

Het beste product van 2006

Net als vorige jaren benaderde **Lex Veldhoen** vijf deskundigen, werkzaam op het gebied van 'design', techniek en consumentengedrag met de vraag het beste product van het jaar te kiezen. De procedure was als volgt: de redactie vroeg de deelnemers ieder twee producten te nomineren en deze keuze te motiveren aan de hand van vijf criteria: technische kwaliteit, ontwerp/vormgeving, gebruiksvriendelijkheid en milieuaspecten. Vervolgens werd hun gevraagd de beste vijf producten van de vier andere kandidaten te waarderen met 10, 8, 6, 4 en 2 punten.

Top-10 producten

1. Triggy kinderfiets
2. Neteldoekkleiding van Brennels
3. Tierrafino leem stucverf
4. Geldautomaten bij Albert Heijn
5. Sony HDR-HC3E camcorder
6. SiteAdvisor
7. Blundstone 550
8. Hippius/Het Paard computermuis
9. Apple Mac Book Pro
10. Nike iPod

- 26 punten
- 24 punten
- 24 punten
- 18 punten
- 16 punten
- 14 punten
- 8 punten
- 8 punten
- 6 punten
- 6 punten



Niet stucverf, schoeisel of software, maar...

De Triggy kinderfiets is de winnaar geworden, met als opvallendste kenmerk de technische kwaliteit. Meteen hierop volgen twee producten met een gelijke waardering. Bij deze producten spelen milieuaspecten een belangrijke rol.

De nummers twee en drie worden gevolgd door een dienstverlenend product, waarbij gebruiksvriendelijkheid als belangrijkste kenmerk naar voren komt. Opvallend is dat dit jaar geen enkel voedselproduct is genomineerd.

De slechtste producten van het afgelopen jaar

Agerbeek: „Supradyn WeightSmart van Bayer, 60 tabletten voor 16 euro, zou de stofwisseling bevorderen en gewichtstoename remmen, vooral bij ouderen die minder bewegen. Weer zo'n overbodig, extra duur voedingssupplement. Er zit te weinig werkzame stof in en de claim is gebaseerd op onvoldoende wetenschappelijk bewijs. „Maar ook de LamaBox van een Nederlands bedrijfje; om films te downloaden en direct te bekijken op de tv. Moeilijk te installeren, gebruiksvriendelijk, traag, werkt niet goed en crasht.”

Van den Broek: „Light hondenvoer, zoals van Pedigree. Dat vind ik echt onzin. Dan moeten honden maar wat minder eten of vaker uitgelaten worden.”

Van Dam: „Slecht is iedere nieuwe SUV, zoals Santana, Santa Fé en iedere nieuwe sportwagen met een topsnelheid drie keer zo hoog als je in Europa mag rijden. Totaal nutteloos.”

Klootwijk: „Een kloppomachine van Metabo. Hij is ontworpen door Porsche

Design dat gebruiksvoorwerpen als koffiezetapparaten in opdracht een geile uitstraling geeft. De handgreep bovenop de boommachine is niet eens een idee van Porsche Design en is heel onhandig als je op ooghoogte of hoger boort. Een ergonomisch onding. Een heel verkeerd gebruik van design dat producten onnodig duur maakt. Deze kost zo'n 500 euro; andere Metabo-boommachines, die hetzelfde kunnen, kosten de helft.”

Mijksenaar: „De handscaanner van Albert Heijn. Als je een boodschap per abuis dubbel scant, betaal je dubbel. Krijg je nacontrole, dan moet alles weer uit die kar op de band; alle inspanning voor niks en kans op straf op de koop toe.”

„En de Bruynzeel MAXX lamellenhordeur. Ik heb hem woedend in de afvalbak gegooid. Een slechte gebruiksaanwijzing – ik kan het weten want ik heb er 50.000 verzameld – urenlang monteren en de lamellen zijn teer, raken verstrikt en schieten uit de geleidingsrails.”



