

NIEUW CONCEPT IN CONSUMENTENMARKT

Sexy ode aan de vloer

Exclusief voor de consumentenmarkt lanceert de nieuwe onderneming Ode uit Hendrik Ido Ambacht een al even nieuw concept in vloerafwerking, met dezelfde naam. Het Ode-concept biedt een ongekend potentieel aan uitstralingen. De ruime mogelijkheden, vanuit de basistechniek van kunststof vloeren, maakt Ode voor de consument een spannend alternatief.

→ In de afgelopen jaren is er een groeiende belangstelling voor decoratieve toepassing van kunststof vloeren. Dit tekent zich als trend vooral af in de projectsector, maar verschillende soorten kunststof vloersystemen duiken ook op in interieurtijdschriften voor de consument. Met **Ode** is er nu een merk dat exclusief op de consumentenmarkt is gericht. De vloeren worden geleverd door de gelijknamige, nieuwe onderneming, gevestigd te Hendrik Ido Ambacht. Ode-vloeren richten zich op de consument met uitgewogen kleurstellingen en uitstralingen; voor de lijnen waarmee de onderneming de markt nu betreedt, heeft men zich georiënteerd bij andere (modegevoelige) productgroepen als meubels. “We starten met het aanbieden van 3 lijnen: Puur, Parel en Passie”, vertelt **RIENTZ W. BOL**, algemeen directeur van Ode. “De 3 lijnen hebben elk een eigen identiteit. Volgende lijnen kunnen echter weer een geheel andere beleving hebben. Wat we de markt feitelijk aanbieden is een concept. En het concept is een Ode aan de vloer.”

BELEVING

Bij het concept staat niet een collectiebeeld centraal, maar wordt uitgegaan van een technisch basisprincipe, dat steeds op een andere manier kan worden uitgevoerd, met geheel verschillende resultaten. ‘Alles is mogelijk’ lijkt in dit geval niet overdreven. “We hebben gezocht naar een benadering van de vloer waarmee je steeds verder kunt”, vult commercieel directeur **LAURENT KRAMPS** aan. “Beton-look blijft beton-look, ook in een andere kleur. Een beuken parket is volgend jaar nog steeds een beuken parket. Met Ode kunnen we steeds een andere sfeer en beleving creëren.” Volgens **BOL** en **KRAMPS** kunnen de vloeren in



Bolidt

Ode is een ontwikkeling van Bolidt Kunststoftoepassing B.V. Deze onderneming is al 40 jaar actief als producent, leverancier en applicateur van thermohardende kunststoffen. Zij is actief in diverse segmenten, zoals vloersystemen voor sportzalen, cruiseschepen, industrie, weg- en waterbouw, railinfrastructuur en utiliteitsbouw, maar ook bijvoorbeeld betonbescherming, ondersabeling en verlijmingsmassa's. De afgelopen 10 jaar is het bedrijf in Nederland met name bekend om de vloersystemen, daarbij de laatste 6 jaar ook de esthetische toepassingen. Het bedrijf kan circa 250 vloersystemen bieden, maar men zoekt ook projectgericht oplossingen door een andere, afgestemde samenstelling van grondstoffen. De kunststof vloersystemen bieden voor projecten interessante praktische voordelen. Op diverse manieren kan aan de vloer een esthetische waarde worden gegeven. Gebruikelijk is het gebruik van pigmenten of instrooiingen, of het gieten of schilderen van tekeningen en patronen. Men werkt aan bijzondere effecten als geïntegreerde lichtelementen of, door toevoeging van materialen of inventieve applicatietechnieken, 3D-werking en kleurverandering onder invloed van warmte.



principe worden uitgevoerd in elke tint - meer dan die van het standaardpalet aan RAL- of Pantonekleuren -, in variaties in glansgraad, of met toegevoegde effecten als metallic en dieptewerking. Bovendien kan men er uitstralingen mee bereiken die geheel eigen zijn aan dit type vloer. De ongekende potentie aan te realiseren uitstraling en beleving maakt, in de woorden van **KRAMPS**, de nieuwe consumentenvloer sexy. "Het concept is prikkelend, spannend, maar tegelijk mysterieus, ongrijpbaar en veranderlijk."

