

Presse-Information

## **Ein Jahr KRAFTRONIC Produkte: hagebau Eigenmarke ist ein Erfolg**

- Weiterentwicklung ist in angrenzenden Produktgruppen bereits konkret in Planung

**Soltau, 13. November 2018. KRAFTRONIC, die Eigenmarke des hagebau Einzelhandels für handgeführte Elektrowerkzeuge, ist gut ein Jahr nach ihrer Einführung stark nachgefragt. Die Verkaufszahlen der hagebau Marke entwickeln sich deutlich besser als erwartet und wirken sich positiv auf den Ertrag in diesem preissensiblen Sortimentsbereich aus.**

„Ziel war es, mit der neuen Eigenmarke KRAFTRONIC das Sortiment in dieser strategisch wichtigen Kategorie selbst zu steuern“, so Thorsten Gehrke, Bereichsleiter Category Management DIY hagebau Einzelhandel. „Dabei haben wir mit KRAFTRONIC gezielt das entwickelt, was unserer konkreten Vorstellung des Angebots an die hagebau Kunden entspricht. Es wäre keine Alternative gewesen, dem Kunden Produkte anzubieten, bei denen er ähnliche Features wie bei einer Herstellermarke nur etwas günstiger bekommt.“

### **Klare Differenzierung**

KRAFTRONIC wurde bewusst als Differenzierungsinstrument für den Einzelhandel der hagebau platziert in einem Marktumfeld, das einem intensiven Preiswettbewerb unterliegt. Der Bereich der handgeführten Elektrowerkzeuge in den Baumärkten entwickelte sich schwächer als die meisten anderen Sortimentsbereiche. Markenhersteller unter Preisdruck erweiterten ihre Absatzkanäle, insbesondere in der Online Vermarktung. Die Neueinführung einer Eigenmarke erzielt für die hagebau gleich mehrere Positiv-Effekte: Wettbewerbsdifferenzierung und Bildung eines unverwechselbaren Sortimentskerns, aktive Steuerung des Sortiments, langfristige Erhöhung der Kundenbindung und Ertragssicherung auch bei Preisverfall der Markenanbieter.

### **Hohe Qualität und Mehrwert im Fokus**

Mit dem Launch von KRAFTRONIC hat der hagebau Einzelhandel das gesamte Segment der handgeführten Elektrowerkzeuge in den Märkten neu positioniert, Merchandising und Markenarchitektur komplett überarbeitet. Der Fokus der Eigenmarke liegt dabei auf hohem Qualitätsanspruch. Dass dies funktioniert, belegen zahlreiche Tests der KRAFTRONIC Produkte mit Endnoten „gut“ und „sehr gut“ in den wichtigsten Heimwerker-Publikumsmagazinen.

Bei der Entwicklung von KRAFTRONIC ließ sich das Category Management der hagebau besonders von den Kundenbedürfnissen leiten und achtete in relevanten Bereichen auf echten Mehrwert, wie z. B. vier Meter lange Kabelzuleitungen. Einige Geräte mit hoher Gebrauchsquote gibt es mit inkludierten, stabilen Transportkoffern.

### **KRAFTRONIC wird weiterentwickelt**

Der Erfolg bei den Kunden gibt übrigens ein klares Signal für die Weiterentwicklung der Eigenmarke in angrenzende Produktgruppen: Für 2019 sind z. B. Allzwecksauger im blauen KRAFTRONIC Design geplant. Aber auch bei den Elektrohandwerkzeugen sind bereits neue Produkte in der Planung.

Die Produkte der erfolgreichen Eigenmarke sind derzeit in den 344 deutschen hagebaumärkten, 115 WERKERS WELT Standorten und 46 hagebaumärkten in Österreich verfügbar. Dazu kommen die Online-Kanäle von hagebau.de und WERKERSWELT.de.

3.053 Zeichen

#### Bildunterschrift:

#### **hagebau KRAFTRONIC Regal.jpg**

Die Elektrohandwerkzeug-Eigenmarke KRAFTRONIC, seit einem Jahr in den Vertriebsschienen der hagebau, erweist sich als sehr erfolgreich bei den Kunden.

Foto: hagebau/Kirsten Nijhof (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 eine führende Position 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 2239999  
E-Mail: [nina.lemmerz-sickert@hagebau.com](mailto:nina.lemmerz-sickert@hagebau.com)  
Internet: [www.hagebau.com](http://www.hagebau.com)