

Pretty in pin #1



DESIGN

19 jan 2018 @ 09:00

2653 x gelezen

Nu reageren

Edwin Visser

Edwin Visser, directeur designbureau SoGood, en zijn broer Remco spaarden in hun jeugd merkspeldjes: 'Begin jaren zestig kon je niet wachten totdat de boodschappen werden gebracht, want daar zaten speldjes bij! Je spaarde, ruilde en vol trots toonde je eenieder je verzameling.' Deel 1 van de serie op basis van het archief van Visser.

In de huidige tijd zou het ondenkbaar zijn dat die 'gevaarlijke' speldjes gratis uitgedeeld zouden worden. Vijftig jaar later vormen ze een mooi tijdsbeeld en het is interessant te zien hoe merken zich destijds presenteerden en hoe zich dat verhoudt tot de tegenwoordige tijd.



Blue Band bestaat bijna honderd jaar en is consequent in zijn communicatie: kinderen staan centraal. Als kind vond je ze ietwat kinderachtig, maar moeders vonden ze vertederend. Je wilde natuurlijk wel de hele – genummerde! - serie compleet hebben. De karakteristieke blauwe band is inmiddels gereduceerd tot een miniem strikje op de verpakking.



Het plantaardige Brio verving begin jaren zestig het merk Planta, dat negatief in het nieuws kwam. De speldjes tonen diverse sporters. In 2001 werd het merk vervangen door Bertolli, maar inmiddels heeft Unilever het geherintroduceerd als voordelig alternatief. Het logo is in nauwelijks veranderd.



En wie kent nog Bix? Het doet denken aan brokken diervoeding – biks - en de plaatjes van vrolijke dieren wijzen ook in die richting, maar het is een oud sokkenmerk. Nooit meer van gehoord.

Like 4 Share

Tweeten 0

in Share 4

G+

✉

🖨



Edwin Visser

Werkt bij: SOGOOD

Functie: medeoprichter, directeur

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

Profiel »