

over de vloer in

Magazine van Forbo Flooring

retail

WIN!
BOEKEN
UIT ONZE
BOEKEN-
KAST

Drijfveren en motivaties

Wat drijft de consument volgens Pim van den Berg

Een nieuwe winkelformule

Metamorfose van de ANWB-winkels

Milieuvriendelijke materialen

Auping: onderscheid door duurzaamheid

A portrait of a woman with short, wavy brown hair, wearing a patterned blue and white top. She is looking slightly to the right with a gentle smile.

De druk op de m² wordt steeds groter

“Retailers denken in opbrengsten per meter. Vastgoedbedrijven ook. De consument voelt dat. In de Haarlemmerstraat in Amsterdam, een straat met lokale unieke winkels, die daarmee de leukste winkelstraat werd in Nederland in 2012 en derde in 2013, worden de huren daardoor steeds duurder. En komen er steeds nieuwe duurdere winkels. Je kunt beter niet de leukste zijn..!

Grote retailorganisaties maken kleinere en goedkopere formules op locaties met veel passanten. Ook worden er steeds meer “shop in shops” gebouwd. Subway opent die bij Spar, Starbucks wil zich in kantoren vestigen en bij de Bijenkorf en V&D claimen merken een afgebakende plek in de winkel. Op Schiphol en op stations worden inmiddels alle ruimtes gebruikt, ook zonder muren kun je prima een winkel creëren. HEMA Beauty opende in de herfst van 2013 haar eerste stand alone Beauty winkel in Parijs. Online aankopen groeien de pan uit. Kranten worden retailers door hun dagelijkse productaanbiedingen. Multichanneling en multiformating, dat is retailing anno 2013.

Als retailorganisatie moet je een eigen unieke sfeer in de winkels aanbrengen; beter zijn dan je concurrent. Kiezen voor een duidelijke positionering en klanten aan je binden. En dat terwijl de kosten per m² alleen maar naar beneden moeten. Je ziet het; wie niet investeert of meegaat met de tijd, verliest. Free Record Shop is daar een goed voorbeeld van.

De Bijenkorf maakte bekend vijf vestigingen te sluiten; hun flagship store uit Amsterdam wordt maatgevend. De omzetten per m² waren niet meer hoog genoeg in de vestigingen die gaan sluiten. Blijkbaar kunnen zij op dure meters waar flink geïnvesteerd wordt, gecombineerd met hun online verkopen, meer winst behalen. Jumbo investeert enorm en pakt marktaandeel.

Retailers worden gedwongen duidelijk hun koers te bepalen. Er zijn meer wegen die naar Rome leiden. De Action verovert de markt, met winkels zonder enige sfeer. Het wisselende aanbod tegen een verdraaid lage prijs slaat aan. Het is bijna een ontdekkingsreis om daar te shoppen. De ene formule is succesvol door een geweldige sfeer en uitstraling. De andere formule wint door het achterwege laten van sfeer.

Wanneer de grote retailers met minder of kleinere vestigingen gaan werken, is er ruimte voor nieuwe spelers, formules en andere concepten. Er is een hoop te doen op de m². En dan maar hopen dat je niet de leukste straat van Nederland wordt.”

Wie is Eva Rutten?

Commercieel Interim Manager binnen Retail
(werkt(e) o.a. voor Disney, Ahold, Nuon, Super de Boer, HEMA)

Colofon

Over de vloer in retail

is een uitgave van Forbo Flooring B.V. / 2013/2014

Concept & realisatie

Edenspiekermann, Hans Booms

Hoofdredactie Mariska Joustra

Redactie Procomm, Monique Overbeeke

Fotografie De Beeldredactie, Erik Poffers

Art direction Titia Schoenaker

Vormgeving en productie Designyard, Kazeze grafisch ontwerp

Lithografie & Druk Zalsman Groningen

Cover Erik Poffers

Rechten Forbo Flooring heeft haar best gedaan om de rechten van de rechthebbenden te respecteren. Van sommige beelden kunnen wij misschien niet alle rechthebbenden achterhalen. Meent u rechthebbende te zijn, neemt u dan contact op met de redactie.

Let op: digitale afbeeldingen en drukwerk kunnen afwijken van het werkelijke product. Vraag daarom altijd een kleurstaal aan om de daadwerkelijke kleur te beoordelen.

Forbo Flooring Systems is onderdeel van de Forbo Groep, wereldleider in vloer-, lijm-, en transportsystemen, en biedt een compleet assortiment vloerbedekkingen voor zowel de projectmarkt als consumententoepassingen. Hoogwaardige linoleum-, vinyl-, textielvloeren en schoonloopssystemen combineren functionaliteit, kleur en design, zodat er voor elke omgeving een totaalpakket aan vloeroplossingen bestaat.

Contact

Forbo Flooring B.V.
Postbus 13, 1560 AA Krommenie
contact@forbo.com
www.forbo-flooring.nl

Volg ons ook op:



forbo

FLOORING SYSTEMS



in woord en beeld

Onze drijfveren en motivaties



Kijkshop

Swipen, kiezen, kopen



inspiratie

Laat je inspireren door materialen, kleuren en combinaties. Kies je voor zacht en warm? Of voor fel en kleurrijk. Bekijk de verschillende combinaties en ervaar de verschillen. **11, 13, 19**

ANWB

Metamorfose van een winkelformule



Auping

Onderscheid door duurzaamheid



en verder

kort nieuws vers van de pers, het laatste nieuws. **7, 14**
vraag en antwoord zes vaak gestelde vragen over vloeren. **15**
in de boekenkast Winnen! 10 toppers voor retailexperts. **20**

Nieuw evenwicht

Winkelen is van alle tijden. De laatste jaren staan detaillisten, franchise- en retailketens echter voor een nieuwe uitdaging. Ons koop- en winkelgedrag is in sneltreinvaart ingrijpend veranderd. Het meest opmerkelijke is dat de consument tijdens het koopproces naast de fysieke winkel steeds meer gebruikmaakt van andere kanalen, zoals internet en social media; 'het nieuwe winkelen'. Daarnaast bevinden wij ons als samenleving in een overgangperiode, die gekenmerkt wordt door grote veranderingen, nieuwe ideeën, andere omgangsvormen, concepten en formules. Een inspirerend artikel hierover leest u op pagina 4. Om mensen te vermaken, langer te laten verblijven en te enthousiasmeren tot een aankoop is het belangrijk om creatief te zijn en de moed te vinden om anders te denken en dingen anders aan te pakken. Zoals de ANWB deed met hun nieuwe winkelformule, hun verhaal is te lezen in dit magazine. De juiste winkelformule is van groot belang, het interieur sluit daarop aan. De juiste stijl en uitstraling helpen detaillisten zichzelf te positioneren en te presenteren.

