



EUROBAUSTOFF

## Gelungene Premiere der Leistungsschau im Schatten des Kölner Doms

»Das ist ein Wir-Gefühl, wie es sich jeder in einer Kooperation wünscht.« Ulrich Wolf, Vorsitzender der EUROBAUSTOFF-Geschäftsführung, war bereits vor dem zweiten Veranstaltungstag des Forums der Kooperation in Köln voll des Lobes für Gesellschafter, Aussteller und Mitarbeiter aus der Zentrale. »Alle machen zu 100 % mit: Unsere Fachhändler, ihre Mitarbeiter und ihre Auszubildenden sind so zahlreich erschienen, wie wir es uns erhofft haben. Unsere Lieferanten haben sich mächtig ins Zeug gelegt, zum einen personell, vor allem aber mit dem, was sie hier präsentieren. Und unsere Mitarbeiter in der Zentrale haben neben dem Tagesgeschäft ein beeindruckendes Forum aus der Taufe gehoben. Allen ein ganz großes Dankeschön.«

Es schien der ideale Zeitpunkt, an dem die EUROBAUSTOFF ihre neue Leistungsschau präsentierte: Ein gutes Umsatzjahr für Kooperation und Fachhändler mit deutlichen Marktanteilsgewinnen, eine hohe Akzeptanz der Kooperation im mittelständischen Baustoff-Fachhandel und bei den führenden Baustofflieferanten sowie der frühzeitige Einstieg in den Wachstumsmarkt Modernisierung seien Basis für die gute Stimmung und Garant für den Erfolg des ersten Forums dieser Art: zwei Tage lang

konzentrierte Gespräche zwischen allen Kooperationspartnern für eine weitere und engere Zusammenarbeit.

Bereits im Vorfeld des Forums meldeten sich weit mehr als 6000 Teilnehmer für den 7. und 8. November 2010 in der Zentrale an. Damit waren die Vorschusslorbeeren bereits vor der Veranstaltung verteilt und der Ehrgeiz bei den Gastgebern geweckt. Es galt, eine strategisch neue Leistungsschau zu konzipieren

**Eurobaustoff auf der BAU: Halle A2 – Stand 311**



Sehr zufrieden mit der Premiere in Köln: EUROBAUSTOFF-Geschäftsführung und Aufsichtsrat, v. l. Jörg Hoffmann, Boy Meesenburg, Ulrich Wolf und Ralf-Kaspar Kemmerling.

und sowohl die regionale und mittelständische Ausrichtung der Fachhändler als auch die sich weiterhin wandelnde Marktsituation zu berücksichtigen. Das Forum ist die Nachfolgeveranstaltung des Warenforums Wallau, das dort 23 mal über die Bühne ging.

Nicht nur, dass die Kooperation in all den Jahren stark wuchs und die Kapazitäten in Wallau erschöpft waren. Hinzu kam auch die Überlegung in der Zentrale, diesen Termin am 1. November-

Sonntag des Jahres stärker zu nutzen, zukunftsorientiert auszurichten und damit noch mehr Erwartungshaltung bei den Fachhändlern zu schüren. »Die Zeiten ändern sich. Neben dem reinen Beschaffungsmanagement erwarten unsere Fachhändler immer mehr Dienstleistungen von uns«, so Ulrich Wolf auf dem Pressegespräch am Rande der Veranstaltung. »Und um Fachhändler und Mitarbeiter stärker in unser Dienstleistungsgeflecht einzubinden, präsentieren wir unser gesamtes Dienstleistungs-Portfolio hier auf



82

Aufsichtsratsvorsitzender Boy Meesenburg dankte im Namen der Gesellschafter für die »hervorragende Veranstaltung«, die ihrem hohen Qualitätsanspruch in vollem Umfang gerecht geworden sei.



