



Storytelling belangrijk

Design met diepgang

SOGOOD stond voor de uitdaging: een bloembollenverpakking ontwikkelen, die zoveel mogelijk handling vereist, personaliseerbaar is, het verhaal vertelt én er aantrekkelijk uitziet.

Designbureau SOGOOD uit Haarlem kreeg van Scorlewald, een antroposofische zorginstelling in Schoorl voor mensen met een verstandelijke beperking, een nogal opmerkelijke opdracht: ontwerp een bloembollenverpakking met zoveel mogelijk handling, zodat we zoveel mogelijk mensen in de werkplaats een eigen taak in het verpakingsproces kunnen geven. Scorlewald verkoopt de bloembollen in de eigen winkel, online en via andere winkels in Nederland.

Rob Verhaart, creative director bij SOGOOD, vond het meteen een geweldige opdracht: 'Normaliter maak je een zo efficiënt mogelijk verpakingsontwerp. Een vraag als deze komt bijna nooit voor.' Naast zoveel mogelijk handling, was het verder belangrijk dat de verpakking een mooie uitstraling kreeg én dat de materialen op natuurlijke basis waren. 'Bovendien moest de verpakking personaliseerbaar zijn. Het enige vaste gegeven was de fotografie; vanwege het budget moesten de bestaande foto's worden gebruikt.'

Biologische bloembollen

Het idee voor de bloembollenverpakking kwam van de biologische bollenkwekers John en Johanna Huiberts. Hun dochter werkt bij Scorlewald in de werkplaats. Biologische bollenteelt houdt onder meer in dat zij niet met chemische middelen werken en niet-kerende grondbewerking toepassen. Door slechts de bovenste laag van de bodem om te ploegen kunnen de restanten van de geplukte bloembollen composteren. Dit bevordert de biodiversiteit en trekt veel verschillende insecten aan. 'Die biodi-

versiteit bracht ons op het idee van een donkerbruin doosje met een design van insecten en plantjes. Als je die doosjes naast elkaar zet, ontstaat als het ware een blok aarde', beschrijft Verhaart. 'Om een bloemperkje te creëren plaatsten we er een kaartje in de vorm van een bloem op. In het ene groene blaadje onderaan staat de productnaam en in het andere is ruimte voor de stempel met 'verpakt door'. De productnamen komen van de mensen die op Scorlewald de bloembollen verpakken. Ook drukken zij als finishing touch letterlijk hun stempel op de verpakking.'

De duurzame manier waarop de bloembollen worden geteeld, is eveneens doorvertaald naar de verpakking. Het karton is volledig biologisch afbreekbaar. Je steekt het in het perkje bij de bloembollen en na verloop van tijd vergaat het. Het bruine doosje kun je omvouwen tot een spaarpotje. Verhaart: 'Veel mensen die bij Scorlewald kopen, dragen zowel de organisatie als recycling een warm hart toe. Het spaarpotje sluit daar goed op aan: zij kunnen sparen om er iets nieuws te kopen en het karton belandt niet direct bij het oud papier.'

Personaliseren

De grote uitdaging was om een heel praktisch design en tegelijkertijd een zo uitgebreid mogelijk verpakingsproces te ontwikkelen. SOGOOD slaagde erin om meer dan tien stappen in de handling te verwerken. In de werkplaats drukt de een het doosje uit het drukvel. De ander prikt er gaatjes in om schimmelvorming op de bloembollen te voorkomen. Vervolgens





‘Meer dan 10 stappen zijn nodig om de doosjes in elkaar te zetten. Dat maakt het uniek’

worden de lijmstrips aangebracht en geplakt. Iemand zet het doosje op. Dan wordt het gevouwen en afgevuld. Een kaartje met uitleg over de bloembollen en de verpakking gaat in het doosje. Het bloemkaartje wordt er aan de bovenkant ingestoken. Iemand sluit het doosje af en de laatste mag er drie stickertjes op plakken en de ‘verpakt door’-stempel plaatsen. ‘De stickers van het bijtje, vlindertje en lieveheersbeestje mogen lukraak worden geplakt en dat maakt elke verpakking uniek. Bovendien versterkt het de gedachte van de biodiversiteit’, vindt Verhaart. ‘De stickertjes bijten het design niet. Sterker nog: het wordt er alleen maar leuker van. Ze worden ook wel scheef geplakt en dat heeft juist zijn charmes. Er is een soort imperfectie en die verdwijnt weer als de doosjes bij elkaar staan. Dan vormen ze een perfect geheel.’

Subtiel

Omdat Scorlewald de bloembollen ook online en via andere winkels verkoopt, moet de verpakking kunnen concurreren en verkoop genereren. Verhaart: ‘De handling was leidend en aan de nogal traditionele fotografie konden wij niets veranderen. Hoe geef je het dan toch nog een zekere designkwaliteit? Wij

hebben de foto’s zwaar aangezet door ze in een stereotype madelliefvormpje te kaderen. Dit geeft een pictografisch karakter en daarmee stiler je het meer. De zakelijke fotografie krijgt zo een soort vriendelijkheid. Dat werkt goed en laat ook de rijkheid zien.’ Scorlewald maakte een kistje voor negen bloembollendoosjes. Dit vormt zowel een goed verkoopargument als een kleurrijk bloemperkje, dat onderscheidend is in het schap. Volgens Verhaart maakt de optelsom de uitstraling: ‘Alles zit op een subtiel manier in dit design verwerkt. Op het eerste gezicht is het een vrolijke verpakking. Binnenin vind je het kaartje met het verhaal over de biologische bollenteelt en de mensen van Scorlewald. Op de achterkant van het bloemkaartje wordt daar nog dieper op ingegaan.’ Ook de verwijzing naar de biodiversiteit is niet heel expliciet. De eerste connotatie bij het donkerbruine doosje is toch de aarde. Pas als je meer naar de verpakking in zijn geheel kijkt, zul je de link met de biodiversiteit leggen. ‘Het is gelukt om alle elementen die het verhaal van de bloembollen en van Scorlewald vertellen in een sympathieke verpakking te verwerken. De mensen van de werkplaats kunnen hem zelf in elkaar zetten en op die manier beleven zij er het meeste plezier aan.’

