

"Je kunt het zo gek niet verzinnen of het kan hier"

*"Deelname aan beurzen is onderdeel van onze strategie om bekender te worden bij het publiek. We zijn een landelijk opererende retailer. Naamsbekendheid en imago zijn dus belangrijk voor ons. De 250.000 bezoekers van de Huishoudbeurs zijn recht in de doelgroep."*

Aan het woord is Rob Mooijweer. Sinds bijna 10 jaar Manager Marketing Communicatie bij Marskramer. Daarvoor had hij een vergelijkbare functie bij Peek&Cloppenburg. Rob doet sinds 2004 als exposant mee aan de Huishoudbeurs. Daarnaast is Marskramer partner van de Huishoudbeurs voor de verkoop van entreekaarten.

*"We merken aan contacten met klanten dat ze heel positief zijn over de Huishoudbeurs. We doen meerdere beurzen per jaar, maar de Huishoudbeurs is verreweg de grootste. Actualiteit en innovaties zijn belangrijk voor ons assortiment. Daarom komen we samen met onze leveranciers altijd met een reeks noviteiten op de beurs. Het vroege voorjaar is daarvoor het ideale moment. Zo gaan wij dit jaar een webwinkel lanceren en daar zullen we op de Huishoudbeurs van 2011 veel aandacht aan geven."*

Voor Marskramer mag de beursdeelname dan een zuivere marketingdoelstelling hebben; verkocht wordt er zeker. *"We bouwen elk jaar weer een prachtige winkel. De beursbezoekers krijgen zo een voorproefje van wat ze in onze 'echte' winkels kunnen verwachten."*

Wat Marskramer precies omzet op de Huishoudbeurs wil Mooijweer niet kwijt. Wel zegt hij: *"Doordat we goed verkopen, draaien we break even. Voor ons is de Huishoudbeurs dus een enorme promotionele activiteit die ons bijna niets kost. En dat is ongelooflijk als je de impact ziet van onze aanwezigheid op de beurs."*

Een goede voorbereiding is essentieel volgens Rob. *"We beginnen altijd al in de zomer met de eerste besprekingen. Hier intern en met de RAI. Consumenten zijn geïnteresseerd in bla bla. Je verschijningsvorm op de beurs moet kloppen met het beeld zoals je klant je kent. Dat lukt ons denk ik erg goed. Toch verbaas ik mezelf altijd weer over de enorme aantrekkingskracht die we weten te creëren met onze stand."*

Over zijn samenwerking met Amsterdam RAI zegt Rob: *"Alles kan op de Huishoudbeurs. Juist daar kun je dingen proberen en dat geldt zeker voor nieuwe producten. Je kunt het dus zo gek niet verzinnen of het kan hier."*

Interview met

Rob Mooijweer

van Marskramer

**marskramer**

Marskramer is de huishoudspecialist en heeft alles voor in en rondom het huis. Naast praktische huishoudartikelen van gerenommeerde merken als Philips, Tefal, Brabantia en Curver, biedt Marskramer ook sfeerproducten aan om je huis gezellig te maken. Daarnaast is er een groot assortiment cadeauartikelen en natuurlijk niet te vergeten een ruim assortiment speelgoed onder de naam Toys2Play.

Marskramer speelt ook in op het seizoenmoment. In het voorjaar is er een uitgebreid tuinassortiment van tuinmeubelen tot tuinaccessoires. In het najaar de sfeermakers in huis en natuurlijk een uitgebreide collectie met kerstartikelen in de winterperiode. In totaal heeft Marskramer ruim 1000 medewerkers, waarvan er ongeveer 800 in de eigen winkels werken. Het hoofdkantoor en het distributiecentrum is gevestigd in Gouda. Hier werken in totaal 200 mensen.

info@marskramer.nl  
www.marskramer.nl

