

Presse-Information

## Werkers Welt treibt Professionalisierung voran

Teilnehmer der Marktleitertagung erarbeiten Inhalte für weitere Qualifizierung

**Soltau, 28. Oktober 2014. Den Schwerpunkt der Werkers Welt Marktleitertagung im September in Göttingen und Nürnberg bildeten die Qualifizierung der Führungskräfte und die Werbestrategie 2015.**

„Im Jahr 2005 haben wir die Werkers Welt ‚Regionaltagungen‘ ins Leben gerufen“, so Reiner Sammer, Bereichsleiter Vertrieb Werkers Welt. Ziel sei es, den Zusammenhalt der Betreiber zu fördern und ihnen Konzepte für das operative Tagesgeschäft zu präsentieren. „Jetzt haben wir diese etablierte Veranstaltung in Inhalt und Ausrichtung überarbeitet und in Marktleitertagung umbenannt“, erklärte Sammer. „Wir werden damit den zukünftigen Herausforderungen gerecht und bearbeiten die aktuellen operativen Themen bedeutend interaktiver.“

### **„Wir begeistern“ Kunden und Mitarbeiter**

Die Teilnehmer erarbeiteten unter dem Motto „Wir begeistern“ in zehn Kleingruppen die ersten Inhalte der Marktleiterqualifizierung, die 2015 für die gesamte Gruppe durchgeführt werden soll. Hierbei beantworteten sie Fragen aus dem unternehmerischen Alltag, wie beispielsweise „Welche Erwartungen haben Ihre Kunden an einen Fachberater?“ oder „Mit welchen Aktivitäten hatten Sie in Ihrem Markt in den letzten zwölf Monaten einen besonderen Umsatzerfolg?“ und stellten die Ergebnisse im Plenum vor.

Die Auswertung fließt in die Entwicklung der Marktleiterqualifizierung ein. Ziel ist es, in der Ausbildung der Marktleiter Standards zu setzen und alle auf den gleichen Wissensstand zu bringen. „Die Marktleiter sollen sich zu

Coaches ihrer Mitarbeiter weiterentwickeln“, so Sammer. Dabei sei es wichtig, die Kunden, aber auch die Mitarbeiter, immer wieder aufs Neue zu begeistern. „Denn Kundenorientierung ist heute immer auch Mitarbeiterorientierung“, ergänzte Christian Lübbert, Leiter hagebau Personalentwicklung.

### **Azubi-Projekt Zusatzverkäufe**

Dem Ziel, die Mitarbeiter zu qualifizieren und langfristig ans Unternehmen zu binden, dient auch das „Azubi-Projekt Zusatzverkäufe“. Das Projekt sorgt mit wenig Aufwand dafür, dass die Auszubildenden selbständiger arbeiten sowie ihr Selbstbewusstsein und ihre Teamfähigkeit stärken. Für den Markt bedeutet das: Die Stammmitarbeiter werden entlastet, Umsätze und Erträge positiv beeinflusst.

### **Neues Beilagenlayout ab 2015**

Regelmäßig gestreut, leistet auch die Werbung einen wichtigen Beitrag zum wirtschaftlichen Erfolg eines Standorts. „Natürlich entwickeln wir unsere Werbestrategie kontinuierlich weiter“, erläuterte Sammer. „Im Fokus steht dabei vor allem der Werbeerfolg hinsichtlich Frequenz- und Umsatzsteigerung.“ So präsentieren sich die Beilagen ab 2015 in einem neuen Layout. „Es besticht vor allem durch die emotionalere Gestaltung mit großen Stimmungs- und Anwendungsfotos, fällt aber auch durch seine besondere Preisgestaltung ins Auge“, ist Sammer sicher. Anwendungstipps und Serviceleistungen würden darüber hinaus die Kundenorientierung einer Werkers Welt hervorheben. Das Layout der Fachhandelsflyer wird dem Layout der Werbebeilagen angepasst. Und: Ab 2015 können die Werkers Welt Betreiber eine Eröffnung mit einer eigens konzipierten Werbekampagne begleiten.

### **Werkers Welt Gruppe auf Expansionskurs**

Erfreulich entwickeln sich auch die Standortzahlen: Im Jahr 2014 gehen sieben neue Werkers Welten in Meißen, Burg/Fehmarn, Ebelsbach,

Simbach, Sande, Klötze und Neuenkirchen ans Netz. Für das kommende Jahr sind schon jetzt zehn neue Fachmärkte fest geplant, weitere werden bis Ende 2015 folgen.

Die Werkers Welt Jahrestagung, auf der die Gesellschafter verbindliche Beschlüsse zur Weiterentwicklung des Systemgeschäfts fassen, findet am 17. und 18. März 2015 in Erfurt statt.

3.722 Zeichen

### **Bildunterschrift**

Aufmerksame Zuhörer auf der Werkers Welt Marktleitertagung in Göttingen und Nürnberg.

Fotos: hagebau/ZEUS (Abdruck honorarfrei)

### **hagebau Gruppe**

1964 gegründet ist die hagebau Handelsgesellschaft für Baustoffe mbH & Co. KG eine durch heute über 360 rechtlich selbstständige, mittelständische Unternehmen im Fach- und Einzelhandel getragene Kooperation. Der hagebau Gruppe sind mehr als 1.600 Standorte in Europa (Deutschland, Österreich, Schweiz, Luxemburg, Frankreich und Belgien) angeschlossen.

Mit einem zentralfakturierten Nettoumsatz (alle über die hagebau Zentrale bezogenen Waren und Dienstleistungen) von 5,69 Milliarden Euro (2013) nimmt die hagebau Gruppe einen Spitzenplatz in der Branche ein.

Die hagebaumärkte in Deutschland und Österreich erzielten im Geschäftsjahr 2013 einen kumulierten Netto-Verkaufsumsatz von 1,69 Milliarden Euro.

Der Fachhandel bedient unter der (Kann-)Marke hagebau die Bereiche Baustoffe, Fliese/Naturstein und Holz (primär B2B). Der Einzelhandel, dem mittelständische Unternehmen über die 100-prozentige hagebau Tochter ZEUS Zentrale für Einkauf und Service GmbH & Co. KG der Gruppe angeschlossen sind, ist mit den Marken hagebaumarkt, Floraland und Werkers Welt im standortgebundenen B2C-Markt aktiv. Mit dem Joint Venture baumarkt direkt der hagebau mit der Otto Group Hamburg deckt die Verbundgruppe auch den B2C-Onlinehandel ab. Die Zentrale

der Kooperation hat ihren Sitz in Soltau. Mit etwa 800 Mitarbeitern erbringt diese zahlreiche Dienstleistungen für die angeschlossenen mittelständischen Handelshäuser, insbesondere in den Bereichen Einkauf, Vertrieb, Systeme, Logistik, Marketing und Finanzberatung. Damit wird das Tagesgeschäft der selbstständigen mittelständischen Handelshäuser umfassend und kostenoptimiert unterstützt.

Pressekontakt:

Nina Lemmerz-Sickert  
Abteilungsleitung Unternehmenskommunikation  
Stellvertretende Pressesprecherin

hagebau  
Handelsgesellschaft für Baustoffe mbH & Co. KG

Celler Str. 47, 29614 Soltau  
Telefon: +49 5191 802-879  
Telefax: +49 5191 98664-879  
Mobil: +49 160 2239999  
E-Mail: [nina.lemmerz-sickert@hagebau.com](mailto:nina.lemmerz-sickert@hagebau.com)  
Internet: [www.hagebau.com](http://www.hagebau.com)