

## Presse-Information

### hagebau FORUM: 1.500 Teilnehmer in Berlin

- Größte Veranstaltung des hagebau Fachhandels steht unter dem Motto „Stationär trifft online“
- Fachhandel präsentiert seine Leistungen auf 4.000 m<sup>2</sup> Ausstellungsfläche
- Neue Kampagne Generalistenvertrieb vorgestellt
- Über 50 hagebau Champions gekürt
- Beste Auszubildenden der hagebau Fachhändler geehrt

**Soltau/Berlin, 9. November 2017. Das 11. hagebau FORUM, das vom 7. bis 8. November in Berlin stattfand, erlebte erneut einen Besucheransturm: Zur größten Veranstaltung des hagebau Fachhandels waren rund 1.500 Teilnehmer gekommen, darunter Gesellschafter aus Deutschland, Österreich und Luxemburg sowie zahlreiche Industrievertreter. Erstmals stand das hagebau FORUM unter einem übergeordneten Motto „Stationär trifft Online“, das sich in den Vorträgen ebenso widerspiegelte wie in den Vollversammlungen und an den Ausstellungsständen. Ebenfalls neu: Geführte Rundgänge erleichterten den Tagungsbesuchern die Orientierung in der 4.000 m<sup>2</sup> großen Ausstellung. Weitere Highlights bildeten die Vorstellung der neuen Kampagne Generalistenvertrieb sowie die Ehrung von über 50 hagebau Champions.**

„Die Welt des Handels verändert sich durch die Digitalisierung immer stärker und immer schneller“, stimmte Hartmut Goldboom, Geschäftsführer hagebau Fachhandel, die Teilnehmer in seiner Begrüßung auf die Veranstaltung ein. Der Wunsch der Kunden nach mehrwertbringenden Konzepten steige. Für die Händler gelte es daher, verändertes Beschaffungs- und Informationsverhalten von Handwerkern und Bauherren frühzeitig zu erkennen und sich darauf einzustellen.

Einen tiefen Einblick in diese Thematik erhielten die Teilnehmer im Vortrag „Fressen und gefressen werden“ von Oliver Arp, Bereichsleiter E-Commerce hagebau

Fachhandel. Seine Botschaft: Um weiterhin erfolgreich zu sein, müssten die Fachhändler die internetaffinen Kunden gezielt in den Fokus nehmen, bevor es Online-Pure-Player täten. „Wir müssen unsere Aktivitäten entsprechend steuern und ausrichten“, forderte Arp die Fachhändler auf. Es sei höchste Zeit, zu handeln, wie er anhand einer aktuellen Kurzstudie verdeutlichte. Die von der hagebau in Auftrag gegebene Untersuchung analysiert das Informations- und Beschaffungsverhalten von Handwerkern und Bauherren. Ein wichtiges Ergebnis: 26 Prozent der Verarbeiter gaben an, dass sie beim letzten Kauf das Internet als Informationskanal genutzt haben. „Auch Profis googeln, bevor sie kaufen“, resümierte Arp. Oft wird dann gleich bestellt: 12 Prozent der Handwerker sagten, sie hätten ihren letzten Kauf online getätigt.

### **Lieferantenstudie des hagebau Fachhandels zeigt Potenziale auf**

„Wir müssen auch in Bezug auf Prozesse im Einkauf digitaler werden“, forderte auch Christian Rabe, Bereichsleiter Einkauf hagebau Fachhandel, in seinem Vortrag und zog damit die Konsequenzen aus einer aktuellen Lieferantenbefragung der hagebau. Ergebnis: Die Industriepartner sind zwar sehr zufrieden mit Beratungskompetenz und Kundenservice der Soltauer Zentrale und ihrer Gesellschafter, sehen aber Verbesserungspotenziale in der Digitalisierung, etwa in Bereichen wie Stammdatenimport, EDIFACT-Anbindung und im Vertrieb, der vermehrt mittels Apps und Online-Shops unterstützt werden sollte. Das Thema griffen Goldboom und Rabe auch im exklusiven Referat für die Industrievertreter auf. Dabei gaben sie zudem vielfältige Informationen zur allgemeinen Entwicklungen der hagebau.

### **Neu: Kampagne Generalistenvertrieb**

Zu den Highlights des hagebau FORUMs zählte auch die Vorstellung der neuen Kampagne Generalistenvertrieb, die im Januar 2018 starten wird, wie Johannes Lensges, Bereichsleiter Vertrieb hagebau Fachhandel, erläuterte. Das Konzept ist auf die rund 400 nicht-spezialisierten hagebau Fachhandelsstandorte ausgerichtet, insbesondere auf Nahversorger bis 7 Mio. Euro Umsatz. Diesen Händlern bietet die Kampagne umfangreiche Unterstützung im Hinblick auf Sortimentsgestaltung, Marketing und Qualifizierung an. „Noch nie war die Verbindlichkeit in einem System

so groß wie im Generalistenvertrieb“, machte Lensges die Ausnahmestellung der Kampagne deutlich.

### **Spezialisierung 2.1 geht an den Start**

Bei den Vollversammlungen der Spezialisierungssysteme, die traditionell den Kern des hagebau FORUMs bilden, verabschiedeten die Händler die Vertriebsmaßnahmen 2018 – erstmals getrennt nach Spezialisten und Top-Spezialisten, sodass jeder Händler die für seine Größe und Region passende Vertriebsunterstützung erhält. Die Differenzierung ist eine der Neuerungen der „Spezialisierung 2.1“. Diese Systematik wird zum 1. Januar 2018 verbindlich umgesetzt. Das hat auch zur Folge, dass künftig alle spezialisierten Händler ein Lagerkernsortiment führen. Die Auswahl der Artikel wurde in den einzelnen Versammlungen verabschiedet. „Wir wollen zusätzliche Erträge für unsere Händler generieren“, erläuterte Johannes Lensges die Ziele der neuen Systematik in einer erstmals durchgeführten gemeinsamen Vollversammlung aller Spezialisierungssysteme.

