

Dähne Verlag

**diy** *pocket*

[www.DIYonline.de](http://www.DIYonline.de)

5/2007

**NEU**  
**Zewa**  
**HAUS & GARTEN**  
das Allzwecktuch für Frisch

**DAS TUCH  
FÜR ALLE FÄLLE**

essentials  
for everyday life™

SCA

Zewa erobert die Baumärkte



essentials  
for everyday life™



# Auf Siegerkurs mit Marken-Produkten der SCA.



Zewa, DANKE, Tork und TENA – dies sind nur einige der Top-Marken der SCA, Europa's führendem Anbieter von Hygieneprodukten.

Wir liefern unentbehrliche Produkte, die die Qualität des täglichen Lebens verbessern.

Markenprodukte der SCA – eine gelungene Aufstellung für Sie!

SCA HYGIENE PRODUCTS GmbH · Tissue Europe · Sandhofer Straße 176 · 68305 MANNHEIM

SCA ist ein internationaler Konzern für Konsumgüter und Papierprodukte. Das Unternehmen entwickelt, produziert und vermarktet absorbierende Hygieneprodukte, Verpackungslösungen, Druckpapiere und Holzmaterialien. Die Produkte werden in über 90 Ländern verkauft. Mit Produktionsstätten in mehr als 40 Ländern erwirtschaftet SCA jährlich einen Nettoumsatz von ca. 11 Milliarden Euro. Zu Beginn des Jahres 2007 beschäftigte SCA rund 51.000 Mitarbeiter. SCA Aktien werden an den Börsen in Stockholm, London und New York gehandelt. Weitere Information finden Sie unter [www.sca.com](http://www.sca.com).



## Liebe Leser,

das ist spannend. Wann hat man als Branchenbeobachter schon einmal die Möglichkeit, die Einführung eines neuen Produktes, ja eines ganzen Teilsortiments in deutsche Baumärkte so hautnah zu verfolgen, wie es zur Zeit beim Markteintritt von Zewa Haus&Garten möglich ist? Das passiert ja beileibe nicht alle Tage.

Und dann noch dies: Da entdeckt ein global agierender Konzern, der bisher mit seinen Marken so einige Duftmarken im SB-Waren-, Lebensmittel- und Drogeriebereich gesetzt hat, die Do-it-Yourself-Branche. Wenn SCA, wenn Zewa dieses Thema angeht, dann steckt da auch Dynamik dahinter.

An meiner Wortwahl merken Sie, dass ich beeindruckt bin. Innerhalb von gut einem halben Jahr haben die Mitarbeiter von SCA eine Arbeit getan, wofür andere fast Jahre gebraucht hätten: Produktidee und -entwicklung, Marktanalyse, Sortiments- und PoS-Gestaltung, Marketingkonzept, Lis-



tungsgespräche und vieles mehr inbegriffen.

Ganz ehrlich: Ich hatte im Vorfeld die Ziele der SCA-Verantwortlichen für unrealistisch gehalten. Doch ich wurde eines Besseren belehrt. Was lernt man, was lerne ich daraus? Größe ist manchmal eben doch von Vorteil. Doch gleichzeitig ist sie nur eine Variable von vielen für wirtschaftlichen Erfolg. Man braucht dazu engagierte Mitarbeiter, gute Ideen, ein Konzept, Geld – und wohl auch etwas Wahnsinn.

Viel Spaß beim Lesen dieses neuen *diy*-Pockets über SCA und Zewa.

*Dr. Jandim Baydarlof*

# Neu und exklusiv für Heimwerker

**D**ie Baumärkte profitieren von der starken Marke Zewa, ist Bernhard Riede, Vice President Consumer Tissue Sales & Marketing, überzeugt.

Das Unternehmen SCA ist Europas führender Anbieter von Hygieneprodukten. Unsere starken Marken wie Zewa Wisch&Weg, das Synonym für Haushaltstücher, Zewa Toilettenpapier oder Zewa Softis kennt in Deutschland jeder.

Mit einem gestützten Bekanntheitsgrad von 97 Prozent ist die Dachmarke Zewa den deutschen Bürgern ein Begriff. Zewa steht für Qualität und Vertrauen. Viele Deutsche sind mit den Premium-Produkten von Zewa aufgewachsen und äußerst zufrieden. Dies resultiert in einem großen Vertrauen und einer hohen Loyalität der Verbraucher in unsere Marke.

Die Marke Zewa vertreiben wir traditionell im deutschen Lebensmittel-einzelhandel. Hier arbeiten wir seit Jahrzehnten partnerschaftlich mit un-



„Zewa Haus&Garten ist die ideale Ergänzung für Ihr Sortiment“, ist sich Bernhard Riede, Vice President Consumer Tissue Sales & Marketing, sicher.

seren Kunden zusammen. Ob Logistik, Category Management, Key Account Management, Produktmanagement oder abverkaufsstarke PoS-Aktivitäten – wir bieten unseren Kunden einen echten Mehrwert und eine hohe Kompetenz.



