



VON STARKEN MARKEN, BÄDERWERKEN UND MEHR

Haustechnik-Handelstag 2022

Dortmund, 17.08.2022 – Im Sommer fand nach zwei Jahren Präsenzpause der Haustechnik-Handelstag statt. Über 200 Teilnehmer aus dem Kreis der Handels- und Lieferantpartner kamen nach Dortmund zu Nordwest. Dort erwartete sie ein inspirierendes und mitreißendes Programm mit vielseitigen Kurzvorträgen zu den neuesten Entwicklungen und Konzepten in der Nordwest-Haustechnik, und wertvoller Zeit zum Netzwerken mit den Experten. Flankiert wurde die Veranstaltung von einem Treffen der Xcellent-Händler, einem Vertriebsworkshop und Lieferantentalk.

Die starken Marken

LESEZEIT: 6 MIN

Mit dem Ziel, die Vermarktung von Exklusivmarke und Fokus-Markenherstellern am Point of Sale gleichermaßen zu forcieren, hat das Haustechnik-Team das Konzept „Die Starken Marken“ ins Leben gerufen. „Beides zusammen stärkt unsere Handelspartner im Tagesgeschäft und profiliert sie vor den Kunden“, erläutert Mario Tröck, Geschäftsbereichsleiter Haustechnik bei Nordwest, die Zielsetzung der starken Marken. Das neue Konzept deckt alle Wünsche in der Vermarktungsstrategie ab und präsentieren sich auf den Punkt gebracht. Zudem sind sie innerhalb von 24 Stunden über das Nordwest-Zentrallager beziehbar. „Wir wollen mit dem Konzept unsere Fokus-Marken im Tagesgeschäft deutlich stärker positionieren. So unterstützen wir unsere Handelspartner in der weiteren Vermarktung auf vielen Ebenen“, so der Geschäftsbereichsleiter weiter.

Vermarktungsoffensive delphis

Die Exklusivmarke delphis feierte beim Handelstag nicht nur ihren 40. Geburtstag nach. Auch die Vermarktungsoffensive von den Handelspartnern in Richtung der Endkunden wurde eingeläutet. „Einfach alle delphis-Stärken ausspielen – das ist unser Credo. Denn delphis muss sich nicht verstecken, erst recht nicht nach über vier Jahrzehnten am Markt“, bekräftigt Tröck. Dazu gehören unter anderem neue Sortimente, das aufmerksamkeitsstarke Sponsoring der Deutschen Handball-Nationalmannschaft und, neu, ab September ein Sponsoring der Eishockey-Mannschaft Iserlohner Roosters genauso wie die Trikotaktion, die noch bis einschließlich September läuft, delphis-Werbematerialien und Online-Marketing. „Wir haben delphis stetig weiterentwickelt. Jetzt ist es an der Zeit, die Vermarktung weiter auszubauen und die Handelspartner dabei zu unterstützen.“

Xcellent Bäderwerk

Seit das Konzept im vergangenen Jahr an den Start gegangen ist, sind rund 40 Xcellent-Kojen bei den Handelspartnern an den Start gegangen – Tendenz steigend. Mit Xcellent System +G wird eine weitere Badgestaltungsmöglichkeit im Bereich Barrierefreiheit dazugekommen. Und das gemeinsam mit Fokuslieferant Hewi. Zudem wurden neue Werbemaßnahmen entwickelt, die den Handelspartnern vorgestellt wurden.

LESEZEIT: 6 MIN

Kreativität und Werktournee mit Trainingswerk

In diesem Jahr startet die Haustechnik im Rahmen des Nordwest-Schulungskonzeptes Trainingswerk erstmals zwei Schulungen, die den Handelspartnern wertvolle Impulse für ihre Arbeit am POS vermitteln werden. So findet im November und März ein Kreativworkshop zur Badgestaltung statt, der sich an Ausstellungsmitarbeiter richtet und die wichtigsten Aspekte zur Raumgestaltung vermittelt, wie zum Beispiel Grundrissgestaltung, Farbpsychologie oder auch die Bedarfsermittlung. Eine weitere Schulung, die im September beginnt und bis Juni 2023 läuft, ist die Werktournee. Dabei öffnen verschiedene Haustechnik-Lieferanten ihre Produktionen für die Handelspartner und vermitteln umfangreiches Sortimentswissen.

