

[column] Pretty in pin #4



DESIGN

21 jun 2018 @ 10:19

10617 x gelezen

Deel 4 van de serie op basis van het jaren zestig-speldjesarchief van Edwin Visser, directeur van designbureau SoGood.

Exota was helemaal hip in de jaren '60, maar moest vroegtijdig de markt verlaten, nadat Marcel van Dam op televisie een fles uit elkaar liet knallen. Het zijn zoete herinneringen. In 2015 is het merk opnieuw geïntroduceerd. Niet zo gek dat de huidige verpakking veel lijkt op de oude, met het karakteristieke logo en de streepjes. Terug van weggeweest.



Hulde aan Andrélon. De karakteristieke flesvorm is in de loop der tijd geëvolueerd, maar is altijd herkenbaar gebleven. Ooit is mij verteld dat de vormgeving is afgeleid van de vorm van haarschubben. Geen consument die dat zo ervaart, maar het heeft wel bijgedragen aan het onderscheidend vermogen en de herkenbaarheid.



Brylcreem had ook een karakteristiek potje, maar daar is niet veel meer van over. Een aanstellerige leeuw is toegevoegd als beeldmerk. Het enige dat is gebleven is het herkenbare rood-wit signaal.



Andy is de grote verrassing. De fles is nog steeds groen en de dop rood. Het speldje toont de vorm van een huisje op het etiket. Ook dat is terug te vinden in de huidige tijd. Een mooi voorbeeld hoe een merk met zijn tijd mee gaat qua vormgeving, maar zijn herkomst niet verloochent.



Macleans was niet karakteristiek en is dat nog steeds niet. Blauw-wit zien we veel in de tandpasta categorie. Het grappige is dat in die oude tube peroxide zit in plaats van fluoride. Smeer maar door je haar.



Dit is deel 4 van de serie op basis van het jaren '60 speldjes-archief van Edwin Visser, directeur van designbureau SoGood. 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.