

Vijf innovatieve verpakkingen

18-11-2014 10:13

Door Suzanne Geurts

Bron: RetailTrends 10

Verleiden en een verantwoord verhaal zijn onmisbaar bij verpakkingen anno 2014, merkt designwatcher Patrick Zevenbergen. Hij is marketingmanager bij groothandel Paardekooper Verpakkingen, die alle trends op de voet volgt en jaarlijks een trendboek uitbrengt. Hij zet vijf bijzondere verpakkingsinnovaties op een rij.

1. ROLLOR Express

Wat is het? Kostuums en andere luxe kleding kreukvrij naar consumenten verzenden, dat is het doel van de ROLLOR Express. Door te rollen met opstaande randen, ontstaat er geen druk op de kleding. Het pak arriveert strak bij de klant en kan direct gedragen worden. Bijenkorf.nl is de launching customer in Nederland en verstuurt sinds 17 juli online bestelde kostuums in de ROLLOR Express.

Techniek erachter? De ROLLOR Express is gemaakt van golfkarton en foam, dat kreukels voorkomt. Bijna al het materiaal is recyclebaar. En dat geldt ook voor de ROLLOR Express zelf, die de klant bijvoorbeeld op reis kan gebruiken. Uitvinder Teun van der Laan kwam op het idee toen hij in China sushi at. 'Terwijl ik naar de stukjes opgerolde vis keek, vroeg ik me af of dat principe kon worden toegepast op mijn jasjes en broeken', vertelde hij eerder dit jaar aan MarketingTribune. De ROLLOR Express is genomineerd voor de verpakkingsinnovatie-award De Gouden Noot 2014.

Kritisch punt? Geen.

Extra kansen? Voor meer merkbeleving kan de ROLLOR Express bedrukt en uitgebreid worden. Zo koos Bijenkorf.nl ervoor om het standaard exemplaar te voorzien van een bedrukte sleeve, een handvat voor de consument.



**This image is no longer available.
Visit tinypic.com for more information.**

2. Het Bump Mark-label

Wat is het? Een houdbaarheidslabel gemaakt van gelatine, een bioreactieve stof. Aan het label kun je voelen of de houdbaarheidsdatum nadert.

Techniek erachter? De Bump Mark is bedacht door Solveiga Pakstaite, een designstudente uit Londen. Het label heeft vier delen: een bedrukt etiketje, gelatine, een bobbelig plastic laagje en een afsluitende plastic laag. Gelatine bestaat uit eiwit, en bederft met dezelfde snelheid als andere eiwitproducten. Zodra bijvoorbeeld vlees zijn versheid verliest, wordt het gelatinelabel vloeibaarder en voel je het bobbelige laagje eronder steeds beter. Dus hoe gladder het label, hoe verser het product.

Kritisch punt? De productiewijze is nieuw en hoogstwaarschijnlijk prijzig. Wie gaat dit betalen? De fabrikant, de retailer of de consument? In de eerste fase zou het label bijvoorbeeld bij luxeproducten, zoals verse kaviaar, gebruikt kunnen worden. Zo biedt het niet alleen praktische, maar ook exclusieve meerwaarde. Op dit moment is Pakstaite in gesprek met geïnteresseerde fabrikanten en retailers.

Extra kansen? Het Bump Mark-label is een nauwkeurigere versindicator dan een bedrukt etiket, blijkt uit onderzoek. 'In theorie' hoeven we dus minder eten onnodig weg te gooien; alleen al in Europa bedraagt de jaarlijkse voedselverspilling een miljard kilogram. Ook is het label dé oplossing voor blinde consumenten.



tinypic

**This image is no longer available.
Visit tinypic.com for more information.**

3. Hangerpak

Wat is het? Een bezorgverpakking (bijvoorbeeld voor t-shirts), die de consument zelf tot een hanger kan knippen en vouwen. In de verpakkingwereld heet dit principe 'second life', een antwoord op de vraag naar duurzame, herbruikbare verpakkingen.