Jörg Hoffmann: »2010 war aus unserer Sicht ein spannendes Jahr, mit einem schwierigen Beginn und einer bemerkens-

werten Steigerung zum Jahresende hin. Wir verzeichnen ein Plus von 13 % im Vergleich zum Vorjahr. In den vergangenen zwölf Monaten kamen 36 neue Gesellschafter zu uns. Heute gehören insgesamt 495 Gesellschafter mit 1 120 Standorten zur EUROBAUSTOFF.«



Ulrich Wolf: »Wir sind in eine andere Liga aufgestiegen, haben einen neuen Geist, ein neues Wir-Gefühl. Wir sind nicht nur Modernisierer beim Baustoffen, sondern auch Vorreiter bei den Verbundgruppen.«



Ralf-Kaspar Kemmerling: »Über 6000 Besucher an zwei Tagen, das ist schon eine stramme Leistung. Wir

haben das »Abenteuer Abendveranstaltung« mit 3400 Gästen gemeistert, mit klasse Live-Musik und abwechslungsreichen Schmankelein. Wir sehen diese Veranstaltung nicht als Messe, sondern als Leistungsschau. Hier gilt ganz klar: Qualität vor Quantität.«

dem Forum in Köln. «Neu in Köln war, dass nicht nur Lieferanten des Einzelhandels ausstellten. Köln zeigte auch Lieferanten aus dem Groß- und Holzhandel sowie dem Bereich Fliesen/Naturstein. Hinzu kamen die Dienstleister, die sowohl mit der Kooperationszentrale als auch den Fachhändlern zusammenarbeiten. Aus beiden Gruppen waren über 400 mit dabei. Als zentraler Ansprechpartner präsentierte sich dann auch die Kooperationszentrale selbst den Gesellschafterhäusern. Ein Novum in der Branche.

Auf 900 m<sup>2</sup> zeigte die Kooperation ihre Zentral-Leistung. Alle waren in Köln vertreten – ob Buchhaltung oder Revision, ob Personal, Aus- und Weiterbildung oder Kommunikation. Insgesamt suchten rund die Hälfte der 270 Mitarbeiter aus der Zentrale den Kontakt zu den Fachhändlern.

»Unsere Gesellschafter sind positiv überrascht«, so der Vorsitzende der Geschäftsführung, »Denn bei der Breite unseres Dienstleistungsangebotes gibt es Servicepakete, die der Gesellschafter bisher nicht kannte oder so nicht von uns erwartet hat.«

So umfangreich das Service-Angebot in Bad Nauheim ist, so vielfältig war auch das Themenspektrum auf dem 1. EUROBAUSTOFF Forum in Köln. Für alle Altersstufen, für alle Umsatzgrößen, für alle Spezialisierungsgrade war etwas dabei:

In der Themenwelt Modernisierung zeigte die Kooperation



Immer unterwegs: das EUROBAUSTOFF-Maskottchen Bert.

auf 1400 m<sup>2</sup> in diesem Jahr Modernisierungs-Beispiele aus den Sortimenten Dach, Fassade, Wand/Boden/Decke und GaLa-Bau. Die Musterflächen geben das optimale Bild einer solchen Themenwelt wieder, können später mit Hilfe der Ausstellungsprofis aus dem Bereich Einzelhandel individuell angepasst werden auf die jeweiligen Anforderungen in den Gesellschafterhäusern und auf die regionalen Marktverhältnisse vor Ort.

In einer eigenen Ausstellungswelt präsentierte sich die zweite Stufe der Kampagne »WIR SIND MODERNISIERER – Wie modern sind Sie?«. Die Modernisierungs-Box zeigte die neuen Details der seit Januar dieses Jahres im Markt sehr präsenten Kampagne.

Nachdem die Kommunikation beziehungsweise die Aus- und Weiterbildung bei über 250 Ge-

sellschafterhäusern einen neuen Stellenwert erhalten hat, bietet die 2. Stufe Hilfe in den Bereichen Standort und Angebot. Ab 2011 kommt außerdem ein erster Modernisierungs-Koordinator für die Vor-Ort-Beratung in den Gesellschafterhäusern hinzu. Dies ermöglicht eine schnelle, individuell angepasste Umsetzung vielfältiger Modernisierungsstrategien auf der regionalen Fläche.

Außerdem boten an beiden Forumstagen hochkarätige Experten Fachvorträge zu aktuellen Branchenthemen (Modernisierung, Mystery-Shopping, Führung, Personal etc.) an. Dies führt in der Folge zu weiteren Gesprächen, Erfahrungsaustausch untereinander und mündet in der Stärkung der Gesamtkooperation.

