



Foto: Ciret

Messepräsentation für das Profi-Sortiment.

# Lukrativer Markt für den Handel

**Ciret** Als eigener Geschäftsbereich der Storch-Ciret Unternehmensgruppe (siehe Kasten) bedient die Ciret GmbH den profiorientierten Fachhandel mit qualitativ hochwertigen Malerwerkzeugen. Wir sprachen mit Vertriebsleiter Frank Schiewek über die Chancen, die der Bereich Farbe insbesondere das Trendthema „Glatte Wand“ für den Baustoff-Fachhandel bietet.

**Thorsten Schmidt**

„**G**latte Wände und Deckenflächen im Innenbereich sind derzeit ein großes Thema, liegen voll im Trend und bieten für den Baustoff-Fachhandel im Bereich Farbe ein lukratives Betätigungsfeld“, zeigt sich **Frank Schiewek** im Gespräch überzeugt. Doch dazu muss die Abstimmung von Farbe, Malerwerkzeug und Produktpäsentation im Handel stimmen. An diesem Punkt kommt das Malerwerkzeug-Sortiment für den Profi mit Farbrollern, Pinseln, Klebändern und Zubehör ins Spiel, das der Hersteller speziell für den Baustoff-Fachhandel mit einem eigenen POS-Konzept entwickelt und zusammengestellt hat. „Die ‚Glatte Wand‘ erfordert ein perfektes Zusammenspiel von Farbe und Werkzeug, um gute Ergebnisse zu

erzielen. Daher beschäftigen wir uns nicht nur mit der Entwicklung von Malerwerkzeugen, sondern setzen uns intensiv mit dem Thema Farbe und Farbanwendungen auseinander“, sagt Schiewek. „Unsere Anwendungstechnik arbeitet sehr eng mit Farbherstellern zusammen, die ihre Profiprodukte ebenfalls über den Baustoff-Fachhandel vertreiben. Wir wollen ein Werkzeug-Programm anbieten, mit dem sich die Farbe beim Auftragen auf die Wand optimal verarbeiten lässt und der Anwender ein perfektes Ergebnis erreicht. Eine glatte Wand nach Qualitätsstufe 4 (Q4) zu erstellen ist die Königsdisziplin des Malerhandwerks. Darum haben wir mit ‚Rota Finish‘ Farbwalzen entwickelt, die diesen hohen Anforderungen entsprechen, perfekte Ergebnisse erzielen und dem Fachhandel optimale Produkte für seine Kunden bieten.“



Foto: Ciret

Seit 30 Jahren ist das Thema Malerwerkzeuge sein Spezialgebiet: Vertriebsleiter Frank Schiewek.

**„Wir sehen besonders beim Thema ‚Glatte Wand‘ noch ein riesiges Potenzial für den Baustoff-Fachhandel.“** Frank Schiewek

Mit dem Produktprogramm „Rota“ (Farbroller), „Kana“ (Pinsel), „Masq“ (Abklebebänder) und „Prep“ (Zubehör), das sich im Gebrauch wie im Design ergänzt, kann der Fachhändler je nach Größe der zur Verfügung stehenden Verkaufsfläche auf einzelne Produktsegmente oder das Gesamtpaket zurückgreifen.

„Wir sehen besonders beim Thema ‚Glatte Wand‘ noch ein riesiges Potenzial für den Baustoff-Fachhandel insbesondere in Ballungsgebieten mit der wachsenden Zielgruppe der mobilen Generalisten und wollen hier mit unserem dafür entwickelten Produkt- und POS-Konzept dafür sorgen, dass der Anwender sicher das richtige Produkt für die jeweilige Anwendung findet und sich das Sortiment für den Fachhändler dementsprechend schnell dreht. Ein Grund, warum wir viel Wert darauf gelegt haben, unser hochwertiges Malerwerkzeug-Sortiment für den Profi mit knapp 400 Artikel möglichst harmonisch abzustimmen, kompakt zu halten und stetig weiterzuentwickeln. und an die Anforderungen des Marktes anzupassen.“

### Sichere Kaufentscheidung

Bei der Entwicklung des POS-Konzepts hat RKMP neben der Gelingensicherheit besonders mit Blick auf die wachsende Zielgruppe der mobilen Generalisten auch auf die Auswahlssicherheit beim Kauf von Malerwerkzeug geachtet. So geht das Unternehmen in der mehrsprachigen Produktauslobung mit Anwendungsempfehlung auch auf die genaue Bezeichnung der Farbe ein. Ebenso zeigen Piktogramme an, für welchen Untergrund die Farbwalze geeignet ist. „Der Kunde soll mit einem Blick erkennen, was er wissen muss, um das optimale Malerwerkzeug für die jeweilige Anwendung zu finden“. Das sorgt, sagt Schiewek, „am Ende für das richtige Werkzeug, ein gutes Arbeitsergebnis und eine hohe Kundenzufriedenheit. Für den Händler bedeutet der Einsatz unseres POS-Konzepts einen geringen Beratungsbedarf ohne Reklamationsquote durch Fehlkäufe. Dazu kommen Serviceleistungen wie Markteinrichtungen oder spezielle Saisonaktionen für Zusatzumsätze.“

Auch das Thema Schulungen, oft in Zusammenarbeit mit den Farbenherstellern und den Kooperationen, spielen eine immer wichtigere Rolle. „Der Fachhandel erhält von uns die Möglichkeit, ein umsatzträchtiges und lukratives Geschäftsfeld mit zunächst wenig Aufwand zu erschließen.“

Aus meiner Sicht steckt im Thema Farbe und Malerwerkzeug noch sehr viel mehr Potenzial für den Fachhandel, welches als Umsatzbringer noch weiter entwickelt werden kann“, ist sich Schiewek abschließend sicher. ■

## Info

### Europas Nummer eins für Malerwerkzeug

Die 1896 gegründete Storch-Ciret Group mit Sitz Wuppertal hat sich auf die Produktion und den Vertrieb von Malerwerkzeugen spezialisiert. Mit aktuell mehr als 18.000 Produkten aus eigener Herstellung und mehr als 130 eingetragene Marken, Patenten und Mustern unterstützt das Familienunternehmen das professionelle Handwerk und den Handel mit seinen Malerwerkzeugen. Mit den auf rund 40.000 Quadratmetern Produktionsfläche (inkl. Lager) hergestellten Werkzeugen, Hilfsmitteln und Systemlösungen deckt das Unternehmen nach eigenen Angaben den gesamten Arbeits-

prozess ab – von der Vorbereitung über den Materialauftrag bis hin zum Arbeitsschutz. Zuletzt erwirtschaftete die Gruppe mit rund 1.400 Mitarbeitern in 17 Ländern einen Jahresumsatz von knapp 200 Millionen Euro und sieht sich als Marktführer für Malerwerkzeug in Europa.

Das Profi-Sortiment RKMP ist ein eigener Geschäftsbereich der Ciret GmbH, gehört zur Muttergesellschaft Storch-Ciret und bedient den profiorientierten Fachhandel mit qualitativ hochwertigen Farbrollern (Rota), Pinseln (Kana), Abklebebändern (Masq) und Zubehör (Prep).