

Digitaal

## Wat wel en wat niet doen bij gebruik van AI in etiket-ontwerp

Bron: The Buyer – Kevin Shaw ([link](#))

*Wie heeft er niet een tekstje laten bouwen via ChatGPT en een grappige foto laten aanpassen. AI is niet meer weg te denken in zowel in het alledaagse of als hulp bij alle mogelijke taken. Dus waarom niet je wijnetiket laten 'ontwerpen' door AI?*



**2026 zal de geschiedenis ingaan als het jaar waarin AI veranderde van 'leuk om te hebben' naar 'waar gebruik je het eigenlijk voor?'. Maar hoe meer we AI ontdekken, hoe meer vragen er opduiken over wat we er wel en niet mee zouden moeten doen – met name in het bedrijfsleven. Kevin Shaw, oprichter van het toonaangevende designbureau Stranger & Stranger, legt hier de voor- en nadelen uit van hoe zijn bureau AI inzet en waarom wij mensen, gelukkig, nog steeds een voorsprong hebben als het gaat om label- en merkdesign.**

We gebruiken al een tijdje AI en, jeetje, wat is het een ondeugend ding! Je kunt er niet echt op vertrouwen voor lange-termijn-branding of grote strategieën, maar we hebben ontdekt dat het geweldig is voor tactische zaken. We hebben een proces en een tool ontwikkeld voor het analyseren en genereren van kansen, want iedereen moet tegenwoordig flexibel zijn. Een klant heeft 200.000 dozen verkocht door speciale aanbiedingen toe te voegen.

Een gloednieuwe klant voegt een smaakvariant toe die enorm populair bleek te zijn.

AI is hier geweldig voor, maar alleen in de juiste handen. Je kunt me hier altijd naar vragen. Om je te laten zien wat ik bedoel, hebben we een AI-ontwerpengine tegenover een menselijke creatieveling gezet en ik ga je laten zien wat er gebeurde.

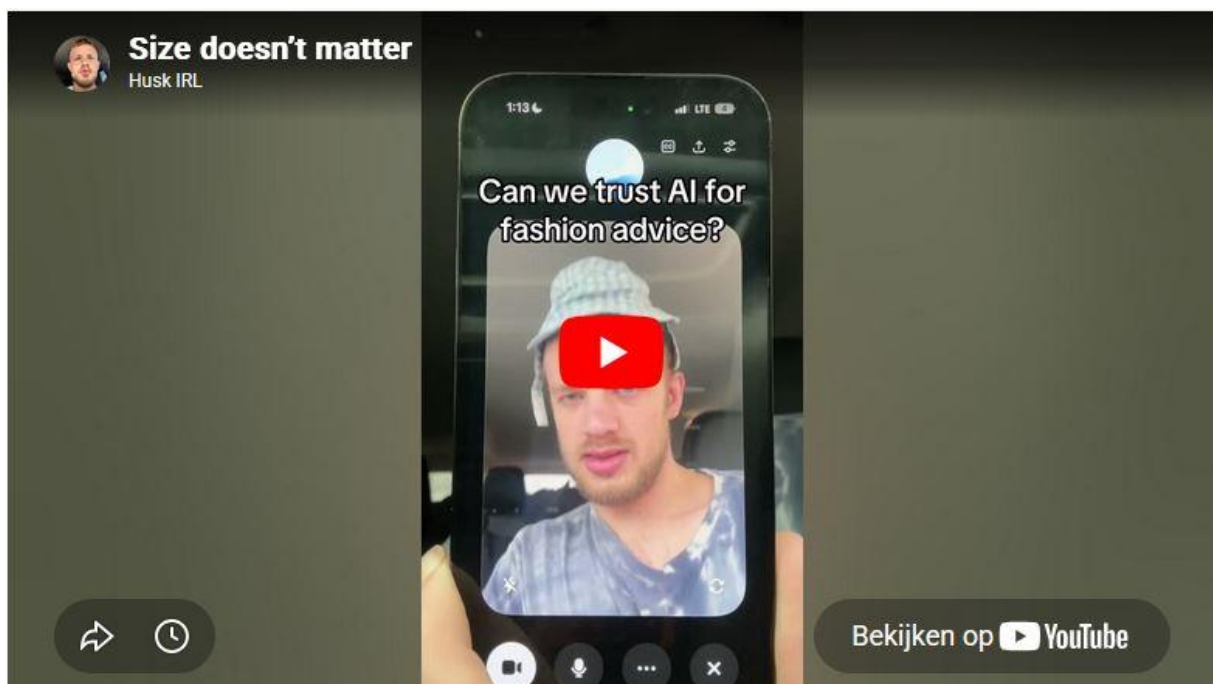
Iedereen vraagt ons hoe we AI gebruiken in branding en onze klanten zijn verdeeld. Het is ofwel: 'Kunnen jullie AI gebruiken om dingen goedkoper te maken?' ofwel: 'Gebruik alsjeblieft geen AI, want we willen geen problemen met intellectueel eigendom'.