Wesentlicher Bestandteil des Forums in Köln war der kommunikative Abend zwischen den beiden Veranstaltungstagen mit ei-

nem After-Messe-Kölsch. Das haben die rund 3300 Gäste erlebt, die sich für das Stadtfest in der Halle 5.1 der Kölnmesse angemeldet hatten. Kommunikation zum »After-Messe-Kölsch« in ungezwungener Atmosphäre, jenseits von Terminkalender und Auftragsbüchern.

Mit dem Slogan »Es kommt Großes auf Sie zu« bereitete die Kooperationszentrale im Vorfeld Lieferanten und Gesellschafter auf das Ereignis vor. Und sie haben Wort gehalten. »Wirklich groß ist die Veranstaltung aber erst dadurch geworden«, so Ulrich Wolf, »dass unsere Gesellschafter mitgezogen haben und auf unsere Ideen eingegangen sind.«

Nach dem Forum baten wir einige der Aussteller um ein Fazit der Veranstaltung aus Sicht ihres Unternehmens:

**Jackon Insulation: Sehr gute Resonanz**

»Sehr zufrieden« äußerte sich Ulrike Meyer zu Hücker, Vertriebsleiterin bei Jackon Insulation, nach der Veranstaltung in Köln. »Wir hatten eine sehr gute Resonanz auf die ausgestellten Produkte und viele Kundenkontakte über beide Tage.« Im Mittelpunkt standen die Prima-Fliesen-elemente – eine Handelsmarke der EUROBAUSTOFF – sowie die der Produkt-Atlas. Köln als Veranstaltungsort sei von den meisten Händlern als positiv bewertet worden, und dem schließe man sich an. Die Nachfrage nach



Zufriedenheit auch bei apolo MEA, v. l. Uwe Biberger (Gebietsverkaufsleiter Region Mitte), Michael Schuh (Key Account Manager Deutschland), Christian Larch (Gebietsverkaufsleiter Region Süd), Marko Römpf (Vertriebsleiter) und Rudi Gerdes (Gebietsverkaufsleiter Region West).



Die Veranstaltung war aus Remmers-Sicht ein voller Erfolg, die Resonanz positiv. Im Mittelpunkt standen Holzschutz-Produkte und das neue Gartenholz-Öl, so Peter Schnee (Handelskoordinator Holzhandwerk) auf dem Foto links mit Kay Fuchs (Verkaufsleiter Holzhandwerk).

Dämmstoffen werde auch im Jahr 2011 anhalten und Jackson Insulation sehe daher dem nächsten Jahr positiv entgegen.

#### MeisterWerke: Positives Fazit

Die MeisterWerke mit ihrer Marke Meister waren mit einem 40 m<sup>2</sup>-Stand erstmalig vertreten und präsentierten das Produktsortiment 2010 und 2011 sowie das Marketing-Leistungsspektrum. »Eine Vielzahl an Kunden haben unsere Produkte bereits auf unserer Hausmesse im September erlebt und daher waren wir natürlich nicht überrascht, dass die Resonanz auf unsere Ausstellungswaren ausschließlich positiv waren«, so Geschäftsführer Ludger Schindler. Im Mittelpunkt der Messeexponate stand die neue Laminatboden-Kollektion LS 300 mit ausgewählten Oberflächen und Strukturen. Die neue Sägrau-Struktur, bei der deutlich sicht- und fühlbar Sägeschnitte nachempfunden wurden, stieß ebenso auf Begeisterung wie die übrigen authentischen Holznachbildungen. Auch die aktuellen Oberflächen der Parkettboden-Kollektion PD 400 Cortage zogen die Blicke auf sich. Die Landhausdielen überzeugen mit unterschiedlichen Oberflächenveredelungen, abwechslungsreichen Fugenausbildungen und dem nahezu unerschöpflichen Farbreichtum der ausdrucksstarken Hölzer. »Die Standbesucher haben uns glaubhaft versichert, dass wir mit dieser Kollektion im Fachhandel zu den führenden Anbietern ge-



In der Themenwelt Modernisierung zeigte die Kooperation auf 1 400 m<sup>2</sup> in diesem Jahr Modernisierungs-Beispiele aus den Sortimenten Dach, Fassade, Wand/Boden/Decke und GaLaBau.

