

Een frisse blik



DESIGN

12 jan 2017 @ 09:57

13102 x gelezen

Nu reageren

Edwin Visser

Packaging

Vlees in blik heeft negatieve associaties - smakeloos, ouderwets, goedkoop - maar er zijn altijd ondernemers die er een andere draai aan weten te geven.

In de Sligro valt je oog direct op de volgende productpresentatie:



Het woord Blik is verheven tot trotse merknaam. Niets om je voor te schamen. Het blik wordt de held en salonfähig gemaakt. Het design breekt met alle codes. Hier gaat het niet meer over de inhoud (waar smaakt dat vlees naar?), maar om de vorm: het blik. Op een sympathieke en ludieke manier wordt je aandacht getrokken, zie ook mijn [column](#) over de ludieke ontwerptrend.

Op de [website](#) van de aanbieder is het volgende te lezen:

'VanBlik introduceert de productlijn Blik. Een nieuwe beleving bestaande uit gehaktballen en BBQ pulled pork gemaakt van eerlijk vlees, zonder schadelijke toevoegingen en met beperkt gebruik van zout. Blik is zowel makkelijk te bereiden als te bewaren. De mogelijkheden zijn grenzeloos, lekker voor bij de borrel of wanneer je de wijde wereld in trekt. Blik is voor consumenten die eens wat anders willen. Blik is op verschillende manieren te bereiden (au bain-marie, oven, brander) en is overal lang goed te houden. Waar je ook gaat, neem Blik met je mee. Tijdens het hiken of kamperen, een festival of op zee.'

En zo wordt vlees in blik ineens een hipster product. Slim dat het ook te bestellen is via de webwinkel van Bever, de grote outdoor retailer. Het is te prijzen dat ondernemers en ontwerpers durven af te wijken van platgetreden paden en ons weer met frisse blik naar vastgeroeste categorieën laten kijken.

Like 11 Share

Tweeten 0

in Share 86

G+

✉

🖨



Edwin Visser

Werkt bij: SOGOOD

Functie: medeoprichter, directeur

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

Profiel »