Techniek erachter? Hangerpak is bedacht door de New Yorkse ontwerper Steve Haslip. Hij baalde ervan dat zijn online bestelde t-shirts altijd gekreukeld uit de verpakking kwamen, en dat er in zijn kast nooit genoeg hangers hingen. Eén en één maakt twee, dacht hij, met als resultaat: Hangerpak. Op de achterkant staat een zevenstappenplan om van de doos, die voor tachtig procent uit recyclebaar materiaal bestaat, een duurzame kledinghanger te maken. Haslip heeft het concept nog niet in productie genomen.

Kritisch punt? De ontvanger moet zelf de verpakking tot een hanger knutselen. In onze 'gemaksmatschappij' is het de vraag of klanten die extra stap willen zetten; niet iedereen is tenslotte even handig. Waarschijnlijk spreekt het product eerst een nichegroep van duurzame consumenten aan.

Extra kansen? Wereldwijd zien we steeds meer second life-ideeën. Bijvoorbeeld een houtenverpakking voor wijnflessen, die om te bouwen is tot een wijnrek. Of een bijzonder bedrukte schoendoos met een tweede leven als opbergbox.



tinypic

**This image is no longer available.
Visit tinypic.com for more information.**

4. EasyLid System

Wat is het? Vanwege hygiënevoorschriften moeten bakjes met bijvoorbeeld filet américain en olijven met een topseal afgesloten worden. Normaal gesproken is dit een sealing en een los, plastic dekseltje. Het EasyLid System combineert beide onderdelen tot één geseald dekseltje.

Techniek erachter? Plasticfabrikant Naber is de bedenker van het concept, dat samen met Ultrapak en Sealpac is ontwikkeld tot EasyLid. De buitenring wordt tijdens het sealen naar onderen gedrukt, en komt zo los van het bakje. Op deze manier ontstaat een kunststofring met folie, die als deksel te gebruiken is. Inmiddels is het gepatenteerde systeem al diverse keren bekroond (winnaar van L'Oscar de L'Emballage 2012 en Pack Experts' Innovation award 2012, finalist van De Gouden Noot 2012 en genomineerde voor de Deutscher Verpackungspreis 2012).

Kritisch punt? Fabrikanten moeten hun productieproces aanpassen, en dat vraagt natuurlijk om investeringen. De vraag is wel: wordt het product door de EasyLid-verpakking uiteindelijk niet onnodig duurder?

Extra kansen? Ketenverkorting, omdat het sealen en het creëren van de deksel nu maar één stap beslaat. Ook is er minder materiaal nodig, een duurzame keuze die steeds meer verpakkingsfabrikanten willen maken. Alles bij elkaar dalen de transport- en materiaalkosten. Los hiervan biedt EasyLid de consument gemak, omdat het bakje makkelijk hersluitbaar is.



tinypic

This image is no longer available.
Visit tinypic.com for more information.

5. De Bezorgbeer-doos

Wat is het? De bezorgdoos van De Bezorgbeer, een restaurantketen met zeventien vestigingen en een thuisbezorgservice. De verpakking kreeg in augustus een nieuwe bedrukking met een verhaallijn.

Techniek erachter? De doos is hetzelfde gebleven, maar de bedrukking is gebaseerd op storytelling. Op elk exemplaar staat een cartoon, die vier keer per jaar wisselt en op actuele thema's inspringt. Met een knipoog behandelt de strip bijvoorbeeld het menu, of de Bezorgbeer-app. Zo wordt de doos een extra communicatiemiddel, dat het verhaal achter het merk en de maaltijden vertelt.

Kritisch punt? Geen.

Extra kansen? De Bezorgbeer en verpakkingproducent Paardekooper onderzoeken of de doos ook een 'second life' kan krijgen. Bijvoorbeeld als leuke opbergbox. Op internet circuleren zelfs voorbeelden van pizzadozen die tot een laptop houder worden omgevouwen. Maar is de Bezorgbeer-doos na de maaltijdbezorging wel schoon, geurvrij en dus herbruikbaar? Zo ja, dan wordt het second life-idee verder ontwikkeld.



tinypic

**This image is no longer available.
Visit tinypic.com for more information.**