

Presse-Information

hagebau Fachhandel forciert Eigenmarken

- Eigenmarkenumsatz 2017 um 35 Prozent gewachsen
- Jetzt auch Farben, Haustüren und Ganzglastüren von „WUNDERWERK est. 1964“

Soltau, 13. Februar 2018. Mit „WUNDERWERK est. 1964“ und „Butler macht’s!“ hat der hagebau Fachhandel Anfang 2015 zwei neue Eigenmarken geschaffen, die inhaltlich klar gegeneinander abgegrenzt sind: Die eine bedient den dekorativen Bereich und setzt auf emotionale Ansprache, die andere ist auf die praktischen Bedürfnisse des Profis ausgerichtet. Das Konzept geht auf, wie die Umsatzzahlen belegen: Nach hohen zweistelligen Zuwachsraten in den ersten beiden Jahren konnte der hagebau Fachhandel die Eigenmarkenumsätze 2017 um weitere 35 Prozent steigern. Neben der zunehmenden Nachfrage der hagebau Gesellschafter befeuert auch ein ständig wachsendes Produktportfolio die positive Entwicklung. Mitte des Jahres 2017 wurde „WUNDERWERK est. 1964“ um den Sortimentsbereich Farbe erweitert. Seit Anfang 2018 sind Haustüren und neue GaLaBau-Produkte auf dem Markt und im März folgen Ganzglastüren von „WUNDERWERK est. 1964“. Auch „Butler macht’s!“ hat einige Neuerungen zu bieten.

Das Farbensortiment von „WUNDERWERK est. 1964“ konzentriert sich im ersten Schritt auf weiße Wand- und Fassadenfarbe in verschiedenen Qualitäten sowie einen Tiefgrund. „Farbe ist ein Produktbereich, der im Baustoffhandel gut funktioniert“, erläutert Michael Hoffmann, Abteilungsleiter Vertrieb Baustoffe bei der hagebau. Allein in den ersten acht Monaten 2017 ist der hagebau Einkaufsumsatz im Sortimentsbereich Farbe gegenüber dem Vorjahr überproportional gestiegen. „Mit den Eigenmarkenprodukten wollen wir noch mehr hagebau Fachhändler motivieren, Farben in ihr Sortiment aufzunehmen“, so Hoffmann.

Aber auch Gesellschafter, die bereits Farben führen, profitieren. Ein Beispiel: Die Raiffeisen Waren GmbH mit Sitz in Kassel verkauft an ihren 25 Standorten seit Jahren Farben. Seit September 2017 ist an den ersten 15 Niederlassungen auch „WUNDERWERK est. 1964“ im Programm. „Jetzt können wir unseren Kunden eine Alternative zur Marke bieten“, nennt André Nickel, Produktmanager bei der Raiffeisen Waren GmbH, einen Vorteil. Zudem seien die Eigenmarkenprodukte jederzeit kurzfristig über die hagebau eigene Logistik verfügbar – auch in kleinen Mengen. Nickel: „Die Raiffeisengruppe wächst seit Jahren zweistellig im Farbenbereich. Mit ‚WUNDERWERK est. 1964‘ wollen wir Umsatz und Ertrag weiter steigern.“

Neu von „WUNDERWERK est. 1964“: Haustüren und GaLaBau-Produkte

Derart positive Effekte erhofft sich der hagebau Fachhandel in Soltau nun auch von den neuen Haustüren, die seit Anfang des Jahres in den Markt eingeführt werden – unterstützt von attraktiven Angeboten. Das Sortiment beinhaltet fünf trendige Modelle, die umfangreich konfiguriert werden können, beispielsweise hinsichtlich Größe, Farbe, Beschläge und Glaseinsätzen. Zahlreiche Ergänzungen fördern den Mehrverkauf. Die Soltauer Zentrale bietet den Händlern zudem Verkaufsunterstützung durch einen Prospekt und verschiedene Musterständer.

Auch im GaLaBau-Bereich können Händler seit Anfang 2018 mit zusätzlichen „WUNDERWERK est. 1964“-Produkten punkten, insbesondere mit Neuheiten im Bereich Pflastersteine und bei keramischen Terrassenplatten. Erstmals gibt es auch Kunstrasen in zwei Ausführungen sowie ein Unkrautvlies in hochwertiger Qualität.

Highlight: Attraktive Ganzglastüren

Ab März 2018 hat „WUNDERWERK est. 1964“ ein weiteres Highlight zu bieten. Dann sind acht Ganzglastür-Modelle für den Innenbereich aus geprüftem Sicherheitsglas in unterschiedlichen Standardgrößen verfügbar. Für attraktives Design sorgen hochwertiger Siebdruck auf Weißglas und die Mattierung der Oberfläche mithilfe der Keramikfarbe „Kristallweiß“. Zwei exklusive Modellvarianten zeichnen sich durch im Keramikdruckverfahren eingebrannte Motive aus. Auch für diese Türen erhalten die Händler Verkaufsunterstützung. Der Bezug erfolgt über die hagebau eigene Logistik.

Neuheiten von „Butler macht’s!“

Die technische Eigenmarke „Butler macht’s!“ hat ebenfalls einige Neuerungen zu bieten, etwa die Profi-Baustellen-Kabeltrommel, die 2017 auf den Markt kam, und weitere Produkte zur Sortimentsabrundung, insbesondere im Bereich Bauchemie. Erstmals bietet „Butler macht’s!“ seit Anfang 2018 zudem ein hochwertiges und widerstandsfähiges Premium-Malerabdeckvlies in zwei Grammaturen (260 g und 170 g), welches den Anforderungen an eine „staubfreie Baustelle“ gerecht wird.

„In Zeiten eines sich verschärfenden Wettbewerbs geben Eigenmarken unseren Händlern die Möglichkeit, aus der Vergleichbarkeit herauszukommen und ihre Marktsituation zu verbessern“, erklärt Johannes Lensges, Bereichsleiter Vertrieb hagebau Fachhandel. „Wir sehen hier noch viel Potenzial für die Zukunft.“

4.593 Zeichen

Bildunterschriften

WUNDERWERK_Farben_Überblick.jpg / WUNDERWERK_Farben.jpg

Die Eigenmarken des hagebau Fachhandels bieten den Fachhändlern ertragsstarke Produkte. Neu ist das Farbensortiment von „WUNDERWERK est. 1964“.

WUNDERWERK_Türen.jpg

2018 wird die hagebau Eigenmarke „WUNDERWERK est. 1964“ um weitere attraktive Sortimente ergänzt, insbesondere Haustüren und Ganzglastüren. Die verschiedenen Modelle wurden den hagebau Gesellschaftern auf dem hagebau FORUM 2017 in Berlin vorgestellt.

Fotos: hagebau (Abdruck honorarfrei)

hagebau Unternehmensgruppe

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 1.750 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 6,51 Milliarden Euro (2017) nimmt die hagebau Gruppe einen Spitzenplatz in der Branche ein.

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

Der hagebau Einzelhandel ist für Gesellschafter der hagebau Gruppe Franchisegeber. Mit den Marken hagebaumarkt, FLORALAND und WERKERS WELT ist die hagebau Kooperation im standortgebundenen B2C-Markt aktiv. Die hagebaumärkte in Deutschland und Österreich erzielten im Geschäftsjahr 2017 einen kumulierten Netto-Verkaufsumsatz von 2,21 Milliarden Euro. Mit baumarkt direkt, einem Joint Venture 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:

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: +49 160 223 99 99
E-Mail: nina.lemmerz-sickert@hagebau.com
Internet: www.hagebau.com