

MeisterWerke

Stellen sich in ihrer Markenstrategie neu auf

Freitag, 01.07.2016

Die MeisterWerke Schulte GmbH, einer der führenden Hersteller innovativer Qualitätsprodukte für Boden, Wand und Decke, stellt sich in ihrer Markenstrategie neu auf. Hintergrund sind die Veränderungen im Markt, die das Unternehmen in umfangreichen Markt- und Kundenanalysen genau untersucht und bewertet hat. Geschäftsführer Ludger Schindler fasst die Situation zusammen: „In Zeiten des Internet sind Endkunden immer besser informiert. Sie suchen eine optimale Lösung für ihre Räume. Sie denken nicht unbedingt in den bestehenden Bodenkategorien, sondern suchen sich das passende Produkt nach Einsatzzweck und persönlichen Vorlieben ganz individuell aus.“

Zwei Segmente: „Premium“ und „Classic“

Auf diese neuen Anforderungen der Endkunden soll sich die Marke Meister zusammen mit den Partnern im kompetenten Fachvertrieb neu ausrichten, „um den gemeinsamen Markterfolg nachhaltig abzusichern und zu entwickeln“, so Schindler weiter. Meister werde zukünftig so aufgestellt, dass die unterschiedlichen Anforderungen der wichtigsten Endkunden-Zielgruppen mit einem differenzierten Angebot bedient werden können. Das Ergebnis: Eine Spreizung der Marke in die Segmente „Premium“ und „Classic“. „Das Premium-Segment umfasst designorientierte Produkte mit besonderen technischen Ausstattungen. Der Bereich „Classic“ ist „einfach schöner Boden“ – einfach beim Fachhandel ausgesucht, unkompliziert selbst verlegt und auf die Beanspruchung wechselnder Lebensverhältnisse ausgelegt – ein funktionales, trendiges Basis-Angebot mit einem perfekten Preis-Leistungs-Verhältnis“, so MeisterWerke. „So hat der Handel auf alle Anforderungen die richtige Antwort von Meister“, fasst Schindler zusammen.

Weiter umfassende Unterstützung des Handels

Der Handel wird bei der Ausschöpfung seines lokalen Endkunden-Potenzials in den verschiedenen Segmenten weiter umfassend unterstützt. Dazu gehört auch die Option, Meister-Produkte zukünftig im Netz zu verkaufen. Mit „Markenboden.de“ bietet das Unternehmen seinen Händlern deshalb eine neue Online-Plattform, um aktiv ins qualitative, fachvertriebsgerechte E-Commerce einzusteigen. Mehr als 230 Händler sind bereits als Markenboden.de-Fachhändler registriert.

„Meister Tec“ für Handwerkskunden

Parallel zu „Premium“ und „Classic“ bietet die Marke ein spezielles, langlaufendes Sortiment für den Verlege-Profi im Handwerk, das exklusiv über den Holz-Fachgroßhandel bezogen werden kann: „Meister Tec“. „Wir tun dies, um unserem Grundsatz auch unter veränderten Marktbedingungen treu bleiben zu können: Meister steht 100% zum qualifizierten Fachvertrieb“, so Schindler.

Schulte Räume, die zweite Marke der MeisterWerke, wird sich nach der Neuaufstellung auf Kunden im Bodenbelags- und Malergroßhandel konzentrieren. Schindler: „Hier hat sich die Marke in den letzten Jahren umfangreiche Kompetenzen erarbeitet, die wir nun gezielter entwickeln wollen.“

[zum Seitenanfang](#)