



Bulthaup Belgium investeert met print- en onlineadvertenties in de bladen en op de websites van Roularta. Tegelijkertijd zijn de keukens van Bulthaup zichtbaar in apps ('The Future App' en 'Weekend Design App' van Knack Weekend), op televisie (in het programma 'Masterclass' op Kanaal Z/Canal Z) en in partnermailings (van lokale dealers). Tussendoor organiseerde Trends Style een modeshoot in een showroom van Bulthaup. Hoe 360° kan je zijn?

ROULARTA & BULTHAUP: VOOR DE VOLLE 360°

Tom Lambers stuurt de marketingactiviteiten van Bulthaup België en Luxemburg aan. Samen met Valérie Vandermersch, account manager Roularta Media, licht hij zijn media-aanpak toe. Die gaat weloverwogen breed.

"Kenmerkend voor het premiummerk Bulthaup is innovatie", zegt Lambers. "Zo introduceerde Bulthaup vijftien tot twintig jaar geleden al de leefkeukens: nu is dat gemeengoed geworden, toen was dat nog nooit eerder vertoond. Ook voor onze marketing trekken we de kaart van de innovatie. Zelfs op beurzen doen we dat, en dat doen we zonder topchefs in te schakelen. Bulthaup is een sober merk en speelt liever zijn eigen waarden uit. Wij willen mensen samenbrengen. Onze CEO Marc Eckert zegt: 'Wij willen meer tragedie en komedie in de keuken.' De keuken is het hart van de woning."

Op welke doelgroep mikt Bulthaup?

TOM LAMBERS: "In Duitsland richt Bulthaup zich vooral op de babyboomgeneratie. De kinderen zijn het huis uit en mensen willen een tweede of derde keuken in hun leven. In België mikken we ook op die doelgroep, maar daarnaast evenzeer op de generatie daaronder. Wij behouden het hoge imago van Bulthaup en halen de drempel naar beneden. Daarom blijven we aanwezig op Batibouw terwijl andere premiummerken daarvoor afhaakten. De corporate identity van Bulthaup is sterk. Wij hebben gelukkig de vrijheid om een lokale stempel aan te brengen. We gebruiken die vrijheid om snel in te spelen op trends, zoals het combineren van bestaande meubelen met het wat strakkere Bulthaup-design. Woningen mogen weer iets warmer zijn."



TOM LAMBERS, COUNTRY MANAGER BENELUX BULTHAUP

ROULARTA DOET HET STUDIEWERK

Jullie zetten een groot aantal kanalen in. Wat is daarbij jullie communicatiestrategie?

TL: "Het is niet zo dat we in het wilde weg alle kanalen gebruiken. We zijn bijvoorbeeld beperkt aanwezig op televisie, via de masterclasses van Kanaal Z/Canal Z. Wel communiceren we crossmediaal, met aankondigingen in Knack Weekend, Le Vif Weekend, Trends en digitaal. Ik vermeld terloops dat Jeroen Meus in 'Dagelijkse Kost' onze b2-werkbank gebruikt, maar dat is geen sponsoring. Print, digitaal, apps of partnermailings: we willen gewoon zoveel mogelijk touchpoints. We willen niet altijd dezelfde mensen via hetzelfde kanaal met dezelfde boodschap bereiken. De generaties X en Y interesseren ons – om hen te doen dromen voor later. Ons topgamma b3 bewaren we voor Knack Weekend/Le Vif Weekend en Trends, het instapgamma b1 spelen we uit op Batibouw en in Ik ga Bouwen & Renoveren/Je vais Construire & Rénover. Het kanaal bepaalt het voorgestelde productgamma en Roularta beschikt over bijna alle mogelijke kanalen. Dat is handig voor een kleinere speler als Bulthaup."

Hoe beslissen jullie met welke kanalen jullie werken?

TL: "Valérie kent ons en weet wat ons kan interesseren. Zij maakt een eerste selectie. Zo werkten we al met De Zondag, maar enkel voor een nieuwe showroom of voor een grote consumentenactie. Roularta filtert, dat is een plus. Van klant/leverancier evolueerden we bij Roularta naar partners. Wij hebben elkaar nodig."

VALÉRIE VANDERMERSCH: "Wij hebben bijvoorbeeld voor de razendsnel evoluerende digitale mogelijkheden specialisten in huis die in samenspraak met ons analyseren wat werkt voor welke sector op welk moment. Met die informatie op zak tonen we wat het goede moment is om op een bepaalde manier een gerichte doelgroep te bereiken. Wij luisteren goed naar de markt om te achterhalen wat we kunnen doen voor adverteerders. Zo ontstond de samenwerking voor The Future App. En zo kwam de fotoshoot in een showroom van Bulthaup tot stand. Leuk

VAN KLANT/ LEVERANCIER EVOLUEERDEN WE BIJ ROULARTA NAAR PARTNERS

Tom Lambers, Country Manager Benelux Bulthaup

voor Bulthaup, en ook voor Trends Style was het eens iets helemaal anders."

TL: "Wij moeten geen tijd besteden aan studies, Roularta neemt dat werk over. Al kunnen we waarschijnlijk nog veel meer doen met die cijfers en met benchmarking."

Zitten er nog ideeën in de pipeline?

VV: "Recent organiseerde Fabienne Dewilde met haar Ideeënfabriek van Roularta een brainstorm met Bulthaup. Daar kwamen alweer nieuwe ideeën uit."

TL: "Die brainstorm was een forum om buiten de traditionele lijnen te kleuren. 80 tot 90% van de acties voor het komende jaar ligt vast. Er is dus ruimte voor nieuwe dingen. Een mooi voorbeeld van creatieve samenwerking was onze schortenactie. We nodigden mensen uit in onze showrooms, wat ons premiummerk met het behoud van zijn waarden weer iets toegankelijker maakte. De resterende schorten gaven we mee als extra bij de feesteditie van Knack Weekend en ze lagen ook in een goodiebag van Trends Style bij hun verkiezing van Best Dressed Man. Ook boeiend was de actie rond de nieuwe showroom annex restaurant in Zaventem: drempelverlagend zonder de waarde van het merk af te breken. De open keuken van het restaurant zou ook bij u thuis kunnen staan – dat is de achterliggende boodschap. Er was redactionele aandacht in Trends Style en onze zaak in Zaventem krijgt met haar vergader- en cateringmogelijkheden een plaats in het seminarkatern van Trends."



VALÉRIE VANDERMERSCH, ACCOUNT MANAGER GARDEN AND LIVING

Ook zin om uw merk te laten groeien?

Al vier decennia lang vertrouwen adverteerders op onze merken om zich van hun beste kant te laten zien. De producten waarmee zij in onze magazines uitpakken, zijn met vakmanschap ontworpen. Daarom plaatsen wij ze in de valoriserende context die zij verdienen. Contacteer Valérie en vind de vruchtbare bodem voor de groei van uw merk.

Valérie Vandermersch

Account Manager Garden And Living
+32 2 467 56 61
valerie.vandermersch@roularta.be

LA FABRIQUE
à IDÉES
DE IDEEËNFABRIEK

Roularta
Media
Attention garantieed.