



Tekst: Hugo Schrameyer

Na een spannende aanloop van enkele maanden was het uiteindelijk zo ver op maandag 15 januari. Onder toezien van ruim 100 belangstellenden werden de vier winnaars aangewezen voor de Karwei Management Marketing Award 2006. De jaarlijks terugkerende happening werd ook ditmaal een groot succes. Directeur Goos Eilander van onderzoeksbureau Trendbox wist met zijn toekomstvisie een buitengewoon boeiend betoog te houden, terwijl de bezoekers wederom zeer gecharmeerd waren van de locatie, Huize De Voorste in Eefde.

Sakrete, Zibro, Ter Hoeven en Maxit grote winnaars

# Karwei Management Marketing Awards 2006 zeer succesvol

**D**e vier prijswinnaars werden gehonoreerd in de categorieën Meest succesvolle introductie, Meedenken op winkelniveau, Logistieke prestaties en Totale ondersteuning. Het resultaat kwam daarbij tot stand op basis van reacties van

inkopers en managers van de verschillende franchise- en filiaalbedrijven. Ook bedrijfsleiders en franchisenemers waren bij het onderzoek betrokken. Een overzicht van de genomineerden en de winnaars op de volgende pagina's.

*"Sinds de nieuwe  
positionering  
van Zibro  
varen we een  
duidelijke koers"*

**Categorie:**  
**Meest succesvolle introductie**

Winnaar:

**Sakrete, 4 in 1 mortel**

Jan Jousma, product manager Sakrete:

"Het winnen van de Karwei Marketing Award voor de meest succesvolle productintroductie met de Sakrete 4 in 1 mortel is voor ons een fantastische bevestiging dat we op de goede weg zijn met onze klantgedreven productinnovaties. Deze prijs versterkt de positie van Sakrete als (internationaal) A-merk en onderscheidt ons nog meer van andere mortelfabrikanten die hun producten niet innoveren en hooguit de verpakking of verpakkinghoeveelheid wijzigen. Het feit dat we genomineerd zijn door de lezers van Karwei Management en gekozen door de vakjury geeft aan dat ook de bouwmaterialenleveranciers een dergelijke productinnovatie waarderen en hier de voordelen van inzien, zowel voor hun klant als voor zichzelf. Uit de omzetgegevens en de reacties op bouwplaatsen wisten we al dat de 4 in 1 mortel een groot succes is en deze award bevestigt dit nog eens. Sakrete heeft zich als doelstelling gesteld om ieder kwartaal een nieuw product op de markt te brengen. De 4 in 1 mortel was de eerste uit de serie en won gelijk deze award. Dus dat belooft nog wat voor de toekomst!

We zijn er trots op dat we deze award mochten ontvangen en danken de lezers en de jury voor het in ons gestelde vertrouwen."

**Overige genomineerden:**

- Osram met DOT-it
- SigmaKalon met Histor Highlight muurverf

**Categorie:**  
**Meedenken op winkelniveau**



Winnaar:

**Zibro**

Willie van Druten, Manager PVG Nederland:

"Sinds de nieuwe positionering van het merk Zibro varen we een duidelijke koers. Zibro staat voor klimaatbeheersing thuis! Omdat in onze beleving het grootste deel van het koopproces zich op de winkelvloer afspeelt, heeft Zibro een groot deel van zijn marketinginspanningen hierop afgestemd. Dat heeft onder andere geresulteerd in een fraaie winkelverpakking met herkenbare kleuren voor elke productgroep.

Verder kennen we een schappenplan afgestemd op de seizoensinvloeden. Bovendien heeft de Zibro Academy het kennisniveau van de winkel-verkoopmedewerkers op het gebied van klimaatbeheersing aanzienlijk verhoogd. Attractief POS-materiaal zorgt voor de finishing touch. Bovendien heeft Zibro zelf met radioreclame de naamsbekendheid verhoogd. Als al deze inspanningen dan leiden tot waardering van de afnemers en de jury door het krijgen van de Marketing Award, dan geeft dat natuurlijk een enorme kick. Ik zou graag iedereen willen bedanken, vooral de verkopers op winkelniveau die voor dit succes hebben gezorgd."

**Overige genomineerden:**

- Beamix
- Luxaflex



**Categorie:**  
**Logistieke prestaties**

Winnaar:

## Ter Hoeven

*(voor het tweede opeenvolgende jaar)*

Hans Hortensius, algemeen directeur:

"Een keer winnen is hartstikke leuk, maar een tweede overwinning geeft bij wijze van spreken nog meer verplichtingen. Het is onze opgave om de inspanningen uitmuntend te blijven doen. We willen ons telkens inspannen om de activiteiten op dit niveau te houden, c.q. daar waar mogelijk nog meer te verbeteren. Logistiek is één van onze belangrijkste pilaren onder het Ter Hoeven-gebouw en daar hebben we afgelopen jaren vele miljoenen in geïnvesteerd. We hebben daar zwaar op ingezet en dan is het natuurlijk fantastisch als je daar nog een keer een prijs voor krijgt. We hebben afgelopen twee jaar in een behoorlijk veranderingsproces van logistiek gezeten. De echte effecten daarvan moeten nog gaan komen. Dus zijn we er nu van overtuigd dat we het in de komende periode nog beter gaan doen."

**Overige genomineerden:**

- Maxit
- Voca

**Categorie:**  
**Totale ondersteuning**

Winnaar:

## Maxit

Mark Kooij, algemeen directeur Maxit:

"We hebben een groep mensen die compleet voor de bouwmarkten zijn vrijgemaakt. Zowel in de winkel, als op de hoofdkantoren en tijdens de opleidingen doen we er alles aan om ons van de overige aanbieders te onderscheiden. Dat is niet een eenmalige exercitie, dat is een continu lopend proces. Het heeft ook te maken met verantwoordelijkheid geven aan mensen die zich inspannen om de relatie met de markt te verstevigen. Als ik kijk naar de kwaliteit van ons opleidingscentrum, als ik kijk hoe we de markt ondersteunen met een helpdesk of naar onze speciale website, dan durf ik gerust te stellen dat we verder gaan dan andere partijen. Dat past allemaal in onze total support-aanpak, waarbij we tot op winkelvloerniveau meedenken hoe de schappen ingericht moeten worden. In 2004 zijn we een onderzoek gestart met als onderwerp: hoe brengen we onze informatie over en hoe kunnen we dat signaal zo verbeteren dat we de klusdrempel verlagen."

**Overige genomineerden:**

- Van Wijhe Verf
- Wagner Spraytech Benelux

*"Een keer  
winnen is leuk,  
maar een tweede  
overwinning  
geeft nog meer  
verplichtingen"*

