



15.09.2015 15:59 CEST

Zukunft der Baumarktbranche heißt Kooperation

Köln, 15. September 2015 – Am 9. September fanden die 9. Kölner Gespräche der Baumarkt- und Gartencenterbranche in Köln statt. Fast 100 Teilnehmer nahmen an der Veranstaltung der Zeitschrift *baumarktmanager* im Maritim Hotel teil. Im Mittelpunkt stand das Thema „Erfolgreich differenzieren in der Baumarktbranche“.

Der Verlag Siegfried Rohn, der die Zeitschrift baumarktmanager herausgibt, hatte wieder hochkarätige Redner eingeladen, um über die Zukunft der Do it yourself-Branche zu diskutieren. Gespannt verfolgten die Zuhörer, die etwa gleichwichtig aus Handel und Industrie kamen, den Vortrag von Bernd Hilscher, Deutschlandchef von Screwfix. Die britische Baumarktfirma, eine Tochter von Kingfisher, war vor genau einem Jahr nach Deutschland gekommen. Sie betreibt Abholmärkte mit der Zielgruppe Handwerker und ambitionierte Heimwerker. Das Konzept geht auf. In diesem Jahr, so Hilscher, hat Screwfix bereits drei neue Märkte eröffnet, zwei weitere folgen noch. Das Zentrallager ist auf ganze 100 Märkte ausgelegt.

Für besonderen Zündstoff sorgten die Diskussionsrunden während der Kölner Gespräche. Nektarios Bakakis, Noch-Geschäftsführer von Knauber, Peter Stechmann, Geschäftsführer Alpina Farben, und Boris Hedde, Geschäftsführer IFH Köln, berichteten als Macher des Knauber Innovation Stores über die Erfahrungen, die nach nun einem Jahr in dem neuen Format gesammelt wurden. Ihr Fazit: Technische Innovationen seien wichtig, dürften den Kunden aber nicht überfordern. So fehle QR-Codes oder ibeacons-Marketing bislang im Baumarkt die Akzeptanz. Als erfolgversprechend sehen die Geschäftsführer indes eine engere Zusammenarbeit zwischen Handel und Herstellern an. „Soll sich die DIY-Branche weiterentwickeln, müssen Handel und Lieferanten enger zusammenarbeiten“, so Peter Stechmann.

Ganz heiß ging es bei dem Thema Direktvertrieb her: Lubert Winnecken, Geschäftsführer des Bodenbelag-Herstellers Parador, hatte mit seinem Unternehmen vor einem Jahr einen Online-Shop mit direkter Bestellmöglichkeit für den Endkunden an den Start gebracht. Auf Druck des Fachhandels und nicht zuletzt auf Druck der Kooperationen hatte Parador den Shop nach kurzer Zeit wieder abgeschaltet. „Wir wollten die neue Customer-Journey begleiten“, erklärte Lubert Winnecken die Installation des Shops. „Wir wollten dabei nicht den Handel umgehen. Es ist uns aber nicht gelungen, dieses Ziel unseren Handelspartnern zu vermitteln.“ Mitdiskutant Eurobaustoff-Chef Ulrich Wolf beklagte, vor vollendete Tatsachen gestellt worden zu sein. „Unsere Gesellschafter haben viel in die Ausstellungen und in die Ausbildung der Fachkräfte investiert. Da passt ein neuer Vertriebsweg daran vorbei nicht. Hier hätten wir früher kooperieren müssen.“ Winnecken räumte ein, die Markenmacht von Parador überschätzt zu haben. Die eventuell größere Markenmacht anderer Hersteller ließ Ulrich Wolf hingegen nicht von seiner strikten Position abrücken: „Wir listen all die Marken und Hersteller aus, die nicht unserer Geschäftsphilosophie entsprechen.“

Die nächsten Kölner Gespräche finden am 14. September 2016 diesmal im Rheinenergiestadion in Köln statt.

Weitere Informationen und Impressionen: www.baumarktmanager.de

baumarktmanager ist das führende Entscheidermagazin der Baumarktbranche - print, online, mobile. Die Publikationen lesen Geschäftsführer und Manager von Handelskonzernen der Bereiche Bau/Baustoffe, Heimwerken, Garten, der DIY-Lieferanten und -Dienstleister sowie selbständige und angestellte Marktleiter. Sie informieren sich im gedruckten und digitalen Monatsmagazin in exklusiv recherchierten Nutzwerttexten und Reportagen über Trends im stationären wie elektronischen Handel, Führung von Märkten, Sortimentsinnovationen der Hersteller. In Internet und Apps finden Nutzer täglich alle branchenrelevanten News zeitnah und exklusiv sowie Marktübersichten zu DIY-relevanten Sortimenten. Die Auflage beträgt 6.500 Exemplare, die Onlinereichweite 39.000 PIs (IVW, 8/2015).

Kontaktpersonen



Justina Kroliczek

Pressekontakt

Management Unternehmenskommunikation

Rudolf Müller Medienholding GmbH & Co. KG

presse@rudolf-mueller.de

+49 221 5497-350