Presse-Information

hagebau Fachhandel geht in digitale Offensive

* neue Digital-Konzepte vorgestellt
* multimediale Ausstellungswelten mit DigitalesAusstellungsSystem
* B2B-Webshop bietet individuelle ermöglicht Weg ins Internet

Soltau/Berlin, 27. November 2014. Mit innovativen Konzepten begegnet die hagebau dem Mega-Trend der Digitalisierung des Handels. Spezielle Lösungen für den Fachhandel präsentierte jetzt das hagebau FORUM am 26./27. November in Berlin. Im Vordergrund standen **das neue DigitaleAusstellungSystem (DAS) und der B2B Webshop.**

„Handys, Apps und Internet spielen schon heute bei Informationen zu Produkten und dem eigentlichen Kauf eine große Rolle“, betonte hagebau Geschäftsführer Hartmut Goldboom die Bedeutung des Themas. Der hagebau Fachhandel sei auf diese Veränderungen eingestellt. „Unsere Konzepte verhelfen unseren Gesellschaftern dazu, digitale Kanäle für Werbung, Produktdarstellung und mit dem Webshop zukünftig auch als Vertriebskanal zu nutzen.“ Darüber hinaus steigere die Digitalisierung in den nächsten Jahren noch mehr als bisher die Wahrnehmung durch Kunden. „Durch die Möglichkeiten des Online-Einkaufs haben sich auch Bedürfnisse und Prozesse unserer Geschäftskunden verändert. Die Notwenigkeit des Ausbaus von digitalen Angeboten ist also grundlegende Voraussetzung, um auch künftig erfolgreich im Markt agieren zu können.“

**Beratung durch Touchscreen und Multimedia ergänzt**

Wie das in der Praxis aussehen kann, zeigte Jörg Westergaard, hagebau Bereichsleiter Marketing/E-Commerce, in seinem Vortrag „Früher war alles anders, heute auch!“ Dabei präsentierte er die neue hagebau Dienstleistung DigitalesAusstellungsSystem (DAS). „DAS“ macht Fachhandelsstandorte zu multimedialen Ausstellungsräumen. „DAS muss man heute haben“, ist Westergaard überzeugt. Flachbildschirme und Touchscreens in der Ausstellung sind heute ein absolutes Muss. „Unseren Fachhändlern nützen solche Systeme aber nur, wenn auch vernünftige, für den Kunden Mehrwert bietende Inhalte gezeigt werden“, machte Westergaard klar. „Genau dafür sorgt DAS.“

Das DigitaleAusstellungsSystem beinhaltet zwei Module, die der Händler unabhängig voneinander oder in Kombination einsetzen kann. Das Beratungsmodul ist ein sogenanntes „interaktives Kiosksystem“. An einem Touchscreen kann der Kunde selbst oder mit Unterstützung des Verkäufers internetfähige Anwendungen abrufen. Der Nutzer hat die Wahl zwischen unterschiedlichen Themenwelten wie der „Fenster Türen Tore Welt“ oder der „Boden & Wand Welt“. Das weiterführende Menü bietet Kataloge und Bildergalerien zum Durchblättern, Konfiguratoren wie hagebau Fassaden-App, DekorFinder und HolzProfi Bodenkonfigurator sowie webbasierte Anwendungen der Industrie.

Aber auch der Gesellschafter vor Ort kann ganz gezielt Produkte hinterlegen. „Es geht darum, den Kunden visuell abzuholen. Es geht darum, ihn zu emotionalisieren“, zeigte Westergaard die Zielrichtung auf. Die Inhalte des Beratungsmoduls werden von der Zentrale zur Verfügung gestellt, auf die Bedürfnisse jedes einzelnen Händlers konfiguriert und aktuell gehalten, sodass der Aufwand vor Ort minimal ist. Zudem erfolgt eine Anpassung des Layouts an das Coporate Design des Händlers.

Das zweite DAS-Modul ist ein Werbe- und Informationssystem, auch „Digital Signage“ genannt. Über die großflächigen Displays können Informationen aus dem Gesellschafterhaus ebenso gezeigt werden wie zum Beispiel Werbevideos der Industrie oder andere Bewegtbilder, die von der hagebau Zentrale in Soltau bereitgestellt werden. „Gerade in Wartebereichen bietet dieses Modul dem Kunden Infotainment und verkürzt die möglichen Wartezeiten“, so Westergaard.

**E-Commerce ist B2B-Wachstumschance**

Wie hagebau Fachhändler konkret ihren eigenen Online-Shop einrichten können, stellte Oliver Arp, Projektleiter Webshop Fachhandel, in seinem Vortrag dar und erläuterte, was bei dessen Implementierung zu beachten ist.

„Unser Ziel ist es, dem Fachhändler das Internet als zusätzlichen Vertriebskanal zur Verfügung zu stellen“, so Arp. „Dazu wurde praxisnah mit ausgewählten Fachhändlern ein Konzept erarbeitet, das mit einer modernen Shop-Software nun umgesetzt wird.“ Der Roll-out sei für 2015 geplant und biete den hagebau Fachhändlern dann einen vollkommen neuen Zugang zu ihren Kunden.

**hagebau Datendienst ergänzt Digital-Angebot**

Das Thema Digitalisierung spiegelte sich auch in der begleitenden Ausstellung mit zahlreichen Präsentationsständen des hagebau FORUMS wider. Dort konnten sich die Besucher beispielsweise über die dreidimensionale Ausstellungsplanung für den Fachhandel informieren. Auch der hagebau Datendienst war vertreten, der als IT-Dienstleister den hagebau Fachhändlern eine Vielzahl von Software-Konzepten anbot – vom Warenwirtschaftssystem bis zu Möglichkeiten des Cloud Computing über das hagebau Rechenzentrum.

4.791 Zeichen

**hagebau\_DAS.jpg**

hagebau Fachhändler können ihre Ausstellung jetzt multimedial erweitern. Die neue zentrale Dienstleistung DAS macht’s möglich

Foto: hagebau (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:

Dr. Ralph Esper

Bereichsleitung Unternehmenskommunikation

Pressesprecher

hagebau

Handelsgesellschaft für Baustoffe mbH & Co. KG

Celler Str. 47

29614 Soltau

Telefon: +49 5191 802-766

Telefax: +49 5191 98664-766

Mobil: +49 172 4538678

E-Mail: ralph.esper@hagebau.com

Internet: www.hagebau.com