



**vnv**

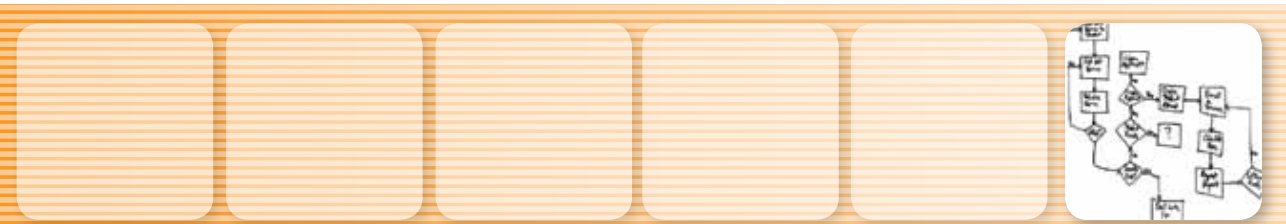
vereniging nederlandse verpakkingkundigen

# Vernieuwing is de stuwende kracht





*“Innovatie, kostenbeheersing, veiligheid, duurzaamheid ...  
Vernieuwing is de stuwende kracht!  
Hierin ligt een prominente rol voor verpakken.  
De verpakkingskundige voert de regie.”*



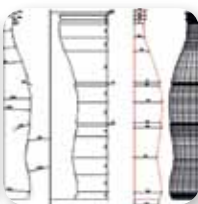
## Katalysator in vernieuwing

**Het huidige ondernemersklimaat vraagt om snel handelen en doeltreffende sturing. Op alle fronten, maar zeker als het om verpakken gaat. Van het positioneren van een product in de markt, het communiceren van de juiste productwaarden tot het realiseren van hogere output. Verpakken raakt alle bedrijfsactiviteiten. De verpakkingskundige weet de bedrijfsdoelstellingen te realiseren door verpakken optimaal in te zetten.**

De complexiteit van strategische, tactische dan wel operationele verpakkingsvraagstukken is het specifieke werkkterrein van de verpakkingskundige. Het samenspel tussen disciplines om tot goede oplossingen en beslissingen te komen, is zijn grote uitdaging.

Een verpakkingskundige is de katalysator bij vernieuwing. Vernieuwing die nodig is om gezond genieten binnen handbereik te brengen, om merktrouw te bevorderen en een duurzame samenleving mogelijk te maken. De verpakkingskundige zorgt voor de sprong voorwaarts.

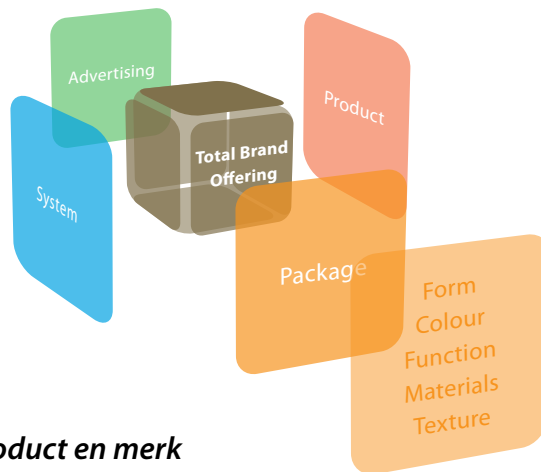
*Verpakkingskundigen vormen sinds 1988 de beroepsvereniging Vereniging Nederlandse Verpakkingskundigen, kortweg VNV. Met deze brochure geeft de VNV u een beeld van de beroepsbeoefenaars van het vak verpakkingskunde.*



# Regie in verpakken

Waar verpakken de hoofdrol heeft, voert de verpakingskundige de regie. Hij zorgt voor een juiste mix aan gebruiksgemak, emotie, product-informatie en bescherming in een verpakking. Een mix die de verkoop van een product op de winkelvloer verhoogt, het product veilig en efficiënt door de keten loodst en zorgt voor merkentrouw.

Dat kan vanuit diverse posities zoals inkoper, verpakingsontwikkelaar, marketingmanager, kwaliteitscoördinator, verpakingsconsultant, manager operations of directie. Het gaat erom dat de verpakingskundige op operationeel, tactisch danwel strategisch niveau werk kan doen dat de best denkbare product-verpakingscombinatie oplevert.



***“Verpakking, product en merk  
zijn één geheel.”***



# Werkveld

Verpakkingskundigen begeven zich met hun werkzaamheden aan de frontlinies van vier kerngebieden.



