Generalisten und Spezialisten

Führten die Reinigungsmittel noch vor wenigen Jahren ein Schattendasein in deutschen Baumärkten, so sind sie heute feste und wichtige Sortimente in den Haushaltsabteilungen nahezu aller Gruppen. Neben den Produkten entscheiden hier vor allen Dingen durchdachte Konzepte und deren Umsetzung über den Erfolg dieser Warengruppe …

Grundsätzlich unterteilt man die Warengruppe in zwei Sortimente: zum einen die Haushaltsreiniger, wie wir sie von Produkten und teilweise auch von Anbietern und Marken auch aus dem Supermarkt kennen. Zum anderen die Spezial-Reiniger, eine klassische Domäne des Baumarktes und Fachhandels. Gerade in der letzten Zeit scheinen sich die beiden Sortimente auf den ersten Blick mehr und mehr zu vermischen, trotzdem gibt es deutliche Unterschiede.



Grünbeläge, die sich im Frühjahr auf den Gartenzäunen niederschlagen, sind ein klassischer Fall für einen Spezialreiniger.

Haushaltsreiniger

Hier finden wir Produkte für die klassische regelmäßige Unterhaltsreinigung zu Hause. Bodenreinigung, Möbel, Küche, Bad & WC sind die Haupteinsatzfelder der Artikel. Schwerpunktmäßig dominieren bekannte Marken, die wir u. a. aus dem Supermarkt kennen, Sortiment und Erscheinungsbild. Der Baumarkt profitiert dabei von der Markenbekanntheit der Produkte und den Werbeaktivitäten der einzelnen Anbieter. Im Gegenzug gilt hier mit Blick auf die anderen Absatzmärkte ein besonderes Augenmerk der Preispflege.

Die direkten Vergleichsmöglichkeiten für den Verbraucher sind groß. Auch wenn er dem Baumarkt bei den meisten Artikeln sicher einen etwas höheren VK-Preis zugesteht, als z. B. beim Discount, ist regelmäßige Kontrolle notwendig, um den Bogen nicht zu überspannen. Aus diesem Grund gibt es jüngst auch hier Sortimente, die exklusiv nur über Baumärkte und den Fachhandel vertrieben werden. Die richtige Mischung macht hier den Erfolg aus: zu wenig(e) Auswahl, Marken und Produkte locken den Kunden nicht gerade an, zu viele sind ggf. unwirtschaftlich und zu sehr Supermarkt. Mitnahmeumsätze und überwiegend Spontankäufe kennzeichnen das Kaufverhalten der Kunden, daher sind hier Platzierung und Sortiment wichtiger als z. B. Beilagenwerbungen.

Spezial-Reiniger

Häufig auch Problemlöser genannt, werden diese Produkte im Gegensatz zu den o. g. Haushaltsreinigern sehr häufig gezielt vom Kunden gesucht. Das Gesamtsortiment umfasst heute in der Regel die Produktgruppen Garten & Außenbereich, Haushalt & Sanitär, Fliesen & Stein, Bodenbeläge, sowie Schimmel & Hygiene. Der große Sortimentsumfang und die Art der Produkte signalisieren Kompetenz und Know-how.

Produktqualität und Platzierungen

Bei den Spezial-Reinigern steht die Wirkung an oberster Stelle. Als Fachhandelsprodukte bieten sie eine ebensolche Qualität. Eventuelle Produktkennzeichnungen nimmt man in Kauf. Abschwächungen in der Qualität, nur um einzelne Auflagen zu umgehen, kommt für die Hersteller nicht in Frage. Die hohen Erwartungen des Kunden an die einzelnen Produkte müssen erfüllt werden. Trotzdem oder gerade des-

halb achtet man auch hier auf die Umwelt und setzt z. B. nur Tenside auf Basis nachwachsender Rohstoffe ein.

Gerade deshalb ist eine Blockplatzierung mit dem ganzen bzw. dem Großteil des Gesamtsortiments enorm wichtig. Hier profitiert man stark von Synergie-Effekten innerhalb des Sortiments. Der Aufbau im Regal sollte nach Produktgruppen sortiert sein. Top-Schilder, Info-Boards, Regalstopper usw. sorgen für die entsprechenden Kundeninformationen direkt am POS. Die Produkte aus den Bereichen Schimmel & Hygiene und Fliesen & Stein werden in der Regel vom Kunden gezielt gesucht. Daher belegen sie im Baustein die oberen und unteren Böden. Dazwischen „in Augenhöhe" platzieren sich die Produktgruppen mit mehr Mitnahmecharakter, wie Haushalt & Sanitär, Bodenbeläge usw. Ein Farbleitsystem auf den Verpackungen sorgt für eine optische Trennung der einzelnen Produktgruppen und für kurze Wege am Regal.

Zweitplatzierungen und VKF-Materialien

Spezial-Reiniger sind ideal für Cross-selling-Aktivitäten. Dazu nutzt man z. B. Zweitplatzierungen in den einzelnen Fachabteilungen. Das betrifft vor allen Dingen die beiden Themen Fliesen & Stein in der Fliesenabteilung sowie Schimmel & Hygiene in der Farbenabteilung an. Verschiedene Saison- & Aktionsplatzierungen sorgen darüber hinaus für attraktive zusätzliche Umsätze. Die Hersteller bieten hier unterschiedliche Displays und eigene Regalsysteme an.

