

Bier + halfnaakte vrouw = B-ram

19-07-2006 00:00

Men neme een afbeelding van een schaars geklede vrouw en een blikje bier, en een nieuw biermerk is het resultaat. B-ram heet het, en het is sinds kort verkrijgbaar bij Jumbo, Konmar, Edah en Super de Boer. Die hebben inmiddels al ongeveer 140.000 blikjes afgenomen. B-Ram onderhandelt nog met Albert Heijn en andere retailers. Het bier in de blikjes wordt gebrouwen door de Groningse Stadsbrouwerij.

De verpakking is overigens interactief: de bierdrinkende man kan stemmen op de volgende dame die de blikjes zal sieren. Het idee is van bedrijfskundige Bram van Loosbroek. Een vakantie in Venezuela bracht hem tot dit plan. "Ze hadden daar een lokaal biermerk met een dame erop. Ik zag hoe mijn vrienden hierop reageerden. Ze maakten grappen als: 'Zij is van mij' en 'haar wil ik graag'. Toen dacht ik: waarom zou ik zoiets niet in Nederland introduceren?"

Het kiezen van de volgende 'covergirl' moet niet het enige interactieve aan het merk worden, vervolgt Van Loosbroek. "B-ram moet echt een interactief concept worden waarbij de klanten betrokken worden. Bijvoorbeeld via evenementen en via de website." En: "Ik overweeg ook een drankje voor vrouwen. Maar of vrouwen nu echt zitten te wachten op een blikje met een mooie man erop weet ik nog niet zo zeker. dat hoop ik in de loop van de tijd te vernemen."