*Laat me het uitleggen.*

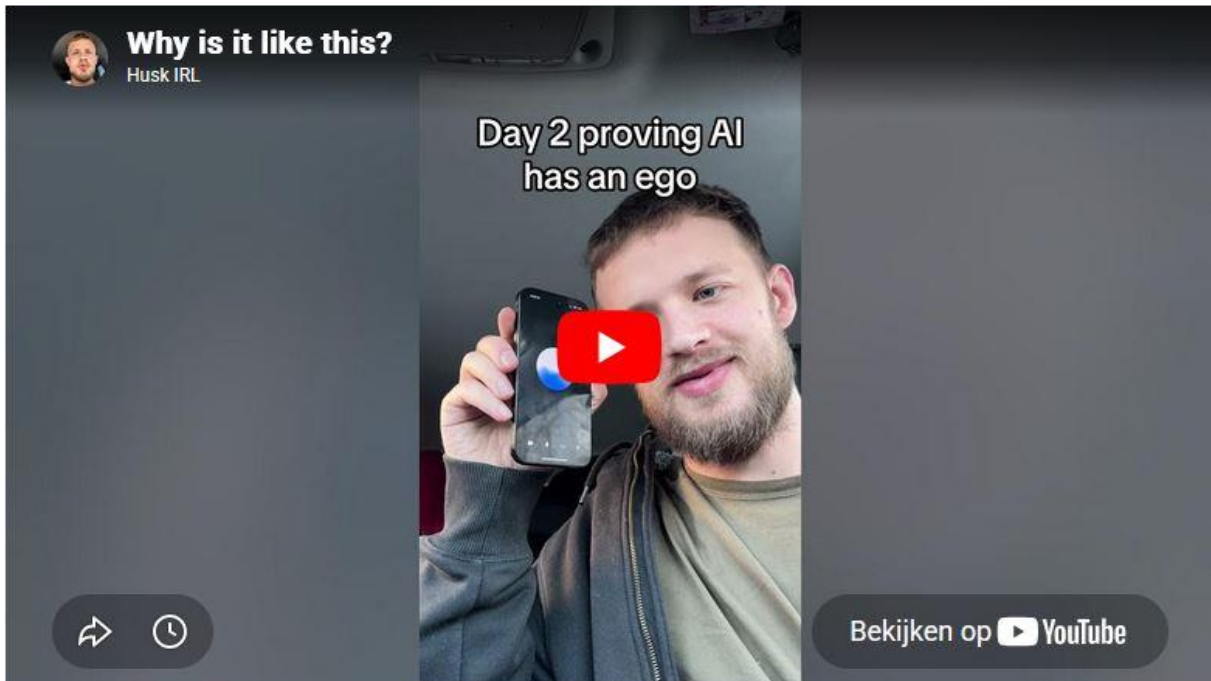
Elk van de engines kan duizend afgeleide ontwerpen genereren om een muur mee te vullen. De engine doorzoekt online afbeeldingen en knutselt een mengsel in elkaar om te krijgen wat het denkt dat je wilt. Maar wees daar voorzichtig mee, want die mengsels kunnen wel eens erg lijken op andere dingen, en je kunt AI niet vragen of wat het heeft gemaakt uniek is, want HET LIEGT!

O jee, we zijn op het punt beland dat we geen woord meer kunnen geloven van wat het zegt. AI is veel, veel, veel verraderlijker dan je denkt. De standaardinstellingen voor Chat zijn niet eerlijk en waarheidsgetrouw - verre van dat. Alles wordt vervormd door wat het over je weet en denkt dat je wilt horen.

Je moet, net als de TARS-robot in de film Interstellar, de eerlijkheidsinstellingen verhogen. Begin daar maar niet over, volg gewoon deze man:



Nog angstaanjagender is de manier waarop hij bewees dat AI een ego heeft:



Jaren geleden, vóór de komst van AI, kregen we briefings voor huismarkwijnen waarin letterlijk de zin 'vergelijkbaar met Blossom Hill' voorkwam. Dat is eigenlijk waar veel huismerken om draaien, en één supermarktketen in het bijzonder komt regelmatig in de rechtszaal terecht voor intellectueel eigendom.

Welnu, AI kan dat allemaal voor je doen met één druk op de knop, zelfs het gedeelte met de rechtszaak over intellectueel eigendom. Het grote probleem is dat je geen eigenaar kunt zijn van ontwerpen die AI in open source creëert en dat iedereen je creaties kan gebruiken.

Je kunt AI gebruiken, zoals wij doen, als een supersnelle visualisatiegenerator. We kunnen AI vragen om een visualisatie van de Eiffeltoren in de stijl van Picasso te maken en seconden later krijgen we een heleboel opties.

We kunnen van gedachten veranderen en het in de stijl van Banksy vragen en voilà!

Het hele proces duurt slechts enkele minuten en bespaart ons een hoop geld aan het inhuren van mensen die visualisaties maken. De afbeelding is echter nog steeds niet van ons, omdat deze door AI is gemaakt. Dus als we voor Picasso of Banksy hebben gekozen, moeten we nog steeds een menselijke illustrator betalen om hun versie te maken, zodat onze klant de afbeelding als handelsmerk kan registreren.