Ook vloeren spelen daarin een rol. Vloeren in retail moeten veel verdragen, de kwaliteitseisen zijn hoog, maar ook de esthetiek heeft eenzelfde belangrijke taak. Forbo Flooring ontwikkelt al meer dan 100 jaar relevante vloerbedekkingen en denkt graag met u mee. Van elektronica- tot damesmodezaak, voor elke ruimte is er een optimale vloerbedekking. In dit magazine laten we u een selectie zien van enkele mooie projecten en onze vloeroplossingen. Wij wensen u veel leesplezier.

De redactie



Bewust omgaan met **drijfveren en motivaties**

Een straat-o-loog en waarnemer legt het straatbeeld in en buiten Nederland in beeld vast. Het is inspirerend om vanuit deze observaties het leven van alledag te beschouwen. Ons gedrag. Je raakt er niet op uitgestudeerd. Straat-o-loog Pim van den Berg vertelt.



“**A**lle details van ons gedrag die als een symfonisch meesterwerk worden uitgevoerd.

Scherzo's, forte, crescendo's, vivace en adagio's en nog veel meer tempi die het leven inkleuren. Bestudering van de partituur van het leven zou een geweldige verrijking kunnen zijn op scholen en universiteiten. Wat meer diepgang. Iets dat verder reikt dan leuk of niet leuk. Gaaf of niet gaaf. Snel en sneller. Doe, dates en don't's. Hoezo lezen, nieuwsgierig en geïnformeerd zijn? Ik zie tijdens mijn mondiale verkenningen veel 'dode ogen'. De dode ogen van mensen die verwondering en bezieling verloren hebben. Het is een kenmerk van deze tijd, veel mensen vragen zich te weinig af waar ze energie van krijgen en door het vele oppervlakkige mediagebruik stompen ze af. Ze

komen nauwelijks buiten, trekken er weinig op uit, zoeken het avontuur niet op en komen er zo ook niet achter wat ze inspiratie en energie geeft. Bewust omgaan met drijfveren en motivaties. Nadenken over oprechte eigenheid en spontaniteit. Weten waar je inspiratie van krijgt en waar je energie vandaan komt. Veel organisaties nemen helaas maar al te vaak beslissingen op basis van de ogenschijnlijke zekerheid die wij aan cijfers ontleen. Niet op basis van de inzichten die de rijkdom van de straat ons biedt. Want de inspiratie ligt op straat.

In Amerika spelen supermarkten steeds bewuster in op duurzaamheid. Graphiti-bestendige verf, windmolens en zonnecollectoren voor de verlichting, groene voeding van aanbieders uit de buurt met

een verhaal, daktuinen met kweek van eigen bodem. Veel demoplekken. Cradle-to-cradle als uitgangspunt bij de ontwikkeling van nieuwe gebouwen of bij de renovatie van bestaande gebouwen. Maar ook in het gedrag van de medewerkers merk je iets van die duurzaamheid. Mensen met oprechte aandacht. Kwaliteitskenners en vakspecialisten.

Wholefoods is voorloper van die ontwikkeling. In de VS een best dure 'hit' en dat succes gaan ze ook exporteren naar het Verenigd Koninkrijk. Daar zijn ze al zes jaar aan het testen hoe de Britse smaak verschilt van de Amerikaanse. Men begon met een winkel op High Kensington van 5000 m² en onlangs kwam er op Piccadilly een winkel van 800 m². Downsizing noemen ze dat. Midden in het centrum

waar geen parkeerplek te vinden is. Dus veel klanten met kleine bonbedragen, maar wel uit een heerlijk druk verzorgingsgebied. De supermarkt nieuwe stijl. Afgestemd op de altijd drukke en onderweg zijnde klant die de regie steeds meer overneemt als het aanbod hem/haar niet aanstaat. En dat in de buurt van Borough Market die slechts drie dagen per week open is en waar de aanbieders wekelijks 2 tot 300 kilometer rijden om hun aanbod te kunnen presenteren. Alleen aanbod met een uniek verhaal mag op de markt verkocht worden. En binnen een paar jaar is deze markt uitgegroeid tot de meest succesvolle van het Verenigd Koninkrijk. Of neem de coöperatieve organisatievorm bij John Lewis Partnership, die er mede toe heeft geleid dat deze groep met supermarkten en warenhuizen vorig jaar met 9% is ►