Es empfiehlt sich mit dem Hersteller einen groben Fahrplan für das ganze Jahr zu erstellen. Hier werden saisonale Schwankungen genauso berücksichtigt wie abteilungsübergreifende Maßnahmen, Doppellistungen und Sortimentsüberschneidungen. Auf Wunsch wird hier ein individuelles und auf den Kunden bezogenes Konzept erstellt.

Umfangreiche Broschüren bieten dem Fachverkäufer und dem Verbraucher detaillierte Informationen über alle Produkte. Mit Problem/Lösung-Übersichten am Regal und im Prospekt findet man schnell zu nahezu jedem Schmutzproblem das richtige Produkt.

Der Fachverkäufer erhält eine Infomappe mit technischen Informationen zu allen Produkten, die über die Angaben auf den Etiketten hinausgehen. Bei schwierigeren Kundenanfragen stehen über eine Telefon-Hotline die Experten der Hersteller unterstützend zur Verfügung.

Top Seller Schimmel

Schimmel & Hygiene zählt nahezu überall zu dem Top-Thema im Gesamtsortiment. Schimmelbefall kann neben den Schäden am Material auch schwere gesundheitliche Schäden zur Folge haben. Atemnot, Kopfschmerzen, Allergien, Asthma sind nur einige der möglichen Symptome. Ein chlorhaltiger und ein chlorfreier Schimmel-Entferner bekämpfen den Schimmel auf fast jeder Oberfläche. Durch seine bleichende Wirkung wird der chlorhaltige Schimmel-Entferner überwiegend im Sanitärbereich, speziell auf den Silikonfugen eingesetzt. Ein weiterer Vorteil ist hier die Sofortwirkung innerhalb weniger Minuten. Wichtig ist, dass das Produkt nach der Einwirkzeit immer gründlich mit klarem Wasser wieder abgespült bzw. weggewischt wird. Der Schimmel-Entferner chlorfrei ist aufgrund seiner Geruchsneutralität dagegen ideal für Wohnräume, Schlaf- und Kinderzimmer. Er entfernt Schimmel auch auf saugenden Oberflächen wie Tapeten, Putz, Textilien, Stein, Holz und Keramik. Die Einwirkzeit liegt mit ca. 30 Minuten nur unwesentlich über der des chlorhaltigen (immer abhängig von Oberfläche und Grad des Befalls). Auch hier gilt nach der Behandlung die Oberfläche immer abwaschen.

Nach dem Entfernen heißt es vorbeugen. Bei einer Renovierung schützt man mit dem Anti-Schimmel-Zusatz vor neuem Schimmelbefall. Einfach direkt der Dispersionsfarbe, dem Kleister, Putz oder Mörtel zugeben. Mit Wasser verdünnt kann er auch direkt als Untergrundschutz aufgetragen werden, z. B. vor der Montage von Paneelen. Als nachträglichen Schutz vor Schimmel dient die Anti-Schimmel-Imprägnierung. Sie kann auf tapezierten oder angestrichenen Flächen sowie auf Fliesen und Mauerwerk angewendet werden. Besonders bei Problemflächen mit ungünstigen Luftfeuchtigkeitsverhältnissen und Wärmebrücken empfiehlt sich der Einsatz dieses Produktes.

Grünbeläge im Frühjahr

Algen, Moose und Grünbeläge zeigen sich besonders stark in den Frühlingsmonaten. Daher ist der Artikel Algen- & Moos-Entferner in dieser Zeit auch der wichtigste und erfolgreichste Artikel. Er wirkt vollkommen selbsttätig, hier ist kein mühsames Schrubben, Kratzen oder der Einsatz von Hochdruckreinigern notwendig. Mit der Gießkanne oder Gartenspritze auf den trockenen Untergrund aufgebracht, entfernt er die hässlichen Beläge innerhalb von ca. 24 Stunden. Wichtig ist, dass der Untergrund beim Aufbringen trocken ist. Bei starkem Moosbefall können vereinzelt braune Stücke zurückbleiben, die dann mit einem Besen weggekehrt werden müssen.

Der Algen- & Moos-Entferner wirkt auf allen Oberflächen, z. B. auf Stein, Holz, Glas, Beton, Kunststoff und Keramik. Er ist daher ideal für Terrassen, Einfahrten, Zäune, Dächer und Gehwegen. Angeboten wir er als Konzentrat. Bis max. 1:20 mit Wasser verdünnt, reicht 1,0 l mit einer Gießkanne oder Gartenspritze aufgetragen für ca. 150 qm. Im Frühjahr wird zusätzlich ein anwendungsfertiger Grünbelag-Entferner im 5,0-l-Gebinde angeboten. Die Reichweite ist mit ca. 70 qm geringer, dafür ist kein weiteres Mischen mehr notwendig und die Anwendung dadurch für viele Kunden bequemer. ■

Herstellerstatement

Alles aus einer Hand

Wepos bietet dem Handel als einziger Hersteller Haushaltsreiniger (Tilly) und Spezial-Reiniger (Wepos) als zwei unabhängige Sortimente aus einer Hand an. Als junges Unternehmen stehen wir für Kreativität und Innovationskraft. Bei allen unseren Aktivitäten steht bei uns immer der Kundenutzen im Focus. Mit Tilly und Wepos decken wir nahezu den gesamten Bereich der Reiniger ab. Tilly wird als Neuheit exklusiv nur über den DIY vertrieben. Interessante Spannen, Kleine VE´s, geringe Mindestmengen, kurze Lieferzeiten sollen dem Handel dabei wirtschaftlich ideale Rahmenbedingungen bieten.

Dirk Pospischill, Geschäftsführer Wepos