

Kijk en vergelijk: Peeze en D.E. Meesterselectie



DESIGN

9 dec 2013 @ 13:54

16038 x gelezen

Nu reageren

Redactie Design

Packaging

De packaging van de range single origin-koffiebonen van Douwe Egberts, afgelopen week geïntroduceerd onder de naam D.E. Meesterselectie, doet aan de verpakkingen van Peeze denken. Zo meent in elk geval een tipgever. Er lijkt inderdaad op zijn minst sprake van enige inspiratie. MarketingTribune vraagt het na.

Schande

De tipgever stelt dat Douwe Egberts gebrek aan creativiteit toont door Peeze na te volgen en noemt het 'een schande'.

Overeenkomsten

SoGood ontwikkelde in 2010 het OOH-verpakkingsconcept van Peeze, goed voor een gouden lamp ADCN, bronzen Clio Award 2011, zilveren Pentaward en RedDot design Award 2011. Trotse koffieboeren die genieten van een kopje Peeze koffie. De uitstraling en de portretfoto's moeten in één sterk beeld de bedrijfsfilosofie weergeven van de milieuvriendelijke koffiebrandery: kwaliteit en duurzaamheid door de hele keten, waarbij de mens centraal staat.

Douwe Egberts noemt zijn nieuwe range 'het resultaat van de continue zoektocht van de kwaliteitsmeesters van D.E naar de beste koffiegewassen ter wereld.' Daarbij letten zij nadrukkelijk op oorsprong, kwaliteit en authenticiteit. Net als Peeze plaatst D.E. Masterblenders gelijkvoelende portretfotografie op de verpakking.

Noors ontwerp

Wat blijkt? De D.E Meesterselectie producten en packaging zijn afkomstig van D.E Master Blenders 1753's (DEMB) dochteronderneming Friele uit Noorwegen. Friele is onderdeel van DEMB en gespecialiseerd in zogenaamde 'single origin' koffiebonen. De [verpakkingen, geïntroduceerd in augustus 2010, zijn ontworpen door het Noorse bureau Knowit.](#)

'De enige, kleine overeenkomst is...'

Norbert Cappetti, Communications Manager Douwe Egberts Nederland, vergelijkt desgevraagd ook: 'De enige, kleine overeenkomst met de andere verpakking is dat er portretten op staan. Dit gebeurt overigens ook vaker en in andere categorieën waar 'oorsprong' centraal staat. In ons geval zijn de foto's stockbeelden van personen die het land van herkomst symboliseren, het stellen dus geen koffieboeren voor en ze drinken op de foto ook geen koffie.'

Hij stelt: 'De verpakkingen zijn volledig anders. D.E Meesterselectie is overigens een retail verpakking en die van Peeze is voor de out-of-home markt.'



Like 1 Share

Tweeten 0

in Share

G+

✉

🖨