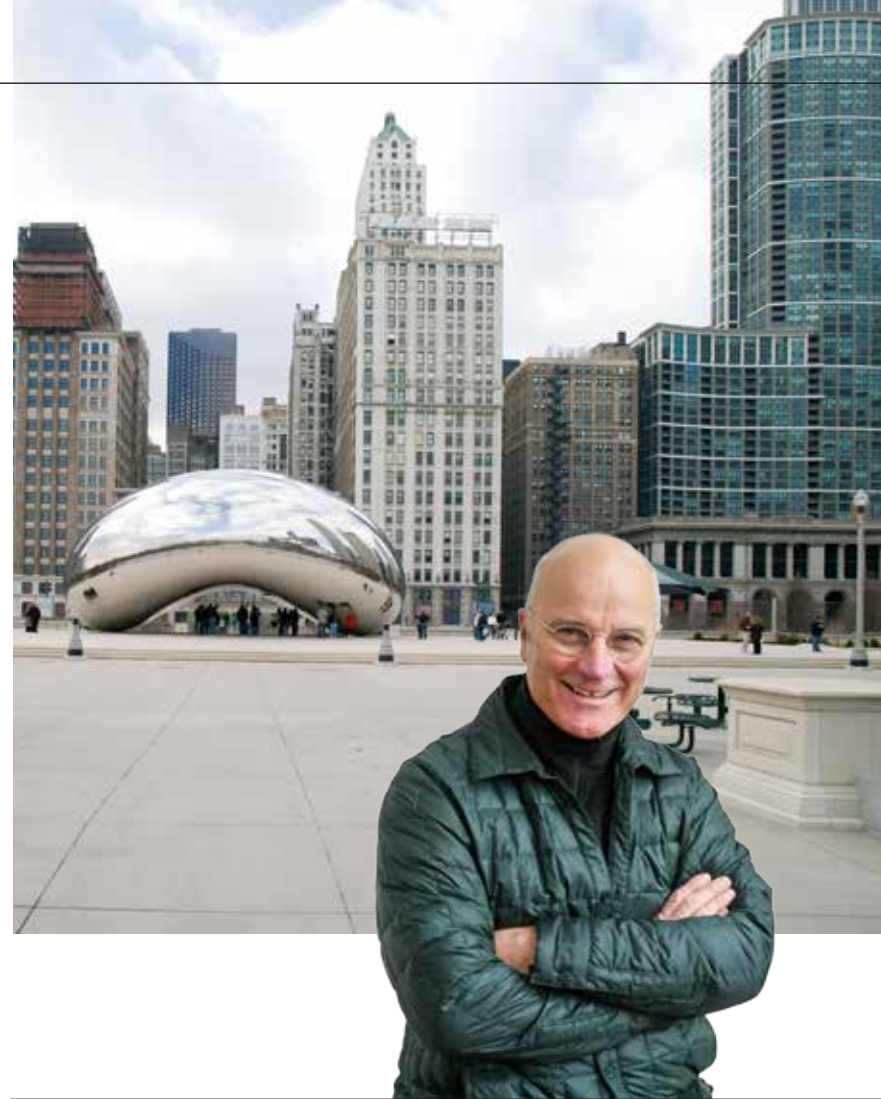


gegroeid. Alle partners ontvingen een jaarbonus van £ 9.000, - Iedere medewerker is hier mede-eigenaar. Dat creëert wel een stevige band.

In Mumbai en Sao Paulo word ik getriggerd door het mateloze enthousiasme van mensen die met hun kleine onderneming de kost verdienen. Je kunt het positivisme van een stad herkennen aan de manier waarop de inwoners leven en de manier waarop de bouwsector de vernieuwing zichtbaar maakt. Londen, Helsinki, Kopenhagen, Tokyo, Wenen, Berlijn etc. kennen een grote mate van vitaliteit en een overtuigend geloof in de toekomst.

Ben ik dan terug in Nederland en lees ik de kranten van een paar weken, dan valt me op dat media vakkundig in staat zijn om hel en

verdoemenis te prediken als het over de economie, het consumentenvertrouwen, de ontwikkeling van binnensteden, de slechte bedrijfsresultaten en de ontwikkeling van winkelformules gaat. Dat werkt verlamdend voor velen die daardoor een negatieve 'tone of voice' ontwikkelen. Door alle negatieve impulsen lukt het niet meer om de unieke waarneming te vertalen naar ondernemende kansen voor morgen. Want het barst van de vernieuwing. Genoeg bedrijven die de energie hebben om via nieuwe inzichten, verrassende markten en doelgroepen te ontdekken of te creëren. Meer enthousiaste vakidioten die buiten de kaders kunnen denken en een eigen energiebron hebben en die geïnspireerd worden door wie ze zijn en niet door wat ze hebben. Als het orkest die partituur beheerst, kunnen velen van een bijzonder concert gaan genieten." ■



Over Pim van den Berg

Pim van den Berg adviseert mensen, merken, formules en steden op Europees niveau. Hij verkoopt abonnementen op zijn ogen aan bedrijven die op een andere manier willen leren kijken. Zijn specialisatie is straat-o-logie. Een door hem ontwikkelde term voor het bewuster ervaren van de externe signalen van de samenleving. Onvoldoende zicht en perspectief op de buitenwereld geeft grote ruis en verwarring binnen organisaties. Voor hem geldt dan ook dat er geen strategie kan zijn zonder straat-o-logische basis. Pim is naast waarnemer en DNA-verkenner van steden en organisaties, ook ontdekkingsreiziger, die tijdens zijn reizen voor zijn klanten de uitdagingen voor de komende jaren traceert. Hij is auteur van het boek 'Ondernemen is een straatfeest'. Zijn website is een open database met meer dan 1 miljoen beelden: www.perspectives.nl/.

Meer
inspiratie
& informatie?

kijk op
www.forbo-flooring.nl/retail



Forbo Identity

Heeft u een vastomlijnd idee van hoe uw vloer eruit moet zien? En vindt u deze vloer niet in de standaard collecties? Forbo biedt diverse mogelijkheden, waarbij de vloer volledig op uw wensen aangepast wordt. Zo kunnen we van vrijwel iedere vloer de kleur aanpassen zodat deze perfect aansluit bij uw interieurontwerp. Natuurlijk kunnen we ook samen met u een ontwerp maken, waarbij u de perfecte combinatie kiest van dessin, kleur en reliëf. Maar wilt u

een échte eigen vloer? Kies dan voor onze custom made vloeren: laat uw eigen ontwerp printen op hoogwaardig vinyl, Flotex® of Coral®. Vrijwel alles is mogelijk, van een haarscherpe fotoprint tot een kleurrijk all-over patroon. En ook al vanaf kleine hoeveelheden. U heeft al een digitaal geprint vinyl vanaf 24 m²!

✉ **VOOR MEER INFORMATIE**
neemt u contact op met Vloerprints BV, onze partner.
www.vloerprints.nl

marmoleum®

De meest duurzame vloer



Marmoleum komt van Nederlandse bodem. Ontwerp en productie vinden plaats in Assendelft, waar de oudste en grootste linoleumfabriek ter wereld te vinden is. De grondstoffen zijn duurzaam en worden zorgvuldig gecontroleerd en geteeld.