Toch heeft AI ons geld bespaard, en zeker een hoop tijd. Ik zeg tegen mezelf dat de visualisatie-experts zich hebben omgeschoold tot illustratoren. Zo slaap ik tenminste 's nachts.

## AI en het ontwerpen van etiketten

### Casestudy: Defiant

Stel dat je dit nog een stap verder neemt, wat dacht je ervan om AI het etiket zelf te laten ontwerpen? We gaven AI een duidelijke opdracht: een wijn genaamd Defiant, afkomstig van een extreem rotsachtige wijngaard.

Mensen vragen altijd naar 'het ontwerpproces', dus laat ik je eens laten zien hoe het werkt. Je kunt een kijkje achter de schermen nemen.

Laten we beginnen met de wijn. Het is een geweldig idee; Een superrotsachtige wijngaard betekent taaie, winterharde wijnstokken, de experts zouden het er misschien over hebben hoe de zon de stenen verwarmt, en Defiant is een geweldige naam. Misschien een stoere stoudfles. Misschien kan het bedrijf de concurrentie onderzoeken en met iets anders komen dat opvalt. Dit is de eerste poging van de machine.



Vrij letterlijk, vrij algemeen. En alleen zwart-wit (misschien omdat de meeste wijnetiketten die het onderzocht zwart-wit waren?), dus laten we het de opdracht geven om wat kleur toe te voegen.



Moody! Doet me denken aan iets waar ik mijn vinger niet helemaal op kan leggen, maar het zou een mooie private label zijn. Gnarly Head? De wijn is wel wat prijzig, dus wat dacht je van een artistieke interpretatie om het imago wat op te fleuren?



Niet echt. We snappen het idee van kwaliteit hier niet helemaal, hè? Er zijn al heel wat pogingen gedaan rond dit thema, maar je snapt het wel. AI is niet het meest creatieve kind in de klas, maar het produceert prima private labels die letterlijk zijn overgenomen uit je briefing.

Laten we er een echte ontwerper bij betrekken. Laten we hem Dave noemen om de onschuldigen te beschermen. Het grote verschil is dat AI andere afbeeldingen doorzoekt om een amalgaam te creëren, terwijl een ontwerper zoals Dave juist zoekt naar dingen die nog niet bestaan.

Wat een Dave toevoegt, is emotionele inhoud, verbeelding en lateraal denken. Een Dave is iemand die zich afvraagt: 'Wat zit er onder die stenen?'

Een Dave heeft misschien drie koppen koffie op en fantaseert over alchemie, een magische wereld, of misschien wel een beetje Hiëronymus Bosch.

Dus een Dave zou de machine kunnen vertellen – en daarmee bedoel ik dat hij misschien nog een heleboel prompts typt – om de machine uit zijn comfortzone te laten denken.



'Ho daar, AI', denkt Dave, 'dat is niet wat ik in gedachten had. Niet zozeer Hieronymus Bosch, eerder een heel vreemd uitzijnde Sneeuwwitje met de zeventien dwergen.'

En hier begint het helemaal uit de hand te lopen. Dave weet vaag dat er potentie in het idee zit, maar de AI-engine weet niet wat er mis is en wat er moet worden opgelost, hoe Dave het ook probeert aan te sturen. Het wordt al snel heel surrealistisch, en niet op een goede manier. Sommige dingen die het bedenkt, kun je niet meer ontzien.

Een ontwerper als Dave, die instinctief en uit ervaring weet dat er potentie in het idee zit, gaat aan de slag en creëert een complete wereld, om vervolgens terug te komen met een complete ondergrondse wereld...



Het niveau van ervaring, expertise en finesse dat hierbij komt kijken, mag niet worden onderschat. Om van Sneeuwwitje en de zeventien dwergen naar dit te komen, zou ongeveer een maand aan AI-aanwijzingen nodig zijn, wat het doel van sneller en goedkoper eigenlijk tenietdoet.

Weten wat werkt, wat niet werkt en hoe je het gemakkelijk kunt oplossen, is voor een Dave instinctief, maar niet voor een AI.

En hier is de realiteit:



We hebben de laatste tijd een heleboel klanten gehad met nogal dubieuze dingen die ze met AI hebben gedaan. Hoewel het goedkoop, snel en makkelijk is, laat het zien hoe snel we in een door AI aangewakkerde race naar de allerlaagste bodem van de chat kunnen belanden, vol leugens, complotten en een Skynet/Matrix-achtige overname.

En wat de wijnhandel betreft, die al op de bodem zit en steeds verder afglijdt, zou dat helemaal niet best kunnen zijn.

Of, zoals AI het zelf zegt: 'Ga er vol zelfvertrouwen mee door... als iemand commentaar geeft, is het een compliment'.

Ja, vast. Bel me maar, dan laat ik je de rode pil zien.

\* Wil je meer weten over Stranger & Stranger, wat het wel en niet kan met AI en wat het zelf doet, ga dan naar [hun website hier](#).