Profitieren auch Sie von unserer Kompetenz: Mit unserer neuesten Entwicklung, nämlich Zewa Haus&Garten bieten wir nun ein Produkt ganz exklusiv für Baumärkte. Das Universaltuch für Profis ist der ideale Helfer beim Anstreichen und Renovieren, beim Heimwerken, bei der Gartenarbeit, bei der Auto- und Fahrradpflege, gerade jetzt im Frühling für die Grill-saison und vielen weiteren Anwendungen. Aufgrund der vielfältigen Anwendungsmöglichkeiten sind die Baumärkte das perfekte Umfeld für dieses einzigartige Produkt. Dies wurde in Marktforschungstests von Konsumenten bestätigt. Fast 90 Prozent der Testpersonen nennen eine hohe bis sehr hohe Kaufbereitschaft.

Wir haben im Team und gemeinsam mit Experten aus der Baumarktbranche gute Ideen und Strategien entwickelt, wie wir Zewa Haus&Garten in die Baumärkte einführen.

Mit unserem Kommunikationspaket „Power am PoS“ fokussieren wir uns auf Ihre Märkte. Mit einer Live-Promotion-Tour mit Per-

sonaleinsatz sorgen wir für einen starken Abverkauf und steigern durch einen eingebauten Rückführungsmechanismus die Besuchsfrequenz in Ihren Märkten. PR-Kampagnen und ein Internet-Auftritt komplettieren das Kommunikationspaket.

Auf den nächsten Seiten erfahren Sie mehr über das Unternehmen SCA und unsere starke Marke Zewa, über die Innovation Zewa Haus&Garten, die fundierten Marktforschungsergebnisse, unser Kommunikationspaket, die abverkaufsstarken Maßnahmen für den PoS, Platzierungsempfehlungen für Ihre Märkte und vieles mehr.

Wir freuen uns auf die Zusammenarbeit mit Ihnen und möchten gemeinsam mit Ihnen eine abverkaufsstarke Erfolgsgeschichte schreiben.

# Aus Mannheim in die Baumärkte

**S**CA ist mit 51.000 Mitarbeitern und elf Mrd. € Umsatz Europas führender Anbieter von Hygieneprodukten.

Svenska Cellulosa Aktiebolaget, kurz SCA, ist ein internationales Papier produzierendes und verarbeitendes schwedisches Unternehmen. SCA entwickelt, stellt her und vermarktet absorbierende Hygieneprodukte, Verpackungslösungen, Druckpapiere und Holzmaterialien. Die Produkte werden in über 90 Ländern verkauft, wobei Europa und Nordamerika die Hauptmärkte sind. Die zehn größten Absatzmärkte der Firma sind Deutschland, England, die USA, Frankreich, Schweden, Italien, die Niederlande, Dänemark, Spanien und Belgien.

Mit Produktionsstätten in mehr als 40 Ländern, darunter beispielsweise Schweden, Deutschland, Großbritannien, den USA und Frankreich, erwirtschaftet SCA jährlich einen Nettoumsatz von ca. elf Mrd. €. Zu Beginn des Jahres 2007 beschäftigte SCA rund 51.000 Mitarbeiter. SCA Aktien werden an den Börsen in Stockholm, London und New York gehandelt.

## Zewa Haus&Garten kommt aus Mannheim

Der Standort Mannheim umfasst das größte integrierte Hygienepapierwerk Europas sowie die zentralen Vertriebs- und Marketingorganisationen

Das SCA-Werk in Mannheim aus der Vogelperspektive...





für Deutschland, Österreich und die Schweiz von SCA Tissue Europe und SCA Personal Care. In Mannheim sind diese beiden operativen Einheiten in der SCA Hygiene Products GmbH zusammengefasst.

Im Mannheimer SCA-Werk werden Toilettenpapier, Haushaltstücher, Taschentücher, Servietten und Kosmetiktücher hergestellt. Seit neuestem wird in der Stadt zwischen Neckar und Rhein das Produkt Zewa Haus&Garten exklusiv für Baumärkte produziert.

Die Mannheimer Gesellschaft beschäftigt derzeit rund 2.100 Mitarbeiter, von denen ca. 1.400 Mitarbeiter im Werk tätig sind. Mannheim als Produktionsstandort zeichnet sich dadurch aus, dass hier von der Gewinnung des Zellstoffes aus dem Rohstoff Holz bis zur Fertigung des End-

...und der Sitz der Verwaltung (direkt an einem Nebenarm des Rheins).

produktes alle Produktionsschritte zusammengefasst sind. In Mannheim werden die in Deutschland besonders bekannten Produkte von Zewa, wie beispielsweise Zewa Wisch&Weg, Zewa Toilettenpapiere und Zewa Softis hergestellt.

## SCAs Vision & Mission

SCAs Vision ist es, dafür anerkannt zu sein, dass es Kunden, Aktionären und Mitarbeitern den besten Wert und Nutzen in seiner Branche bietet.