Wouter Klootwijk (61), journalist, programmamaker
Keuze: speelgoed en schoeisel

Triggy speelfiets

Bijzonder aan dit fietsje is, dat de Delftse ontwerper er zorgvuldig voor heeft nagedacht. Er zit een naaf in, waarmee je na het remmen meteen achteruit kunt rijden. Hij was uitgevonden door een Duitser en oorspronkelijk heel duur. Nu wordt hij door Berg Toys goedkoop in licentie gemaakt. Die naaf maakt van het fietsje een heel interessant werktuig. De shovel, met twee aparte handels, functioneert net als een echte; hij kan zand, bladeren en sneeuw goed opscheppen en weer leegkniepen. Zo simpel dat een kind het meteen doorheeft. Technisch heel vernuftig, robuust en functioneel ontworpen; kinderen worden hiermee serieus genomen.

Fabrikant: Berg Toys
Prijs: 199 euro
www.bergtoys.nl



Blundstone 550

Ik heb zes jaar gedaan met de 500, die al 130 jaar lang gefabriceerd wordt voor Australische cowboys. Ik liep er elke dag op. Ze zijn waterdicht, dempen schokken, lopen meteen lekker en je kunt erin blijven lopen, nooit een blaas gehad. Dit model heeft een nog betere schokdemping van de hak; de geïntegreerde voering maakt dat je er gemakkelijk in glijdt. Ik nam ze mee naar Noorwegen, in de sneeuw. Ze zaten meteen goed, liepen geweldig; bij -20 graden geen koude voeten en zomers geen zweetvoeten. Ze zijn erg duurzaam want je hebt in een mensenvoet maar weinig paren nodig. De 550, net op de markt, is nu al een verkoopssucces.

Fabrikant: Blundstone Footwear, Australië
Adviesprijs: 129 euro
www.blundstone.com en www.paulcompany.nl



Ynte van Dam (47), universitair docent marktkunde en consumentengedrag, Wageningen Universiteit
Keuze: neteldoekkleiding en leemstuc

Neteldoekkleiding

Dit is een van de initiatieven qua duurzame mode die momenteel zodanig op de markt gebracht dat ook doe-het-zelvers het als wandbedekking kunnen aanbrengen met kwast, roller of spaan. Een geweldige innovatie, waarbij allerlei positieve facetten samenkomen: milieuvriendelijkheid, een lekker stoffe, interessante ontwerpen. Textiel van netels is sterk en duurzaam, vergelijkbaar met linnen. De collectie gaat richting *high fashion*; dat maakt het wel tamelijk prijzig. Het is nog te kort op de markt om te zeggen of het succesvol is. Ik hoop dat neteldoek zijn weg naar beneden vindt.

Fabrikant: Brennels
Prijs: vanaf 65 euro
www.brennels.nl



Tierrafino leem stucverf

Ik ben hier vreselijk enthousiast over. Het aloude leem wordt zodanig op de markt gebracht dat ook doe-het-zelvers het als wandbedekking kunnen aanbrengen met kwast, roller of spaan. Het is milieuvriendelijk, wordt op een duurzame manier gewonnen, met aardpigmenten voor de kleur. De leemlagen herstellen zichzelf. Het is vochtregulerend, dus goed voor de atmosfeer in huis. Het is van een Nederlands bedrijf dat leem uit Midden-Europa haalt. Sinds de introductie dit jaar groeit het succes chronisch. Als ik de muren opnieuw moet doen, ga ik het zelf gebruiken.

Fabrikant: Leembouw Nederland
Prijs: per m² circa 4 euro
www.tierrafino.nl



Paul Mijksenaar (62), oprichter Bureau Mijksenaar en hoogleraar industrieel ontwerp, TU-Delft
Keuze: Apple en AH-geldautomaten

Geldautomaten Albert Heijn

In mei is de introductie van Postbank-geldautomaten in 2.000 Albert Heijn-filialen afgerond. Een gezamenlijk project dat begin 2005 startte met een pilot in 25 vestigingen. Je kunt nu met alle bankpassen met het maestro-icoon in vrijwel alle Albert Heijn-winkels geld opnemen zonder buiten in weer en wind te hoeven staan. Hij functioneert net zo goed als andere geldautomaten en heeft een goede interface. Ik hoop dat de Postbank ze ook in scholen en bejaardenhuizen gaat plaatsen. Ik heb gehoord dat de SNS-bank ze gaat plaatsen bij de Hema en wellicht C1000. Het is niet zozeer een technische innovatie, maar wel een klantvriendelijk concept met een grote toegankelijkheid en grootschalige beschikbaarheid.