Door de eenvoudig andere invulling van de basistechniek kan Ode zich profileren als een modegevoelige vloer. "We kunnen snel anticiperen op trends. De woonspecialist die mogelijkheden ziet in ons product, hebben we tot in de lengte van dagen iets te bieden", zegt **BOL**. Dit combineert de vloer met vele praktische voordelen: hij is naadloos, sterk, kleurvast, slipvast, over het algemeen slechts 2 mm dik, en goed te onderhouden. Bovendien is voor het toenemend aantal mensen met allergieën interessant dat het volledig dichte oppervlak een slechte voedingsbodem voor bacteriën is.

MARKTBENADERING

Het bedrijf geeft Ode als (merk)naam aan een type vloer. De naam leent zich echter ook goed om mee te spelen in communicatie. Men kan bijvoorbeeld uitingen groeperen rond thema's als 'Ode aan kleur', 'Ode aan vorm', of 'Ode met...', waarbij de naam van een ontwerper kan worden ingevuld. "We gaan een samenwerking aan met een bekende interieurarchitect, die zijn 'handtekening' zet onder het vloersysteem." Ode richt zich op het hogere segment. De onderneming zoekt samenwerking met geselecteerde woningspeci-

aalzaken. Zij gaat de verkoop ondersteunen met reclames, verzorgd POS-materiaal, displays, monsters, een website en folders voor de detaillist en de consument.

BOL: "Van de detaillist die Ode kiest, hebben wij verwachtingen. Daartoe behoort bijvoorbeeld inzicht in een goede presentatie, maar ook kennis van de applicatie." De onderneming ontwikkelt dan ook een brochure voor de detaillist met informatie over ondervloeren, de opbouw van Ode en het bepalen van de applicatiewijze in specifieke situaties. De basis van Ode is thermohardende kunststof, die gietend wordt aangebracht. "De detaillist hoeft de vloer niet zelf aan te brengen", legt **KRAMPS** uit, "Maar hij moet wel een verwerker in huis hebben. Wij zetten een opleiding voor applicateurs op. Met name de eerste keren dat zij Ode aanbrengen, staan we bovendien ter plaatse bij."

De onderneming is nieuw, maar heeft 40 jaar ervaring achter zich staan: Ode is een ontwikkeling van **BOLIDT B.V.** uit Hendrik Ido Ambacht. Het bedrijf is één van de belangrijkste spelers in de markt van kunststof vloeren voor de projectsector. Waarom betreedt zij nu de consumentenmarkt? "Vanuit een organische groei van Bolidt", zegt **BOL**. "Tientallen jaren vroeg men ons om vloeren die gezien een specifieke toepassing aan allerlei technische eisen moesten voldoen. Het zoeken naar oplossingen voor uiteenlopende situaties gaf ons inzicht in het materiaal en we beheersen de techniek inmiddels volledig. Dan kun je ermee gaan spelen. Wij raakten meer geïnteresseerd in de vormgevingsmogelijkheden, en tegelijkertijd komen er de laatste jaren steeds meer vragen naar esthetische toepassingen voor openbare gebouwen. We hebben onderzoek gedaan aan de hand van diepte-interviews en daaruit bleek ons dat de consument rijp is voor een nieuw type vloerbedekking."

Voor de benadering van de consumentenmarkt is een aparte onderneming opgericht, maar wel gelieerd aan en krachtig door Bolidt. Informatie kan de geïnteresseerde dan ook krijgen via onder meer het emailadres ode@bolidt.nl. "Ode moet worden gezien als een weliswaar technisch vergelijkbare vloer met die van Bolidt, maar in effect en esthetiek staat zij toetaal op zichzelf. Om dat duidelijk te maken is er ook een apart bedrijf opgericht."