SCAs Mission ist es, unentbehrliche Produkte zu bieten, die die Lebensqualität verbessern und ihr Leben beträchtlich vereinfachen, kurz: SCA bietet „essentials for everyday life“.

Die Unternehmenswerte sind Respekt, Spitzenleistung und Verantwortung. Diese bestimmen die Art und Weise Geschäfte abzuwickeln und das Verhalten untereinander.

Weitere Informationen über SCA im Internet unter

[www.sca.com](http://www.sca.com)

# Zewa Hygienepapiere: Eine Erfolgsgeschichte

**Z**ewa setzt Meilensteine in der Geschichte von Küchentüchern, Taschentüchern und Toilettenpapieren.

Vor 47 Jahren hat sie begonnen – die Geschichte der Marke Zewa aus der Zellstofffabrik Waldhof-Mannheim. Zuverlässige Haushaltstücher, softes, mehrlagiges Toilettenpapier oder weiche Taschen- und Kosmetiktücher sind seither selbstverständliche Bestandteile des Hygiene-Alltags. Die Marke Zewa zählt mit ihren Hygienepapieren zu den Pionieren in diesem Bereich und hat sich als Marktführer in den Kategorien Haushaltstücher und Toilettenpapiere etabliert und verteidigt selbstbewusst ihre Stellung als das sortimentsübergreifende Markenprodukt in einem Bereich, in den in den letzten Jahren immer mehr Handelsmarken Einzug halten. Über neunzig Prozent aller Bundesbürger kennen die Dach-

marke Zewa seit Jahrzehnten und sind mit den hygienischen Errungenschaften von SCA, ihren Neuentwicklungen und zahlreichen Werbespots aufgewachsen. Jeder kennt den Slogan „Mit einem Wisch ist alles weg“ – und der ist für Zewa Programm. Deutschlands Haushaltstuch Nummer Eins, Zewa Wisch&Weg, trägt die Produktlösung bereits im Namen. Keine Frage: Die Deutschen sind hin und weg von Zewa Wisch&Weg. Seit über 40 Jahren steht Zewa für Qualität, Sicherheit und Vertrauen. Zewa ist der tägliche Begleiter in vielen Lebenslagen. Folgerichtig daher u.a. die Aufnahme in das Buch der „Deutschen Standards“ als „Markenklassiker“ – der Hall of Fame deutscher Erfolgsprodukte.



## Zewa Wisch&Weg – Mit einem Wisch ist alles weg

Zewa stellt seine Innovationsfreude und Kompetenz in Sachen Hygienepapiere 1972 mit einer richtungsweisenden Neuheit besonders eindrucksvoll unter Beweis: Mit dem Küchentuch von der Rolle präsentiert Zewa eine bahnbrechende Erfindung – Zewa Wisch&Weg ist „geboren“. Das zunächst zweilagige Zellstoff-Tuch wird innerhalb weniger Jahre zu dem Helfer im gesamten Haushalt schlechthin. So etabliert sich Zewa Wisch&Weg nicht nur als stets griffbereite Allroundhilfe, sondern zugleich als Gattungsbegriff einer gesamten Produktgruppe. Im Folgejahr 1996 sorgt die dreilagige Variante des Haushaltstuchs für neue Qualitätsstandards, die 1999 durch die Produktion mit dem verbesserten Herstellungsverfahren Through-Air-Drying (TAD) erneut überboten werden. Das Zewa Wisch&Weg der TAD-Generation ist extra saugstark und besonders reißfest. 2006 verbessert Zewa Wisch&Weg erneut seine Qualität



und überzeugt mit der neuen SOS-Formel (Saugstarke-Oberflächen-Struktur). Seit 1995 präsentiert sich Zewa Wisch&Weg Design zudem modern in stetig wechselnden Designs. Ab April 2007 kommt mit dem neuen Zewa Wisch&Weg Design ein 2-in-1 Multitalent auf den Markt. Die Riesen-Rollen sind saugstarkes Haushaltstuch und dekorative Serviette in fünf verschiedenen Designs in einem. In diesem Jahr feiert die bekannte und erfolgreiche Zewa Wisch&Weg Rolle ihr Jubiläum: 35 Jahre Erfolg – wie auch die aktuelle Auszeichnung zum „Produkt des Jahres 2007“ beweist.

