Presse-Information

hagebau FORUM: Kick-off für Umsetzung der Strategie 2020

* Branchenevent erlebt mit 1.500 Teilnehmern neue Rekordbeteiligung
* Live-Einblicke in ersten B2B-Pilot-Webshop und Präsentation eines realen PROFI FACHMARKTS
* Neue Eigenmarkenprodukte vorgestellt
* Über 50 hagebau Champions gekürt

Soltau, 11. November 2015. Die Baustoff-, Holz- und Fliesenbranche traf sich am 10. und 11. November 2015 beim hagebau FORUM in Berlin. Mit mehr als 1.500 Teilnehmern verzeichnete die größte Veranstaltung des hagebau Fachhandels unter dem Motto „Gemeinsam stark. Gemeinsam vorn.“ eine neue Rekordbeteiligung. Mitarbeiter der Gesellschafter und der Industriepartner informierten sich über zahlreiche neue Zukunftskonzepte für die aktuell 1.094 Fachhandels-Standorte der Gruppe. **Besondere Highlights: Live-Einblicke in den ersten hagebau B2B-Webshop, die Vorstellung neuer Produkte der Eigenmarken „WUNDERWERK – est. 1964“ und „Butler macht´s“ sowie ein auf 1.500 Quadratmetern aufgebauter PROFI FACHMARKT.**

„Die auf dem FORUM 2015 präsentierten Konzepte und Maßnahmen markieren den Start der Umsetzung der Strategie 2020 des hagebau Fachhandels“, sagte Hartmut Goldboom, Geschäftsführer hagebau Fachhandel, bei der Begrüßung. „Strategisch sind wir klar darauf ausgerichtet, vor allem organisch zu wachsen und so den wirtschaftlichen Erfolg unserer Gesellschafter zu gestalten.“

**Erster hagebau B2B-Webshop vorgestellt**

Besondere Aufmerksamkeit fand in Berlin die Präsentation der neuen B2B-Webshop-Lösung der hagebau sowie des Pilotshops des Gesellschafters Wertheimer. Das E-Commerce-Konzept war in den vergangenen zwei Jahren gemeinsam von hagebau Fachhandel und rund 30 Gesellschaftern entwickelt worden. Oliver Arp, Projektleiter Webshop Fachhandel, und Pilot-Webshop-Betreiber Michael Wertheimer, Baden-Baden, stellten in dem Vortrag „Von null auf Cross-Channel bei der E. Wertheimer GmbH“ die Herausforderungen und Chancen einer professionellen Implementierung von E-Commerce im Fachhandel vor. Das gesamte Webshop-Team war vor Ort und führte an einer iPad-Station durch die Shop-Landschaft. Die Shop-Lösung wird von zahlreichen weiteren Gesellschaftern genutzt, um individuelle Online-Shops zu eröffnen. „Das Konzept bildet ein umfassendes, strategisches Geschäftsfeld ab, mit dem sich die hagebau Fachhändler die Welt des E-Commerce erschließen können. Denn: Sie wollen und müssen ihren Profikunden auf allen Kanälen begegnen, um den Verlust von Marktanteilen zu verhindern“, fasst Oliver Arp, Projektleiter B2B-Webshop im hagebau Fachhandel, Ziel und Aufgabenstellung des Projektes zusammen.

**Eigenmarken „WUNDERWERK – est. 1964“ und „Butler macht´s“**

Groß war auch das Interesse an den hagebau Eigenmarken „WUNDERWERK – est. 1964“ und „Butler macht´s“. Genau ein Jahr nach dem Start konnte Johannes Lensges, Bereichsleiter Vertrieb Baustoffe/Fliese, in seinem Vortrag die Einführung der neuen Exklusivprodukte an zahlreichen Fachhandelsstandorten vermelden. In Berlin waren auf großer Fläche neue Produkte zu sehen, darunter WUNDERWERK Parkett, Fliesen und Laminat sowie Montageschäume, Silikon, Dachzubehör und Befestigungstechnik im Look von „Butler macht´s“.

