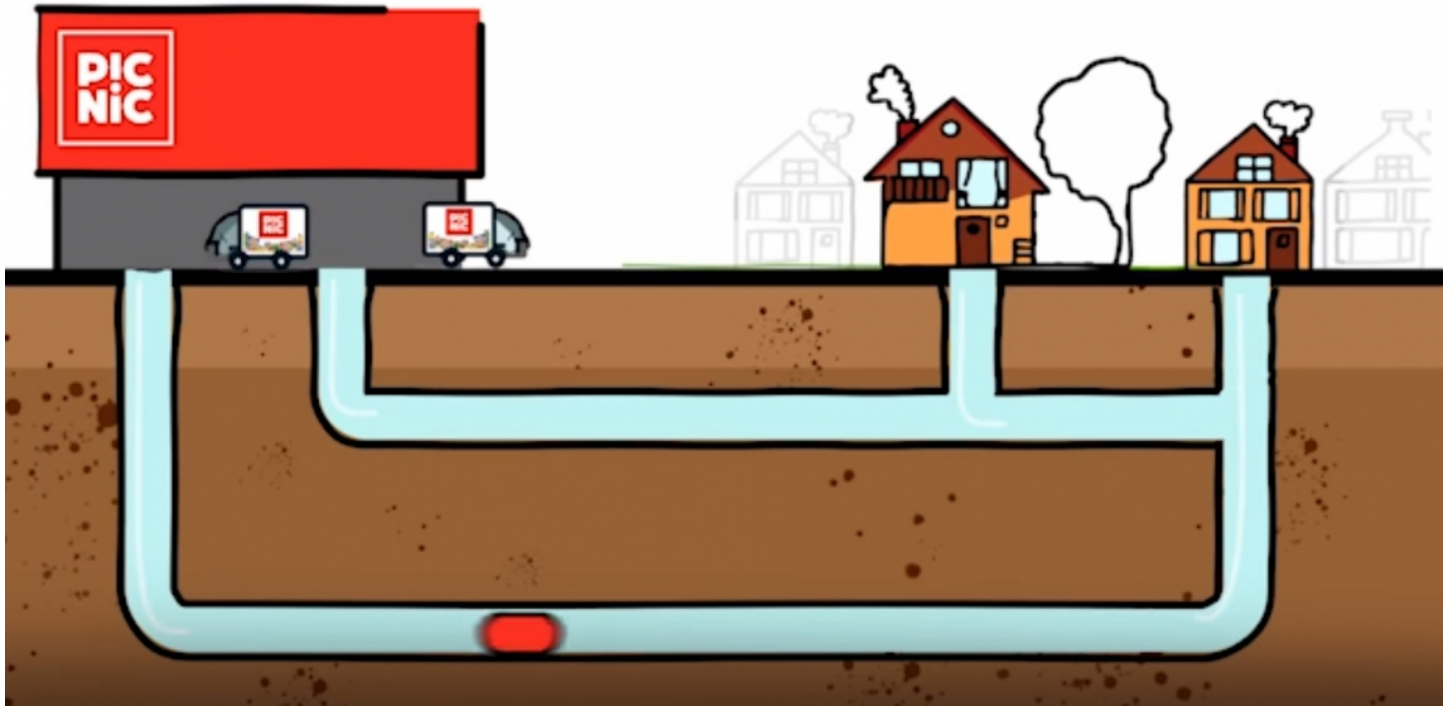


Zo spelen retailers in op 1 april

30-03-2018 12:10



Rond deze tijd moeten we nieuwsberichten en aankondigingen nét iets kritischer bekijken dan anders. Ook retailers en merken leven zich weer uit rond 1 april. Een overzicht van de grappen van dit jaar.

Matchende badkleding

Hunkemöller is een vaste waarde op 1 aprilgebied. Kwam de lingerieketen vorig jaar al met de sportbeha voor mannen, nu is er een innovatie gericht op het komende strandseizoen. Hunkemöller komt vanaf juni met een 'matching badmodelook'. 'Zodat niet alleen jij, maar ook hij straalt op het strand', klinkt het. Een logische stap, aldus de retailer. 'Als we de trends mogen geloven, gaan we in 2018 nog meer op de tour van uniseks- en gender neutrale producten'.



Hyperloop of things

'We combineren de buizenpost van vroeger, met de boodschappen van vandaag en de technologie van morgen'. Zo kondigt Picnic-topman Michiel Muller de nieuwste bezorgmethode van de websuper aan die op 1 april van start gaat: de hyperloop. Het is simpel: vanuit de hub gaan de boodschappen in een buis, die ze ondergronds in rap tempo naar de klant brengt. Twee minuten later haalt de klant ze er thuis weer uit. 'Als het in te passen is in een nieuwbouwproject, zijn de investeringen laag', aldus Muller over Picnics 'hyperloop of things'.