## Hautfreundlichkeit pur – die super-soften Zewa Softis

Die Einführung des neuartigen, spürbar weichen Papiertaschentuchs Zewa Softis setzt im Jahr 1977 einen weiteren Meilenstein in der Zewa-Erfolgsgeschichte. Die unglaublich weichen und gleichzeitig reißfesten Zewa Softis stehen mit ihrer Hautfreundlichkeit und optimalen Weichheit für eine neue Generation Papiertaschentücher



auf dem deutschen Markt. Doch das ist noch nicht alles: Berühmt wird das softe Qualitätstuch auch durch seine wiederverschließbare Tüchertasche. So bleiben Zewa Softis überall und jederzeit bis zum letzten Tuch soft und sauber. Im Jahr 1999 präsentierte sich Zewa Softis mit Linden-Extrakt. Eine leichte Lotion und eine neue Prägung mit doppelseitig softem Prägerand sorgten für Weichheit und Wohlbefinden für jede Schnupfennase. Heutzutage bietet die Produktreihe der Zewa Softis Taschentücher neben den Standard- und Menthol-Varianten mit Zewa Softis Aloe Vera Komfort für anspruchsvolle Nasen. Darüber hinaus beweisen Zewa Softis Standard ihre Hautfreundlichkeit aktuell durch das neue „Dermatologisch getestet“-Siegel. Auch Zewa Softis haben 2007 allen Grund zum Feiern: 30 Jahre

Qualität auf höchstem Niveau bei Schnupfen & Co.

## Attraktiv: Zewa Clean&Soft Kosmetiktücher

Egal ob beim Make-up, der Gesichtereinigung oder beim Naseputzen – mit Zewa Clean&Soft Kosmetiktüchern bietet der Hygienespezialist seit 1999 einen weiteren idealen Partner für vielfältige Einsatzgebiete. Durch ihre drei Lagen sind Zewa Clean&Soft Kosmetiktücher nicht nur spürbar weich, sondern zusätzlich auch besonders reißfest. So sind sie auch problemlos als Taschentücher zu verwenden. In vier Deko-Boxen mit verschiedenen attraktiven Motiven zeigen sich die Tissue-Tücher dekorativ in modernem Design und stehen jederzeit griffbereit, passend zur Inneneinrichtung im Bade-, Schlaf- und Wohnzimmer, zur Verfügung.





## Zewa Lind – denn Haut ist zart

Mit diesem Slogan beginnt 1966 die Erfolgsgeschichte von Zewa Lind. Das Toilettenpapier steht seit jeher für hervorragende Markenqualität zu einem überzeugenden Preis-Leistungsverhältnis. 1973 setzt Zewa Lind modische Akzente und kommt mit einem dezenten Blüten-Dekor auf den Markt. Seit 2003 begeistert Zewa Lind mit einer zusätzlichen dritten Lage. Im Jahr 2005 erscheint Zewa Lind im neuen Outfit und kommuniziert die 3 Sterne CLASSIC Qualität in frischem Gelb mit neuer Federprägung. 2006 kann Zewa Lind auf 40 erfolgreiche Jahre zurückblicken und feiert seinen Geburtstag in passendem Look mit roter Schleife.

## Zewa Moll – Extra dick und weich

Im Jahr 1975 wird das dreilagige, fühlbar dickere und weichere Zewa Moll eingeführt. Durch deutliche Steigerungen in der Dicke und Weichheit des

Papiers verbesserte Zewa Moll in den kommenden Jahren seinen Komfort stetig. Die beliebte Zewa Moll Wolke findet sich seit dem Jahr 2006 nicht nur auf dem wechselnden Erscheinungsbild der Packung wieder, sondern ziert seither auch als Prägung das Papier. Aktuell weckt das dreilagige Toilettenpapier von April bis Mai 2007 mit seiner Blütenfrische-Edition wieder alle Sinne passend zur Jahreszeit – mit den orangefarbenen Blüten- und Marienkäferdesigns zieht Farbe ins Bad ein und ein zarter Duft sorgt für ein angenehmes Frischeerlebnis.

## Zewa Soft – Extra soft und sicher

1987 wird die Produktpalette der Zewa Qualitätstoilettenpapiere um das dreilagige Premium-Toilettenpapier Zewa Soft erweitert und eröffnet damit das Marktsegment der superweichen Toilettenpapiere. 1996 wird Zewa Soft durch eine zusätzliche vierte Lage optimiert und wird somit bis heute

höchsten Verbraucherwünschen gerecht. Der Qualitätsrelaunch im Jahr 1997 führt erneut zu innovativen Verbesserungen: Das „Funktionslagenkonzept“ mit zwei super-soften und zwei sicheren, dicken Lagen mit unterschiedlichen Prä-  
gungen wird entwickelt. Bei einer Untersuchung der Stiftung Warentest 2006 beweist sich das Premiumprodukt Zewa Soft

als absolute Spitze unter den vierlagigen Toilettenpapieren und glänzt mit der Gesamtnote „Gut“. Mit neuer Weichheitsformel und innovativer Komfort-Öffnung stärkt Zewa Soft seine Premium-Positionierung auch im Jahr 2007.

## Zewa Sensitive – mit wohltuender Kamille-Lotion

Das jüngste Mitglied in der Zewa Toilettenpapierfamilie ist seit 2005 das Premium-Produkt Zewa Sensitive – das erste und einzige Toilettenpapier mit nachgewiesener Pflegewirkung. Dank eines spürbaren Kamille-Balsams pflegt und beruhigt das vierlagi-



ge Toilettenpapier bei jeder Anwendung die Haut und unterstützt ihre natürlichen Hautfunktionen. Seit 2006 steigert das neue Zewa Sensitive das Wohlbefinden noch mehr, denn es bietet neben der Kamille-Lotion auch einen angenehmen neuen Duft: das ist Pflege zum Riechen und Fühlen in einem.

