

# Tremco Illbruck: 'Distributiebelaang staat voorop

20-11-2013 01:00



Tremco en Illbruck fuseerden in 2005. Met de fusie werd een proces in gang gezet dat nu wordt afgerond met de vernieuwde merkenstrategie. Salesdirector Benelux Constanz Bothof: "Na de fusie in 2005 waren er een hoop eilandjes binnen het bedrijf. We voerden meer dan tachtig merken en productnamen." In 2007 zette het bedrijf een stip op de horizon wat betreft de missie voor een duidelijke merkenstrategie. "Voor 2015 waren ambitieuze doelstellingen gedefinieerd en dat maakte volgende stappen met branding noodzakelijk. Je kunt niet met 86 merken een traject ingaan, dus moest het aantal merken dalen. In de periode van 2009 tot en met 2011 zijn er zo'n zeventig omgezet. Nu gaan we naar vier." Het creëren van de nieuwe merkidentiteit zal het ontwikkelen en presenteren van innovaties makkelijker maken. "Een nieuw product moet passen bij de structuur en identiteit van het merk", zegt marketingmanager Paul Visser. "Daarnaast kunnen we onze budgetten en resources nu allemaal gericht merkspecifiek inzetten."

## Huis van merken

Tremco Illbruck is het bedrijfsmerk waaronder activiteiten als R&D, verkoop en kwaliteitscontrole gebundeld blijven. Voor Tremco Illbruck wordt een geheel nieuwe huisstijl inclusief logo geïntroduceerd. Alles wat te maken heeft met producten en toepassingen wordt voortaan gecommuniceerd onder één van de productmerken. Illbruck omvat het gehele pakket voor de afdichting en verlijming van kozijnen, gevels,

interieur- en exterieurtoepassingen. Tremco zal zich vooral richten op vloerafwerking, waterdichting en beglazingsproductie. Nullifire verving Flameshield in 2011 al op de Nederlandse markt en blijft verantwoordelijk voor passieve brandveiligheid. Pactan is het merk dat exclusief wordt ingezet om beter in de behoefte van de industrie te voldoen. “Voor de Nederlandse bouwgroothandel betekent dit nauwelijks verandering”, aldus marketingmanager Paul Visser. “Tremco verkopen wij hier maar weinig en Nullifire is al een aantal jaar geleden geïntroduceerd. De grootste verandering op korte termijn zit ’m voor de Benelux in de visuele rebranding van Illbruck-producten en de nieuwe huisstijl van het bedrijfsmerk Tremco Illbruck.”

## **Distributiebeleg**

Voor het nieuwe design van de groene Illbruck-verpakking heeft het bedrijf zich laten leiden door distributiebeleg. “Voor een eindgebruiker is de verpakking minder belangrijk”, zegt Visser. “Als het maar kwalitatief goed is, voor een goede prijs en op tijd op de bouwplaats. Voor de handel en zeker de dealer die uit het rek verkoopt, is dat anders. Daarvoor is herkenbaarheid van groot belang. Dus keken we kritisch op verschillende niveaus. Zo hebben we een felgroene verpakking. Een klant komt de winkel binnen en ziet meteen dat groene schap. Iets dichterbij ziet hij ook accentkleuren. Zo zijn bijvoorbeeld alle blauwtinten lijmen. Komt de klant nog dichterbij, dan ziet hij nog een extra accentkleur per product, de productcode, naam en pictogrammen die het verwerkingsgebied aangeven. Al die kleuren zijn ook doorgevoerd op de nieuwe website [www.illbruck.nl](http://www.illbruck.nl) die in november online komt.” Bij de handelsstrategie had het Nederlandse team een belangrijke stem in de keuze die gemaakt werden. Bothof: “Wij hebben in Nederland, net zoals in Scandinavië en Duitsland, een nauwe samenwerking met de handel. De sterke distributiemarkten hebben in feite verteld hoe het moet.”

## **Efficiënte samenwerking voorop**

De nieuwe verpakking maakt het niet alleen makkelijker voor de klant om zijn spullen te vinden, maar helpt ook de medewerker van de handel op weg. Daarvoor heeft hij natuurlijk ook de website (binnenkort online) en de documentatie tot zijn of haar beschikking. Visser: “Bij alles staat de efficiënte samenwerking voorop. Natuurlijk helpen wij onze klanten met de overgang. Aan het eind van het jaar moet de eerste transitie compleet zijn. Volgend jaar gaan we verder met nieuwe designs voor de productmerken Nullifire, Tremco en Pactan.”

Marc Nelissen