

Bison komt met herintroductie

## Bison Tipper gelanceerd

Na de introductie van Poly Max in 2004 en het Click Gun kitpistool vorig jaar is het dit jaar de beurt aan een revitalisering introductie van de Bison-secondelijm: Bison Tipper. De secondelijm in penvorm gaat daarmee definitief verdwijnen om plaats te maken voor een nieuwe verpakkingvorm die het meest wegheeft van een raketvorm.

**B**ison Tipper kent verschillende belangrijke voordelen ten opzichte van de secondelijm in pen. Door zijn specifieke vorm kan de gebruiker de secondelijm tot op de druppel nauwkeurig doseren. Knoeien is daarmee uitgesloten, zodat geen enkele consument nog met lijmresten in aanraking hoeft te komen. De dop is gemaakt van een speciaal materiaal, waardoor deze gemakkelijk los te draaien is. Een belangrijk voordeel is bovendien dat de halscanule extra lang is, zodat de gebruiker de lijmdruppel met een grotere precisie kan aanbrengen. Misschien wel het meest

opvallend aan de verpakking is zijn verschijningsvorm van een soort 'mini-raket' met zijvleugels, waardoor Tipper tijdens het gebruik ook kan staan. De introductie wordt zeer uitgebreid ondersteund. Zo bestaat er een uitgebreide tv-campagne (die zes acht weken duurt van week 25 tot en met week 32), is er een consumentenactie voor gratis toegang naar Space Expo (de verwijzing naar de raketvorm) en komt er vanaf 1 juni een speciale website. Ook de winkelvloer maakt onderdeel uit van de campagne met een uitgebreide leaflet- en displaycampagne.

### Praxis wint Re-Connect Retail Award 2006

Bouwmarktketen Praxis heeft de Re-Connect Retail Award gewonnen. Directeur Inkoop en Marketing Rob Klifman mocht het bijbehorende beeldje in ontvangst nemen op het congres What's going on in Retailing?!, dat op woensdag 12 april in Rotterdam werd gehouden. De onderscheiding is een initiatief van onderzoeksbureau Capgemini, dat de prijs bedoeld heeft voor de keten die er het beste in is geslaagd opnieuw aansluiting te vinden bij klanten. Vorig jaar was Albert Heijn de winnaar, dit jaar waren naast Praxis ook WE en Expert genomineerd. Bert Keizer, retailexpert bij Capgemini en initiator van het onderzoek, vertelde op het congres dat onderzocht werd welke retailer het beste aansluit bij de consument qua sfeer, instore media, innovatief assortiment en nieuwe doelgroepen als jongeren, ouderen en allochtonen. Klifman toonde zich in een eerste reactie tegenover Karwei Management aangenomen verrast met deze onderscheiding. Een belangrijke aanleiding moet volgens hem gezicht worden bij ondersteuning van het eigen personeel. Twee jaar geleden is het leertraject Samen Meer Service opgetuigd, dat nu een vervolg heeft gekregen in Samen Meer Sales.



## Sakrete in Hornbach

Mortelleverancier Sakrete is benoemd tot preferred supplier voor het mortelschap van Hornbach. Die beslissing heeft ingrijpende gevolgen voor het bestaande schap. Van alle huidige merken blijven alleen Sakrete over en het private label. Bovendien gaat de huidige presentatie stevig op de schop. In plaats van het huidige 'stoffige' aanbod, komt er straks een totaalconcept te liggen bij Hornbach. De eerste resultaten daarvan zijn te zien in Groningen, waar vanaf 15 juni het schap wordt ingedeeld volgens de nieuwste indeling. Vooral opvallend is de sterke merkuitstraling van Sakrete, die bovendien wordt gekoppeld door een heldere en overzichtelijke indeling. Sakrete is daarbij terzijde gestaan door het bedrijf Vika Winkelinrichting, dat heeft meegeholpen aan de uiteindelijke presentatie. Zo heeft deze inrichter onder andere een handig informatiepaneel bedacht, waarmee consumenten kunnen uitzoeken welke mortel voor hun werkzaamheden het meest geschikt is. Helemaal bovenin het schap komen bulkzakken te staan, die speciaal bedoeld zijn voor de zzp'er of de kleine aannemer. Product manager Jan Jousma van Sakrete vertelt dat deze presentatie volstrekt uniek is voor Nederland. Hornbach heeft nog geen ervaring met een productaanbod dat specifiek is toegespitst op de professionele markt.

## Intergamma opent dit jaar 12 winkels

Intergamma opent dit jaar in totaal 12 nieuwe winkels, acht onder de vlag van Karwei, vier onder de Gamma-vlag. De winkels hebben een gemiddelde vloeroppervlakte van 4.000 vierkante meter. "Dat is bij elkaar opgeteld meer dan de vloeroppervlakte van drie Hornbachs", constateert Intergamma-directeur Harm-Jan

Stoter. Hij deed zijn uitspraak op het congres What's going on in Retailing?!, dat woensdag 12 april werd gehouden in Rotterdam. Er is daarbij geen exacte toelichting gegeven op de precieze agenda van de openingen, maar van de acht nieuwe Karwei-vestigingen die op de rol staan, gaan er vijf nog voor de zomer open.