Lijnzaadolie, afkomstig van de vlasplant, is het belangrijkste bestanddeel van Marmoleum. Bij de teelt worden geen insecticiden gebruikt. Daarnaast bestaat Marmoleum uit hars, houtmeel,

kalksteen, pigmenten, jute en lak. Maar liefst 97% van deze grondstoffen is natuurlijk, waarvan 72% hernieuwbaar en bijna 43% gerecycled. Marmoleum is daarnaast biologisch afbreekbaar. Volgens diverse Life Cycle Assessments, waaronder die van de Universiteit van Leiden, is het één van de duurzaamste vloerbedekkingen ter wereld. Marmoleum beschikt onder meer over het Cradle to Cradle Silver certificaat, Milieukeur en het Nordic Swan label.



Mat met eigen logo

Een eerste indruk is goud waard. Voorzie daarom de entree van een eigen logo.

Dat oogt niet alleen professioneel, maar geeft ook nog eens een warm welkom. Met Coral Logo biedt Forbo een speciale service om een goede eerste indruk te maken. Afhankelijk van de kleuren van de eigen huisstijl is er keuze tussen een gesneden of een geprinte logomat.

☎ **INTERESSE** in de mogelijkheden van een gepersonaliseerde mat? Bel dan: 0900-MARMOLEUM / 0900 627 66 53.

Probleemloze vloer

Met Forbo System Solutions kiest u voor een unieke totaaloplossing met vijf jaar garantie. U krijgt kwaliteitsvloerbedekking én de juiste installatiematerialen. Er zijn vijf oplossingen beschikbaar: duurzaam, snel, geleidend, akoestisch en grote tolerantie. Voor elke ruimte is er dus een geschikte variant. Bovendien profiteert u van vijf jaar Forbo-garantie. Kortom, u bent verzekerd van een probleemloze vloer.

✉ **MEER WETEN?** mail naar: contact@forbo.com, of ga naar www.forbo-systemsolutions.nl.

Vragen?

✉ Stel ze via LinkedIn!

Vragen kunt u nu ook direct stellen op onze LinkedIn groep.

Zoek in de group directory op: 'Forbo Flooring Nederland' of ga naar: www.linkedin.com/groups?gid=4813014

Naam ANWB
Projectmanagement Bouwadviesburo DGS
Op de vloer Marmoleum Dutch Design M0712



ANWB

Marmoleum Dutch Design-vloer camoufleert stof en vuil

ANWB-winkels ondergaan metamorfose

De 68 ANWB-winkels in Nederland waren toe aan een meer eigentijdse uitstraling. Dit voorjaar gingen 25 winkels daarom over op een nieuwe winkelformule die zich kenmerkt door openheid en overzichtelijkheid. Het assortiment in de nieuwe winkels is meer gericht op de seizoenen. Bezoekers vinden via routepijlen op de vloer eenvoudig hun weg naar de gewenste afdelingen.

De ANWB-winkels waren toe aan een metamorfose. Dat was de conclusie die de ANWB drie jaar geleden trok op basis van een onderzoek onder leden en niet-leden naar de beleving in de ANWB-winkels. ANWB Retail ontwikkelde daarom een nieuwe winkelformule waarin het seizoen centraal staat. Zo is er een themaplein met seizoensgerelateerde producten. Daarnaast is het assortiment uitgebreid met onder meer producten voor gezinnen met jonge kinderen. Het concept kenmerkt zich door openheid en overzichtelijkheid. "De winkels zijn ruim opgezet en we laten alles duidelijk zien", licht Ilse Vegter, Manager Retail Communicatie, toe. "Zo zijn de plafonds

'De routing is goed zichtbaar dankzij de lichte Marmoleum Dutch Design-vloer'

helemaal open en is de winkel ingedeeld in vier zones: Heel handig, Lekker buiten, Goed voorbereid en Zonder zorgen." De nieuwe look and feel geeft de winkels een eigentijdse uitstraling. Eigentijds zijn ook de technische hulpmiddelen zoals een digitaal 'swipebaar' schap en de praatpaal die klanten met vragen over hun verzekering direct doorverbindt met een ANWB-verzekeringsexpert. ►





Inspiratie uit stofzuigerzakken

Bezoekers vinden in de winkel eenvoudig hun weg dankzij gekleurde routepijlen op vloeren en wanden. Voor een goede zichtbaarheid van de routing koos de architect aanvankelijk voor een lichte, bijna witte vloer. "Een té lichte en besmettelijke kleur voor een winkelvloer", zegt Vegter. ANWB Retail koos daarom uiteindelijk voor een lichte Marmoleumvloer van Forbo Flooring: de Marmoleum Dutch Design M0712, naar een ontwerp van Jurgen Bey. Bey liet zich inspireren door de grijsstinten van stof uit stofzuigerzakken. "De lichte kleur van de vloer maakt de signing goed zichtbaar en camoufleert stof en vuil, waardoor de winkel schoon oogt", vertelt Vegter. In de keuze speelden ook de lange levensduur en de duurzaamheid van de vloer een belangrijke rol. "Kwaliteit en duurzaamheid zijn voor de ANWB belangrijke waarden", aldus Vegter.

‘De vloer camoufleert stof en vuil en sluit het beste aan bij het nieuwe interieur’

De bezoekers hebben de nieuwe winkelformule enthousiast ontvangen. Ze waarderen volgens Vegter de overzichtelijkheid en het ruime assortiment. Gemiddeld geven klanten de nieuwe formule een 8+. Daarnaast is de omzet in de nieuwe winkels hoger dan verwacht. "We mogen dus wel zeggen dat de nieuwe formule succesvol is", vat Vegter samen. "Uiteindelijk willen we alle bestaande winkels ombouwen naar de nieuwe formule." Op www.anwb.nl/werkaandewinkel kunnen belangstellenden de uitrol volgen. ■

Kleurrijke verbinding

1

2

3

4

5

6

10

7

8

9

STALEN Ondergrond: Marmoleum Dutch Design M0712.

1 Vescom Asmar 7018.34 2 Vescom Asmar 7018.40 3 Eternal Palette 40352

4 Eternal Palette 40162 5 Eternal Palette 40662 6 Eternal Palette 40722

7 Marmoleum Concrete 3703 8 Marmoleum Walton Uni 123 9 Marmoleum

Real 3251 10 Coral Classic silver grey 4751.

