Presse-Information

hagebau: ZEUS Messe peilt abermals Rekord an

- **Mehr als 3.100 Besucher in Köln erwartet**
- **Rund 240 hagebau Lieferanten sorgen für Aussteller-Rekord**
- **hagebau Category Management mit neuen Flächenkonzepten**
- **Innovative Konzepte für Fliese, Malerwerkzeug, Zoo**

Köln/Soltau, 11. Februar 2015. Das Category Management des hagebau Einzelhandels präsentiert in Köln auf der 12. ZEUS Messe innovative Sortimente sowie neue kundenorientierte Flächenkonzepte für die Vertriebsschienen hagebaumarkt, Werkers Welt und Floraland. Auf ca. 12.000 Quadratmetern Ausstellungsfläche stellen am 11. und 12. Februar 2015 rund 240 Lieferanten des hagebau Einzelhandels neue Trends und Entwicklungen vor. Mit 17 Konzeptständen sind auch die hagebau Gruppe, baumarkt direkt sowie der hagebau Einzelhandel selbst vertreten. Erwartet werden über 3.100 Besucher (2014: 2.720 Teilnehmer), die sich in den zwei Tagen über die Innovationen der hagebau Einzelhandels-Systeme informieren wollen.

„Wir freuen uns sehr, dass wir 240 Lieferanten auf der diesjährigen ZEUS Messe begrüßen dürfen. So viele wie nie zuvor“, betont Torsten Kreft, Geschäftsführer Category Management der ZEUS. „Auch die steigende Teilnehmerzahl unterstreicht die Bedeutung der ZEUS Messe als wichtigen Branchentreffpunkt. Nirgendwo sonst treffen sich so viele ZEUS-Mitarbeiter, Lieferanten und Branchenexperten.“

Und Impulse zum Austausch würden den Teilnehmern reichlich geboten: „Von A wie Arbeitsschutz bis Z wie Zoo können sich Besucher von Produkten und Sortimentskonzepten, die schon morgen im Markt erfolgreich eingesetzt werden, überzeugen“, führt Kreft aus. „Ein stringentes Category Management trägt maßgeblich zum Wachstum der Standorte bei.“

Dabei stelle die Strategie der ZEUS eines ganz klar in den Fokus – den Kunden. „Es ist daher unser Anspruch, stets neue und weiterentwickelte Flächenkonzepte vorzustellen, die konsequent an den Bedürfnissen und Wünschen der Kunden ausgerichtet sind“, so Kreft. „Wer heute als Kunde in einem hagebaumarkt, in einem Floraland oder in einem Werkers Welt Standort einkauft, der weiß, dass er Qualität erhält. Und das zu fairen Preisen. Außerdem findet er sich im Markt dank klar strukturierter Flächenkonzepte schnell zurecht, der Einkauf ist also einfach und bequem. Zudem schärfen wir mit unseren Eigenmarken ganz klar unser Profil.“

Kai Kächelein, Geschäftsführer Vertrieb & Marketing hagebau Einzelhandel, unterstreicht: „Der weitere, nachhaltige Erfolg der Vertriebsschienen des hagebau Einzelhandels wird sowohl für bestehende Standorte als auch im Ausbau des Standortnetzes wesentlich durch eine strategische Ausrichtung der Flächenkonzepte mitgetragen.“

Hinzu komme eine gezielte Weiterarbeit an der Bekanntheit der Marke hagebau durch eine stringente Markenführung mit klarer Marketingstrategie. Schon heute läge die ungestützte Markenbekanntheit von hagebau bei fast 50 Prozent, erläutert Kächelein, die gestützte sogar bei über 90 Prozent. Dies nehme man im hagebau Einzelhandel als Ansporn, um hagebau als Markenversprechen künftig noch stärker zu positionieren.

