

Presse-Information

„Stark für die Zukunft“ mit neuen Konzepten

hagebau Einzelhandel präsentiert Neuheiten auf der ZEUS Messe 2017

Köln/Soltau, 9. Februar 2017. Unter dem Motto „Stark für die Zukunft“ stellt das Category Management des hagebau Einzelhandels in diesem Jahr auf der ZEUS Messe zahlreiche Weiterentwicklungen von Flächenkonzepten und Sortimentsbausteinen vor. Mit der ZEUS Messe-App steht allen Besuchern ein neuer Service mit zahlreichen Mehrwerten zur Verfügung.

„Im Mittelpunkt der permanenten Weiterentwicklung von Sortimenten stehen der Kunde und seine Bedürfnisse“, erläutert Torsten Kreft, Geschäftsführer Category Management hagebau Einzelhandel. Auf der 14. ZEUS Messe würden daher auch 2017 Neuerungen vorgestellt, die klar am Markt orientiert sind und hagebau Gesellschaftern daher wesentliche Impulse für deren Standorte gäben.

Neue Trends im Category Management DIY vorgestellt

In den Sortimenten Eisenwaren, Sanitärinstallation und Bad-Ausstattung sowie Innendeko/Heimtextilien und Smart Home finden sich nach der Überarbeitung alle aktuellen Entwicklungen aufgegriffen und umgesetzt. „Wenn ein Category Manager gut ist, dann nutzt er nicht nur aktuelle Trends, sondern antizipiert Strömungen“, so Thorsten Gehrke, Bereichsleiter Category Management DIY im hagebau Einzelhandel. Dies sei dem Category Management des hagebau Einzelhandels in den vergangenen Jahren immer sehr gut gelungen. „Diese Qualität für Flächenkonzepte und Sortimente treiben wir mit den vorgestellten Bausteinen und Konzepten zielgerichtet voran“, so Gehrke weiter.

Hervorzuheben seien die Shop-Konzeption für Eisenwaren, die Weiterentwicklung der Angebote zu Installationstechniken im Bereich Bad/Sanitär sowie die

fortgeschriebene Emotionalisierung der Abteilung Innendeko/Heimtextil mit Stilgarnituren und vielem mehr.

„Dabei hat der hagebau Einzelhandel die Bausteine für die Großfläche hagebaumarkt überarbeitet und auch für Werkers Welt Standorte Konzepte für Farbe, Sanitär, Baustoffe und andere Sortimente fokussiert weiterentwickelt“, beschreibt Gehrke die Neuerungen für die Vertriebsschienen des hagebau Einzelhandels und hebt hervor: „Schon ab KW 7 wird bundesweit die vollständig neu entwickelte Regalstrecke für handgeführte Elektrowerkzeuge ausgerollt. Der hagebau Einzelhandel hat die Markteinführung einer neuen Eigenmarke zum Anlass genommen, das Lieferanten- und Sortimentsportfolio optimal für den Kundenkontakt anzuordnen.“

Garten und Terrasse bleiben Kundenliebling

Das Kunden-Bedürfnis, den Garten, den Balkon oder die Terrasse zum Wohnraum zu machen, ist nach wie vor ungebrochen groß. Nicht nur Grillen und Pflanzen, sondern die Gestaltung bestehender und die Schaffung neuer Flächen rückt dabei immer mehr in den Vordergrund. „Daher hat das Category Management Garten + Freizeit zahlreiche Angebote von Mauersystemen über Steinsorten und Terrassenbelägen bis hin zu Überdachungsmöglichkeiten erarbeitet“, erläutert Markus Kappelhoff, Bereichsleiter Category Management Garten + Freizeit im hagebau Einzelhandel. Entsprechend des Serviceversprechens `Hier hilft man sich` können hagebaumarkt Kunden bei der Planung ihres Terrassen-Überdachungsprojekts von der Beratung und dem Aufmaßservice bis zur Endmontage auf Basis einer breiten Produktauswahl ihren Traum vom Outdoor Living umsetzen.