Vintage auto en magneetjes van de HEMA.



Kijkshop, het nieuwe winkelen: swipen, kiezen, kopen

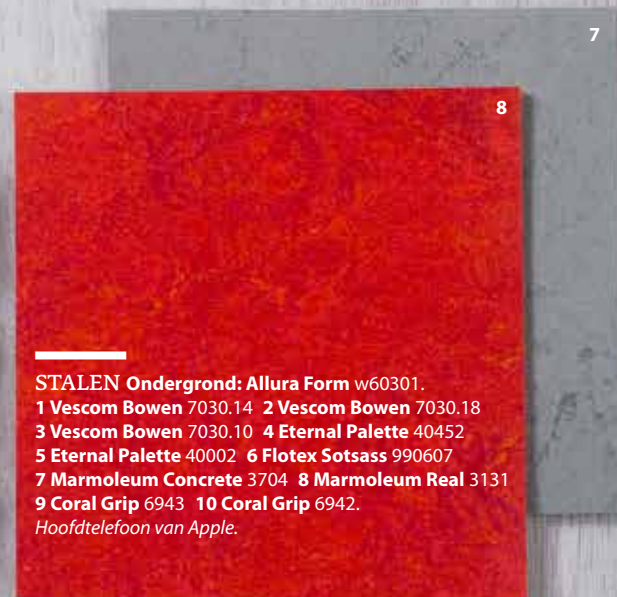
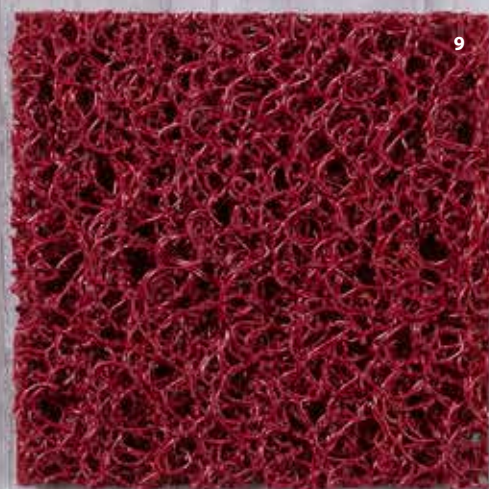
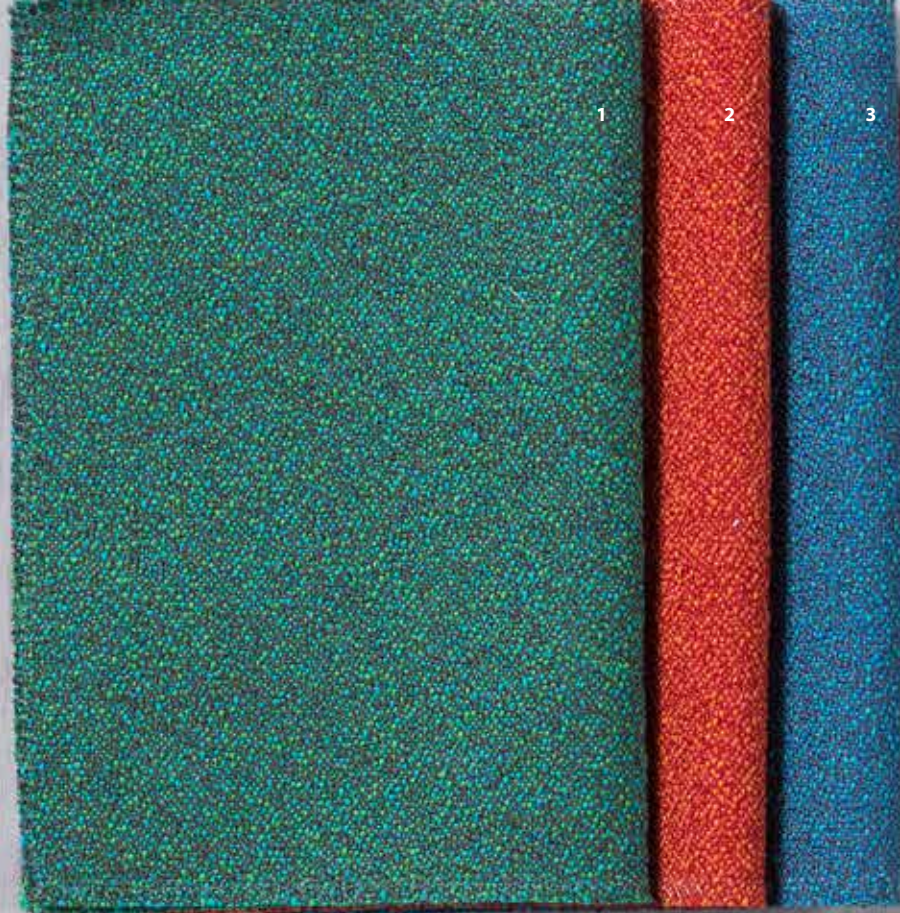
‘Het Marmoleum
kan probleemloos
jaren meegaan’

Naam Kijkshop
Architect Eigen concept, Mark van Zutphen
Op de vloer Marmoleum Concrete - special

Winkelketen Kijkshop introduceert een nieuw winkelconcept dat fysiek en online winkelen combineert. Producten in vitrines maken plaats voor een eigentijdse, interactieve opzet rond vier belevingswerelden: Media & Bellen, Mooi & Verzorgd, Koken & Wonen en Vrij & Actief. De hardlopers in het assortiment staan nog altijd achter glas, maar het hele assortiment is beschikbaar in een virtuele winkelomgeving die klanten ontsluiten via 16 grote touchscreens. Deze nieuwe Kijkshop-variant opende eind april 2013 aan de Heuvelstraat in hartje Tilburg, voorzien van een Marmoleum Concrete-vloer van Forbo Flooring. ■

Nieuwsgierig, lees het hele artikel op
www.forbo-flooring.nl/retail.

Heldere Kleurtonen



STALEN Ondergrond: Allura Form w60301.