**Strategie & Innovatie** - Een verpakkingskundige geeft verpakkingsinnovatie prioriteit in de organisatie, wat noodzakelijk is om de positie van het bedrijf in de markt te behouden of te versterken.



**Consument & Samenleving** - Een verpakkingskundige vertaalt consumentenbehoefte, trends en maatschappelijke vraagstukken naar succesvolle product/verpakking/marktcombinaties.



**Proces & Organisatie** - Een verpakkingskundige stuurt en realiseert verpakkingsprocessen vanuit verschillende disciplines, zoals operations, marketing, inkoop, kwaliteit, engineering en ontwikkeling.



**Winst & Verlies** - Een verpakkingskundige weet met een ketengerichte blik en focus op de kansen maximaal rendement uit de verpakking en het verpakkingsproces te halen.

Strategie  
&

Consument  
&  
Samenleving

Innovatie

Proces  
&  
Organisatie

Winst  
&  
Verlies

*“Een verpakkingsvernieuwing is pas een succes als de hele keten, met al zijn schakels – tot aan de consument – wint.”*



*Nog veel bedrijven doen zichzelf tekort door de potentie van verpakken niet op de juiste waarde in te schatten. Het strategisch inzetten van verpakken verhoogt de winstgevendheid en waarde van een product of merk. "Wij geven verpakkingsinnovatie prioriteit, voorkomen suboptimalisaties en schatten snel in of een nieuwe ontwikkeling een succes kan worden"; aldus de packaging innovation manager.*

### Hoe haal je winst uit de keten?

"Een verpakkingsvernieuwing is pas een succes als de hele keten, met al zijn schakels – tot aan de consument – wint. De verpakkingskundige heeft het overzicht en houdt dit nauwlettend in de gaten. Zodra een van de partijen er nadeel van heeft, werkt dat negatief voor de hele keten."

### Liggen er kansen in duurzaamheid?

"Verduurzamen is geen keuze meer. Steeds meer bedrijven leggen zichzelf ambitieuze doelstellingen op. Wij kijken daarbij voorbij product, proces en bedrijf, zodat de innovatie voor de hele keten (milieu)winst oplevert en niet het probleem zich slechts verschuift."

### Hoe behoud je een voorsprong?

"Innovatie! Als we niet innoveren met onze verpakkingen, gaan we vroeg of laat het schap uit. Verpakking, product en merk zijn één geheel. Alles moet samenhangen om een product met succes in de markt te zetten. De focus van de verpakkingskundige is voortdurend gericht op het behouden of versterken van de concurrentiepositie."

### Waar kun je optimaliseren?

"Binnen bedrijven is de verpakkingskennis en -kunde vaak erg versnipperd aanwezig. Deze versnippering leidt tot suboptimalisatie met risico op grotere problemen elders. Een verpakkingskundige waakt hiervoor en creëert nieuwe kansen met een integrale benadering."

### Welke toekomststrategie is belangrijk?

"Je moet verpakkingsgrondstoffen gericht inzetten om verderop in de keten waarde toe te voegen. Hier voor is kennis en ervaring nodig. We schetsen samen met de ketenpartijen een beeld voor toekomstige verpakkingsconcepten. Deze projecten zullen dan niet direct morgen maar wel over vijf tot tien jaar tot waarde komen in de keten."

***"Verduurzamen is geen keuze meer"***



*Verpakkingen spelen steeds sneller in op trends in de samenleving en behoeften van de consument. De uitdagingen van nu zijn kleinere huishoudens, gebruiksgemak, buitenshuisconsumptie, internet-shopping, urbanisatie en een kritischer consument bij een stijgend gezondheids- en milieubewustzijn. "Wij hebben hier een passend antwoord op en dragen zo bij aan economie en maatschappij en niet te vergeten aan onze welvaart en ons welzijn", meent de consumer packaging manager.*

### **Hoe maak je het verschil?**

"De tendens is dat vernieuwingen echt iets toe moeten voegen voor de consument. Een mooi plaatje alleen is allang niet meer voldoende. Verpakkingsfunctionaliteit wordt steeds meer de onderscheidende factor en daarmee als onderdeel van de productpropositie gezien. Vaak kun je met relatief eenvoudige aanpassingen dat verschil al maken."

### **Wat betekent de verpakking voor een merk?**

"Verpakkingen kun je inzetten om het merk te verstevigen, productkwaliteiten te communiceren en aan je imago te bouwen. Als verpakkingskundige weet je hiervoor de diverse betrokken partijen te koppelen zodat de producten met de gewenste uitstraling in het schap komen te staan."