Camouflage-eieren

Voor de doorgewinterde paasezoekers kondigt HEMA iets nieuws aan: camouflagepaaseieren. De retailer garandeert zijn klanten uren zoekplezier. En het moet gezegd: de winkelketen maakt het niet te makkelijk. Talloze klanten laten via Facebook al weten uren gezocht te hebben, maar vooralsnog zonder succes.



**probeer deze
maar eens
te vinden**

3,-

chocolade
camouflage
paaseieren
280 gram

echt **HEMA**

Vliegende pannen

Oké, de originaliteitsprijs verdient hij niet. De aankondiging met dronebezorging te starten was de afgelopen jaren al erg geliefd, zo tegen het einde van de maand maart. Nu is het kipspecialist Kippie die laat weten Kippiepannen per drone te kunnen en mogen bezorgen in heel Nederland, met uitzondering van de Waddeneilanden.

Yoghurtlikeur

Een verrassende samenwerking: Zuivelhoeve slaat de handen ineen met likeurmerk Licor43. Yoghurt met de smaak van de zoete vanillelikeur, dat kan toch alleen maar een succes worden? Om dat zeker te weten, is Zuivelhoeve nog druk op zoek naar testers.



Koffie met een glimlach

Een wereldprimeur voor Shell: mood detection aan de pomp. Terwijl de klant de auto voltankt, wordt door speciale software het humeur gedetecteerd en een daarbij passende baristakoffie gekozen. De software op het digitale touchscreen scherm naast de pomp herkent de stemming van de gasten op basis van uiterlijke kenmerken zoals: boos, neutraal of vrolijk. Na het geven van een brede glimlach kan een koffie worden

geselecteerd die bij binnenkomst voor de gasten klaar staat, zodat ze vrijwel direct hun reis weer kunnen hervatten. Het winkelend publiek in Rotterdam kon alvast kennismaken met de functie, waarmee binnenkort op twee tankstations een pilot van start gaat.

Paasbitterballen

Voor wie met Pasen helemaal geen zin heeft in die eeuwige chocolade-eitjes en liever een hartige snack heeft, is er goed nieuws. Mora introduceert de limited edition Paasbitterballen. Maar, zo waarschuwt de snackfabrikant: 'ze zijn goed verstopt in de supermarkt'.