1 Vescom Bowen 7030.14 2 Vescom Bowen 7030.18

3 Vescom Bowen 7030.10 4 Eternal Palette 40452

5 Eternal Palette 40002 6 Flotex Sotsass 990607

7 Marmoleum Concrete 3704 8 Marmoleum Real 3131

9 Coral Grip 6943 10 Coral Grip 6942.

Hoofdtypefoon van Apple.

Superieure loslegtegel



Flex Design staat voor heterogene loslegtegels van vinyl met een superieure dimensiestabiliteit. Deze vloer kan perfect toegepast worden bij renovaties, bij tijdelijk en permanent gebruik en op verhoogde (computer-)vloeren. Ook bij projecten waar een snelle installatie van de vloerbedekking van belang is, zoals in een winkel of kantoor, is een Flex Design-vloer een goede oplossing.

Westbond Natural Puur natuur

Westbond Natural is een collectie tapijttegels die gemaakt is van pure en natuurlijke, ongeverfde wol. De rug van de tegel is gemaakt van tot 74% gerecycled materiaal en de wol is duurzaam, natuurlijk en hernieuwbaar. De kleuren zijn afgeleid van schapenvachten van zeven verschillende schapenrassen wat resulteert in een warm kleurenpalet.



Ontwerpservice

De Ontwerpservice van Forbo Flooring stelt vloer- en kleurplannen op voor uiteenlopende locaties. Ontwerper Michiel van Nieuwland bespreekt de inrichtingswensen met de klant. En hij onderzoekt per locatie de ligging, lichtinval, bouwstijl en inrichting. Van Nieuwland: "Op basis van die informatie stel ik een vloeradvies samen: een voorstel voor materialen en kleuren. Het streven is steeds de beleving van een gebouw te laten aansluiten bij de wensen van alle gebruikers."

ONTWERPSERVICE?

Stuur een e-mail naar michiël.van.nieuwland@forbo.com



Origineel Nederlands fabricaat

Meer dan 90% van onze vloeren produceren wij in Nederland. Onze Coral-fabriek staat in Krommenie, de Novilon-fabriek in Coevorden en onze linoleum-fabriek in Assendelft. In deze fabrieken maken wij, al meer dan 100 jaar, onder andere Marmoleum, Novilon, Allura, Eternal, Step en Coral. Wereldwijd genieten miljoenen werknemers en gezinnen van een Nederlandse vloer. Een stukje Hollands glorie waar wij trots op zijn.



Hoe eenvoudig kan het zijn?

Als leverancier van vinyl- en linoleumvloeren in de retail geven wij u graag ons schoonmaak- en onderhoudsadvies. Preventie is daarbij erg belangrijk. Een Coral-schoonloopmat voorkomt dat 94% van het vuil en vocht wordt binnengelopen. Daarnaast is het aanbrengen van de juiste beschermdoppen onder meubilair of schuivend inventaris aan te bevelen om krassen te voorkomen. Stofwissen met een microvezeldoek, vlek verwijderen met een vochtige mop en het gebruik van een neutrale reiniger is ons advies. Het grote voordeel van linoleum is bovendien dat het, indien nodig, eenvoudig te herstellen is. Kortom, altijd een representatieve vloer.

Waarom een Coral-schoonloopmat?

Bekijk het antwoord in onze videoanimatie op Youtube, in slechts 1 minuut en 24 seconden.

SCAN DE QR-CODE om direct naar de animatie te gaan.



VRAGEN UIT DE RETAIL

Antwoorden van Forbo

René Treffers
Nationaal Account Manager Retail



Hoofd inkoop

★ “Ik zoek een vloer die snel te installeren is zonder onderbreking van de openingstijden van mijn winkels?”

René  Als het echt snel moet, dan is er de Flex Design-collectie. Deze collectie bestaat uit stroken en tegels die los gelegd kunnen worden, ook in kleine ruimtes en is daarmee ideaal voor snelle renovaties en verhoogde vloeren.



Interieurontwerper

★ “Kan ik mijn eigen creatie in kleur of vorm in de vloer terug laten komen?”

René  Zowel met Marmoleum als met vinyl kunnen er speciale creaties gerealiseerd worden. Met Aquajet kunnen uit Marmoleum logo's of afbeeldingen gesneden worden, die daarna precies pas gelegd worden. Met Forbo Identity kan elke gewenste afbeelding op vinyl geprint worden, van champagnebubbel of een wereldbol tot schoenen en voetstappen.



Hoofd visual merchandising

★ “Is een mooie strakke betonlook ook mogelijk met Marmoleum?”

René  Jazeker, de nieuwe Marmoleum Concrete-collectie is ons antwoord op de trend voor giet- of betonvloeren. Daarnaast hoeft een Marmoleum-vloer niet gelast te worden, waarmee een strak uiterlijk wordt gerealiseerd.



Designer Retailketen

★ “Ik zoek een duurzame vloer.”

René  Met stip op één staat Marmoleum, dit is één van de meest duurzame vloeren. Marmoleum is een natuurproduct dat bestaat uit 97% natuurlijke materialen, waarvan 72% hernieuwbaar is en 43% bestaat uit hergebruikte materialen. Daarnaast is het herstelbaar en gaat het jarenlang mee.



Eigenaar

★ “Wat zijn nou precies de verschillen tussen Marmoleum en projectvinyl?”

René  Met projectvinyl kun je een andere sfeer creëren. Het is in allerlei dessins verkrijgbaar, van hout tot steen en textiel. Beide vloeren zijn eenvoudig te reinigen, maar alleen Marmoleum is herstelbaar. Daardoor heeft Marmoleum een substantieel langere levensduur; tot wel 30 jaar!



Inkoper

★ “Wat zijn PVC-stroken en wat zijn de voordelen precies?”

René  Met PVC-stroken is het mogelijk een levensechte vloer te creëren. Ze zijn eenvoudig op een locatie te krijgen, doordat ze per doos verpakt zijn. Bijkomend voordeel is dat er weinig materiaalverlies ontstaat. Daarnaast zijn Forbo's PVC-stroken en -tegels verkrijgbaar in veel diverse formaten en kleuren, waardoor er altijd een vloer bij zit die in uw winkelformule past.

