

Neuer Markenauftritt

Nachdem auf dem DIY-Boulevard im vergangenen Jahr in Köln erstmals der neue Markenauftritt der Belton-Grundierungen sowie Spezial- und Effektlacke vorgestellt wurde, präsentiert die Peter Kwasny GmbH jetzt auch ihr ökologischstes Belton-Produkt im neuen Markenauftritt: Mit Aquacolours, Aquaprimer und Aquaradiator wurde das Naming der „Belton free“-Produktlinie internationalisiert. Wassertropfen und Blätter vermitteln auf dem in Altpapieroptik gestalteten Etikett die ökologische Ausrichtung des wasserbasierenden Lacksprays.

Der Wasseranteil wurde von 95 auf 99 Prozent weiter erhöht, somit ist das Produkt nahezu lösemittelfrei. Außerdem wurde das Sprühbild noch weiter verfeinert, was dem Anwender, der lösemittelhaltige Lacksprays gewohnt ist, entgegenkommt. Unverändert ist laut Hersteller die clevere Ausstattung, bestehend aus Klarsichtkappe, zweitem Sprühkopf sowie Kinder- und Sprühsicherung. Belton free ist witterungsbeständig und geruchsneutral, daher ideal für geruch sensible Innenräume wie Kinderzimmer.

www.belton.de



Torrfrei und innovativ

Für gesunde Pflanzen und Klimaschutz: Mit dem torrfreien Indoor-Sortiment präsentiert Westland innovative Erden in modernem Design. Die Erdenmischungen für Zimmerpflanzen, Orchideen, Kakteen und Sukkulenten, Zitruspflanzen und Bonsai sind exakt auf die Bedürfnisse der Pflanzen abgestimmt, so West-

land. Optimale Wachstumsbedingungen und Wasserversorgung für Monstera, Einblatt & Co. bietet die Zimmerpflanzen-Erde aus Kokosfaser, kompostierter Rinde, West+ Faser, Seramis Pflanz-Granulat, Perlite und Zinkkomplex.

www.seramis.com/westland/



Was treibt die Generation Z in den Garten?

Die neue Gartenmarktstudie 2023 von Konzept & Markt, Anxo und dem *diy*-Fachmagazin ist erschienen. Unter der Leitfrage, wie es um Nachhaltigkeit und junge Zielgruppen steht, wurden 2.000 Gartenmarktkunden befragt. Die neue Repräsentativstudie analysiert unter anderem,

was die Kunden unter Nachhaltigkeit verstehen, welche Anbieter für sie glaubwürdig sind und wer die Generation Z für Baumärkte begeistert. Zudem gibt sie Antworten rund um die Themen Inflation und Energiekrise.

www.diyonline.de/gartenmarktstudie-2023.

