

Karwei wil consumenten ráken

22-07-2020 10:42



In [Marketingtribune](#) vertelt Karwei's Mariëlle Rooswinkel over de nieuwe marketingformule van Karwei.

Klussen én inrichten

Klussen & inrichten heet die formule. Volgens dat concept gaat Karwei duidelijk maken dat consumenten in de 136 Karwei-winkels terecht kunnen voor gereedschap om te klussen, maar ook voor meubels, vloeren en lampen om je huis mee in te richten. "Karwei moet 'voor iedereen toegankelijk' zijn", zegt Rooswinkel. "Wij willen van Karwei een merk maken waarbij iedereen zich prettig voelt, of je nu een koophuis met grote tuin of flatje met balkon hebt. Met meer emotionele lading. Karwei is lange tijd een rationeel merk geweest en ik wil juist mensen raken. Dat je jezelf in het merk herkent en denkt: oeh, dat ben ik. Met als uiteindelijk doel mensen te activeren om te gaan klussen en hun huis mooier te maken.'

Vrouwelijker positie

Vergeleken met de concurrentie kiest Karwei daarmee voor een vrouwelijke(r) positie. Rooswinkel: 'Bij Hornbach is de klusser de expert, bij Gamma en Praxis is 'ie aan het experimenteren en bij ons krijgt hij inspiratie. Wij bieden ook styling en design. Karwei is de enige bouwmarkt die vrouw én man kan bedienen, die het leuk vinden om samen naar een van onze winkels te komen. En dat kom je niet zo gauw tegen.' Om het merk op die manier te laden start er in september een nieuwe campagne. In 'de huissfeer' zal de keten

consumenten dan voorbereiden op het najaar, naar binnen gaan en daar klussen en inrichten.

Redactie