Fabrikant: Postbank
Prijs: n.v.t.
www.albertheijn.nl, www.postbank.nl



Apple Mac Book Pro

Apple lijkt zichzelf weer te overtreffen. Het begint al met die ingebouwde iSight-camera die het heel makkelijk maakt om videoconferenties en chatsessies te houden. Hij maakt tegelijkertijd ook nog leuke portretfoto's. Het snoer kan magnetisch aangeklikt worden, het toetsenbord is verlicht – handig in vliegtuig en hotelkamer – en de Intel Core Duo-processor maakt film kijken een plezier, vooral door de erbij geleverde afstandsbediening. De gebruiksvriendelijkheid was bij Apple altijd al goed; een intuïtieve benadering van innovaties met updates die moeiteloos te bedienen zijn. De ideale laptop voor onderweg, met een vormgeving die elke ontwerper gelukkig maakt.

Fabrikant: Apple
Prijs: vanaf 1.989 euro
Website: www.apple.nl



Marjan Agerbeek (62), hoofdredacteur Consumentengids
Keuze: gratis software en camcorder

Sony HDR-camcorder

De eerste camcorder voor de consument die gewoon, maar ook in *high-definition*, kan opnemen. Een echte innovatie, met een zeer goede beeldkwaliteit. Hij kwam bij ons goed uit de test, beter dan een model van Sanyo. Hij is net als andere camcorders vrij simpel te bedienen. Het ontwerp is niet opvallend. Hij wordt nu nog alleen gekocht door echte liefhebbers, maar volgens mij wordt 2007 het HD-jaar en gaan HD-camcorders helemaal doorbreken.

Fabrikant: Sony
Prijs: adviesprijs 1.399 euro
www.sony.nl



SiteAdvisor

Een gratis plug-in softwareprogrammaatje dat websites test op zwendelpraktijken, browsermisbruik en overmatige hoeveelheden pop-ups. Het test binnenkomende e-mail op virussen, spyware en andere ongewenste programma's en geeft bij Google met een groen vinkje of rood kruisje aan of je websites veilig kunt openen. Een simpele, nuttige innovatie waar heel veel mensen iets aan hebben en, net als routelanner Google Maps, voor niets.

Fabrikant: McAfee
Prijs: gratis
www.siteadvisor.com



Joëlle van den Broek (36), manager product technovoor/sport & health, TNO, Science and Industry
Keuze: computermuis en Nike iPod

Computermuis

Deze muis benadert zoveel mogelijk de natuurlijke vorm van de hand. Daardoor werkt hij prettig en moet hij rsi-klachten voorkomen. Hij is in verschillende maten en in een rechte en linkse variant verkrijgbaar. De Hippius is ontwikkeld in samenwerking met het Erasmus Medisch Centrum in Rotterdam. Hij ziet er leuk uit en hij heet zo omdat hij op een zadel lijkt. Je kunt hem via internet bestellen met behulp van een 'maatformulier', waarna iemand van Hippius hem op de werkplek installeert en toelicht.

Fabrikant: Hippius
Prijs: 297,50 euro
www.hippius.nl



Nike iPod

Bij deze virtuele sportcoach wordt slim gebruik gemaakt van de populaire iPod. Een goed voorbeeld van een succesvolle samenwerking tussen twee bedrijven, net als bij Senseo. Het is een eenvoudig product maar het heeft een grote functionaliteit. Je stopt een mooie, ovaalvormige sensor in je Nike-schoen die in verbinding staat met je iPod. De sensor geeft trainingsadviezen tijdens het hardlopen. Ook is een koppeling met je computer mogelijk. Het is goed voor de volksgezondheid; het maakt hardlopen leuker.

Fabrikant: Apple/Nike
Prijs: iPod Nano vanaf 199 euro, Nike-schoenen vanaf 100 euro, Sport Kit: 29 euro,
www.nike.com en www.ipodreporter.nl



Duurzaamheid, gemak en schijnvernieuwingen

Het panel dat het beste product koos, registreert en passant trends en tendensen op het gebied van vormgeving, gezondheidsclaims en gebruiksgemak. Sommige daarvan zijn hoopgevend: zoals die van composteerbaar afval. Andere, zoals de hype rond omega-3, roepen misnoegen op.

