



Der Sprühlack von Kwasny ist auf ökologischer Wasserbasis hergestellt.

Kwasny

„Holz ist für Lacksprayprodukte der ideale Untergrund“

Aufgrund seiner saugenden Eigenschaft eignet sich Holz perfekt für das Lackieren mit der Spraydose. Kwasny bietet unter der Marke Belton zahlreiche Produktlinien in vielen unterschiedlichen Farben an. Der Fokus liegt auf der Weiterentwicklung von wasserbasierenden Sprühlacken als ökologische Alternative zu den lösemittelhaltigen Lacken, erläutert DIY-Brandmanager Michael Fasel im Interview mit **BaumarktManager**.

Herr Fasel, welche Trends sehen Sie aktuell im Sortiment Bauen und Gestalten mit Holz?

Holz ist ein attraktiver, beliebter und ökologisch ausgerichteter Werkstoff, der vom Heimwerker gerne eingesetzt wird. Grundsätzlich ist Holz für Lacksprayprodukte der ideale Untergrund, da Holz sich aufgrund seiner Oberflächenbeschaffenheit sehr gut mit der Lackspraydose lackiert werden kann. Der wasserbasierende und geruchsneutrale Sprühlack Belton free ist ideal für eine Lackierung auf Holz. Die Lackoberfläche glättet sich beim Trocknen, und die Holz-Maserung bleibt bei einer Lackierung in dünnen Schichten erkennbar. Das Produkt ist ideal für geruchsensible Innenräume. Durch seine Witterungsbeständigkeit ist Belton free auch außen einsetzbar. Darüber hinaus ist Belton free nach DIN EN 71-3 für Kinderspielzeug geeignet – und viele Spielzeuge sind aus Holz.

Wie werden Sie diesen Trends gerecht?

Mit Belton free werden wir der steigenden Nachfrage nach ökologischen und nachhaltigen Produkten gerecht. Wir entwickeln verstärkt wasserbasierende Lacksysteme und bauen dadurch unsere Wasserlack-Kompetenz kontinuierlich aus. Am POS in der Farben- und Lackabteilung der Baumärkte setzen wir Topschilder, Displays, Regalstopper und Farbleitsysteme ein, sodass sich der Endverbraucher am Regal besser zurechtfindet. Es gibt Anwenderbroschüren zum Mitnehmen sowie vielfältige Lackieranregungen und Tipps im Internet.

Welche Marketingmaßnahmen ergreifen Sie, um Ihre Produkte erfolgreich zu positionieren?

Im Bereich der Marketingmaßnahmen setzen wir auf klassische Printmedien, wie Produktkataloge und Anwenderbroschüren. Nützliche Anwendungsvideos gibt es auf dem belton-YouTube-Channel und auf Social-Media. Auf den Instagram-, Pinterest- und Facebook-Kanälen von Belton werden Anwendungstipps, Ideen und Inspirationen zum richtigen Sprühlackieren gegeben. Step-by-Step-Anleitungen und Materiallisten beschreiben und bebildern die DIY-Projekte. Produktschulungen und praktische Vorführungen werden als verkaufsfördernde Maßnahmen und zur Kundenbindung eingesetzt. Dies begleiten unser Außendienst und unsere Anwendungstechnik. Diese Aktivitäten geben uns ein direktes Feedback der Anwender, die wir bei Produktoptimierungen mit einfließen lassen.

Wie beurteilen Sie die aktuelle Zusammenarbeit mit Ihren Vertriebspartnern im DIY-Handel?

Unsere Zusammenarbeit mit den führenden Baumärkten/Handelsketten empfinden wir als sehr angenehm, konstruktiv und kollegial. Sehr gut läuft aus unserer Sicht, dass der Stellenwert der Lackspraydose als alternative bzw. ergänzende Applikationsmethode zur Streichverarbeitung bei unseren Handelspartnern immer mehr an Stellenwert gewinnt. Manchmal würden wir uns mehr Mut wünschen, neue Themen anzugehen und diese zeitnah in die Umsetzung zu bringen.

Welche Themen würden Sie gern gemeinsam mit dem Handel weiterentwickeln?

Unser zentrales Anliegen im Bereich Produktneuheiten ist die Weiterentwicklung von wasserbasierenden Sprühlacksystemen als ökologische Alternative zu den lösemittelhaltigen Lacksprays. Mit Belton free arbeiten wir schon daran. Wir haben hier, gemeinsam mit unseren Handelspartnern, noch einen langen Weg zu gehen, insbesondere bezüglich Bekanntheit, Akzeptanz und Marktdurchdringung beim Endverbraucher. Kwasny gestaltet den Technologiewandel bei Lackspraydosen „von Lösemittel zu Wasser“, so wie dies vor rund 30 Jahren bei den Flüssig-/Bautenlacken im Baumarkt der Fall war.

Vielen Dank für das Gespräch, Herr Fasel. ■