

# TRANSPARENT UND BILDGEWALTIG

*Kelomat hat einen neuen Markenauftritt: Sowohl die Website als auch der Produktkatalog der österreichischen Küchenmarke zeigen sich in einem neuen Look.*

Ob vom Tablet, vom Smartphone oder ganz klassisch am Computer – die Kelomat-Markenseite zeichnet sich durch eine userfreundliche Nutzung an allen Geräten aus. In sechs Bereiche ist das umfassende Sortiment nun gegliedert: Kochgeschirr, Pfanne, Schnellkochtopf, Backzubehör, Messer und Küchenhelfer. Eine neue lebendige Bildsprache und grafische Elemente sollen das Sortiment den Nutzern auch optisch zugänglich machen. Zu finden sind die Artikel sowohl über das Produktsegment (z. B. Pfanne) als auch über den Markennamen (z. B. Montana). Weitere Bereiche der Website enthalten beispielsweise Rezepte, helfen beim Auffinden eines Händlers oder unterstützen bei der Pfannenwahl.

In Papierform präsentiert sich Kelomat ebenfalls mit frischem Erscheinungsbild: Statt des Produktkatalogs für Händler steht eine A5-Produktbroschüre zur Verfügung. Auch hier kommen die neue Bildsprache und die Sortimentseinteilung zum Einsatz.

+ [www.riesskelomat.at](http://www.riesskelomat.at)

Die Produktbroschüre in neuer Aufmachung soll es Handel und Konsumenten leichter machen, sich zu orientieren.



# ZWILLING STELLT DEN HANDEL ZUFRIEDEN

*Beim benchex Handelsbarometer wählten die Fachhändler Zwilling auf Platz 1. Mit einer Gesamtzufriedenheit von 85 % setzte sich der Messerhersteller gegen 13 Konkurrenten für Küchenbedarf durch.*

Worauf legt der Handel Wert? Und wie zufrieden ist er mit den wichtigsten Lieferanten? Zu diesen Themen startete die benchex GmbH von September bis Dezember 2017 eine groß angelegte

Der Handel ist zufrieden: Zwilling ging auf Rang 1 aus der Umfrage der benchex GmbH hervor (im Bild die Zwilling Zentrale in Solingen).



Umfrage, in deren Rahmen Händler insgesamt 14 führende Lieferanten für Küchenbedarf in Hinsicht auf Handelsmarketing und Verkaufsförderung, Logistik und Supply Chain, Kundenservice, Endverbraucher-Marketing und fünf weitere Kategorien beurteilen sollten.

Insbesondere kristallisierten sich Logistik, Sortimentsentwicklung der Marken und Allgemeine Geschäftsbeziehungen als für den Handel wichtige Werte heraus. Dabei schnitt Zwilling überdurchschnittlich positiv ab und ging mit einer Gesamtzufriedenheit von 85 % auf dem ersten Rang aus der Umfrage hervor. Auch die Marke Ballarini, die ebenfalls zur Zwilling Gruppe gehört, schaffte es ins obere Drittel der Wertung.

+ [www.zwilling.com](http://www.zwilling.com)