

gb Meesenburg

# Die richtige Strategie zum Durchstarten

## Ein Familienunternehmen zeigt mit regionalen Abholmärkten Flagge gegen Direktvermarkter

Auch im professionellen Einkauf von Handwerks- und Industriebetrieben gilt: Anfassen ist besser als sich ein Produkt nur vorzustellen. Aus diesem Grund setzt die gb Meesenburg

25 Kilometern um den Abholmarkt herum. Und der Käufer soll wissen, dass er alles direkt mitnehmen kann. Daher entwickelte das Unternehmen zusammen mit Mitarbeitern des E/D/E eine Strategie, wie dies an jedem einzelnen Standort gewährleistet sein kann, um Stammkunden noch besser zu versorgen und das Potenzial voll auszuschöpfen.

Auf dieser Grundlage investiert gb Meesenburg erheblich in die Neuge-

Ein erfolgreiches Unternehmen muss mehr können als nur gute Ware in anspruchsvoll eingerichtete Läden legen. Aus dieser Erkenntnis heraus erarbeitet das Familienunternehmen innovative Möglichkeiten: unter anderem bei der richtigen Produktpositionierung, passenden Marketingmaßnahmen und natürlich bei der Mitarbeiterfortbildung, zum Beispiel im Bereich Arbeitsschutz. „Im Moment spielen wir gut in der Europa League“, fasst Uwe Adelt



Uwe Adelt (links) gratuliert Joachim Sommermeyer (rechts) zum 100. neuen Handwerkskunden. In der Mitte: Jens Freimann, E/D/E. Foto: E/D/E

OHG seit diesem Jahr verstärkt auf ein Abholkonzept an ausgewählten Standorten. „Bislang haben wir die Standorte Braunschweig, Berlin und Schleswig mit großem Erfolg restrukturiert“, berichtet Uwe Adelt, in der Geschäftsführung des Familienunternehmens zuständig für den Bereich Abholvermarktung, der neben dem Schwerpunktgeschäft – dem klassischen Großhandel – ein wichtiger Bestandteil ist. „Wir werden in den nächsten Monaten noch mehr Niederlassungen ausbauen“, betont Uwe Adelt, „schließlich stehen insgesamt 10 000 Quadratmeter Verkaufsfläche zur Verfügung.“

Mit seiner Präsenz in der Fläche hat gb Meesenburg ein wichtiges Alleinstellungsmerkmal gegenüber dem Wettbewerb. Das Geschäft macht der Händler nämlich fast ausschließlich mit Kunden in einem Radius von

staltung seiner Niederlassungen. Dies ging einher mit einer Reduzierung der Lieferanten und mit der Aufnahme von E/D/E Handelsmarken ins Sortiment. Darüber hinaus erhält die eigene Handelsmarke blau-gelb einen noch höheren Stellenwert. Die Akquise von Neukunden ist ebenfalls eine tragende Säule im Konzept mit den Abholmärkten. Und diese Planung geht voll auf: über 100 neue Handwerkskunden konnte Niederlassungsleiter Joachim Sommermeyer am Standort Braunschweig in den vergangenen Wochen gewinnen.

Eine weitere Säule ist die individuelle Gestaltungsfreiheit der einzelnen Niederlassungsleiter, die auf die Besonderheiten ihrer Region achten und das Sortiment – über die Standardauswahl hinaus – danach ausrichten. Denn gb Meesenburg weiß:

zusammen, „aber wir wollen in die Champions League. Und mit unserem Abholkonzept, unseren hervorragenden Mitarbeitern, dem E/D/E als Partner – aber vor allem mit unseren treuen Handwerkskunden – werden wir das auch schaffen.“ [wz]

### 252 Jahre Tradition

Die gb Meesenburg OHG ist seit zwölf Jahren Mitglied im E/D/E. Gegründet 1758 ist das Familienunternehmen eines der ältesten Handelshäuser in Nordwest-Deutschland und traditionsreicher Fachhändler für mittlerweile Bau- und Möbelbeschläge, Eisenwaren, Werkzeuge und Maschinen.