Schiff ahoi und ein fliegender Key Note-Speaker

Auch wenn die Wetterprognose für den Abend nicht vielversprechend für die Bootstour ausfiel, ließen es sich Gastgeber Nordwest und die 200 Gäste nicht nehmen, auf einem Ausflugsdampfer gemeinsam den 40. Geburtstag der Exklusivmarke delphis mit leckerer Eistorte, Musikband und Cocktails nachzufeiern. Key-Note-Speaker am Nachmittag des zweiten Tages war Sven Hannawald, der erste Gewinner aller vier Wettbewerbe der Vierschanzentournee. Er berichtete von seiner sportlichen Karriere, seiner Burn-Out-Diagnose und dem Weg in sein neues Leben. In seinem Impulsvertrag vermittelte er den Handelstag-Teilnehmern eindrücklich wie wichtig es sei, auf die eigene, innere Stimme zu hören und Wege aus einem allgegenwärtigen, beruflichen Druck zu finden.

Resümee

„Es war ein starker Handelstag und eine gelungene Premiere nach zwei Jahren Pause. Wir konnten jede Menge Erfolge kommunizieren und diese mit unseren Partnern feiern. Darauf sind wir sehr stolz. Mein Dank gilt dabei allen Beteiligten, die zum Erfolg des Handelstages beigetragen und ihn zu etwas Besonderem gemacht haben. Gemeinsam haben wir eine Veranstaltung mit Mehrwert auf die Beine gestellt“, so Mario Tröck abschließend.

Statements der Handels- und Lieferantenpartner:

LESEZEIT: 6 MIN

„Als Nordwest-Neulinge wussten wir nicht, was uns bei einem Handelstag erwartet, hatten aber eine Vorstellung. Was dann kam, hat uns mehr als überrascht, vielmehr begeistert. Die Offenheit, die Größe und die vielen spannenden Themen haben uns sehr beeindruckt. Den Lieferantentalk haben wir genutzt, um alte Kontakte aufleben zu lassen und neue Kontakte zu knüpfen, aus denen mittlerweile auch bereits Folgetermine entstanden sind. ‚Starke Marken‘ war für uns am interessantesten und sind dabei ein POS-Modul bei uns umzusetzen.“

Dirk Brenschede, Geschäftsführer H.-Hugo Brenschede GmbH

„Mir hat der Tag sehr gut gefallen, alles war perfekt organisiert und die Stimmung im Nordwest-Team war absolut genial. Für uns hat sich der Besuch mit einem eigenen Stand bei Lieferantentalk gelohnt, auch wenn wir gerne noch mehr Gespräche geführt hätten. Aber der Samen ist gesät und wird sich auf lange Sicht als wertvoll erweisen.“

Michael Schmidt, Geschäftsführer Aqua Evolution Systems GmbH

„Der Haustechnik-Handelstag war eine der wenigen Veranstaltungen für Industrie und Handel, die in diesem Sommer stattgefunden haben: die Bereitschaft zum Austausch war stark und die Wiedersehensfreude groß. Mit dem Feedback zu unseren Produkten und unserem "Roadshow-Container", der übrigens auf dem Handelstag Premiere feierte, waren wir sehr zufrieden. Diesen haben wir selbst entwickelt, um unabhängig von Messen unsere Sortimente zu präsentieren. Da er sich schnell auf- und abbauen lässt, eignet er sich auch bestens für Hausmessen und hilft uns, die Marke Hewi gemeinsam mit unseren Produkten zu präsentieren.“

Knut Naujoks, National Account Manager Trade, Hewi Heinrich Wilke GmbH

LESEZEIT: 6 MIN

Über die NORDWEST Handel AG:

Die NORDWEST Handel AG mit Sitz in Dortmund gehört seit 1919 zu den leistungsstärksten Verbundunternehmen des Produktionsverbundhandels (PVH) mit einem Geschäftsvolumen in Höhe von 4.801 Mio. Euro gesamt per 2023. Die Kernaufgaben des Verbandes zur Unterstützung der rund 1.255 Fachhandelspartner aus den Bereichen Stahl, Bau-Handwerk-Industrie und Sanitär- und Heizungstechnik (Haustechnik) liegen in der Bündelung der Einkaufsvolumina, der Zentralregulierung, einem starken Zentrallager sowie in umfangreichen Dienstleistungen. NORDWEST ist auch in Europa, insbesondere in den Schwerpunktländern Österreich, Schweiz, Frankreich, Polen sowie Benelux aktiv.

Herausgeber:

NORDWEST Handel AG

Robert-Schuman-Straße 17

44263 Dortmund

<http://www.nordwest.com>

Astrid Sassen

Geschäftsbereichsleiterin Marketing & Unternehmenskommunikation

Telefon: +49 (0)231 - 2222 - 3301

E-Mail: a.sassen@nordwest.com

Janine Berghoff

Referentin für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Telefon: +49 (0)231 - 2222 - 3340

E-Mail: j.berghoff@nordwest.com

Anna Eckart

Referentin für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Telefon: +49 (0)231 - 2222 - 3341

E-Mail: a.eckart@nordwest.com

