



Kraftakt in Bayern

Anfang Oktober haben die ersten sieben von der HEV-Gruppe betriebenen Baumärkte im Großraum München von Obi zu Hagebau umgeflagt und neu eröffnet. Spätestens im Dezember, wenn auch die verbleibenden acht der insgesamt 15 HEV-Märkte folgen, ist die Hagebau neuer Marktführer in München und in Bayern.

Hagebau-Geschäftsführer Heribert Gondert bringt es bei der Pressekonzferenz auf den Punkt: „Die Umstellung von 15 Baumärkten ist ein betriebswirtschaftlicher Kraftakt.“ Kraftakt heißt, das Umflagen der Märkte vom bisherigen Franchisegeber Obi auf Hagebau erfolgte nach einem Jahr intensiver Planung in nur rund 84 Stunden: 3.500 Tonnen Ware wurden bewegt, im Viertelstunden-

takt fuhren LKWs vor, 400.000 Artikelketten wurden getauscht, 77 Kassensysteme wurden installiert. Ein logistisches Großprojekt und ein Beleg für die Leistungsfähigkeit der neuen Partnerschaft, findet Hagebau-Geschäftsführer Kai Kächelein: „Die Zusammenarbeit von Hagebau und HEV im Zuge des Wechsels hat einwandfrei funktioniert. Bei Themen wie Logistik, Einkauf, IT und Mar-

keting haben sich zudem die entsprechenden Angebote seitens der Zentrale sowie die hauseigene Planungsabteilung erneut bewährt.“

Industrie finanziert mit

Betriebswirtschaftlicher Kraftakt bedeutet aber auch, dass erhebliche Kosten anfallen, für die sich die Soltauer Kooperation nicht in die Pflicht nehmen lässt.



Bild links: Zufriedene Mienen nach der Umstellung der ersten HEV-Märkte: HEV-Geschäftsführer Christian Hajek (l.) und Burkhard von Fritsch (2.v.r) sowie Hagebau Geschäftsführer Heribert Gondert (2.v.l.) und Kai Kächelein (r.) – dazwischen Pappkamerad Mike Krüger.

Ein Kraftakt für alle Mitarbeiter: Eine Gesamtverkaufsfläche von 14.000 qm war innerhalb von 84 Stunden umzustellen.

Die HEV genieße hier keine Sonderbehandlung, jeder Gesellschafter sei für seine jeweiligen Standorte selbst verantwortlich. An den Investitionen, die die HEV zu tätigen hatte, hat sich die Hagebau also nicht beteiligt. Zu den Kosten erklärt HEV-Geschäftsführer Burkhard von Fritsch: „Wir schaffen die Umstellung der 15 Baumärkte nahezu kostenneutral.“ Die HEV habe lediglich die Unterstützung in Anspruch nehmen können, wie jeder andere Gesellschafter auch. Das heißt, durch den erheblichen Umsatzzuwachs innerhalb der Kooperation konnte die Hagebau neue Konditionen mit der Industrie verhandeln und nach dem Verursacherprinzip wird der Vorteil dieser Neuverhandlungen an den entsprechenden Gesellschafter, in dem Falle die HEV, ausgeschüttet.

So aufwendig die Umstellung hinter den Kulissen auch war, die Kunden tref-



„Bei Obi war eine Entwicklung hin zur Filialisierung des Konzerns zu spüren.“

HEV Geschäftsführer
Burkhard von Fritsch



„Die Hagebau wird nie in ein Filialsystem eintreten, wir stehen zum Franchise-System.“

Hagebau Geschäftsführer
Heribert Gondert



Das Sortiment ist im Wesentlichen gleich geblieben, wurde jedoch durch zahlreiche Produkte der Hagebau Eigenmarken gestärkt. Hier: Zementmörtel von GO/ON.



Das Beispiel Elektrowerkzeuge zeigt: Markengeräte sind unabhängig von der jeweiligen Verwendungsart markentreu in einem eigenen Shop zusammengefasst.