Lex Veldhoen

Joëlle van den Broek gelooft dat consumenten kwaliteitsbewuster worden. „Mensen kopen graag iets goeds dat langer meegaat of dat je kunt oppimpen, zoals gsm's. Een positieve, gebruiksvriendelijke oplossing vind ik ook de ov-fiets. Je wordt lid, krijgt een pasje, leent op het station een degelijke fiets en het betalen gebeurt automatisch.”

Volgens haar zal de wal het schip keren op het gebied van de consumentenelektronica. „Er lijkt een grens bereikt aan 'nog meer knoppen, meer mogelijkheden' binnen één product.” Ook voorziet ze een trend naar *customizing*. „Je kunt nu bijvoorbeeld op maat gemaakte zadel kopen en bij Lego je eigen bouwdoos laten ontwerpen.” Ook Paul Mijksenaar constateert dat elektronica-producten steeds meer mogelijkheden bieden ten koste van de gebruiksvriendelijkheid, maar ze functioneren wel veelal foutloos, „terwijl computers

blijven vastlopen”.

Ynte van Dam ziet eveneens ontwikkelingen die hem hoopvol stemmen, zoals de trend naar 'duurzame mode'. „Die trend is vooral dit jaar op gang gekomen met bedrijven als Brennels, maar ook Markovic, Fair21, Sincero Fair Fashion en Hemp. Allemaal designkleding op basis van eco- en Fair Trade-grondstoffen.” Een goed teken omdat volgens hem de kledingindustrie tot de top vijf vervuilers van de wereld hoort. Veel bedrijven bewegen volgens hem richting duurzaamheid, zelfs in de autobranche. „Denk maar aan de Toyota Prius. In de VS onderzoeken ze waterstof nu serieus als brandstof en ontwikkelen ze een elektrische auto die zich draagt als een echte wagen.”

Tegenover deze ontwikkelingen staat volgens hem echter eveneens, „een trend richting status, uitstraling, onverantwoord brandstofgebruik en bij kleding een bombardement aan goedkope import, die onder de gruwelijkste omstandigheden in sweatshops is gefabriceerd.” Hij spreekt van 'polarisatie' en ziet die doorzetten bij biologisch voedsel versus kant-en-klare magnetronmaaltijden.

Van Dam: „Op elektronica- en voedselgebied vernieuwt men zich te pletter. Als de markt weer verzadigd is, verzinnt men iets nieuws. Een constante stroom. Elke maand een ander toetje. De beste innovatie, las ik, is yoghurt met albenzen, geneuzel dus.” Wouter Klootwijk onderschrijft deze kritiek. „Ze stoppen steeds minder sap of bijvoorbeeld yoghurt in een flesje, zoals bij Knorr-Vie, noemen het 'gezonder' en dat kost steeds meer. Overal wordt omega-3 in gestopt, een verzamelaan voor verschillende vetzuren die ge-

zond zouden zijn. Het zit in vette vis, zoals haring en makreel, en in noten. Ze stoppen het in brood en in veevoer, opdat een beetje omega-3 in melk terecht komt. Het is een hype.” Hij voorspelt in 2007 een hausse aan nepernieuwing in gezonde voeding. „We worden er helemaal gek mee gemaakt. Fabrikanten zegen elkaar: 'Gezond is de trend, lieg maar een eind weg, als je maar net binnen de wet blijft.'” Paul Mijksenaar brengt daar tegenin dat je bij benzinestations tegenwoordig ook voorverpakte, in stukjes gesneden appel kan kopen. „Niet echt slecht; het is tenminste gezond.”