hören«, freute sich Ludger Schindler. »Die Besucher des Forums hatten die Möglichkeit, das komplette Spektrum des Baustoff-Bereichs komprimiert in zwei Hallen zu sehen«, so Marketingleiter Markus Ernst. »Für uns ist es bei dieser Vielzahl an Ausstellern natürlich schwierig, innerhalb von zwei Tagen auf eine kontinuierliche Frequenz auf dem eigenen Messestand zu kommen. Die geführten Gespräche waren jedoch sehr informativ und zielorientiert, so dass wir generell ein positives Fazit unserer Teilnahme ziehen können. Wir könnten uns daher gut vorstellen, die Messe antizyklisch zum Branchentag Holz zu besuchen.«

#### Blanke: Viele Fortsetzungen erwünscht

»Mit der Veranstaltung in Köln sind wir als Blanke & Co. sehr zufrieden«, so Thomas Jaraczewski,

Verkauf Fliesenzubehör und -systeme. »Wir hatten in einer kurzen Zeit viele Kontakte von bestehenden und von potenziellen Kunden.

Die Möglichkeit, fast alle Gesellschafter einer Kooperation sehr kurzfristig zu treffen, ergibt sich nicht sehr oft.« Der angesetzte Termin erschien anfangs etwas fragwürdig, aber trotz (oder wegen) des Sonntagstermins habe sich die Veranstaltung als Erfolg herauskristallisiert. Mit der Anzahl der Besucher und der Qualität der Gespräche sei Blanke »mehr als zufrieden« gewesen und man wünsche sich viele Fortsetzungen in der Zukunft.

Im Mittelpunkt des Besucherinteresses auf dem Stand standen das Aqua-Line+ System, Permat und Profi. Bei der Aqua-Line+ handelt es sich um ein Linienentwässerungssystem mit dem derzeit geringsten Aufbau von nur

54mm und den patentierten Gefälleprofilen. Permat ist ein Belagsträger zum sicheren Verlegen von Fliesen und Natursteinen diverser Formate, und bei Blanke Profi handelt es sich um einen neuen Bodendrehständer für den POS, mit dem auf übersichtliche und ansprechende Art die Profilmuster des Herstellers präsentiert werden.

Blanke war in den früheren Jahren in Wallau nicht dabei, aber aus den Kundengesprächen, so Jaraczewski, habe er erfahren, dass das neue Konzept »Einzelhandelsmesse + Fachhandelsmesse« bei allen Gesprächspartnern gut angekommen sei. Im Markt herrsche eine sehr positive und optimistische Stimmung. »Wir gehen davon aus, dass wir in 2011 mit unseren Kunden und Partnern natürlich eine genauso erfolgreiche Entwicklung erleben werden wie in 2010.«

Die Fundamente für den Ausbau der Marke Blanke seien gesetzt und die auf der BAU geplanten Produktvorstellungen und -optimierungen stärkten den Optimismus der Verkaufsmannschaft.

#### apolo MEA: Größe und Professionalität

»Das Forum glänzte durch Professionalität und Größe«, so die Meinung von Apolo MEA-Vertriebsleiter Marko Römpp. Die Veranstaltung habe einen sehr guten Rahmen geboten, neue Kontakte zu knüpfen und bestehende Kunden zu pflegen. »Die gute



Optimismus und gute Laune bei Blanke: V. I. Verkaufsleiter Thomas Jaraczewski, Linda Konrad (Innendienst) und Anwendungstechniker Johan Baki.



Ein positives Fazit nach dem Forum auch bei Dronco. Der Hersteller präsentierte in Köln den EUROBAUSTOFF-Gesellschaftern eine Vielzahl neuer Produkte.