Zewa steht für Qualität und Vertrauen. Die Marke ist der Inbegriff für die Erfüllung des Verbraucherwunsches nach Hygiene im Alltag und steht von jeher für Innovation. Viele Deutsche sind mit den Premium-Produkten von Zewa aufgewachsen und zufrieden, das begründet das große Vertrauen der Verbraucher in die Marke. Zewa bleibt konsequent bei seinen erfolgreichen Kernsortimenten Haushalts- und Taschentüchern sowie Toilettenpapier, sorgt dabei aber stets für Produktneuerungen. Viele Verbraucher zeigen demzufolge eine große Treue zu den kleinen Alltagshelfern und bleiben auch in Zeiten wachsender Handelsmarken echte Markenbekenner: Wer einmal Zewa benutzt hat, kommt immer wieder.



# Die SCA-Innovation: Das neue Zewa Haus&Garten

**D**as multifunktionale Reinigungstuch für drinnen und draußen feiert Premiere.

Wenn mit Beginn des Frühlings die Heimwerker- und Gartenaktivitäten erwachen, steigt bei vielen die Lust auf Renovierungs- und Reinigungsarbeiten in Haus und Garten. Mit dem innovativen Reinigungstuch Zewa Haus&Garten präsentiert Zewa jetzt ein einzigartiges Universaltuch für vielseitige Arbeiten in Haus, Garten, Garage und Hobbywerkstatt. Dank der extrem starken Saugleistung, der extremen Reißfestigkeit und den extra großen Blättern beseitigen die blauen Universaltücher selbst widerstehenstigsten Schmutz – und das im trockenen wie auch im feuchten Zustand. Ob der Lack

Das ist es: Das neue Zewa Haus&Garten.



am Gartentor abblättert, der Rost den Grill befallen hat oder die Gartengeräte noch vom Laub des vergangenen Herbstes gekennzeichnet sind: Das neue Zewa Haus&Garten ist für jeden ambitionierte Heimwerker der perfekte Helfer.

Besonders die vielseitigen Anwendungsgebiete – von Maler-, Bau- und Renovierungsarbeiten über Gartenarbeit bis hin zu Reinigungsarbeiten am Auto und Fahrrad – machen das neue

Zewa Haus&Garten zu einer unverzichtbaren Alltagshilfe. So machen selbst ungeliebte Haus- und Gartenarbeiten wieder Spaß.

- **Malerarbeiten:**

Der Wunsch nach einem neuen Anstrich in den eigenen vier Wän-

den wird häufig auf die lange Bank geschoben, weil viele den Stress mit den unangenehmen Begleiterscheinungen meiden. Seien es Farbleckse am Boden und auf den Möbeln oder das ungeliebte Reinigen von Pinseln und Farbtöpfen danach. Mit dem neuen Zewa Haus&Garten gehören diese Ausreden der Vergangenheit an. Denn mit den extrem großen „blauen Tüchern“ können einfach Boden und Möbel abgedeckt werden. Und falls doch noch ein Kleckser Farbe daneben geht, wird dieser bequem mit einer Handbewegung weggewischt.

- **Bauen und Renovieren:**

Auch bei Bau- oder Renovierungsmaßnahmen stellt Zewa Haus&Garten eine echte Hilfe dar. So werden nach dem Verfugen die Fliesen einfach mit einem Wisch von der Fugmasse, Wände nach dem Verputzen von unschönen Putzresten oder Glasflächen von Schlieren befreit. Natürlich können mit Zewa Haus&Garten auch die Hände oder die Arbeitsbekleidung abgewischt oder getrocknet werden.

- **Gartenarbeit:**

Insbesondere im Frühjahr fallen im Garten zahlreiche Aufräumarbeiten an. Gartengeräte wie Rasenmäher oder

Gartenschlauch müssen gereinigt, Balkonmöbel abgewischt, Blumenkübel umgetopft oder Unkraut gejätet werden. Besonders gut geeignet ist Zewa Haus&Garten zum Reinigen des Grillrostes von Fett und Eingebrauntem – damit das Grillvergnügen auch ohne Stress ausklingt.

- **Auto- und Fahrradreinigung:**

Fahrradketten ölen und Autofelgen reinigen oder polieren sind in der Regel eine schmierige Angelegenheit. Aber auch hier steht Zewa Haus&Garten tatkräftig zur Seite. Ebenso unverzichtbar ist das blaue Universaltuch bei Autoinspektionen zum Beispiel beim Ölstand kontrollieren, Öl und Kühlmittel nachfüllen und einfach wegwischen.

