

# [BNO NEXTpack-test] Wat is de 'stoerste' bbq-saus?



DESIGN

24 jul 2017 @ 10:00

21409 x gelezen

Nu reageren

Redactie Design

Packaging  
Onderzoek

Nu de zomervakantie echt is aangebroken, worden de bbqsets massaal geïnstalleerd in tuin of park. Daar hoort natuurlijk saus bij, maar hoe kies je die uit het overdadige aanbod in de supermarkt? Hoog tijd voor een vergelijkend designonderzoek van packaging designbureausplatform BNO NEXTpack. Een jury vergeleek BBQ-sausflessen en koos de vijf beste verpakkingen. Welke saus mag niet ontbreken bij jouw bbq?

Er is een opmerkelijke tweedeling bij de eerste inventarisatie van ruim twintig verschillende (knijp)flessen. 'Aan de ene kant zie je de klassieke confectiestijl, die in geen vinexwijk zou misstaan, aan de andere kant heb je de stoere American Roast-achtige flessen, aldus jurylid Reyn Jongenelen (VBAT/dBOD). 'Simpel gezegd: de fles voor iedereen versus de meer op hipsters gerichte fles.'

De barbecuesauzen in Amerikaanse stijl springen eruit volgens de jury, met de kanttekening dat bij de meeste van die flessen het merk nogal ondersneeuwt bij het thematische design. Uitzondering is Heinz, dat ongeacht het soort sausfles (er is een zoete en een klassieke BBQ-topping) altijd sterk vasthoudt aan dat klassieke grote logo op elke verpakking. 'Heinz is Heinz, wel zo consequent', aldus de jury.



Van de vijf topflessen eindigt Heinz met de Smooth & Smokey Barbecue Sauce op de 3de plek, dus precies in het midden. Misschien omdat de ontwerpers zelf konden kiezen tussen merk- en thematisch ontwerp.

Hoe culinair is barbecue?



Nummer 5 bij de jurybeoordeling is de stijlvolle glazen fles van Santa Maria. Op het etiket staat weliswaar 'Original American BBQ Sauce', met als een van de weinigen echt een fysieke foto van stukjes vlees, maar de algemene uitstraling wekt toch meer de associatie op met de Italiaanse keuken. 'Het voelt culinair, maar dat is barbecue helemaal niet', zegt jurylid Lizzy Ruijter (Design Bridge). Kortom: een vreemde eend in de bijt, maar stijlvol uitgevoerd.



Op 4 eindigt Calvé met de Australian Sweet Roast Sauce, eveneens met een lapje vlees op het etiket. 'Een relatief kleine glazen fles, die doet denken aan het heupflesje whisky dat menig cowboy vroeger bij zich droeg', aldus jurylid Mark Roos (Proud Design). Het grote verschil met Heinz is dat Calvé alle kanten op schiet met zijn barbecuesauzen. Enerzijds is er de merktrouwe klassieke knijpfles, anderzijds dit Amerikaanse flesje met een weggemoffeld merklogo. 'Die twee varianten staan op gespannen voet met elkaar', constateert jurylid Edwin Visser (SoGood). 'Zou Unilever het merk Calvé minder belangrijk vinden bij zo'n typische impulsaankoop?'

'De saus is de baas!'



De twee best beoordeelde flessen appellieren allebei aan een extreem 'American Roast'-gevoel. Runner-up is Sweet Baby Ray's, met een opvallend groot papieren tekstveld op de hals. Daarop de tekst: 'The Sauce is the Boss!' Het is allemaal heerlijk over the top, zonder misplaatst over te komen. Deze Baby Ray's ademt het echte BBQ-gevoel, de fles doet wat hij moet doen.



Onbetwiste winnaar is echter The Real Black Jack uit het brede assortiment van Remia. Het inmiddels gestopte designbureau Dreamcatcher heeft de toon gezet in dit marktsegment met deze Amerikaans ogende 'cowboffflessen', die in verschillende variaties voorkomen, met zeer uiteenlopende namen. De 'Black Jack' is in dit concept de stabiele en succesvolle basis.

'De standaard knijpfles doet weinig voor je merk', concludeert de NEXTpack-jury. 'Een afwijkende eigen flesvorm doet dat wel, zoals wel blijkt uit de best beoordeelde ontwerpen. Het overkoepelende merk is bij vrijwel alle winnaars marginaal zichtbaar. Wellicht staat het merk in de weg van het concept dat zorgt voor impulsaankoop en de fun die hoort bij barbecueën. Toch zouden ontwerpers moeten proberen een synthese te vinden die recht doet aan beide aspecten.'

Echte bbq-beleving

De jury heeft zich gebogen over 11 verschillende barbecuesauzen uit een voorselectie van pakweg 25 sauzen. Dit elftal is beoordeeld op de criteria schapwaarde en handwaarde (hoe scoren ze in het winkelschap en als de consument ze beetpakt?), onderscheidend vermogen, verpakingsvorm en BBQ-beleving. Dit laatste criterium is speciaal gekozen voor deze specifieke test.

De uitkomst van de jury is als volgt:

Top-5 van de NEXTpack BBQ-saustest 2017

1. The Real Black Jack (Remia)
2. Barbecue Sauce (Sweet Baby Ray's)
3. Smooth & Smokey Barbecue Sauce (Heinz)
4. Australian Sweet Roast Sauce (Calvé)
5. Original American BBQ Sauce (Santa Maria)

Andere beoordeelde BBQ-sausverpakkingen waren van Albert Heijn, Plus, Jumbo, Dirk van den Broek, Yildriz en afwijkende varianten van Calvé, Heinz en Remia. Het valt de jury op dat de meeste verpakkingen niet expliciet communiceren wat er nu eigenlijk in de fles zit. 'Blijkbaar gaan de fabrikanten en designers er van uit dat de consument gewoon een rood goedje verwacht voor op het BBQ-vlees en zich verder weinig afvraagt over de ingrediënten en exacte smaak. Het past echter in de tijdsgeest om daar toch meer over te communiceren.'



De jury van de BBQ-saustest bestond uit de BNO NEXTpack-leden (vlnr) Mark Roos (Proud Design), Reyn Jongenelen (VBAT/dBOD), Edwin Visser (SoGood) en Lizzy Ruijter (Design Bridge).

Like 0 Share

Tweeten 0

in Share

G+

✉