

Presse-Information

RENOVO: Umfangreichster Relaunch einer hagebau Eigenmarke setzt Meilenstein im Farbensegment

- RENOVO Portfolio durch Profi- und DIY-Produkte ergänzt
- Roll-Out seit Anfang September mit neugestaltetem PoS und Verpackungsdesign

Soltau, 20. November 2018. Mit neuen Produktlinien, überarbeiteter Kundenkommunikation und frischem Verpackungsdesign wird die hagebau Eigenmarke RENOVO aktuell in den hagebaumärkten und WERKERS WELT Standorten im Rahmen einer ganzheitlichen Abteilungsüberarbeitung ausgerollt. Für Kunden bedeutet das: noch größere Auswahl im Farbensegment bei gewohnt hoher Qualität.

„Die Farbenabteilung ist ein umsatzstarker, aber auch sehr trendabhängiger Sortimentsbereich, was sich durch schnell wechselnde Tendenzen im Markt bemerkbar macht. Dem tragen wir mit der konsequenten Überarbeitung des gesamten Farbensegments in unserer Eigenmarke RENOVO Rechnung“, erläutert Torsten Kreft, Geschäftsführer hagebau Einzelhandel, die Hintergründe für den Relaunch. Denn: Bessere Produktqualität in Kombination mit längeren Renovierungsintervallen und generell reduzierte Heimwerkeraktivitäten bei der Zielgruppe benötigen intelligentes Gegensteuern.

Neue Produktlinien für Profis und im DIY-Segment

Hieraus resultierten beispielsweise neue Sortimentsbestandteile. „Dem Markttrend des ‚Do-it-for-me‘ folgend gibt es erstmals ein professionelles Portfolio (RENOVO Profi), das durch die hohe Kompetenz des Herstellers Brillux höchsten Ansprüchen von (semi-)professionellen Malern genügt“, so Thorsten Gehrke, Bereichsleiter Category Management DIY. Aber auch im DIY-Segment gibt es neue Produktlinien. Bei Dispersionen spricht RENOVO Modern Family mit besonders strapazierfähigen

Anstrichmitteln neue Zielgruppen an; das Holzschutzsegment bringt mit den halbdeckenden Farblasuren von RENOVO Garden Decor den Vintage-Look auch ins Outdoor-Wohnzimmer. Bei den Lacken stehen sowohl mit RENOVO Premium wie mit RENOVO Shabby Chic neue Produktlinien zu aktuellen Trendthemen im Regal. Deutlich aufgewertet wurde auch der Tinting-Bereich: Für die Mischanlagen stehen neue Farbspektren und Kollektionen zur Verfügung, die Farbstreifen-Kollektion wurde neugestaltet und um den Bereich „Fassade und Holzschutz“ erweitert. „In einem speziellen Schulungspaket aus E-Learning-Maßnahmen und Vor-Ort-Trainings wird den Fachverkäufern zur optimalen Beratung der Kunden das nötige Spezialwissen vermittelt“, betont Gehrke.

PoS und Verpackungsdesign vollständig überarbeitet

Ebenso wichtig wie die Optimierung des Produktportfolios war der Relaunch des Point of Sale. So wurde die gesamte Kundenkommunikation und -führung neu angelegt, klar gegliederte Orientierungs- und Informationsbereiche leiten die Kunden zu den gewünschten Produkten. Zudem wurde ein elektronischer Raumplaner entwickelt über den Kunden am PoS die gewünschte Farbgebung von Wand und Decke, z. B. in Verbindung mit Holzbodenbelägen, simulieren können und somit ein besonderes Einkaufserlebnis geschaffen.

Auch das Verpackungsdesign bekam ein ansprechendes Facelift – wichtige Informationen sind jetzt kundenfreundlich plakativ dargestellt und das Packaging wirkt dem hohen Qualitätsanspruch folgend edel.

Mehrfach bestätigte Spitzenqualität

Dass RENOVO Produkte überzeugen, spiegeln die positiven Bewertungen in Produkt- und Verbrauchertests wider. So erhielt RENOVO Meisterweiss von der Stiftung Warentest in Ausgabe 09/2017 die Bewertung „Gut“ (2,0) und in der Ausgabe 10/2018 der Zeitschrift „selber machen“ im Praxistest ein „sehr gut“ und war zudem Testsieger in der Kategorie Ergiebigkeit.

Bildunterschriften:

RENOVO PoS.jpg

Klar, übersichtlich und aufgeräumt: Auch am PoS zeigt der umfangreiche Relaunch der hagebau Eigenmarke deutliche Auswirkungen.

RENOVO Shabby Chic Sprühlacke.jpg

Trendbewusst: Mit den neuen Erweiterungen im RENOVO Sortiment, hier bei dem Sprühlacken, werden modern orientierte Zielgruppen angesprochen.

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 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
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