

# *Unternehmen*

Alpina • Black & Decker • Brillux • Ceravid •  
Color Expert • Dyrup • Erfurt • Fischer • GMV  
• Kann • Kärcher • Krause • Kreisel • Melle-  
rud • Molto • RORO • Suki • Tesa • Vileda •  
Vis-à-pix • VKF Renzel • Alpina • Black & De-  
cker • Brillux • Ceravid • Color Expert • Dyrup  
• Erfurt • Fischer • GMV • Kann • Kärcher •  
Krause • Kreisel • Mellerud • Molto • RORO  
• Suki • Tesa • Vileda • Vis-à-pix • VKF Renzel

## 2008/2009

*Unternehmen im Fokus  
von baumarktmanager*

Wie die neuesten Zahlen der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) belegen, ist der Gesamtmarkt für Sanitärkeramik im Vergleich des ersten Halbjahres 2007 zum ersten Halbjahr 2008 rückläufig. Erfreulicherweise konnte der Baumarkt hingegen im gleichen Zeitraum seinen Marktanteil wertmäßig um 2 Prozent steigern.

# Qualität macht den Unterschied

Nach Ansicht von Ceravid, Systemlieferant innovativer und baumarktgerechter Badprodukte aus Essen, ist dieses in erster Linie auf ein gestiegenes Qualitäts- und Markenbewusstsein der Verbraucher zurückzuführen.

Insbesondere in Zeiten sich abschwächender Konjunktur versucht der Kunde, sein Geld sinnvoll zu investieren und wählt seine Anschaffungen mit Bedacht aus. Gerade bei Badkeramik zählen Qualität und Langlebigkeit heutzutage mehr als Eintragsschnäppchen. Der Preis ist wichtig, aber nicht alleine ausschlaggebend. Und ganzheitliche, aufeinander abgestimmte Lösungen mehr als Einzelprodukte. Innovationen und Trends sind der Schlüssel zu Fortschritt und Wachstum.

Abgestimmt auf diese neuen Bedürfnisse hat Ceravid in Kooperation mit Grohe im zurückliegenden Jahr ein Sortiment hochwertiger Marken-sets eingeführt.

Die Marken-sets sind optimal auf die neuen marken-, prestige- und qualitätsbewussten Zielgruppen zugeschnitten: Markenprodukte im Komplettpaket zu attraktiven Preislagen.

Ausgewählte Komplettlösungen für Keramik und Mö-

bel gewähren dem unerfahrenen Endverbraucher die Garantie, dass alle Produkte technisch und im Design kompatibel sind. Zugleich bieten Sie dem Kunden mit dem enthaltenen Grohe-Zubehör in puncto Technik, Design und Qualität die größt-

mögliche Sicherheit und den gewünschten Komfort.

Die Ansprüche der Verbraucher an eine angenehme Einkaufsatmosphäre und eine hochwertige Produktpäsentation sind gleichermaßen gestiegen. Der erste Eindruck entscheidet: Emotionalität und einfache Orientierung sind wichtige Kriterien für eine attraktive Warenpräsentation.

Das Ceravid-Shopsystem nimmt dieses als Gestaltungsgrundsatz und unterstützt damit den perfekten Mar-

kenauftritt und eine optimale Produktpäsentation am POS.

Im oberen Regalbereich werden die Produkte montiert gezeigt. Darunter befindet sich die verpackte Ware zur schnellen und unkomplizierten Mitnahme.

So gelingt durch die Gesamtheit eines hochwertigen Shopsystems, die Inszenierung einer Baderlebniswelt, die Lust am Bad weckt und den Abverkauf stärkt.

Um den unterschiedlichen Kundenwünschen gerecht zu werden, umfasst das Marken-Set Portfolio zwei Linien mit unterschiedlicher Positionierung:

„Classic“-Sets – für klassische, markenbewusste Käufer: mit höchstem Bedienkomfort in Markenqualität.

„Design“-Sets – für designorientierte Kunden: schönstes Design trifft höchste Funktionalität.

Die ganzheitlichen Badsysteme von Ceravid schaffen intelligente Mehrwertkonzepte, die dem Handel eine langfristige Wertschöpfung sichern und dem Kunden Qualität und Montagefreundlichkeit zu einem guten Preis-Leistungs-Verhältnis bieten.



Frontalansicht Marken-Set Shop Design