

Niet alleen vernieuwen om te vernieuwen

16-04-2003 02:00

Merkfabrikanten hebben het anno 2000 niet eenvoudig. Ze moeten meegaan in het denken van grootschaligen en van de andere kant ook de vakhandel tevreden stellen. En van de toegevoegde waarde mag je niet veel in de prijs terugvinden. Assortimentsverbreding, innovatie en onderscheid vragen voortdurend aandacht om juist in de schijnwerpers van de markt te blijven. Voor de tuinpoot van de divisie gereedschappen van Robert Bosch vormen die tools de basis van de ambities die moeten leiden naar marktleiderschap, zowel in breedte als in aandeel.

Marc Nelissen