

# Im Kampf gegen Kalk

Die Entkalkungsmarke durgol ist auf Erfolgskurs und möchte auch 2019 weiter wachsen und den Markt mit Innovationen erobern.

**A**uch 2018 konnte die Schweizer Entkalkungsmarke durgol ihre Marktführerschaft stärken und hält erneut 50% Marktanteil in Österreich. „Dank unserer über 65-jährigen Erfahrung im Kampf gegen den Kalk werden unsere durgol Markenprodukte von den österreichischen Konsumenten aufgrund ihrer Wirksamkeit und hohen Produktqualität geschätzt“, so Andreas Hunte, Director Marketing, Research & Development, International Sales sowie Mitglied der Geschäftsleitung Düring AG.

## Der gepflegte Haushalt

Das Produktportfolio bietet dabei alles für den gepflegten Haushalt: von Universal-Entkalkern über Spezial-Entkalker bis hin zu Reinigungsmitteln für den Einsatz in Bad und Küche. „Die Verkaufsschlager des Produktportfolios stellen weiterhin durgol universal mit 58% wertmäßigen Marktanteil am Entkalkermarkt (Nielsen, MAT 40/18), durgol swiss espresso mit 34% (MAT 40/18) und der noch neue durgol universal bio mit 7% (MAT 40/18) dar“, erklärt Hunte. Die Produkte gelten als die zwei bewährtesten Produkte und sind flächendeckend in ganz Österreich erhältlich. „So findet man etwa beide Produkte durchwegs im LEH & DFH, aber auch bei C&C-Märkten, Diskontern und auch alternativen Vertriebskanälen wie Baumärkten und Papierfachgeschäften.“ Erfolgreich distribuiert ist seit letztem Jahr auch die Bio-Variante vom Universal-Entkalker, durgol universal bio. Diesen findet man sowohl im LEH, als auch DFH national. Der durgol Bad- und Küchenreiniger konnte ebenfalls deutlich breiter distribuiert und



© durgol/Katharina Schiffl

## Geschäftsleitung

Andreas Hunte ist Director of Marketing, Research & Development sowie des International Sales der Düring AG; außerdem ist er Mitglied der Geschäftsleitung.

Listungen bei großen Lebensmittel- und Drogeriefachhändlern generiert werden. Auch mit dem Milchsystemreiniger mache man gute Fortschritte und konnte so innerhalb kürzester Zeit erste Listungen im DFH und Hypermärkten erzielen.

## Nah an der Kernkompetenz

Bei der Entwicklung neuer Produkte stehe die Entkalkung als Kernkompetenz des Unternehmens im Fokus, erklärt Hunte auf Nachfrage von medianet. 2019

erweitert man das Portfolio an Spezialreinigern und möchte mit dem durgol Waschmaschinen Reiniger & Entkalker den Markt weiter erschließen. Dieser soll das Bedürfnis der Konsumenten nach Hygiene, Leistungsfähigkeit und Energieeffizienz einer Waschmaschine erfüllen. „Unser neuer Waschmaschinenreiniger und -entkalker reinigt, schützt und pflegt zugleich. Er löst Kalkablagerungen mühelos und hygienisch und verhindert dadurch die Ansammlung schädlicher Bakterien. So entfernt er auch unangenehme Gerüche und optimiert die Heizleistung der Waschmaschine“, beschreibt Hunte die jüngste Innovation aus dem Forschungslabor im Schweizer Dällikon.

## Bio hat einen fixen Platz

Auch im Markt der Reinigungsmittel hat das Thema Bio längst Platz gefunden. Seit 2016 ist der Schnell-Entkalker durgol universal bio bereits am Markt und überzeugt dort die Konsumenten mit einer biologischen Abbaubarkeit von 99,5%. „Das Produkt ist österreichweit gut im Handel positioniert und wird von Konsumenten auch sehr gut nachgefragt. Zwei Jahre nach Einführung halten wir mit durgol universal bio bereits

”

*Wir sehen bei den österreichischen Konsumentinnen und Konsumenten den Trend zur Marke.*

“