Resonanz und der positive Zuspruch auf die spürbaren Veränderungen von apolo MEA Befestigungssysteme lag über unseren Erwartungen. Die Plattform bot einen guten Rahmen, um über unsere Strategie, Vision und Leistungsfähigkeit als starker Fachhandelspartner zu informieren«, so Römpp. »Bei uns konnte man die Produkte gleich selbst ausprobieren. Werkbank, Bohrmaschine und natürlich unserer Befestigungstechnik luden zum Selbstversuch ein. Neuerungen wie unser vorgestellter Hohlraum Dübel Universal BT, MS Polymer Kleber Stick FX sowie die neuen Sortimente im Bereich chemische und Schwerlastbefestigung weckten großes Interesse bei den Besuchern.« Das Jahr 2010 sei bereits mit einem guten Erfolg hinterlegt, so der Vertriebsleiter. In allen Vertriebssegmenten sei ein Wachstum generiert worden. Der deutsche Fachhandel wachse dabei überdurchschnittlich mit einem deutlichen Umsatzplus von 20%. Die Grundsteine seien gelegt und mit harter Arbeit und einem Konzept auf Augenhöhe mit den Kunden sei man weiter positiv für die kommenden Jahre eingestellt.

**Dronco: Frische Impulse für den Markt**

»In Köln konnten wir eine Vielzahl von Innovationen präsentieren. Produkte, die anwenderorientierte Problemlösungen bieten und dem Markt frische Impulse geben, standen dabei im Fokus«,

so Dronco-Vertriebsleiterin Sandra Kuhbandner. Insbesondere die neue Diamanttrennscheibe CeraSpeed und der Diamantbohrer CeraDrill als Lösungen für das bei der Bearbeitung problematische Feinstzeug wurden mit großem Interesse aufgenommen. Im Gegensatz zu der mehr familiären Atmosphäre in Wallau, dem Veranstaltungsort der letzten Jahre, sei das Angebot in Köln durch eine Vielzahl an Ausstellern sehr vielfältig und deutlich professioneller gewesen. Dies sei auch durch eine hohe Besucherzahl mit teils langen Anreisewegen honoriert worden.

In 2010 sei es Dronco gelungen, seine Marktposition auszubauen. »Diese Entwicklung möchten wir in der Phase einer sich fortsetzenden positiven Marktentwicklung auch im nächsten Jahr weiter festigen. Insbesondere durch innovative Produkte möchten wir unser Markenprofil weiter schärfen und werden damit unserer Rolle als Impulsgeber der Branche gerecht. Und dies sowohl durch Innovationen bei den Produkten als auch in den Bereichen des umfassenden Produktprogramms als auch bei der Marketing-Unterstützung der Händler«, so Sandra Kuhbandner.

**KWG mit konstruktiver Kritik**

»Wir waren erschlagen von der Größe dieser Veranstaltung«, so KWG-Vertriebsleiter Thomas Biebusch. KWG finde bei den Gesellschaftern in den letzten Jahren



Zu Besuch auf dem Stand der MeisterWerke: Proline-Geschäftsführer Karl-Heinz Fiedler (r.) im Gespräch mit MeisterWerke-Geschäftsführer Ludger Schindler.

**Wir wissen, WO wir als Partner profitieren können**

**BAU 2011, München  
Halle A3, Stand 135**

**FAKRO®**

FAKRO Dachfenster GmbH  
Platnerstraße 5A • D-30175 Hannover  
Telefon: +49 511/2609670  
[www.fakro.de](http://www.fakro.de)



**FAKRO  
QualiTeam**

immer mehr Zuspruch für seine Leistungen und Produkte. Mit der Besucherfrequenz war Biebusch allerdings am ersten Tag nicht zufrieden, denn es habe sehr lange gedauert, bis die Besucher in die Halle 5.2 gefunden hatten. Gleichzeitig leerte sich die Halle 5.2 auch wieder schnell. »Dies hatte sicher mit dem Umstand zu tun, dass wohl die meisten Besucher erst am Sonntag angereist sind und dann noch mal vor der Abendveranstaltung im Hotel einchecken wollten«, so die Vermutung Biebuschs.

Am Montag sei man dann auch wesentlich zufriedener mit der Frequenz gewesen. Hervorzuheben sei in jedem Fall die Qualität der Besucher. »Es sind immer die Verantwortlichen und die »Macher an der Front« auf den Stand gekommen. Die Resonanz war durchweg positiv, insbesondere unser breites Sortiment bei den Vinylbelägen in ihrer gesamten Ausprägung fand sehr guten Zuspruch.