Die Fassade wurde neu gestrichen und auch im Innern des Marktes deutet nichts mehr auf die Farben des ehemaligen Franchisegebers hin. Fast nichts, wie der abgestellte Einkaufswagen zeigt.



Haushaltswaren nehmen jetzt eine größere Fläche ein, weil mit diesem Sortiment eine hohe Flächenproduktivität und ein höherer Ertrag erzielt werden kann.

fen in den neu eröffneten Hagebaumärkten auf viel Vertrautes: In Erding und den anderen umgeflaggten Standorten ist eine sogenannte Kaltumstellung erfolgt, das heißt, der gesamte Marktplan, das Layout, wurde übernommen. Der Kunde geht die gewohnten Wege und findet die Warengruppen dort, wo er sie zuvor auch gesucht hat. Das Sortiment ist im Wesentlichen gleich geblieben, wurde jedoch durch zahlreiche Produkte der Hagebau-Eigenmarken gestärkt. In Zusammenarbeit mit der Firma Brillux wurde der Bereich Farben wesentlich erweitert und der Anbieter Conmetall unterstützte bei der Überarbeitung

des Kleinteilesortiments zu noch mehr Kundenfreundlichkeit.

Positives Feedback auf Umstellung

Insgesamt waren 30 Lieferanten im Marken- wie im Eigenmarkenbereich von der Umstellung betroffen: Auf einige Anbieter wird nun nicht mehr zurückgegriffen, andere sind neu aufgenommen worden. Die Firma Pötz und Sand liefert nun Seile und Ketten, im Bereich der Alu Profile kommt der Hersteller GAH Alberts zum Zuge, ter Hürne steuert Laminatböden bei und in der Warengruppe Ordnung/Werkstatt findet der Kunde Produk-

te der Anbieter Stanley und Allit – um einige Beispiele zu nennen. Innerhalb der Sortimente erfolgt nun die Hagebau-typische Sortierung nach Marken, wie das Beispiel Elektrowerkzeuge zeigt: Jetzt sind Bosch-Geräte, Metabo-Geräte etc. unabhängig von der jeweiligen Verwendungsart zusammengefasst. Trendshops werden beibehalten und durch Hagebau Saisonkonzepte gefüllt. „Das Feedback, das wir von unseren Kunden in den ersten Tagen bekommen haben, ist bereits sehr positiv“, berichtet Burkhard von Fritsch.

Wenn auch für den Kunden sichtbar einige konzeptionelle Änderungen durchgeführt worden sind, stellt sich aber den-

Baumarktbetreiber im Stadtgebiet von München (Stand Dezember 2013)

Betreiber	Anzahl der Standorte	Gesamt-VK-Fläche (in m ²)	Baumärkte im Bau bzw. in der Planung
Bauhaus	1	14.000 m ²	1
EMV-Profi	1	1.000 m ²	
Eurobaustoff	2	1.000 m ²	
Hornbach	2	35.700 m ²	
Kaes (V-Baumarkt)	1	8.000 m ²	
OBI	–	–	1
Poco	3	19.700 m ²	
Praktiker (insolvent)	3	24.600 m ²	
Zeus (Hagebaumärkte)	4	29.400 m ²	
GESAMT	17	133.400 m ²	2

Quelle: bmm

Baumarktbetreiber im Umland von München (Stand Dezember 2013)

Betreiber	Anzahl der Standorte	Gesamt-VK-Fläche (in m ²)	Baumärkte im Bau bzw. in der Planung
EMV-Profi	8	7.100 m ²	
davon Hobbyland	2	2.100 m ²	
Raiffeisenmärkte	6	5.000 m ²	
Eurobaustoff	5	5.300 m ²	
Euro DIY (Werkmarkt)	4	3.800 m ²	
Hellweg Group (BayWa)	1	6.800 m ²	1
Hornbach	–	–	1
OBI	2	11.500 m ²	2
Poco	1	6.000 m ²	
Praktiker (insolvent)	2	15.500 m ²	
Rewe (toom)	1	7.300 m ²	
Zeus	14	105.100 m ²	1
davon Hagebaumärkte	13	103.600 m ²	1
Werkers Welt	1	1.500 m ²	
GESAMT	38	168.400 m ²	5

Quelle: bmm

noch die Frage, warum der Systemwechsel überhaupt vollzogen wurde. Burkhard von Fritsch erklärt, vor einem Jahr habe man den Entschluss gefasst, auf Hagebau umzustellen. Ausgangslage für diesen Entschluss war wohl, dass die Obi-Zentrale die Franchiseverträge mit der HEV-Gruppe nicht verlängert hat.

