

De 'Scandinavische' ontwerptrend



DESIGN

19 apr 2016 @ 09:30

10939 x gelezen

Nu reageren

Edwin Visser

Packaging

Scandinavië wordt geassocieerd met ongerepte natuur en zuivere lucht. Scandinavisch design heeft een traditie van puurheid, less is more. Met eenvoud wordt de essentie geraakt. Dat principe vindt meer en meer zijn weg naar packaging design.



Het merk en product hoeven niet eens Scandinavisch te zijn. Net zo min dat het allemaal van een Scandinavisch designbureau afkomstig zou moeten zijn. Het gaat meer om de sfeer van echtheid, puurheid en eerlijkheid die opgeroepen wordt door het grafische design. Vooral biologische merken maken hier gebruik van of merken die met gezondheid geassocieerd willen worden.

Een verstilde wereld doet zijn intrede op de schreeuwerige schappen. Daardoor valt het ineens op en roept sympathie op bij de consument. Soms worden er simpele illustraties geïntroduceerd die een verhalend karakter hebben. Ze nodigen uit, zoals de illustratie uit een kinderboek die tot leven komt en in je hoofd een eigen leven gaat leiden.

De 'school' van het beroemde Finse designmerk Marimekko kent inmiddels veel navolging. Bijna abstracte grafische patronen worden nu toegepast op voedingsmiddelen, zoals bij de Engelse Ashridge-frisdrankjes. Je hoeft de ingrediëntendeclaratie niet te lezen om te ervaren dat je de puurste en eerlijkste te pakken hebt. Of neem de Kallø-rijstwafels van Wessanen. Die vertellen zonder fotografie dat dit toch waarschijnlijk de gezondste zijn. Allemaal te herleiden tot dezelfde Scandinavische bron.

Like 5 Share

Tweeten 0

in Share 29

G+

✉

🖨



Edwin Visser

Werkt bij: SOGOOD

Functie: medeoprichter, directeur

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

Profiel »