

Verpakkingsloze' winkel blijkt verpakkingsparadijs



DESIGN

20 jul 2015 @ 08:49

11100 x gelezen

Nu reageren

Edwin Visser

Packaging

De verpakkingsloze supermarkt krijgt aandacht. In Duitsland heb je al de keten Original Unverpackt en in Nederland komt binnenkort het initiatief Bag & Buy. Wat betekent dat voor de verpakkingen? Als je de eerste presentaties ziet, dan is het niet echt aantrekkelijk. Grote hoeveelheden voedsel in zogenaamde bulk bins en silo's zien er niet appetijtelijk uit. Inmiddels zijn we gewend aan het schepsnoep van Jamin, maar dan weet je dat het van een specialist is. Maar in een supermarkt waar alle producten op die manier worden aangeboden?

Voor de consument is merkenkennis een substituuat voor warenkennis. Dat vereenvoudigt de keuze, maar in de verpakkingsloze supermarkt ontbreekt die. Verpakkingsdesign brengt naast informatie ook kleur en leven in de brouwerij. De verpakkingsloze supermarkt ziet er op het eerst oog was saai, grijs en doods uit. Het vergt wat creativiteit en inventiviteit van de consument voor het transport en de inrichting van de keukenkastjes. En tenslotte zal het boodschappen doen veel meer tijd gaan kosten, door het zelf afvullen en afpassen.

Daar staan natuurlijk weer andere voordelen tegenover. Zelf de afgestemde hoeveelheid bepalen is niet alleen handig, maar beperkt ook verspilling. Elke consument wil een steentje bijdragen aan een duurzamer samenleving. En geen extra wegwerpverpakking is milieuvriendelijk, al moet de functie van verpakkingen ten aanzien van houdbaarheid niet onderschat worden. Oftewel, het valt nog te bezien of de voordelen opwegen tegen de nadelen. Maar onmiskenbaar is een trend gezet.

Een van de voorlopers is Johannes Kiderlen. In 1994 opende hij zijn eerste Vom Fass winkel in het Duitse Regensburg. Inmiddels zijn er bijna 300 winkels in 30 landen, helaas nog niet in Nederland. Onder andere oliën, azijnen, sterke dranken, likeuren en siropen zijn te tappen uit diverse vaten, zowel van hout, keramiek als glas, hetgeen een sfeervol winkelbeeld oproept.



De navulverpakkingen zijn allereerst te krijgen in diverse standaardvormen.



Maar al gauw kwamen daar meer bijzondere vormen bij, zodat er op verpakkingsgebied ruime keus ontstond om tegemoet te komen aan de wensen van de klant.



En nu zijn er *specialties* aan toegevoegd, zodat Vom Fass een cadeauwinkel is geworden.



Uiteindelijk is de verpakkingsloze winkel een walhalla geworden voor verpakkingsliefhebbers. Het spijtig genoeg oerlelijke Vom Fass-logo is gelukkig slechts als embossing toegevoegd. Gaat dat zien!



Like 1 Share

Tweeten 0

in Share

G+

✉

🖨



Edwin Visser

Werkt bij: SOGOOD

Functie: medeoprichter, directeur

Website: <http://www.sogooddesign.nl/>

Profiel »