Naam Auping
Interieurarchitect Joska Jalving
Op de vloer Marmoleum Walton 171



‘Zo veel mogelijk
duurzaam produceren’

Auping

Koninklijke Auping gebruikt zoveel mogelijk duurzame materialen

Met een bezoek aan Goodnight Slaapkamers in Cruquius heeft de klant volop keuze in type slaapkamers; van sober tot kleurrijk, van simpel tot luxe. In een zogeheten ‘multibrand winkel’ laten verschillende bedrijven hun producten zien. Voor elk van hen is het belangrijk hun eigen merk te laten uitspringen. Zo onderscheidt Auping zich door een duurzaam productieproces. De beddenspecialist wil bovendien een grotere aantrekkingskracht op bezoekers uitoefenen. De Marmoleum Walton 171-vloer van Forbo Flooring speelt hierbij een belangrijke rol. De neutrale kleur schreeuwt niet om aandacht, maar laat de bedden zichzelf verkopen.

Naast kwaliteit van de producten, staat bij Auping duurzaamheid hoog in het vaandel. De beddenfabrikant opereert volgens het Cradle to Cradle (C2C)-principe. Marjan Reitsma, Manager Brand & Trade Marketing bij Auping: “Onze visie is dat we zoveel mogelijk duurzaam produceren waarbij zo min mogelijk afval wordt gerealiseerd. Zo



‘vloer met cementlook’

doen we dit al middels het Auping Take Back System; we nemen oude matrassen in en geven ze een nieuw leven door ze extern te laten verwerken tot nieuwe producten. Zo laten we het metaal omsmelten zodat daar bijvoorbeeld deurkrukken van kunnen worden gemaakt. Het latex en polyester kunnen worden verwerkt in ondertapijten. Vorig jaar hebben we voor zowel de matrassen als het bedmodel Essential bed een C2C Silver-certificaat gekregen.”

Niet alleen bij de producten, maar ook bij de inrichting van de winkels staat duurzaamheid centraal. In haar deel van Goodnight Slaapkamers heeft Auping in april een Marmoleum-vloer met een ‘cementlook’ van Forbo laten leggen. Geen vreemde keuze, ►



want Marmoleum bestaat voornamelijk uit natuurlijke, hernieuwbare materialen. "In vloerenland is dit de meest duurzame optie", weet Theo Sleurink, Coördinator Retail Projecten. "Voor ons was dit geen hoofdargument om voor deze vloer te kiezen, maar zeker een meewegende factor."

'Onzichtbare' vloer

Doorslaggevend was volgens Sleurink de lichte uni tint van de vloer. "We staan voor kwaliteit. De bedden moeten centraal staan; de inrichting mag

daar niet van afleiden. De vloer is een ondersteunend element dat geen aandacht hoeft te vragen en eigenlijk 'onzichtbaar' moet zijn. Niet te donker, niet te licht en, ook belangrijk: geen storende bron van geluid. Harde vloeren zoals laminaat of parket maken geluid als je er op loopt. Dat ervaren mensen doorgaans niet als prettig. Marmoleum 'klinkt' zacht: bezoekers kunnen in alle rust rondkijken zonder zich betrappt te voelen. Een ander voordeel, vindt Sleurink, is dat de vloer gemakkelijk is schoon te maken. "Handig, want op

'We staan voor kwaliteit'

deze non-kleur zie je bijna elk vuiltje, bijvoorbeeld zwarte vegen en voetsporen. Dat vergt extra onderhoud. Een schone aanblik is van belang voor het gevoel, de beleving die we bezoekers willen bieden. Uiteindelijk willen we dat de klant bij Auping rust ervaart." ■

Grafische rust

STALEN Ondergrond: Marmoleum Walton Uni 171.

1 Flotex Sotsass 990816 2 Flotex Sotsass 990813 3 Flotex Sotsass 990803 4 Flotex Sotsass 990801 5 Eternal Contrast 41232 6 Allura Abstract a63639 7 Allura Abstract a63638 8 Coral Brush Blend 5742. Wekkertje van de Blokker en vintage sterren.

Onmisbaar in de boekenkast

1 Latest Trends in Shop Design

C. Broto

Dit boek staat vol met de meest originele en indrukwekkende winkelrichtingen. Toonaangevende ontwerpers en architecten presenteren hun beste projecten, met als uiteindelijk doel: het verleiden tot aankoop. Een essentieel boek in de collectie van alle professionele ontwerpers, studenten en liefhebbers.

2 Dat is toch duidelijk?

E. Goldratt e.a.

Een overstroming leidt ertoe dat Paul de voorraad en distributie van zijn filiaal op een andere manier moet regelen. Hij kiest voor originele oplossingen waarbij iedereen zijn werkwijze moet veranderen. Het wordt al snel duidelijk dat veranderingen alleen slagen als iedereen er voordeel bij heeft. Anders gaan de hakken in het zand - vaak met een reden. Alleen diegenen die het echte probleem aanpakken slagen. En de oplossing is vaak verrassend simpel.

3 50 Succesmodellen

M. Krogerus

Dit mooi vormgegeven handboekje in Moleskine-uitvoering geeft raad. Of je nu student, huisvrouw, piloot of topmanager bent, iedereen worstelt op gezette tijden met vragen. Helder en beknopt worden in dit boekje beroemde modellen uitgelegd, van SWOT-analyse tot Prisoner's Dilemma en van Piramide van Maslow tot Long Tail. Al deze modellen kun je eenvoudig in de praktijk toepassen, zowel op de werkvloer als in privérelaties.

4 De klant zal het merken

T. Meesters

Een boek vol open en klemmende deuren. Een leest-lekker-weg-poc-ket voorzien van leuke anekdotes, geplaatst in een toegankelijk theoretisch kader. De korte verhalen beschrijven herkenbare situaties waarin dienstverlening onder de loep wordt genomen.

5 Komt een klant bij de kassa

S. Lips

Saskia Lips heeft na jarenlang het shoppen gecultiveerd tot een wetenschap. In een frisse en humoristische stijl schetst ze talloze praktijkvoorbeelden waarvan winkeleigenaren en -personeel beweren dat het bij hen niet voorvalt en waarvan elke klant weet dat het voortdurend gebeurt.

