

# Lezers kiezen de SuperIntro's van 2009

De lezers van Supermarkt Actueel hebben ook dit jaar weer hun waardering uitgesproken voor de beste en meest innovatieve introducties van het afgelopen jaar. Vorig jaar mocht de thuishap Grolsch Cheers zich de Overall Winnaar van de SuperIntro-verkiezing noemen. Dit jaar strijkt Silan Crystals met de eer. Silan Crystals wordt beschouwd als een innovatie van de bovenste plank. De award voor de beste winkelvloerpromotie gaat naar Bavaria en de award voor beste landelijke consumentenactie is voor Bolletje Knäckebröd.



Alle fabrikanten van de winnende producten hebben een schitterende award ontvangen in de vorm van een ingelijste oorkonde.

Maar liefst 894 lezers namen de moeite om de SuperIntro-enquête online, dan wel met pen in te vullen. Uiteindelijk vielen 46 producten in de prijzen. De

enquête stond in een eerdere uitgave van Supermarkt Actueel, maar kon ook online ingevuld worden op de website [www.supermarktactueel.nl](http://www.supermarktactueel.nl).

De enquête bevatte alle productintroducties die vanaf 1 januari tot en met 31 oktober van dit jaar hebben plaatsgevonden en duidelijk gecommuniceerd zijn in de vakbladen. Onder de inzendingen werd een stedentrip naar Parijs verloot (zie kader).

## De winnaars

De Silan Crystals van Henkel werd door 54% van de stemmers verkozen tot beste introductie van het jaar 2009. Silan Crystals is de eerste wasverzachter in kristalvorm. De wasmiddelenproducent zegt met Silan Crystals in te springen op de vraag vanuit de consument naar een wasverzachter die zorgt voor een langdurige geurbehoud. Silan Crystals is er in drie geraffineerde geuren. Bolletje mocht de award voor beste landelijke consumentenactie 2009 in ontvangst nemen. Bolletje heeft een grootschalige campagne ingezet rondom het thema 'Bolletje bakt knäckebröd op z'n Hollands: luchtiger, broser en nu tijdelijk gratis!' Deze campagne is in alle huis-aan-huisbladen in Nederland paginagroot gecommuniceerd. In totaal konden zeven miljoen huishoudens het knäckebröd gratis proberen door middel van een coupon. Tot slot kreeg Bavaria de award voor beste winkelvloerpromotie 2009 overhandigd. Met de nieuwe uitstraling van Bavaria werden de winkelvloeren Bavaria-blauw gekleurd. Op 12 oktober was het zover: Nederland maakte kennis met de nieuwe uitstraling van Bavaria. Vanaf dat moment werd de winkelvloer Bavaria-blauw gekleurd. Er is een diversiteit aan promotiemateriaal ontwikkeld om extra aandacht te krijgen. Zo waren er nieuwe kratjes, pijlen die de weg naar het bierschap wijzen en schaprekjes om de nieuwe artikelen uit te stallen.

## Award

Alle fabrikanten van de winnende producten hebben inmiddels een bijzondere award gekregen in de vorm van een ingelijste oorkonde. De lezers hebben hoge

verwachtingen van de winnende producten als het gaat om de bijdrage aan de totale categorie voor de komende jaren. Dat is dan ook de hoofdboodschap van de oorkonde. Bij deze feliciteert de redactie van Supermarkt Actueel de winnaars nogmaals met het behaalde resultaat.



## Winnaar stedentrip

Fred Hendrix, medewerker op de agf-afdeling bij de Albert Heijn in Geleen, heeft met het invullen van de SuperIntro-enquête een stedentrip voor twee personen gewonnen naar Parijs. Hendrix: "Ik ben altijd erg geïnteresseerd in productintroducties. Dat hoort bij een stukje algemene ontwikkeling vind ik. Ik heb de SuperIntro-enquête al veel vaker ingevuld en ben erg blij dat ik de stedentrip naar Parijs heb gewonnen. Dat gebeurt je natuurlijk niet elke dag. Ik ga er een leuk uitje van maken samen met mijn vrouw. Top!". De reis werd beschikbaar gesteld door OAD Reizen.