Marjan Agerbeek ziet na jaren weer een toename van de zogeheten functionele voedingsmiddelen. „Je krijgt straks Blue Band Idee, met toevoeging van visolie, wat positief zou inwerken op de cognitie van kinderen. Van Optimal Control met Fabuleus zou je afvallen en van Friesche Vlag Slaap Leker met een stofje slaap je beter. Het bewijs is vaak flinterdun, en steeds meer gevestigde bedrijven stappen in dit soort producten.” Maar Agerbeek ziet ook positieve ontwikkelingen. „Eerste onderzoeksresultaten wijzen erop dat voorverpakte magnetronstoomgroenten geen meenswaardig vitamineverlies lijden. Gekookte groenten wel bijvoorbeeld.” Een ander pluspunt op voedingsgebied noemt de hoofdredacteur van de *Consumentengids* de 'boerenkip' die mede op initiatief van de Dierenbescherming op de markt wordt gebracht. Zij groeit minder snel, zou daardoor gezonder zijn, en is minder duur dan de biologische kip.

Klootwijk voorziet verbeteringen in de aquacultuur

in Europa. „Zo gebruiken ze in Rijnmond industriële restwarmte voor de garnalenteelt en in IJmuiden staat de modernste tongkwekerij ter wereld. Onder IJmuiden zit een grote bel buitengewoon zuiver oerzewater dat ze oopponen. Tegenwoordig kunnen ze ook ouderdieren kweken die de eitjes leveren.”

Er zijn meer pluspunten. Mijksenaar ziet in de dienstverlenende sector meer gebruiksvriendelijke oplossingen. „Naast die geldautomaten bij Albert Heijn heb je nu in Amsterdam ook belparkeren: parkeerbetalen via je mobielte. Je abonneert je op een provider, belt dat nummer, toetst de code van de parkeerpaal in, en klaar. Je hoeft niet terug te lopen naar je auto voor je betaalbewijs en je hoeft niet na te denken hoeveel je betaalt of wanneer je terug moet zijn. Doe je snel een boodschap, dan betaal je maar 10 eurocent.”

Agerbeek ziet een toename van de multifunctionaliteit van mobielte. „Naast skypen, internetten straks ook tv kijken, betalen en navigeren. En nieuw is dat je binnenshuis goedkope met je mobiel kunt bellen via je eigen draadloze netwerk dan buitenshuis, waar je terugvalt op je gsm-netwerk. Ook dat zal doorzetten in 2007.” Mijksenaar ziet tot zijn onvrede verkoopcycli korter worden. „De ene iPod of digitale camera is nog niet uit of er is weer een betere, snellere, met meer pixels, meer geheugen. Alles wat je koopt is meteen verouderd.” De Apple-adaptor die hij onlangs wilde kopen, paste al niet meer op de versie die hij een jaar eerder had gekocht. „Mensen worden radeloos, ze weten niet meer te kiezen. Je moet elke drie maanden op cursus om bijk te blijven.”

Maar ondanks die korte verkoopcyclus, of juist dank-

zij, komen volgens hem de grootste conceptuele innovaties nog steeds uit het Westen met de VS als koploper. „Kijk maar naar Apple en Google Earth.” In Azië ziet hij vooral verfijning en verbetering plaatsvinden. „China zit nog in de namaaksektor, terwijl Japan innovatief is op deelgebieden, zoals de camera-autofocus en lcd-schermen.” Van den Broek: „Het aantal kopstaartbedrijfjes neemt toe. Je ziet dat ze hier het product ontwikkelen en op de markt brengen en in Azië produceren.”

Wat innovaties betreft, wijst Joëlle van den Broek op de trend van 'innovatieve samenwerking' tussen bedrijven, zoals bij Nike iPod en Senseo. Maar ook tussen bijvoorbeeld ziekenhuizen en commerciële bedrijven die met innovaties komen om mensen te 'ondersteunen in hun functionaaliteit'. Verder ziet ze, naast de door haar genomineerde muis, steeds meer op de mens afgestemde, draagbare producten.

Ook positief zijn sommige ontwikkelingen in het koopgedrag van consumenten. Klootwijk: „Ik hoorde laatst dat Lego beter verkoopt, omdat het weer ouderwetse constructiepeelgoed maakt. In het algemeen denk ik dat weer meer naar kwaliteit wordt gekeken. Mensen zijn de roetsoep zat.”

Van Dam ziet nog een heel belangrijke ontwikkeling. „Misschien breekt het nog niet volgend jaar door, maar er wordt door heel veel bedrijven gewerkt aan composteerbaar plastic, van levensbelang als je het wereldwijde probleem van zwerfvuil in oegenschouwer neemt.”