Erste Verbrauchertests bestätigen die Einzigartigkeit des neuen Zewa Haus&Garten. Über die Hälfte der befragten Testpersonen war von den herausragenden Leistungen des vielseitigen Reinigungstuchs – insbesondere in Bezug auf Reißfestigkeit und Strapazierfähigkeit – überzeugt. Und fast 90 Prozent der potenziellen Käufer bekunden die Absicht, das neue Zewa Haus&Garten bei Haus- und Gartenarbeiten zu nutzen.

# Haushaltswaren im DIY-Sortiment

Über das Umsatzpotenzial von Hygienepapieren in der Abteilung Haushaltswaren und Reiniger.

Die Abteilung Haushaltswaren genießt derzeit in der DIY-Branche wachsende Aufmerksamkeit. Das ist auch das Ergebnis einer Verbraucherstudie, die Markt & Konzept und der Dähne Verlag kürzlich durchgeführt haben. Rund 40 Prozent aller Baumarktkunden gestehen demnach den Heimwerkermärkten eine große Kompetenz im Sortimentsbereich Haushaltswaren zu (42 Prozent dem Fachhandel, 18 Prozent sonstigen Vertriebskanälen). Eine ständig steigende Anzahl weiblicher Baumarktkunden kommt diesem Trend zusätzlich sehr gelegen. Die Zewa-Standardprodukte wie Zewa Wisch&Weg Küchentücher, die Zewa Toilettenpapiere Zewa Lind, Zewa Moll und Zewa Soft sowie die Taschentücher Zewa Softis sind Produkte des alltäglichen Bedarfs. Die Baumarktbesucher vertrauen in diesen Produktgruppen der

Qualität des Marktführers Zewa. Eine optimale Palettenplatzierung der absatzstarken Zewa-Produkte am Hauptgang der Haushaltswaren wird Baumärkten daher Neuumsätze bringen. Die Faktoren Markenbekanntheit, Zewa als Hersteller von Produkten des täglichen Bedarfs sowie die Verfügbarkeit und Platzierung im Baumarkt garantieren schnelle Drehzahlen. SCA beruft sich bei dem Versprechen hinsichtlich der Drehzahlen auf eine Vielzahl von positiven Abverkaufsreferenzen in Baumärkten. Dabei zeigte bei Küchentüchern Zewa Wisch&Weg die schnellsten Abverkaufsdaten. Dies liegt zum einen daran, dass diese Haushaltsrollen optimal in das Sortiment der Haushaltswaren und Reiniger passen und zum anderen an dem Qualitätsvertrauen, das der Baumarktbesucher in die Marke Zewa steckt.

## Hätten Sie gewusst,

- dass die Marke Zewa eine Markenbekanntheit von über 90 Prozent besitzt, einen Wert, den nur ganz wenige Topmarken erreichen?
- dass im Jahr 2006 in Deutschland im Durchschnitt 1,8 Zewa-Produkte pro Sekunde erworben wurden? Das sind 113 Produkte pro Minute, 6.770 Produkte in der Stunde und innerhalb von 24 Stunden 162.477 Zewa-Produkte.
- dass die größte Zewa Wisch&Weg-Rolle aller Zeiten 2,80 Meter hoch, 2,60 Meter breit und 1,60 tief ist? Sie entstand im Rahmen eines Medienevents, bei dem Miss Germany Claudia Hein frei schwebend in 40 Meter Höhe dem ehemaligen Überschall-Passagierflugzeug Concorde (siehe Bild) die Nase auf Hochglanz polierte.



**diy** *pocket*

## Impressum

**Herausgeber und Verleger**  
Karl-Heinz Dähne.

**Verlag**  
Dähne Verlag GmbH,  
Postfach 10 02 50,  
76256 Ettlingen,  
Telefon +49/7243/575-0,  
Fax 575-200,  
E-Mail [info@daehne.de](mailto:info@daehne.de),  
[www.DIYonline.de](http://www.DIYonline.de)

**Objektleitung**  
Dr. Joachim Bengelsdorf

**Layout/Herstellung**  
Anna-Bärbel Raatz  
Ulrike Stauch

**Druck**  
Kraff-Druck, Ettlingen

**Im Auftrag der**  
SCA Hygiene Products GmbH  
Mannheim  
Sandhoferstraße 176  
68305 Mannheim  
Tel.: +49/621-778-0  
Fax: +49/621-778-3146  
Internet: [www.sca.com](http://www.sca.com)

# Alte Lappen haben ausgedient

**U**msatzpotenziale durch das neue Universaltuch für Profis: Zewa Haus&Garten.

Das erklärte Ziel der SCA Hygiene Products GmbH ist es, den Erfolg der starken Marke Zewa aus dem Lebensmitteleinzelhandel auf die DIY-Branche auszuweiten. Grundlage des bisherigen Erfolges bilden die attraktiven Markenprodukte unter der Dachmarke Zewa und deren schneller Abverkauf im Markt. Letzterer ist im Lebensmitteleinzelhandel eine absolute Bedingung, um dauerhaft eine erfolgreiche Partnerschaft zwischen Handel und Industrie zu etablieren.

