

Oli: Verkaufshilfen für Fachhandel und eigener Newsflyer

Der Lichtenauer Öl- und Lackhersteller Oli bietet dem Fachhandel ein neues Verkaufs-Display. Das Holzregal mit Prospekthalter und Oli Natura-Topper zeigt sich im neuen Design und ist mit dem Basissortiment an Ölen, Wachsen und Pflegeprodukten bestückt.

Außerdem unterstützt Oli seine Partner mit einer mobilen Holzbox mit 35 Mustertafeln in Kiefer und Eiche, die natur belassen und farbig beschichtet sind. Der Endverbraucher kann so die Oberflächen „begreifen“ und direkt vor Ort eine Farbauswahl treffen. Auch für die Werbung im

Elastilon präsentiert „Elastilon“

Der südafrikanische Parkettgroßhändler und Elastilon-Importeur Suntups Wooden Flooring hat kürzlich zusammen mit Elastilon Holland von einem der führenden Dressurställe Europas – dem Dressurzentrum Jordan Stables im niederländischen Helvoirt – ein vielversprechendes Deutsches Warmblut erworben.

Dieser dreijährige, talentierte Hengst wird künftig den Namen „Elastilon“ tragen. Nach einer Quarantänezeit bestreitet er in Südafrika Dressur-Wettbewerbe. Gemeinsam mit seiner Reiterin, der Assistentin der Geschäftsleitung bei Suntups, soll „Elastilon“ helfen, den Namen der niederländischen Unterlagsmatte in Südafrika bekannt zu machen.



„Elastilon“, ein dreijähriger Hengst aus Holland, wird in Südafrika auf Turnieren Werbung für den gleichnamigen Hersteller von Unterlagsmatten machen.



Im neuen Holzregal von Oli-Natura findet das Basissortiment an Ölen, Wachsen und Pflegeprodukten Platz.

komplettieren das Angebot für den Fachhändler.

Auf Wunsch macht der Lichtenauer Hersteller Station bei seinen Partnern und stellt dem Händler, seinen Mitarbeitern oder Handwerkskunden vor Ort und praxisnah die Öle und Wachs aus Lichtenau vor. Auf „Seminar-Tour“ wird Oli in Zukunft mit seinem neuen Land Rover Defender gehen, der komplett für Seminare ausgestattet ist.

Zudem informiert Oli regelmäßig in seinem Kundenblatt „Infoline“ über Weiterentwicklungen und Neuheiten. Interessante Objekte und Tipps aus der Praxis runden den Newsflyer des Lack- und Ölherstellers ab. „Infoline“ erscheint inzwischen in vier Sprachen mit einer Gesamtauflage von 15.000 Exemplaren. Das Blatt richtet sich an Holzverarbeitende Handwerker wie Tischler, Schreiner, Parkett- und Bodenleger sowie an semiindustrielle Möbelhersteller und Treppenbauer. Die Verteilung erfolgt direkt bzw. über die Vertriebs- und Fachhandelspartner.

Verkaufsraum werden im neuen Corporate-Design Banner und bald auch Imageposter angeboten. Weitere Marketingartikel wie Oli-Natura-Aufkleber für Laden oder Firmenfahrzeug sowie Poloshirts mit Logostickerei

Hagebau: Fachhandelsbeilage erreicht Auflage von 3,2 Millionen Stück

Viele Baustoff- und Holzändler der Hagebau werben mit der von der Soltauer Zentrale entwickelten Fachhandelsbeilage. Mit vier Ausgaben unter den Titeln „(Z)immer im Trend“, „Garten(st)art“, „Urlaubs(t)raum“ und „(H)auszeit“ erreichte die Beilage eine Auflage von 3,2 Millionen Exemplaren. Insgesamt nutzten 50 Teilnehmer mit 80 Standorten das Marketingtool,

das durch sein auffälliges Lang-DIN-Format einen hohen Wiedererkennungswert hat. Jeder Fachhändler kann über eine Online-Bestellplattform seine eigene Beilage aus 100 Auswahlseiten frei zusammenstellen. Rund drei Viertel sind spezielle Branchen-seiten für den Baustoff- und Holzhandel. Der Rest umfasst Artikel, die beide Sparten im Sortiment haben.