

Presse-Information

## hagebau HOLZBAU FACHHANDEL macht Schluss mit Holz-Mythen

- „Holzbau Journal“ zeigt Vorzüge des modernen Holzbaus
- Zielgruppe Endverbraucher im Fokus
- Profikunden können das Medium unter eigenem Namen einsetzen

**Soltau, 12. Oktober 2015. Erstmals ist jetzt das „Holzbau Journal“ des hagebau HOLZBAU FACHHANDELS erschienen. Das Magazin mit einer Auflage von 12.000 Exemplaren setzt auf die Information des Endkunden, um das Image des Holzbaus zu verbessern. Bundesweit stellen 58 hagebau Fachhandelsstandorte ihren Profikunden das „Holzbau Journal“ als Marketinginstrument zur Verfügung und verteilen es auch selbst an private Bauherren.**

Um den Baustoff Holz ranken sich seit jeher hartnäckige Mythen. „Holzhäuser brennen wie Zunder und sind nicht so stabil wie massive Gebäude“, lauten gängige Ressentiments. Und so entscheiden sich viele Bauherren im Zweifel doch für die Variante aus Stein. Das neue „Holzbau Journal“ macht Schluss mit den teils tief verwurzelten Vorurteilen. Auf 36 Seiten werden – anschaulich bebildert – Möglichkeiten, Vorzüge und Lösungen des modernen Holzbaus vorgestellt. Das Journal klärt über Themen wie Brand- und Feuchtigkeitsschutz sowie Dämmeigenschaften auf. Zudem zeigt es die Gestaltungsvielfalt von Fassaden und Innenräumen. „Das neue Journal ist Bestandteil unserer groß angelegten Marketingkampagne ‚Holz ist brennbar – na und?!‘, mit der wir das Image des Holzbaus nachhaltig verbessern wollen“, erläutert Volker Herwing, Bereichsleiter Vertrieb Holz.

### **Marketingtool für den Handwerker**

Das Medium wurde in der Soltauer hagebau Zentrale speziell für ihre auf den Holzbau ausgerichteten Fachhandelsstandorte entwickelt. Die Händler geben das Marketingmittel ab sofort an ihre Profikunden weiter und heben sich auf diese Weise vom Wettbewerb ab. „Für die Handwerker bietet das ‚Holzbau Journal‘ einen hohen Nutzen“, sagt Jörg Knupper, hagebau Vertriebsmanager HOLZBAU FACHHANDEL. „Die Verarbeiter können die Broschüre mit ihrem Firmenstempel individualisieren und so im eigenen Namen an die Endkunden überreichen. Damit stellen die Betriebe ihre Kompetenz heraus.“ Für eine weitere Verbreitung des Magazins sorgen die Händler, die das Journal selbst an die Endkunden herausgeben: „So erzielen wir eine maximale Wirkung dieses in der Branche einmaligen Marketingtools.“

### **„Holz ist brennbar – na und?!“**

Im Rahmen der Kampagne „Holz ist brennbar – na und?!“ plant der hagebau HOLZBAU FACHHANDEL zahlreiche weitere Maßnahmen, die den Einsatz des Baustoffs Holz forcieren: Demnächst starten Qualifizierungen für die Fachverkäufer im Handel. Bei diesen Schulungen erhalten die Mitarbeiter Argumente „pro Holzbau“ an die Hand und eignen sich fundiertes Wissen für die qualifizierte Beratung an. Im Frühjahr 2016 folgen regionale Brandschutztage für Handwerk und Handel an den Standorten der hagebau Gesellschafter. Highlight der Kampagne ist der Kongress „Zukunftstag Holzbau“ zum Schwerpunktthema Brandschutz im Februar 2016.

### **Über den hagebau HOLZBAU FACHHANDEL**

Der hagebau HOLZBAU FACHHANDEL ist ein bundesweiter Zusammenschluss von 58 Fachhandelsstandorten, die sich auf die Zielgruppe Zimmerer/Holzbauer spezialisiert haben. Die Händler sind als selbstständige Unternehmen in ganz Deutschland angesiedelt und gehören der hagebau als Gesellschafter an. Neben einem breiten und tiefen

Lagersortiment bieten die Standorte ihren Profikunden Dienst- und Serviceleistungen an. Dazu zählen Praxistools wie die „Konstruktionshilfen Holzbau“, sowie Schulungsmaßnahmen und Unterstützung in Marketing und Vertrieb.

3.524 Zeichen

### **Bildunterschrift:**

#### **Titel\_Holzbau\_Journal.jpg**

Druckfrisch: Das neue „Holzbau Journal“ des hagebau HOLZBAU FACHHANDELS stellt die Möglichkeiten und Vorzüge des modernen Holzbaus vor und räumt mit Vorurteilen auf.

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 1.650 Standorte in Europa (Deutschland, Österreich, Schweiz, Luxemburg, Frankreich, Belgien und Spanien) angeschlossen.

Mit einem zentralfakturierten Nettoumsatz (alle über die hagebau Zentrale bezogenen Waren und Dienstleistungen) von 6,1 Milliarden Euro (2014) nimmt die hagebau Gruppe einen Spitzenplatz in der Branche ein. Alle Gesellschafter des Fach- und Einzelhandels der hagebau Gruppe erwirtschafteten ein Jahr zuvor (2013) einen Netto-Außenumsatz von 13,8 Milliarden Euro.

Die hagebaumärkte in Deutschland und Österreich erzielten im Geschäftsjahr 2014 einen kumulierten Netto-Verkaufsumsatz von 2,04 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](mailto:ralph.esper@hagebau.com)  
Internet: [www.hagebau.com](http://www.hagebau.com)