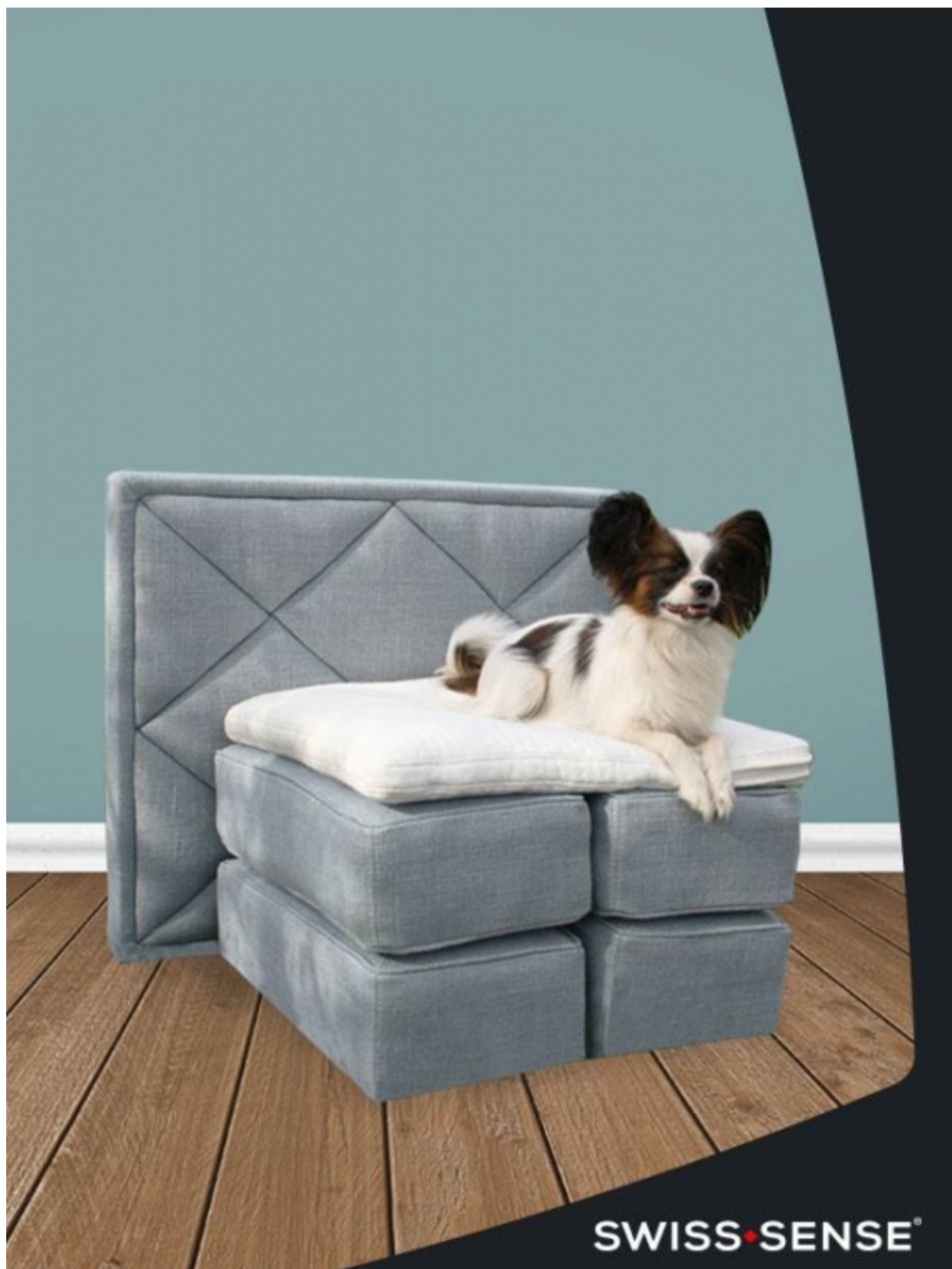
Pizza-statiegeld

De discussie over de uitbreiding van het statiegeldsysteem gaat ook aan New York Pizza niet voorbij. Daarom start de Nederlandse pizzaketen vanaf april met statiegeld op zijn pizzadozen. Wie voortaan zijn pizzadoos inlevert bij een van de vestigingen, krijgt veertien cent retour. De dozen worden vervolgens gerecycled.



Hondenboxspring

Swiss Sense droomt ervan iedereen te verrijken met ultiem slaapgenot. Daarom introduceert de beddenverkoper binnenkort een boxspring voor honden. Die krijgt de naam Luna en is verkrijgbaar in meerdere stoffen en kleuren. De boxspring is dus helemaal aan te passen aan het karakter van de hond. Alle stoffen zijn snel en eenvoudig schoon te maken, vuil- en vochtafstotend en ook slijtvast.



SWISS•SENSE®

Dekbedovertrek op rol

Ben je het ook zo zat dat je partner steeds alle dekens voor zichzelf opeist? Dekbed-discounter.nl heeft daar nu de oplossing voor: een dekbedovertrek op rol. Die is tien meter lang en maakt het daardoor mogelijk om comfortabel én warm te slapen met zijn tweeën (of drieën vieren, vijven...). Er wordt een flinke lading bijpassende kussenslopen geleverd. Volgens Dekbed-discounter is er inmiddels al 150 meter besteld.

Nooit meer
**JE DEKENS
LATEN STELEN.**



DEKBED
— DISCOUNTER.NL —

Bestelscherm in de woonkamer

Easy order-kiosken in de vestigingen van fastfoodketens, daar kijkt niemand meer van op. Maar hoewel die bedoeld zijn om het bestelproces te versnellen, kan er zich alsnog een lange rij vormen. Burger King heeft daar

in België - althans voor een klein deel van zijn klanten - een oplossing voor bedacht. Via een winactie konden klanten een scherm winnen, zodat ze het easy order-proces in hun eigen huiskamer konden doorlopen. De bestelling kan vervolgens bij het dichtstbijzijnde filiaal worden opgehaald.

Paas Baas Dries

Een opvallend nieuw stuk paassnoepgoed bij Jamin: Paas Baas Dries, een chocolate-Dries Roelvink, inclusief gele zwembroek. De volkszanger laat aan RTL Boulevard weten dat het laatste woord hierover nog niet gezegd is. "Ze hebben de paashaas mijn figuur gegeven en die gele zwembroek hebben wij allang vastgelegd, dus ik ben bang dat dit een hele dure grap gaat worden voor Jamin." De woede van Roelvink komt goed tot uiting in de [video-opname](#) die een voorbijganger maakte, waarin hij een filiaal van de snoepwinkelketen met eieren bekogelt.



Anti-aging ijsje

Ook UberEats kondigt een wereldprimeur aan: een ijsje in diverse smaken dat niet alleen lekker is, maar ook verouderingsverschijnselen tegengaat. De foodtak van Uber spreekt van 'een gamechanger voor zowel de food- als cosmeticamark'.

Oogdate

Wil je iemand écht leren kennen, kijk dan in de ogen, zo zegt Specsavers. De brillenketen helpt daarbij met de

nieuwe app EyeDate. Gebruikers kiezen daarin puur op basis van iemands ogen hun 'mogelijke soulmate'. De app wordt op 1 juni officieel gelanceerd. Om hem te testen en verder te optimaliseren, zoekt Specsavers nog mensen die online hun soulmate willen vinden op basis van de ogen.