

PRODUCT OF THE YEAR AWARD UITGEREIKT AAN RAINBOWSOL



In het westelijke rivierengebied, tussen de Lek en de Waal, ligt in een prachtig Hollands landschap het stadje Leerdam. Normaal is het er rustig, maar dinsdag 25 mei was het even het centrum van zonwerend Nederland. Op die dag werd er namelijk aan Rainbowsol de Z&R Product of the Year Award 2010 uitgereikt.

Vanuit het Limburgse Weert, thuishaven van Louwers Uitgeversorganisatie, uitgever van Z&R, waren directeur Bert Louwers en bladmanager van Z&R John Kösters naar Leerdam getogen met in hun bagage de prestigieuze Award, traditioneel in de vorm van een kunstwerk. Deze keer heeft beeldend kunstenaar Arno Rademakers gekozen voor een gestileerde regenboog die een dorpje omvat. Het zou zomaar Leerdam kunnen zijn! De cirkel symboliseert echter niet alleen de regenboog, maar ook bescherming. En dat

verwijst natuurlijk naar zonwering die beschermt tegen de zonnestraling, tegen warmte en lichtoverlast om zo een optimaal leef- en woonklimaat te creëren.

De ontvangst in Leerdam voor de delegatie uit het zuiden is allerhartelijkst, want bij Rainbowsol is men blij met de Award. "Het is een erkenning voor het Limited Edition concept, dat zich inmiddels in de markt heeft bewezen en waaraan wij als bedrijf veel te danken hebben", aldus

Marcel van der Gun, commercieel directeur van Rainbowsol. "In 2009, toen de markt als gevolg van de crisis 20 tot 30% in de min schoot ten opzichte van de jaren daarvoor, heeft Rainbowsol de omzet meer dan gelijk kunnen houden. En dit jaar scoren we alweer fors beter dan vorig jaar. Het spreekt vanzelf dat het Limited Edition concept daar van grote invloed op is."

Natuurlijk heeft Rainbowsol meer te bieden dan alleen Limited Edition, maar het is een feit dat

dit vooruitstrevende concept het bedrijf een impuls heeft gegeven, constateert Marcel van der Gun met tevredenheid. "De rest van ons productengamma lift als het ware mee met het Limited Edition concept, waardoor ook de afzet van onze overige producten is gegroeid. Limited Edition trekt nu even alle aandacht, maar er mag niet uit het oog worden verloren dat Rainbowsol een veel breder productengamma heeft." Zoals zoveel goede ideeën is ook het Limited Edition concept min of meer toevallig ontstaan, vertelt Marcel van der Gun. "We constateerden op een bepaald moment dat er veel vraag was naar grijze en zwarte doeken, maar nog vaak gecombineerd met een garnituur in wit of zilver. Wij zijn toen verder gaan denken en hebben voor een trendy crème-geel-grijs gestreept doek gekozen met een antracietgrijze garnituur. Omdat het een apart segment binnen ons productengamma vertegenwoordigde, hebben we er de naam Limited Edition aan gegeven. We hebben er onze nek voor uitgestoken en er enkele honderden van gemaakt en op voorraad gelegd. Natuurlijk is ook hierbij, naast de standaardmaten maatwerk mogelijk, zoals bij alle producten uit het assortiment. Achteraf kunnen we constateren dat het helemaal geen risico is geweest, want Limited Edition was vanaf het begin een groot succes. Maar 'achteraf' is alles altijd makkelijk."

Een succes als Limited Edition blijft in de zonweringwereld natuurlijk niet onopgemerkt. Dat was goed te zien op Polyclose in januari in Gent, waar op het merendeel van de stands de antracietkleur overheerste. Bij Rainbowsol heeft men natuurlijk voorzien dat hun idee in de een of andere vorm navolging zou vinden. "Daarop hebben we geanticipeerd door het concept Limited Edition uit te breiden en aan te scherpen", aldus Robert Bosch. "Dit seizoen is er een aantal producten bijgekomen, te weten een zip-screen, een screen 85, een rolluik, een verandadak, een rolhor en een plisséhordeur. Als aanvulling op de terrasschermen waarmee het concept is begonnen, is een optionele led-verlichtingsbalk in het assortiment opgenomen." Limited Edition is inmiddels zo'n groot succes en tegelijk zo breed geworden dat de naam 'Limited' al haast niet meer van toepassing is, weet Robert Bosch. "Maar dat is wel zo ongeveer het laatste waar we

ons zorgen over maken. Het is nog steeds een bepaald deel van ons assortiment en in die zin nog steeds 'limited'."

Belangrijk in de waardering van de jury van de Z&R Product of the Year Award voor het Limited Edition concept betrof de mogelijkheden ervan voor de markt en met name voor de dealers om zich te onderscheiden en te profileren en om hun marktaandeel te vergroten, of – in een krimpende markt – op zijn minst te behouden. Het Limited Edition concept voldoet daaraan. Rainbowsol is succesvol met het concept en dus de dealers ook. "Steeds meer zonweringspecialisten kiezen ervoor om als extra trekker een aparte hoek voor het Limited Edition concept in hun showroom in te richten", weet Robert Bosch.

Robert Bosch en zijn collega Niels Swaan die de directe contacten met de klanten onderhouden, worden 'minstens enkele keren per week' gebeld door dealers die interesse hebben in het concept en er naar informeren. "En onderweg in het land is er ook altijd interesse als we spontaan ergens binnenlopen", weet Robert Bosch.

Dealers zien in dat Limited Edition een trekker is die mensen ertoe verleidt om naar de showroom te komen. "Rainbowsol heeft met het Limited Edition concept iets teweeggebracht in de zonweringbranche in Nederland", besluit Marcel van der Gun. Omdat de jury dat ook vond, is de Z&R Product of the Year Award 2010 naar Leerdam gegaan. Met de welgemeende felicitaties. ■



Onder het toezien ook van Bert Louwers, Robert Bosch en Niels Swaan overhandigt John Kösters de Award uit aan Marcel van der Gun.