*"De tendens is dat vernieuwingen echt iets toe moeten voegen voor de consument. Een mooi plaatje alleen is allang niet meer voldoende."*

### **Waar zit de juiste balans?**

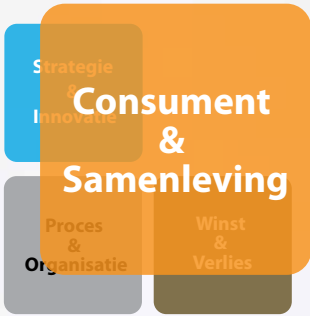
"Als verpakkingskundige houd je goed in de gaten of de verpakking geen tegenstrijdige signalen afgeeft. De ene boodschap op de verpakking kan een andere waarde naar beneden halen. De waskracht van een 'Duurzaam' afwasmiddel bijvoorbeeld, ervaart de consument als lager dan ditzelfde afwasmiddel zonder de boodschap 'Duurzaam' op de verpakking."

### **Waar is er winst te behalen?**

"Als meer transportkilometers van producten vragen om een betere bufferfunctie, stijgen de verpakkingskosten. Door goed te kijken naar de product-verpakkingscombinaties valt nog een hoop te winnen. Bijvoorbeeld door het product minder fragiel te maken. Daardoor kunnen we verpakkingsmateriaal besparen en de beladingsgraad verhogen."







*“Verpakkingskundigen houden het samenspel van alle waarden die de verpakking uitdraagt scherp in de gaten.”*



Strategie  
&  
Innovatie

Consument  
&  
Samenleving

## Proces & Organisatie

*“Verpakking is onderwerp van een continu spanningsveld tussen kosteneffectief produceren en de vraag naar kortere runs, kleinere batches en snellere levertijden”*



*Verpakkingsprocessen zijn complex. Ondernemingen hebben behoefte aan veelzijdige en flexibele verpakkingslijnen om bijvoorbeeld telkens opnieuw in te kunnen spelen op de vraag naar onderscheidend vermogen en innovatiesnelheid. Hiervoor zijn mensen nodig die processen bedenken waarmee je ook in de toekomst concurrerend kunt produceren. "Als verpakkingskundige overzie je het geheel en weet je waar je de pijlen op moet richten om kansen te creëren en te benutten", zegt de packaging proces manager.*

### **Hoe verloopt het ontwikkelproces?**

"Meestal is er een globaal idee voor de verpakking, het volume, de doelgroep, het afzetkanaal en de gewenste marktintroductie. De verpakkingskundige gaat dan met veel partijen praten, onderzoekt of het ook volgens die wensen kan en brengt verschillende alternatieven in kaart. In principe is overal een oplossing voor te bedenken maar daar hangt uiteraard wel een prijskaartje aan."

### **Waar zit de uitdaging?**

"Verpakking is onderwerp van een continu spanningsveld tussen kosteneffectief produceren en de vraag naar kortere runs, variëteit in batches en snelle levertijden. Als verpakkingskundige weet je uit die tegenstrijdige vragen telkens weer het optimale resultaat te halen."

### **Hoe omschrijf je je functie?**

"Ik ben vooral een bruggenbouwer tussen de betrokken disciplines. Mijn taak zit erop zodra de marketingmensen het gevoel hebben dat ze krijgen wat ze voor ogen hebben en de producent het volledig ziet zitten om het ontwerp op die manier te produceren."

### **Hoe belangrijk is een goede operator?**

"De factoren mens, machine en middelen bepalen het lijnrendement. Als mensen niet optimaal zijn opgeleid, gaat dat ten koste van je lijnrendement. De verpakkingskundige kan operators trainen. Zelfverzekerde mensen voelen zich op hun gemak en dan gaat je rendement vanzelf omhoog."

### **Wat bied je als specialist?**

"Stijgende prijzen, grillige vraag en onzekerheid over beschikbaarheid van gekwalificeerd personeel maken het voor merkeigenaren steeds lastiger om innovatieve verpakkingsconcepten op de markt te brengen. Als verpakkingskundige biedt je hierbij pro-actief ondersteuning en neem je daarmee ook een stuk risico voor hen weg."