Die intensive Marktforschungsarbeit der SCA identifizierte großes Umsatzpotenzial für Einmalwischtücher in dem Vertriebskanal Baumärkte. Ein internationaler Absatzvergleich der Tissue-Branche deckte für Deutschland ein enormes Absatz-/Umsatzpotenzial für Wischtücher innerhalb und außerhalb des Haushaltes auf. So wer-

den in den USA in privaten Haushalten derzeit dreimal mehr Wischtücher verwendet als in Deutschland – ein Trend, der auch nach Deutschland kommt. Des Weiteren zeigt ein Blick auf das derzeitige Wisch- und Reinigungstuchsortiment der Baumärkte ein großes Potenzial für strapazierfähige Einmalwischtücher.



Eine „erste Antwort“ auf diese beiden umsatzträchtigen Trends ist das universell einsetzbare Einmalwischtuch Zewa Haus&Garten. Es ist das erste exklusive Baumarktprodukt der Marke Zewa. Es verbindet die Kompetenz der SCA aus dem Bereich Werkstatt und Industrieputztücher mit den Erfahrungen von Zewa Wisch&Weg aus Küche und Haushalt.

Bestärkt durch die nach Unternehmensangaben „äußerst positiv“ verlaufenden Einlistungsgespräche mit Einkäufern, Markt- und Vertriebsleitern bei nahezu allen bedeutenden Baumarktbetreibern ist Thomas Marniok, Key Account Manager bei SCA Hygiene Products GmbH, davon überzeugt, „mit Zewa Haus&Garten einen Umsatzrenner zu launchen“. Die ersten Rückmeldungen zusammen mit Marktforschungsergebnissen lassen gegenüber dem Branchendurchschnitt doppelt bis dreifach höhere Drehzahlen realistisch erscheinen.

Vorraussetzung für die hohe Abverkaufsgeschwindigkeit ist nach Marktforschungsergebnissen die enorme Bandbreite möglicher Anwendungsgebiete von Zewa Haus&Garten. Die Auswertung zeigte nach einer sechs-

wöchigen Testphase (300 Personen) mehr als einhundert unterschiedliche Anwendungsgebiete in Haus, Garten und Garage. Dabei ist es der Baumarktbesucher, der letztendlich sein individuelles Anwendungsgebiet für Zewa Haus&Garten bestimmt.

Somit steht aus Sicht des Category Managements die Platzierung im Eingangs- und Kassenbereich im Fokus. Alternativ empfiehlt sich eine Platzierung am Hauptgang bei Farben und Lacken, im Gartencenter oder bei Auto- und Fahrradzubehör. Entscheidend sind hierbei zum einen das spezielle Anwendungsgebiet der Fachabteilung und zum anderen die hohe Kundenfrequenz des Hauptgangs. Die Gespräche zeigen, dass auch die Marktentscheider diese Platzierungsempfehlungen gern umsetzen.

Der zweite entscheidende Parameter, um den prognostizierten Abverkauf zu generieren, ist eine optimale Preisstellung. So ermittelte die Marktforschung einen idealen Verkaufspreis von 3,79 € für die angebotene 2x75 Blatt Packung von Zewa Haus&Garten. Nach derzeitigem Kenntnisstand wird dieser Preis von allen Baumarktbetreibern einheitlich umgesetzt.

# Zewa Haus&Garten – Die geballte Power am PoS!

Viele Kaufentscheidungen werden direkt im Markt – also am Point of Sale – getroffen. Deshalb zeigt sich Zewa Haus&Garten am PoS auch so besonders aufmerksamkeitsstark.

Nicht nur die farbenfrohe Verpackung von Zewa Haus&Garten fällt sofort ins Auge, auch die großflächig angebrachten Plakate lassen die Palette im rechten Licht erstrahlen. Die

Palettenplakate unterstützen aktiv den Abverkauf, indem diese die Anwendungsgebiete des neuen Universalwerts für Profis aufzeigen und dem Konsumenten somit eine Orientierung am PoS bieten.

Sicherlich ist dies nur ein Instrument aus einer Vielzahl an Materialien, die am Point of Sale in den Baumärkten umsetzbar sind. „Von Regaldekoration über innovative Konzepte im Bereich Eingangsschrankenwerbung bis hin zu kundenindividuellen Displays oder Schütten ist vieles denkbar“, erklärt Christina Sperling, Trade Marketing Managerin bei SCA Hygiene Products GmbH.

Direkt zum Abverkauf: Zewa Haus&Garten auf der Palette.



## Zewa Haus&Garten – Das Tuch für alle Fälle on tour!

Das abverkaufstarke Zewa Haus&Garten Live-Event tourt durch die Baumärkte in ganz Deutschland und zieht vom Hobby-Handwerker bis zum echten Heimwerker-Profi alle in seinen Bann.

