Consument wil geen vernieuwend ontwerp

19-04-2007 00:00

De behoefte van consumenten aan vernieuwende ontwerpen is klein. Liever wil hij of zij het product herkennen. Ontwerpers laten hun creativiteit nu te veel gaan, maar in de praktijk blijkt dat de consument er niet echt op zit te wachten. Dat stelt Desiree Struijk, directeur van Senta multisensory concepting.

Een product hoeft niet honderd procent te verassen, een verrassingseffect van twintig procent is al voldoende. Herkenning speelt een veel belangrijker rol. In verhouding wil de consument tachtig procent herkennen en voor twintig procent verrast worden. Volgens Struijk houden de ontwerpers daar te weinig rekening mee.

Als een product of verpakking de vijf zintuigen goed met elkaar weet te verbinden, zal het een succes zijn. Een ontwerper moet daar dus rekening mee houden.