

Titel: Consument en produktkwaliteit

Auteurs: Y.G.M. Beerepoot-Sangen en G. Leentvaar-Leistra

Gegevens: 286 pagina's, uitgegeven door Kluwer in de serie Kwaliteitskunde,
ISBN 90-201-2342-4

Door: Heimrich Kanis

Dit boek gaat over de consumptiefase van produkten, van aanschaf tot en met afdanken. Produktontwikkeling en ontwerpen komen zijdelings ter sprake. Veel aandacht is er voor milieubelasting tijdens het gebruik van produkten en bij de verwerking als afval. Er zijn zeven hoofdstukken. Eerst twee inleidingen (één per auteur), gevolgd door uiteenzettingen over consumentenrecht en wetgeving (onder andere produktaansprakelijkheid en de warenwet), produktonderzoek zoals vergelijkend warenonderzoek, produktinformatie (onder andere etikettering en certificatie), verpakkingen (waaronder materiaaleigenschappen en ergonomische aspecten) en de milieuproblematiek.

Deze bundeling van informatie is volgens Beerepoot bedoeld om tegemoet te komen aan "de grote behoefte in het bedrijfsleven aan meer kennis over de 'Consument en produktkwaliteit'", dit met het oog op de afzet (p.11). Zo worden producenten erop geattendeerd dat zij zich met produktinformatie kunnen profileren "door in te spelen op gevoelens van de milieubewuste consument" (p.79). Dienstbaarheid aan de producent blijkt verder uit een lange paragraaf over consumentenpanels voor marketingdoeleinden. Bedrijven krijgen de tip gebruiksobservaties te doen tijdens huisvrouwencursies. Huisvrouwen zouden geschikte panelleden zijn, onder meer "omdat ze het lang volhouden en goedkoop zijn vergeleken met eigen werknemers" (pp.143/145).

De andere auteur, Leentvaar, schetst in haar inleiding een consumentistisch perspectief. Hier is de consument juist de tegenspeler van de commerciële marktpraktijken (p.55). Voorlichting is niet de eerste zorg van producenten en leveranciers, wat commerciële produktinformatie vaak eenzijdig en onbetrouwbaar maakt (p.61).

Dit verschil in uitgangspunt zie je terug in de herkomst van zogenoemde 'boxen'. Dit zijn afgemeten stukjes proza bijvoorbeeld uit de Consumentengids, maar ook afkomstig van produktmanagers, die aan het woord komen over hun goede bedoelingen en geslaagde marktinterventies. Daarnaast bevat het boek veel feitelijke informatie, vastliggend in wetgeving, normalisatie en eigenschappen van materialen. Voor dergelijke informatie kan het boek dienen als naslagwerk, wat past in het streven van de auteurs om niet alleen afdelingen van research, development, verkoop en marketing van bedrijven te bedienen, maar ook om HBO-opleidingen van lesmateriaal te voorzien.

Los van alle potentiële afzet waarop de auteurs in één klap mikken, had dit boek een spraakmakende doorlichting kunnen bieden van consumentenzaken aan het begin van de jaren '90, ware het niet dat enkele tekortkomingen daaraan afbreuk doen.

Het eerste bezwaar is dat een zakenregister ontbreekt. Dit is storend omdat behandelde onderwerpen vaak overlap vertonen en zodoende in verschillende hoofdstukken aan de orde komen. Dit laatste wordt extra in de hand gewerkt door gebrek aan afstemming tussen de auteurs, met als gevolg doublures. Zo wordt produktinformatie niet alleen behandeld in het vijfde hoofdstuk maar onder verwijzing naar dezelfde literatuur ook in het tweede hoofdstuk, en dan nog eens in het derde dat gaat over wettelijke regelingen. Een ander voorbeeld is het milieu dat behalve in het laatste hoofdstuk in alle andere hoofdstukken meer of minder uitgebreid ter sprake wordt gebracht.

Met 'kwaliteit' is iets soortgelijks aan de hand. Omdat dit een kernbegrip betreft, is de schade ernstiger. Het onheil kondigt zich aan meteen in de inleiding van Beerepoot: "In dit boek worden geen academische, abstracte of filosofische teksten of beleidsvisies aangereikt waarbij analyse voorop staat", wat na veel omhaal van woorden de volgende omschrijving oplevert van 'produktkwaliteit': "de mate van geschiktheid van het geheel van produkteigenschappen de levenscyclus van het produkt omvattend voor specifiek gebruik, voor een specifieke consument in een bepaalde situatie of in een bepaalde omgeving" (p.24). Deze koppeling met persoonlijke omstandigheden en referenties van gebruikers impliceert dat 'produktkwaliteit' volledig is geïndividualiseerd. Dit wringt met het verstrekken van informatie over produktkwaliteit, zolang niet is aangegeven dat kwaliteitspercepties invariant zijn voor veel van de persoonlijke zaken die via deze allesomvattende definitie worden binnengeloodst. Hoe kun je anders groepen consumenten voorlichten? In het boek wordt daar niet moeilijk over gedaan en duikt kwaliteit in allerlei samenstellingen op: 'aanschafkwaliteit', 'vervoerskwaliteit', 'opbergkwaliteit' en ga zo maar door. Naar het uitkomt worden fysische eigenschappen van produkten opgevoerd als kenmerken van produktkwaliteit, evenals uitkomsten van produktonderzoek naar het technisch-fysisch functioneren van produkten.

Dat Leentvaar met een eigen benadering komt helpt niet. Na de vaststelling dat "de discussie over het begrip kwaliteit ouder is dan de weg naar Rome" (p.48), en dat over kwaliteit "een bijna Babylonische spraakverwarring" bestaat (p.57) neemt zij uiteindelijk een bestaande definitie van kwaliteit over: "de mate waarin het geheel aan eigenschappen van een produkt, proces of dienst voldoet aan de eraan gestelde eisen, welke voortvloeien uit het gebruiksdoel" (p.64). Kortom, in wat extra volzinnen vast wel rond te praten met de omschrijving van Beerepoot. Maar in de spraakverwarring over kwaliteit brengt dit boek geen orde.

Een laatste bezwaar geldt de diversiteit van de bijeen gegaarde stof. De lezer wordt heen en weer geslingerd tussen gedreven visies, vooral over het milieu, en technische verhandelingen uit verschillende vakgebieden. De behandeling van ergonomisch en sensorisch panelonderzoek had met goede verwijzingen aanzienlijk korter gekund dan de 30 pagina's nu. Hetzelfde geldt voor de ellenlange opsomming in het zesde hoofdstuk van eigenschappen van verpakkingmateriaal - kunststoffen, metalen, glas en hout. Curieus is hier de teleologische rol toegedicht aan moeder Natuur bij het "uitdenken van verpakkingen" zoals voor zaden (p.215 e.v.). Producenten van verpakkingen zouden daar veel van kunnen leren. Geprezen wordt de ergonomie van de banaan, "ontworpen om gemakkelijk vast te houden". Dit anthropomorfe gefantaseer illustreert nog eens de zwakte van het boek: er wordt bovenal breedte geboden, terwijl diepgang ontbreekt.