Zum Markteintritt von Zewa Haus&Garten gibt es im Frühjahr und Sommer diesen Jahres eine große, abverkaufstarke PoS-Promotion Tour durch die Baumärkte Deutschlands. Ziel ist hierbei eine einmalige und unvergessliche Produktpräsentation von Zewa Haus&Garten, um einerseits die Bekanntheit des Produktes von Beginn an zu unterstützen und andererseits die Verbraucher von der hohen Qualität des neuen Universaltuchs zu überzeugen.

Eine modulare Promotionfläche ermöglicht die Anpassung an verschiedene Gegebenheiten und Platzverhältnisse in den Märkten. An der einmaligen Zewa Haus&Garten „Live-Werkbank“ mit Testflächen kann jeder Kunde die verschiedenen Einsatzmöglichkeiten des Tuchs direkt vor Ort



An der „Live-Werkbank“ kann Zewa Haus&Garten vom Endverbraucher getestet werden.

selbst erleben: Ob dreckige Autofelge, fettiger Grillrost oder ein verschmierter Farblecks – das Tuch für alle Fälle stellt hier sein Können unter Beweis. Auf diese Art und Weise werden dem Verbraucher die vielfachen Anwendungsgebiete von Zewa Haus&Garten auf spielerische Weise näher gebracht. Ausgebildete Powerseller stehen beratend zur Seite und treiben den Abverkauf an jeweils zwei Tagen pro Markt in die Höhe.

Ein ausgeklügelter Rückführungsmechanismus sorgt zwei Wochen nach der PoS-Promotion Tour dafür,

dass die Kunden zurück in den jeweiligen Markt geführt werden, wo sie attraktive Einkaufsgutscheine gewinnen können. Somit zeigt sich die SCA als kooperativer Industriepartner auch interessiert daran, die Loyalität der Verbraucher zu den Märkten zu steigern, denn nur eine „Win-Win-Win-Strategie“, die Endverbraucher, Handel und Industrie einschließt, bringt langfristigen Erfolg mit sich.

## Zewa Haus&Garten – Kommunikation als Weg zum Erfolg

„Tue Gutes und rede darüber!“ – Wer kennt dieses Sprichwort nicht? Doch das Entscheidende dabei ist: „Der Ton macht die Musik“. Bis sich ein neues Produkt am Markt etabliert hat, vergehen oft Monate oder gar Jahre. Eine wichtige Rolle für einen schnellen und erfolgreichen Markteintritt spielen hierbei Vertriebs- und Marketingstrategien.

Um den zu erwartenden Erfolg von Zewa Haus&Garten zu unterstützen und diesen voranzutreiben, initiiert die Firma SCA Hygiene Products GmbH deshalb eine Vielzahl von Maßnahmen, die sich, wie bereits beschrie-

ben, zu einem großen Teil direkt am Point of Sale abspielen. Um jedoch ein allumfassendes Paket zu schnüren, dürfen auch die vielen anderen Kommunikationsinstrumente nicht außer Acht gelassen werden.

Das Paket für Zewa Haus&Garten umfasst deshalb Anzeigen sowohl in der Fachpresse und in Handelsmagazinen als auch in Kundenmagazinen und Handzetteln der Baumärkte. Weiterhin werden nicht nur im Einführungszeitraum, sondern dauerhaft PR-Maßnahmen rund um das Universal Tuch Zewa Haus&Garten durchgeführt. Abgerundet wird dieses Maßnahmen-Paket durch einen gelungenen Internetauftritt – alles Weitere hierzu findet man unter

[www.zewa-hausundgarten.de](http://www.zewa-hausundgarten.de).

Um die Weichen für eine erfolgreiche Zukunft für das neue Produkt Zewa Haus&Garten und für die Handelspartner zu stellen, hält das Unternehmen SCA Hygiene Products GmbH darüber hinaus zahlreiche weitere Kommunikations- und Marketingmaßnahmen bereit, denn: „Die Zukunft erkennt man nicht, man schafft sie!“, so der polnische Dichter Stanislaw Brzozowski.

# DIY

ONLINE täglich. kompetent. informativ.

## DIYplus-Miniabo zum Kennenlernen

Nur DIYplus, nur **diy** oder beides als Kombi vier Wochen zum Preis von € 16,- zzgl. MwSt. testen.



Einfach per Telefon oder online bestellen  
**LeserService 0 72 43 / 575-144**  
service@daehne.de • [www.diyonline.de/diyplus-abo](http://www.diyonline.de/diyplus-abo)

Direkt anmelden unter  
**[www.diyonline.de/diyplus-abo](http://www.diyonline.de/diyplus-abo)**

Dähne Verlag  
*Ich weiß.*

Dähne Verlag GmbH  
Postfach 10 02 50  
76256 Ettlingen  
Tel. 072 43 / 575-143  
Fax 072 43 / 575-100

# Zewa

# Starke Marke!



Zewa Wisch&Weg



Zewa Soft



Zewa Lind



Zewa Softis

essentials  
for everyday life™