Messe-App liefert mobil Orientierung

Wer Messen besucht, weiß: Einen Aussteller findet man durch Messepläne grundsätzlich ganz gut. Aber wo ist der nächste Informationsstand oder Aufsteller, der Aufschluss gibt, wenn der Faltpfad zu Messeständen gerade nicht greifbar ist? „Mit der ZEUS Messe-App, die in diesem Jahr zum ersten Mal zum Einsatz kommt, ermöglichen wir allen Messebesuchern eine Navigation auf dem Gelände, die state

of the art ist“, zeigt sich Jörg Reschke, Bereichsleiter Merchandising/Listung, überzeugt. „Wir laden alle Besucher ein, die Messe-App zahlreich einzusetzen und uns Feedback zu Funktionalität und Handhabung zu geben.“

Abgerundet wird der neue Service ZEUS Messe-App durch das in diesem Jahr als Test in der App integrierte Tool „easyGet@“. „Mit easyGet@ findet man auf den Konzeptständen Eisenwaren und Sanitärinstallation sicher seinen Weg zu allen Produkten, über die man sich in diesen Sortiment informieren möchte“, so Reschke zu der Serviceerweiterung der mobilen Anwendung für Messebesucher. Gerade für die sehr kleinteiligen Sortimente, wie Eisenwaren und Sanitärinstallation, sei so eine optimale Unterstützung bei der Produktsuche gegeben. „Die Funktionsweise ist dabei absolut anwenderfreundlich und leicht verständlich: Erst den QR Code am Regal scannen, im zweiten Schritt den Suchbegriff für das Produkt eingeben und schon zeigt einem „easyGet@“ an, wo genau im Regal beispielsweise die gesuchten Nägel zu finden sind.“

Sollte sich der Testlauf bewähren, wird „easyGet@“ fest in das App-Funktionsportfolio integriert.

4.846 Zeichen

Bildunterschrift:

ZEUS_Messe_Neue Konzepte 2017.jpg

Für die Markteinführung der neuen Eigenmarke Kraftronic optimiert der hagebau Einzelhandel die Regalstrecken in den hagebaumärkten und Werkers Welt Standorten.

Foto: hagebau (Abdruck honorarfrei)

hagebau Gruppe

1964 gegründet ist die hagebau Handelsgesellschaft für Baustoffe mbH & Co. KG eine heute durch rund 370 rechtlich selbstständige, mittelständische Unternehmen im Fach- und Einzelhandel getragene Kooperation. Der hagebau Gruppe sind mehr als 1.700 Standorte in

Europa (Deutschland, Österreich, Schweiz, Luxemburg, Frankreich, Belgien, Spanien und Niederlande) angeschlossen.

Mit einem zentralfakturierten Nettoumsatz (alle über die hagebau Zentrale bezogenen Waren und Dienstleistungen) von 6,26 Milliarden Euro (2016) nimmt die hagebau Gruppe einen Spitzenplatz in der Branche ein. Alle Gesellschafter des Fach- und Einzelhandels der hagebau Gruppe erwirtschafteten ein Jahr zuvor (2015) einen Netto-Außenumsatz von 14,7 Milliarden Euro.

Der Fachhandel bedient unter der (Kann-)Marke hagebau die Sparten Baustoffe, Fliese und Holz (primär B2B).

Die hagebaumärkte in Deutschland und Österreich erzielten im Geschäftsjahr 2016 einen kumulierten Netto-Verkaufsumsatz von 2,15 Milliarden Euro. Der Einzelhandel, dem mittelständische Unternehmen als Franchisenehmer 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.

Mit mehr als 1.350 Mitarbeitern erbringt die hagebau Gruppe an sieben Standorten zahlreiche Dienstleistungen für die angeschlossenen mittelständischen Handelshäuser. Hauptsitz der Kooperation ist Soltau mit rund 900 Mitarbeitern. Zu den Dienstleistungen für die mittelständischen Anteilseigner zählen die Bereiche Einkauf, Vertrieb, Systeme, Logistik, IT, 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: 17

Nina Lemmerz-Sickert
Abteilungsleitung Unternehmenskommunikation
stv. Pressesprecherin

hagebau
Handelsgesellschaft für Baustoffe mbH & Co. KG

Celler Str. 47
29614 Soltau

Telefon: +49 5191 802-879
Telefax: +49 5191 98664-879
Mobil: +49 160 2239999
E-Mail: nina.lemmerz-sickert@hagebau.com
Internet: www.hagebau.com