken van het verkeerde product is ergerlijk en het kan soms zelfs gevaarlijk of ongezond zijn. Wat te doen om vergissingen te voorkomen? Laat de vormgeving van de producten voldoende verschillen. De onderscheidbaarheid van verpakkingen kan worden beoordeeld tijdens consumententests. Houd ook bij de ontwikkeling van een stijl voor een (huis) merk rekening met voldoende ruimte en aandacht voor de aanduiding van de inhoud. Maak de inhoud aan alle kanten duidelijk met tekst. Het kost niets om duidelijk op alle vier de zijden van de neusdruppelverpakking in duidelijk leesbare letters te zetten: Neusspray voor volwassenen, xylometazoline, niet geschikt voor kinderen. Maak bij twee dezelfde producten met gelijke verpakkingen ook de inhoud identiek. Zodat je van wasmiddel A en B tenminste allebei jeuk krijgt, of (liever nog) van geen van beiden. Het zou natuurlijk het mooiste zijn als je van geen enkel wasmiddel jeuk kan krijgen.

Info: www.ergonomie.nl

Tekst: Brecht Daams, Daams Ergonomie



Ergonomisch consultant
Brecht Daams is ergonomisch consultant, gespecialiseerd in consumentenproducten en gebruiksonderzoek. Verpakkingen hebben haar interesse sinds ze afstudeerde bij de faculteit Industrieel Ontwerpen van de TU Delft op het ontwerp van een ijsverpakking. Daams geeft advies over het gebruiksvriendelijk maken van verpakkingen. Op dit moment werkt zij aan een handboek Productergonomie, waarin ook aandacht aan verpakkingen wordt besteed. Het eerste deel is reeds verschenen (www.productergonomie.net)