„Der hagebau Einzelhandel ist für weiteres organisches und expansives Wachstum sehr gut aufgestellt. Mit der konsequenten Umsetzung unserer Einzelhandelsstrategie, die beispielsweise Themen wie die Digitalisierung mit der Cross-Channel-Strategie nutzen wird oder mit dem Kleinflächenkonzept Werkers Welt vorhandene Potenziale noch stärker heben will, werden wir auch in Zukunft punkten“, ist Kächelein überzeugt.

Eigenmarken: Neuheiten und Highlights

Unter dem Slogan "Unsere Eigenmarken – unsere Stärke" werden auf der ZEUS Messe die ZEUS Eigenmarken Renovo, Wellwater, Gecco, Casaya, Mr. Gardener und Gartenkrone präsentiert. Der Messestand Gartenbaustoffe stellt die Eigenmarke Mr. Gardener in den Sortimentsbereichen Terrassenplatten, Mauersysteme und Zierkies vor.

Der überarbeitete Sortimentsauftritt Zoo/Heimtierbedarf wird auf dem Messestand Zoo gezeigt.

Neue DIY-Konzepte paaren Ästhetik und Praktikabilität

Dass längst nicht mehr nur Männer zu den klassischen Baumarktkunden gehören, sondern vor allem auch Frauen die Gestaltung und Modernisierung von Räumen in die Hand nehmen und selber umsetzen, ist ein klarer Trend, der vor allem im DIY Bereich zu spüren ist. Eine übersichtliche und kundenorientierte Einkaufsführung durch das Sortiment steht dabei ebenso im Mittelpunkt wie die Berücksichtigung neuer Materialien und zukunftsweisenden Verarbeitungstechniken.

Diese Marktentwicklungen werden zum Beispiel bei der neuen Gestaltung der Sortimente rund um Malerwerkzeuge berücksichtigt. „Mit unserem speziell erarbeiteten Farb-Leitsystem gehen wir noch deutlicher als bislang auf das Kundenverhalten ein“, so Thorsten Gehrke, Bereichsleiter Category Management DIY. „Neben praktischen Aspekten, wie beispielsweise schneller Auffindbarkeit einzelner Produkte, spielten beim Relaunch des Konzepts auch Ästhetik und Optik eine noch deutlichere Rolle.“ Man habe mit der aktuell vorgestellten Version den Nerv der Zeit getroffen, ist sich Gehrke sicher.

Neue Trends spiegeln sich auch in den überarbeiteten Fliesen-Konzepten wider: „Schlicht einfarbige Fliesen ohne Struktur sind mittlerweile nicht mehr zeitgemäß“, weiß Gehrke. „Von Holzoptik über besondere Oberflächen-

Strukturen – durch hochmoderne, digitale Drucktechnik ist die Gestaltung von Räumen mit Fliesen längst nicht mehr auf das Bad beschränkt. Fliesen in Holz- oder Steinoptik werden zur erwachsenen Alternative zu Holz- oder Laminatböden“, so Gehrke weiter.

„Stark für die Zukunft“ Motto der erfolgreichen Konzept-Messe in 2015

Dass die Flächenkonzepte und Sortiments-Bausteine erfolgreich präsentiert werden, zeige sich unter anderem an der permanent wachsenden Besucherzahl. „Mit der ZEUS Messe als wichtiger Konzeptmesse gelingt uns jedes Jahr ein neuer Rekord. Dies lässt sich an den stetig steigenden Teilnehmer- wie auch Ausstellerzahlen ablesen“, so Jörg Reschke, Bereichsleiter Merchandising/ Sortimentsbausteine. „Die Ausstellerdichte ist auf den 12.000 Quadratmeter Fläche in diesem Jahr so hoch wie nie zuvor“, ergänzt Reschke. „Die ZEUS Messe wächst und wächst. Ganz nach unserem Motto – Stark für die Zukunft.“

6.151 Zeichen

Bilder zur ZEUS Messe stehen ab Donnerstag, 12. Februar, als Download unter folgendem Link zur Verfügung:
http://unternehmen.hagebau.com/presse_center/bilddatenbank/index.jsp

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