

Der Verbraucher hat das Wort

Color Expert als Geschäftsbereich Retail der Storch-Ciret Group stellte erstmalig auf der FAF 2016 in München und der Eisenwarenmesse 2016 in Köln die 2013 eingeleitete Neuausrichtung bei Produkten und Endverbraucherführung vor.

Für eine selbstbedienungsgerechte Führung am Regal wurde zusammen mit Endverbrauchern ein System entwickelt, um sicher zu stellen, dass eine intuitive Orientierung am Regal beim Kauf von Malerwerkzeug erzielt wird. Ausgangspunkt war, dass

Qualitätsstufen „good“, „better“ und „best“ werden ebenfalls dem System zugeordnet und auf die Regalplatzierung übertragen.

Eine weitere Orientierungshilfe für den Endverbraucher ist die unterschiedlich farbliche Kennzeichnung der einzelnen Arbeits-

Lackierarbeiten vorhalten muss. Gleichzeitig hat der Endverbraucher hohe Kaufsicherheit bei der Auswahl des geeigneten Malerwerkzeugs, wodurch auch der Beratungsaufwand für den Marktmitarbeiter reduziert wird.

Im Rahmen des neuen Produktangebotes wurden die Produktideen und -konzepte im Wettbewerbsumfeld von Endverbrauchern getestet und bewertet. Hierdurch war es möglich, die Produkte an die Bedürfnisse der unterschiedlichen Nutzergruppen – wie Bastler, Heimwerker oder

Semiprofis – anzupassen. In der Sortimentsgestaltung wird dies durch ein am POS entsprechendes strukturiertes Preis-Leistungsangebot berücksichtigt.

Zusammenfassend betrachtet ist es Color Expert gelungen, auf den Endverbraucher ausgerichtete Lösungen zu entwickeln, die zum einen eine höhere Kaufsicherheit bieten und zum anderen einen geringeren Beratungsaufwand für den stationären DIY-Handel bedeuten.

Jüngste Akquisitionserfolge mit einem führenden deutschen Baumarktfilialisten, einer großen Fachhandelskette und einer österreichischen Genossenschaft beweisen, dass Color Expert mit seinen neuen Entwicklungen den Bedarf des DIY-Marktes getroffen hat. ■



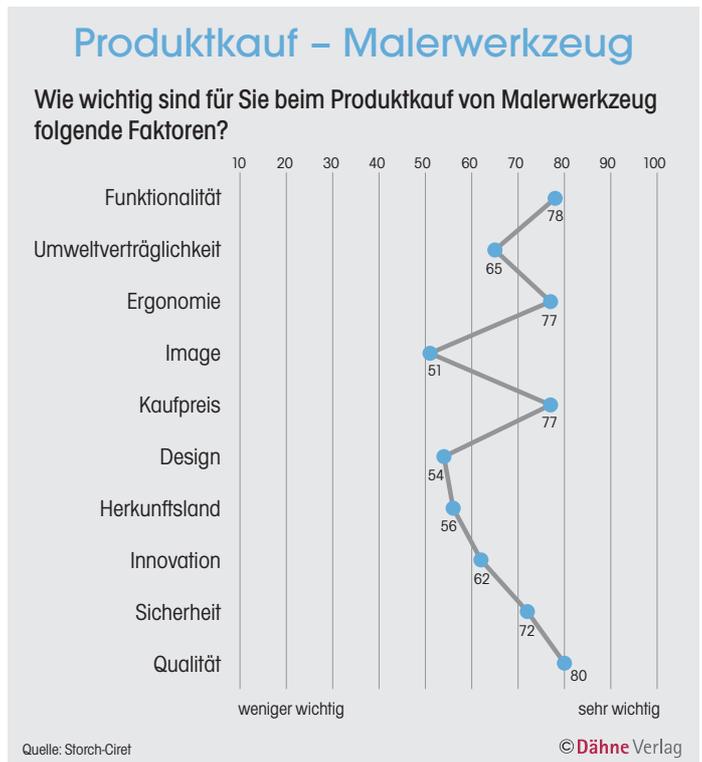
Vertikalblenden und Kopfbleden führen den Kunden von Weitem zum Regal.

der Verbraucher bei der Auswahl von Werkzeugen zum Streichen, Lackieren oder Lasieren aufgrund des breiten Angebotes oft vor der Qual der Wahl steht.

Der Endanwender denkt in zu streichenden Flächen, was bedeutet, dass er primär die Beschaffenheit des zu streichenden Untergrundes im Kopf hat. Daher ist es wichtig, die Werkzeuge für glatte, raue und grobe Untergründe zu unterteilen. Die unterschiedlichen

Schritte – Abkleben, Schützen, Untergrund vorbereiten und Materialauftrag. Durch den Einsatz von farblich markierten Vertikaltrennern wird zusätzlich das Auffinden des gesuchten Produktbereiches beim seitlichen Herantreten im Gang an die Wand erheblich erleichtert.

Ein Mehrwert sowohl für den Handel als auch für den Endverbraucher stellt die Entwicklung der „2in1-Borste“ UniStar für alle Lacke, egal, ob wasserlöslich oder lösemittelhaltig, dar. Der Handel hat hierdurch einen erheblichen Flächenvorteil, da er nur noch ein Pinselsortiment für alle



Beim Kauf von Malerwerkzeug legen Endverbraucher Wert auf Qualität, Funktionalität und Ergonomie.