»Interessant war für uns, dass eine Vielzahl der Besucher auch an der zu verklebenden Variante interessiert waren, das hatten wir beim Baustoffhandel eher nicht vermutet«, so Biebusch. Zuversichtlich sehe KWG beim Kork in die Zukunft, und zwar bei den digitalbedruckten Produkten. Hier sei ein deutliches Interesse an den neuen Oberflächen zu vernehmen gewesen und man konnte einige Zusagen für Ausstellungsflächen notieren. Abschließend bemerkte Thomas Biebusch,



In einer eigenen Ausstellungswelt präsentierte sich die zweite Stufe der Kampagne »WIR SIND MODERNISIERER – Wie modern sind Sie?«

dass das EUROBAUSTOFF-Forum an den gleichen Symptomen »kranke« wie die BTH oder die HoLa-Expo: Und das seien die Frequenz bzw. der Start der Veranstaltung.

Bei zwei Tagen müsse sich alles stark konzentrieren und dafür brauche man bei dieser Größe der Veranstaltung zwei volle Tage – und nicht zweimal einen halben oder dreiviertel Tag.

Hier liege sicher ein wichtiger Ansatz, denn KWG hatte am Montag noch um 18.30 Uhr Kunden am Stand, obwohl die Messe offiziell um 17 Uhr beendet war. Aber die Besucher hatten es nicht früher geschafft.

»Die Besucher sind Unternehmer und Verantwortliche, die in ihren Unternehmen gebraucht werden. Daher muss eine solche

Veranstaltung straff und kurz sein, damit sie den gewünschten Erfolg findet«, fordert Biebusch.

#### Fermacell: »Beeindruckende Veranstaltung«

»Wir haben hier in Köln eine hervorragende und beeindruckende Veranstaltung erlebt«, so das Fazit von Fermacell-Marketingleiter Ben de Sain. »Eine sehr hohe Besucherfrequenz auf unserem Stand gab uns die gute Möglichkeit, neue und bewährte Produkte vorzustellen.«

Der Veranstaltungsort Köln sei von der EUROBAUSTOFF gut gewählt. Ben de Sain sieht beim Forum in Köln für die Zukunft noch Potenzial, »wenn die Gesellschafter der Kooperation ihre Kunden wie die Verarbeiter hierzu einladen würden.«

#### ERLUS AG: »Kompetente Leistungsschau«

»Das Forum hat auf kompetente Weise die Leistungen der Kooperationspartner für die Gesellschafter und die Lieferanten gezeigt. Aufgrund der Historie dieser Veranstaltung am Standort Wallau lag das Hauptinteresse der Besucher bei einzelhandelsgeprägten Produkten und Präsentationen«, so das Fazit von ERLUS-Vorstand Peter Maier.

»Wir nutzten dieses Forum, um in einer markenadäquaten Präsentation unsere Produkt- und Serviceleistungen den Gesellschaftern aufzuzeigen. Nachdem die Gesellschafter aus dem gesamten Bundesgebiet zu dieser Veranstaltung angereist sind, war es für uns nur konsequent, mit den überregional verantwortlichen Vertriebsmitarbeitern vor Ort zu sein. Der Schwerpunkt unserer Präsentation lag in der Darstellung unseres Sortimentes in sieben neuen Themenwelten: Die ERLUS AG setzt damit auch in Sachen Vertriebs- und Beratungsqualität ganz neue Maßstäbe und verbindet die verlässliche Produktqualität ihrer Dachziegel mit einer Beratung auf einem erfrischenden Niveau.

Die Verbesserungspotentiale, die aufgrund der erstmaligen Veranstaltung in dieser Größenordnung in Köln zweifelsohne vorhanden sind, wurden von der EUROBAUSTOFF erkannt und sollen in die Planungen und Überlegungen für das nächste Forum mit einfließen«, so Peter Maier.

**Gerd Rottstegge**



Thomas Biebusch. »Wir waren erschlagen von der Größe dieser Veranstaltung«.



Ben de Sain: »Wir haben eine hervorragende und beeindruckende Veranstaltung erlebt.«



ERLUS-Vorstand Peter Maier: »Forum zur Präsentation von Produkt- und Serviceleistungen genutzt.«