Gründe für Wechsel

Bei Obi sei eine Entwicklung hin zur Filialisierung des Konzerns zu spüren gewesen. Das habe ja auch den Vorteil, schlechter laufende Märkte im Ausland mittels gut laufender Märkte in Deutschland zu finanzieren. Burkhard von Fritsch

dazu: „Im Konzern ist dies das Prinzip von linker Tasche – rechter Tasche. Mich stört allerdings, wenn mir nur die eine Tasche gehört.“

Ein weiterer Knackpunkt sei der Online-Handel gewesen: „Wir hatten einen Katalog von Wünschen, die keineswegs unverschämt waren, aber da war vonseiten der Obi-Führung keine Gesprächsbereitschaft zu erkennen“, so von Fritsch. Obi beteilige seine Franchisepartner nicht an diesem Geschäft, lautet sein Fazit.

Das Gesellschaftersystem der Hagebau war einer der wichtigsten Gründe für den Wechsel der HEV-Gruppe. Dem Selbstverständnis der Kooperation zufolge sind

Gesellschafter nicht nur Franchisenehmer, sondern sie besitzen unternehmerische Flexibilität und haben Mitspracherecht durch demokratische Gremien. Zusätzlich zu den Möglichkeiten zur Mitbestimmung und den gestalterischen Freiräumen erlaubt es das Hagebau-System, den spezifischen Anforderungen an Regionalität gerecht zu werden. Ein Beispiel ist das „Lebend Grün“ – hier lässt sich nun effizient auf regionale Anbieter zurückgreifen.

Zudem bietet die Hagebau mit ihrem umfangreichen Dienstleistungsportfolio allen ihren Gesellschaftern marktentscheidende Vorteile, die kein Mitbewerber in diesem Umfang leistet. HEV-Geschäftsführer Christian Hajek macht deutlich, wie allein das neue Warenwirtschaftssystem Prohibis in seiner Struktur sinnbildlich für den unternehmerischen Spielraum stehe, den HEV jetzt habe. „Das frühere Basis 3, das uns von Obi zur Verfügung stand, war zentralseitig wie eine Autobahn angelegt, mit wenigen Abzweigmöglichkeiten. Prohibis von der Hagebau ist hingegen weiter verzweigt und erlaubt eine höhere Diversifikation. Mit Prohibis haben wir nun stetigen Zugriff auf die Performancewerte eines jeden einzelnen Artikels in den Märkten.“

Kampf um jeden Meter

Wie die Hagebau sich in der Außenwirkung durchsetzt, ist noch eine spannende Frage. Schließlich ist die Marke Hagebau im Großraum München noch nahezu unbekannt. Aber mit den sieben vollzogenen und weiteren acht anstehenden Wechseln (Anfang Dezember) von Obi zu Hagebau wird die Soltauer Kooperation mit dem bekannten Testimonial Mike Krüger jetzt zum Marktführer im Großraum München, ja sogar Marktführer in Bayern. Und parallel zum HEV-Flaggenwechsel entsteht in Sendling sogar der 16. HEV-Standort, der 300. Hagebaumarkt.

Mit Blick auf den ehemaligen Franchisegeber ist sich Burkhard von Fritsch sicher: „Obi wird hierher zurückkommen. Aber das wird nicht einfach werden, weil die Region schon sehr stark besetzt ist. Einerseits nun durch die Hagebau und andererseits versuchen auch noch andere große nationale Player dort die Fläche zu belegen.“ Es wird also ein Kampf um jeden Meter. **MAU ■**