Presse-Information

hagebau Fachhandel: neue, starke Eigenmarken

* WUNDERWERK und Butler starten 2015
* Zukunft mit Zwei-Marken-Strategie

Soltau/Berlin, 27. November 2014. Der hagebau Fachhandel startet ab 2015 mit zwei neuen Eigenmarken. „WUNDERWERK – est. 1964“ und „Butler“ wurden erstmals auf dem hagebau FORUM am 26./27. November 2014 in Berlin präsentiert. **Sie lösen die bisherigen drei Marken PICO (Fertigfußböden für innen und außen sowie Türdrückergarnituren), p&g (konstruktive Bauprodukte) und Novello (Fliesen) ab. Mit einem klaren Markenkern können die Produkte von „WUNDERWERK“ und „Butler“ von allen hagebau Fachhändlern branchenübergreifend genutzt werden.**

„WUNDERWERK und Butler sind die neuen Marken einer erfolgreichen Gemeinschaft. Sie tragen zukünftig dazu bei, dass die hagebau ihre Stärke am Markt noch besser umsetzen kann“, stellte Geschäftsführer Hartmut Goldboom die Bedeutung der neuen Eigenmarken für den hagebau Fachhandel heraus.

Johannes Lensges, Bereichsleiter Vertrieb Baustoffe/Fliese, und Haiko Ahrend, Abteilungsleiter Eigenmarken- und Produktmanagement des hagebau Fachhandels, informierten in einem Vortrag über Ziele, Rahmenbedingungen und Inhalt der exklusiven Marken. „Mit unseren neu aufgestellten Fachhandels-Eigenmarken haben wir marktfähige Strukturen mit einem klaren Markenkern geschaffen, die den aktuellen Anforderungen der Kundengruppen gerecht werden. Unsere Gesellschafter erzielen damit eine höhere Rentabilität. Es gelingt die unverwechselbare Abgrenzung zum Wettbewerb“, fasste Lensges die Vorteile des Konzepts zusammen.

**Zwei-Marken-Strategie**

WUNDERWERK ist im mittleren Preissegment positioniert. Merkmale sind die hochwertige Qualität und das sehr gute Preis-Leistungs-Verhältnis. Das breite Sortiment deckt den Boden-, Holz- und Fliesenbereich ab, den bisher PICO und Novello bedienten. Der Name WUNDERWERK ist leicht verständlich und positiv besetzt. Ein Haus als Leitsymbol macht deutlich, was die emotional positionierte Marke verkörpert: WUNDERWERK schafft ein schönes Zuhause, die Verwirklichung von Wohnträumen und eine angenehme Wohnatmosphäre. Der Zusatz „est. 1964“ ist ein Hinweis auf die langjährige Erfahrung der hagebau. Das sei, so Haiko Ahrend, Ausdruck von Kontinuität und Beständigkeit.

„Butler macht’s“ ist der Slogan der zweiten neuen Marke des hagebau Fachhandels. „Butler“ ist praktisch angelegt und hat – wie bisher p&g –speziell bautechnische Produkte im Portfolio. „Butler“ bietet ebenfalls Profiqualität, ist jedoch im unteren Preissegment angesiedelt und konzentriert sich auf ein Sortiment von „Renner“-Produkten. Der Markenname ist entsprechend seiner englischen Herkunft „Helfer“; entsprechend ist die Botschaft für die Kunden: „Für saubere und perfekte Arbeiten ist Butler da.“ Ahrend: „Beide Marken lassen sich optimal in Kampagnen umsetzen und bieten höchste Profi-Qualität.“

**Hoher Mehrwert für Gesellschafter**

Lensges betonte den hohen Mehrwert, den die neuen Eigenmarken den hagebau Gesellschaftern bieten. „Die Ertragskraft ist deutlich höher als die der Industriemarke“, so Lensges. Zudem könne sich der Händler durch die hagebau Exklusivprodukte eine Alleinstellung im Markt sichern. „Die Soltauer hagebau Zentrale unterstützt die Markteinführung von „WUNDERWERK“ und „Butler“ sowie deren Verkauf am PoS durch umfangreiches und gezieltes Marketing.“

Eigene Webseiten, neue Produktkataloge und weitere Werbemittel wie Verkaufsunterlagen und Broschüren runden ergänzen die Roll-Out Kommunikation. Darüber hinaus bietet die hagebau Zentrale Leistungen wie Listungen und PoS-Präsentationen der Eigenmarken-Produkte – bis hin zu kompletten Bausteinen – sowie Logistik über das Zentrallager.

„Die Resonanz auf die neue Markenstrategie und die Eigenmarken war überaus positiv“, resümiert Lensges die Reaktionen auf dem hagebau FORUM.

Ab Januar werden erste Verkaufsunterlagen ausgeliefert. Die Webseiten gehen ebenfalls Anfang 2015 online.

3.892 Zeichen

**3D-Stand-Eigenmarken\_FORUM.jpg**

Neu im Fachhandel: die hagebau Eigenmarken WUNDERWERK und Butler.

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