Die Digitalisierung wird die Arbeitsweise der Spezialisierungssysteme nachhaltig verändern. „Wir müssen schneller auf die Bedürfnisse des Marktes reagieren. Wir werden nicht mehr die Zeit haben, Maßnahmen zu entwickeln, die alle Aspekte und Bedürfnisse berücksichtigen. Vielmehr geht es darum, zu Beginn eine möglichst marktfähige Lösungen für die Anforderungen des Kunden bereitzustellen und diese dann im laufenden Betrieb zu analysieren, verbessern und weiterzuentwickeln. Das verändert die Zusammenarbeit zwischen den Systemen und den Gesellschaftern maßgeblich und daher haben wir unsere Organisation auf die geänderten Arbeitsweisen angepasst“, so Lensges zum weiteren Hintergrund.

### **Mehrwert für Besucher: Impulsvorträge in der Ausstellung**

Die 4.000 m<sup>2</sup> Ausstellungsfläche wurde vor allem zur Präsentation der Dienstleistungen des hagebau Fachhandels genutzt. Neu: Neben geführten Rundgängen durch die Ausstellung konnten die Besucher auch durch kurze, knackige Impulsvorträge zu Themen wie Marketing, E-Commerce, Eigenmarken oder

mobile Generalisten Hintergrund-Informationen erhalten. „Die Bandbreite an Entwicklungen und Möglichkeiten bezüglich der unterschiedlichen Dienstleistungen ist so groß, dass wir mit einem dialogisch ausgerichteten Ausstellungskonzept vertiefende Informationen geben können“, so Hartmut Goldboom. So werde jedem hagebau Gesellschafter die valide Entscheidung, welche Dienstleistung er für sein Tagesgeschäft nutzen möchte, deutlich erleichtert.

### **Auszubildende mit Preisen gewürdigt**

Wie in den Vorjahren nutzte Goldboom das hagebau FORUM, um die besten Auszubildenden der hagebau Fachhändler sowie deren Ausbilder zu ehren. Gemeinsam mit Christian Lübbert, Abteilungsleiter hagebau Personalentwicklung, zeichnete er die Groß- und Außenhandelskaufleute Christine Telgen von der Aug. Nothoff GmbH & Co. KG, Daniela Blank von der W. Renner GmbH, Lisa Cathérine Lorenz von der Götz + Moriz GmbH und Daniel Wulff von der Wilhelm Linnenbecker GmbH & Co. KG aus. Zu den Preisträgern zählten außerdem Julien Lang, Fachkraft für Lagerlogistik, von der Götz + Moriz GmbH, sowie Bürokauffrau Bianca Bartholme von der DBH Dienstleistungsgesellschaft mbH.

### **Über 50 hagebau Champions gekürt**

Höhepunkt der Abendveranstaltung war die Ehrung der hagebau Champions: 43 Händler – darunter auch vier österreichische Unternehmen – und zwölf Industriepartner erhielten die begehrten Trophäen aus den Händen von Hartmut Goldboom und den Vertriebsmanagern der Spezialisierungssysteme. Mit den Preisen wurden die besonderen Verdienste der Gesellschafter und Industriepartner für die Spezialisierungssysteme und Eigenmarken des hagebau Fachhandels gewürdigt.

Goldboom zog eine positive Bilanz: „Das hagebau FORUM hat in diesem Jahr fokussiert Zukunftsthemen aufgegriffen, die uns im Fachhandel in den nächsten Jahren beschäftigen werden. Ich bin sicher, dass unsere Gesellschafter und Industriepartner viele wertvolle Anregungen mitnehmen konnten.“

7.564 Zeichen

### Bildunterschriften

#### **Forum\_2017\_Goldboom.jpg**

Im Zentrum der Begrüßungsrede von Geschäftsführer Hartmut Goldboom standen die Themen Spezialisierung 2.1 und Digitalisierung.

#### **Forum\_2017\_Ausstellung.jpg**

Neben den Dienstleistungen des hagebau Fachhandels erwarteten die Besucher erstmals geführte Rundgänge und Impulsvorträge auf der 4.000 m<sup>2</sup> großen Ausstellungsfläche.

#### **Forum\_2017\_Auszubildende\_Gruppe.jpg**

Wurden im Rahmen des FORUMs geehrt: die sechs besten Auszubildenden der hagebau Fachhändler und deren Ausbilder.

#### **Forum\_2017\_Champions\_Gruppe.jpg**

Über 50 „hagebau Champions 2016“ konnten die begehrte Trophäe mit nach Hause nehmen.

Bildmaterial steht ab Donnerstag, dem 9. November 2017, 10:00 Uhr zum Download unter <https://www.hagebau.com/unternehmen/die-hagebau-gruppe/aktuelles/> zur Verfügung.

Fotos: Kirsten Nijhof (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-Verkaufumsatz 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](mailto:ralph.esper@hagebau.com)  
Internet: [www.hagebau.com](http://www.hagebau.com)

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](mailto:nina.lemmerz-sickert@hagebau.com)  
Internet: [www.hagebau.com](http://www.hagebau.com)