*"Een verpakkingskundige is vooral een bruggenbouwer tussen de betrokken disciplines."*





*“Kosteneffectief verpakken is een voorwaarde om de grote groei-ambitie van ons bedrijf waar te kunnen maken.”*



*Verpakken beslaat een enorm gebied waar erg veel geld in om gaat. Voor veel producten is verpakking een bron van toegevoegde waarde en essentieel voor verkoop en marge. Zijn directe verpakkingskosten vaak al aanzienlijk, de impact op de gehele keten is een veelvoud daarvan. Denk daarbij aan ontwikkeling, investeringen, productiekosten, logistiek of marketing. Verpakkingskundigen kijken voortdurend naar waar dat geld het meest effectief wordt besteed. "Ik koppel markt, productie, technologie en financiële kengetallen aan elkaar om tot vernieuwende, lucratieve toepassingen van verpakking en techniek te komen", vertelt de packaging purchase manager.*

### **Hoe koop je goed in?**

"Vergelijk verpakkingsprocessen met de Formule 1. Goedkoper inkopen betekent vooral slimmer inkopen: Zorgen dat materiaal sneller te verwerken is voor meer output per uur en integraal kijken naar hoe we nog efficiënter kunnen produceren. Naast kostenbesparing genereert dat leverbetrouwbaarheid. Daar kunnen we de productie op sturen en plannen en dat levert het bedrijf flink geld op."

### **Waar ligt de focus op?**

"Kosteneffectief verpakken is essentieel. Onze producten gaan de hele wereld over en vinden hun toepassing in zeer uiteenlopende processen en veeleisende markten. Niet alleen de transportafstanden maar ook de kwaliteitseisen en de druk op kostenefficiency nemen toe. Je moet tegen de minste kosten de hoogste kwaliteit verpakkingen van de grond krijgen die wereldwijd dezelfde professionaliteit uitstralen."

### **Hoe beheers je de kosten?**

"In een verpakkend bedrijf werken drie krachten op de verpakking. Marketing wil de mooiste met zoveel mogelijk kleuren. Productie wil het liefst maar één verpakking. En inkoop streeft naar de goedkoopste. Voor het beheersen van de integrale verpakkingskosten gaat de verpakkingskundige in een zo'n vroeg mogelijk stadium alle wensen en mogelijkheden uitwisselen, de grenzen opzoeken en desnoods oprekken."

### **Kan je een voorbeeld noemen?**

"Voor een van onze producten wilden we een unieke verpakkingsmethode binnen onze branche. Dit betekende dat er een nieuwe productielijn moest komen. Hiervoor heb ik alle consequenties op een rij gezet en doorgerekend. Het project vergde een enorme investering en was behoorlijk risicovol. Maar we zouden er echt niet aan begonnen zijn als we ook maar de minste twijfel hadden of het ons voldoende zou gaan opleveren."

*"Het is de taak van de verpakkingskundige om tegen de laagste kosten de hoogste kwaliteit verpakkingen van de grond te krijgen..."*



# vnv

vereniging nederlandse verpakkingskundigen

## Wie zijn wij?

Vereniging Nederlandse Verpakkingskundigen is een beroepsvereniging waar verpakkingskundigen informatie en kennis delen en elkaar inspireren en motiveren.



## Wat doen wij?

VNV versterkt de positie van de beroepsgroep en is een actief en dynamisch platform voor persoonlijke en professionele ontwikkeling. De vereniging wil klankbord en inspiratiebron zijn voor leden, relaties en betrokkenen bij (maatschappelijke) verpakkingsvraagstukken.

## Dat doen wij door

- Ondersteunen van leden bij hun professionele ontwikkeling (advies, trainingen, studiegroepen en bedrijfsbezoeken)
- Netwerken op de diverse fronten (onderling tijdens VNV-bijeenkomsten en extern door actief relatiebeheer met organisaties)
- Belangen behartigen van leden, onder meer door de beroepsbeoefenaars van het vak verpakkingskunde en de toegevoegde waarde die zij leveren zichtbaar te maken
- Uitwisselen van kennis en informatie (VNV nieuwsbrief, website [www.verpakkingskundigen.nl](http://www.verpakkingskundigen.nl), in- en externe commissies en werkgroepen, bedrijfsbezoeken, klankbord voor elkaar en aan derden)
- Faciliteren van in- en externe werkgroepen zoals 'Opleiden in verpakken' en 'Verduurzamen van verpakken'



*“De verpakkingskundige brengt de kennis en de vaardigheden die nodig zijn om het product succesvol in de markt te brengen en te behouden.*

*Hij of zij is de bindende factor tussen alle disciplines in het bedrijf zodat het maximale uit de product/verpakking/marktcombinatie wordt gehaald “*





**vnv**

vereniging nederlandse verpakkingskundigen

**e-mail**  
info@verpakkingskundigen.nl  
**website**  
www.verpakkingskundigen.nl