**PROFI FACHMARKT visualisiert Konzept**

Keinen Aufwand scheute das System PROFI FACHMARKT: Auf   
1.500 Quadratmetern und 230 Metern Regalfläche stellte das Spezialisierungssystem rund 150 seiner insgesamt 300 individuell kombinierbaren Sortimentsmodule aus. Mehr als 65 Industriepartner waren involviert. Schwerpunkte bildeten die Bereiche Werkzeug, Maschinen, Ladungssicherung, Befestigungstechnik, Farbe und Lasermesstechnik. „Die Sortimentsmodule ermöglichen den Fachhändlern eine professionelle und zielgruppenorientierte Warenpräsentation“, unterstreicht Lensges. So könne der Händler bestimmte Profikunden gezielt ansprechen, zum Beispiel den werkstattlosen Handwerker. Gerade diese Zielgruppe, auch „mobile Generalisten“ genannt, nimmt der hagebau Fachhandel derzeit besonders in den Fokus, wie Lensges in einem weiteren Vortrag zeigte. Der Bereichsleiter stellte den hagebau report 2015 vor, der die Kernaussagen einer repräsentativen Studie zusammenfasst, die erstmals die Verschiebung in der Baubranche durch das Phänomen „mobile Generalisten“ eruiert hat. Außerdem legte er die Auswirkungen dar, die diese Entwicklung auf den Handel hat. Durch die Ermittlung der Funktionsweise dieses wichtigen Marktsegments mit enormem Wachstumspotenzial kann der hagebau Fachhandel konkrete Maßnahmen für Gewinnung und Bindung dieser Geschäftskundengruppe für Gesellschafter entwickeln.

**Verzahnung von Einkauf und Vertrieb**

Um strategische Maßnahmen zur Zukunftssicherung des hagebau Fachhandels ging es auch in weiteren Vorträgen. Die Bereichsleiter Johannes Lensges und Volker Herwing (Vertrieb Holz) erläuterten das neue Konzept der „Spezialisierung 2.1“, mit dem die hagebau Spezialisierungssysteme (ehemals Vertriebssysteme) bereits ab 2016 weiterentwickelt werden. Mehr System und Verbindlichkeit, eine ganzheitliche Herangehensweise sowie die stärkere Fokussierung auf das Produkt sind dabei wichtige Vorgaben. Ziel ist eine enge Verzahnung von Einkauf, Vertrieb, Dienstleistungen und Logistik. Christian Rabe, Bereichsleiter Einkauf, zeigte dies auch in seinem Vortrag auf.

**Standortentwicklung lotet Potenziale aus**

Für organisches Wachstum entsprechend der hagebau Strategie 2020 soll der neue Bereich Standortentwicklung des Fachhandels sorgen, den Bereichsleiter Jörg Westergaard vor zahlreichen Zuhörern vorstellte.

„Um bislang ungenutzte Potenziale jedes einzelnen Standorts ermitteln zu können, bündeln wir mittels einer eigens entwickelten Software in den kommenden Monaten Kennzahlen von hagebau Gesellschafterunternehmen sowie Daten zum Markt- und Wettbewerbsumfeld“, so Westergaard. Auf dieser Basis werden gezielt Maßnahmen zur Weiterentwicklung des jeweiligen Standortes definiert.

Weitere Zukunftskonzepte lernten die Teilnehmer bei den Vollversammlungen der zwölf hagebau Spezialisierungssysteme kennen. Die begleitende Ausstellung zeigte neueste Produkte und Dienstleistungen. Für die Besucher aus der Industrie präsentierte Geschäftsführer Goldboom Informationen und Aktuelles zur hagebau.

**Über 50 hagebau Champions gekürt**

Höhepunkt der Abendveranstaltung war die Ehrung der hagebau Champions:   
43 Händler und zwölf Industriepartner erhielten Preise für besondere Verdienste um die hagebau Spezialisierungssysteme und die neuen Eigenmarken des Fachhandels. Erstmals zeichneten auch die österreichischen Spezialisierungssysteme auf dem FORUM ihre engagiertesten Händler aus.

6.528 Zeichen

**Bildunterschrift:**

**hagebau\_FORUM\_2015.jpg**

Mehr als 1.500 Teilnehmer kamen zum hagebau FORUM 2015 nach Berlin.

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

Internet: www.hagebau.com