

# Innovatie op vakantie

Het is bijna zover – zomervakantie! Lekker uitrusten, mooi weer... en genieten van alles wat anders is. We weten nog niet of we dit jaar op vakantie kunnen naar het buitenland, maar mocht dat wel kunnen – neem dan deze tips mee om innovaties van bedrijven te ontdekken... Bergen of juist niet, andere golven, andere stadjes en een andere taal. Op straat ruikt het anders en in de supermarkt hebben ze net een ander assortiment: het échte vakantiegevoel!

Maar waarom is dat eigenlijk? Waarom smaakt het eten anders en waarom zijn de supermarkten anders ingericht? Het brood is anders – zuurdesem in Duitsland en juist weer alleen maar wit in Frankrijk. De macaronisaus van hetzelfde merk smaakt toch nét even anders en mayonaise is al helemaal zo'n product dat nergens hetzelfde smaakt en in sommige landen ver te zoeken is.

Dat komt toch door het weer en de sfeer en omdat je veel buiten bent en... of niet?

Het zal daar vast mee te maken hebben, maar de ingrediënten van dezelfde pastasaus van hetzelfde merk zijn echt anders in verschillende landen. Ieder land heeft zijn eigen smaakvoorkeuren en fabrikanten passen daar hun recepten op aan. Ook al staat de fabriek voor alle sauzen in Europa bijvoorbeeld in Nederland, dan maken zij nog verschillende versies voor het buitenland. Een mooi voorbeeld van productontwikkeling: wat in het ene land goed is, is voor een ander land nog volop in ontwikkeling. Bovendien kunnen in verschillende landen andere regels gelden voor wat wel of geen 'boter' of 'biologisch' mag heten en welke eisen zij stellen aan hygiëne bij de productie enzovoort. Maar hoe doe je dat in de productie? Hoe ontwerp je een



product dat met een minimale aanpassing ook voor andere markten geschikt is? Hoe wissel je tussen de verschillende producten op de productielijn?

Ook voor de verpakkingen kunnen andere eisen gelden, vanuit de overheid of andere wensen vanuit de consument. Zo willen wij in Nederland graag een doorzichtige verpakking, want dan kun je zien wat erin zit, of het nog goed is en hoeveel je nog hebt. Maar in Arabische landen is het onbeleefd om een verpakking aan te bieden waar andere mensen al aan hebben gezeten. Dan wil je dus liever ondoorzichtige verpakkingen. En een fabrikant wil het liefste één verpakking om het product in aan te bieden – dat scheelt in de productiekosten. Iemand een leuk idee om dit op te lossen?

De fabrikanten willen ook graag een zo groot mogelijk deel van hun verpakking besteden aan de verkoop van hun product. Maar voor wet- en regelgeving moet bepaalde informa-

tie op de verpakking staan. Zoals ingrediënten, houdbaarheid, calorische waarde en de allergenen. Zelfs de minimale lettergrootte waarin ze deze informatie vermelden is vastgelegd. Maar die eisen zijn niet voor ieder land gelijk. Dus ook daar ligt weer een uitdaging – wat zijn de eisen die de verschillende landen stellen en hoe kun je een verpakking ontwerpen die aan al deze eisen voldoet maar toch zoveel mogelijk ruimte overlaat om je product aan te prijzen? Het lijkt onbegonnen werk om alle afspraken van alle landen te achterhalen. Waar je wel kunt beginnen, is door je collega's en leerlingen te vragen uit verschillende landen een zelfde product mee te nemen. Dat kost weinig moeite, toch? En als de school dan weer is begonnen, kun je door de verschillende producten te vergelijken achterhalen hoe de smaken verschillen en welke keuzes de fabrikanten gemaakt hebben. Fijne vakantie! ●

**MARTHA HOEBENS** geeft vanuit Bedrijf in de Klas docenten handvatten om op een gemakkelijke, laagdrempelige manier 'iets met bedrijven' in de klas te doen. Onder andere verzamelt ze hiervoor op [www.bedrijfindeklas.nl](http://www.bedrijfindeklas.nl) voorbeelden uit het dagelijks leven, waar je gemakkelijk de link met het bedrijfsleven kunt zien – als je maar weet waar je moet kijken!