6 Winning without losing

M. Bjerregaard

In Winning without losing onthullen ondernemers uit de hele wereld hét geheim achter hun succesvolle bedrijven. Natuurlijk is 'visie' en 'hard werken' van groot belang, maar dat is niet alles. Ook gelukkig en relaxed in het leven staan is een voorwaarde. Die balans tussen maatschappelijk succes en een gelukkig privéleven is de sleutel voor het ideale leven.

7 Prikkel de Koopknop

C. Frijters

Internet of niet: de winkel in het straatbeeld zal altijd blijven bestaan.

Maar de spelregels veranderen wel in een rap tempo. De consument heeft hoge eisen en weinig tijd. Winkelen moet vooral relevant zijn en weer een feestje worden. Aan de retailer de taak om dat te bieden en de slingers op te hangen. Consumenten blijken zeer goed te prikkelen en zelfs een zogeheten koopknop te bezitten.

8 Eén op één, de essentie van retail branding en design

M. van Tongeren

Dit boek gaat over alle facetten van retail branding, van formuleontwikkeling die rekening houdt met alle factoren die van invloed zijn op het winkelen tot de 1 op 1 relatie met de klant. Het is relevant voor zowel fysieke winkels als online retail en inspirerend door de vele voorbeelden en modellen en natuurlijk omdat het heel veel onthult over onze favoriete hobby: winkelen!

9 De ondernemende ondernemer

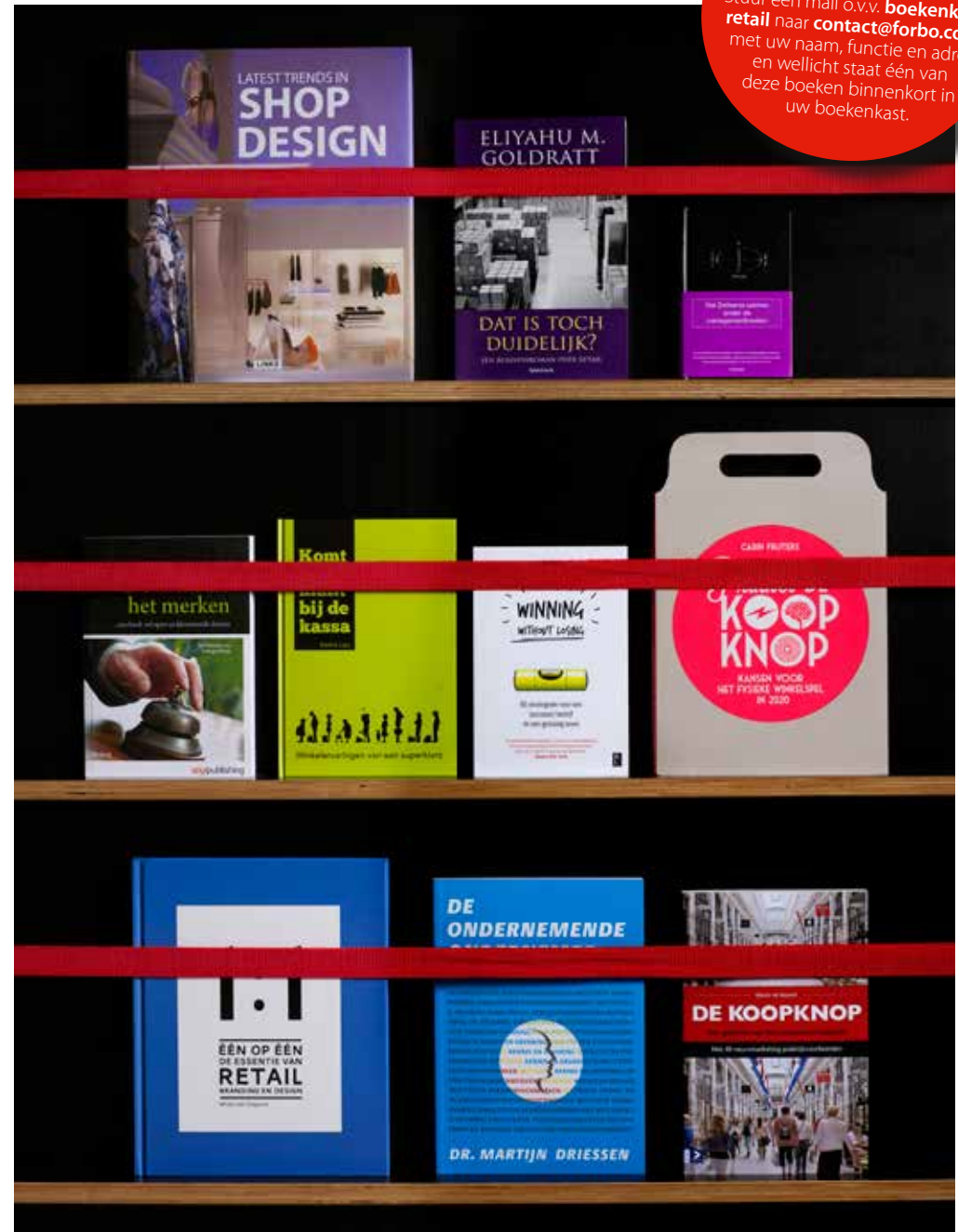
M. Driessen

Droom je wel eens over ondernemer worden, of ben je het al, dan geeft dit boek je nieuwe inspiratie en motivatie. Het gaat in op wat ondernemerschap is en wat je er voor nodig hebt. Het legt de psychologie van de ondernemer bloot en bespreekt de kwaliteiten die noodzakelijk zijn voor succes en hoe je die kunt ontwikkelen.

10 De koopknop

M. de Munnik

Door in onze hersenen te kijken, zien neurowetenschappers voor welke producten we gevoelig zijn en welke reclame ons aanzet tot kopen. De Koopknop laat zien wat consumenten echt willen, wie ze vertrouwen, wat ze graag willen hebben en uiteindelijk gaan kopen. De 'ontdekking' van de koopknop onthult de geheimen van het consumentenbrein.



WINNEN?

We geven alle boeken weg!
Interesse in één van de titels?
Stuur een mail o.v.v. **boekenkast**
retail naar **contact@forbo.com**
met uw naam, functie en adres
en wellicht staat één van
deze boeken binnenkort in
uw boekenkast.