

Hauszeitung der NBB-Gruppe



Die Herausforderung der Digitalisierung

Der digitale Wandel wird zukünftig ein Schwerpunktthema sein und zur Chefsache für NBB-Vorstände und Geschäftsführer.

Im Zeichen der Digitalisierung
bauSpezi-Frühjahrstagung
in Köln

Neue Konzepte und Erfahrungsaustausch
Garten- & Zooevent

MDH Digitale Ausstellung
Wie lässt sich real und digital
miteinander kombinieren?

Digitalisierung – Der Weg in die Zukunft

Auch wenn das Weihnachtsfest bei den meisten von uns weiterhin traditionell gefeiert wird, so schreitet die digitale Transformation in anderen Bereichen mit hohem Tempo deutlich voran. Nahezu jede Tageszeitung bespielt dieses Thema in regelmäßigen Abständen. Dabei handelt es sich weniger um einen Trend, als vielmehr um die Veränderung unserer gesamten Gesellschaft und unserer Unternehmen. Die damit einhergehenden Umwälzungsprozesse werden von Experten verglichen mit der Erfindung des Automobils vor über 100 Jahren.

Im Fokus steht dabei immer der Kunde: Er erwartet personalisierte, digitale Angebote – heute mehr denn je. Um dies gewährleisten zu können, müssen Unternehmen – insbesondere im Bereich des Einzelhandels – sich völlig neu erfinden.

Ein reines, stationäres Produktangebot wird dem Kunden zukünftig nicht genügen. Vielmehr begibt er sich schon heute auf die Suche nach den dazu passenden Zusatzinformationen und Zusatzleistungen: Produktbewertungen, Preisvergleiche, Meinungen und Kommentare verknüpft mit angebotenen Komplementärartikeln – all dies sind Punkte, die im Onlinehandel längst Standard sind.

Die Technik bietet dem Einzelhandel hier mittlerweile interessante Lösungsansätze wie beispielsweise digitale Preisschilder, welche auch zusätzliche Informationen anzeigen können – das ganze vollauf lösend, in Farbe und vollautomatisiert!

Gleiches wird für den Bereich der Dienstleistungen gelten: Dem Kunden geht es um Zeit- und Geldersparnis. Er sucht ein durchgängig positives Einkaufserlebnis, konkret heißt das: Der im Onlineshop

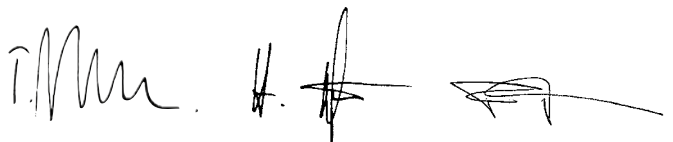
oder im Laden gekaufte Mähroboter soll geliefert, montiert, verdrahtet werden und am selben Tag den Rasen mähen.

Der technologische Fortschritt ist dabei der Treiber der Digitalisierung. Ein entscheidender Grund, weshalb sich weder unsere Kunden noch unsere Unternehmen dem digitalen Wandel entziehen können.

Bei der Digitalisierung handelt es sich um nicht mehr aber auch nicht weniger als eine weitere Herausforderung für eine erfolgsorientierte Unternehmensgestaltung, für die die NBB-Gruppe weitere, neue, Lösungen zur Verfügung stellen wird.

Bis dahin wünschen wir Ihnen und Ihren Familien ein besinnliches Weihnachtsfest sowie einen guten Rutsch ins nächste Jahr!

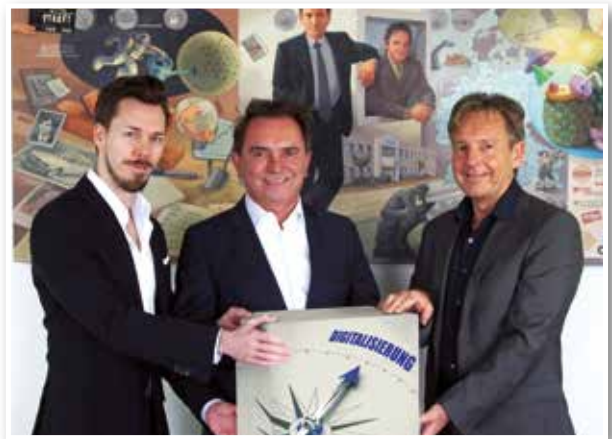
Herzlichst Ihre



Tony Arthur Farkas

Heinz Dingfelder

Fabian Arthur Farkas



v.li. Fabian Arthur Farkas, Vorstand • Tony Arthur Farkas, Gründer
Heinz Dingfelder, Vorstandsvorsitzender

Inhalt

Ausgabe 53 · Dezember 2018

■ bauSpezi		
bauSpezi Jahrestagung in Köln	6-9	
Ehrungen der bauSpezi Jubilare	10	
bauSpezi Kundenbarometer 2018	11	
Rad satt Rollstuhl		
bauSpezi unterstützt das Projekt von Andreas Besler	12-13	
bauSpezi Partner erfolgreich im E-Commerce	14	
Verstärkung für das bauSpezi Team	15	
■ Kiebitzmarkt		
Regionalkreistagungen 2018	16 - 17	
Onlineshop-Workshop in Langenfeld		
Verknüpfung von Onlineshop und stationärem Handel	18	
Kiebitzmarkt -Partnertagung in Quedlinburg	19	
Ein neuer Markt und zwei große Umbauten		
Kiebitzmarkt-Konzept blickt auf ein erfolgreiches Frühjahr	20	
Große Neueröffnung des Kiebitzmarktes in Dörpen	21	
Garten- und Zooevent 2018	22	
Neue Mitarbeiter	23	
■ NBB egesa		
Führungswechsel und neue Grafikerin	24	
Neue NBB egesa Web-Site		
Relaunch der egesa garten Web-Site	25	
NBB egesa Wintertagung 2018	26-27	
19. Garten- & Zooevent 2018	28-29	
■ AngelSpezi		
AngelSpezi Tagung 2018	30	
Gewinnspiel im AngelSpezi Hauskatalog		
Bekanntgabe der Gewinner	31	
Digitalisierung		
Das Warenwirtschaftssystem metropolis	32	
Neue Mitarbeiter		
33		
■ NBB AG		
NBB Juniorentagung 2018	34	
NBB B2RUN Firmenlauf	35	
■ DFH		
Weitere BauProfi-Partner mit Willhaben Händler-Shop		
36		
Die einfache elektronische Kundenkarte	36	
City Baumarkt mit Online-Marken-Shop	37	
Neue BauProfi-Standorte		
37		
■ MDH		
Digitale Ausstellung	38 - 40	
25 Jahre holzSpezi Reichel	41	
Partnertage in Potsdam	42-43	
■ mb ag		
Ruhestand nach 10 Jahren	44	
Bestandene Abschlußprüfung	44	
Neue Mitarbeiter	45	
Impressum	46	

bauSpezi-Jahrestagung am 04. November 2018 in Köln

Unter dem Motto "So digital machen wir es", standen u.a. das neue bauSpezi-Online-Konzept, die digitale Preisauszeichnung sowie Neuerungen im Bereich der bauSpezi-Eigenmarke im Vordergrund der diesjährigen bauSpezi-Jahrestagung in Köln, die von rd. 80 Tagungsteilnehmern interessiert verfolgt wurde.

NBB-Gründer Tony Arthur Farkas und Heinz Dingfelder, Vorstandsvorsitzender der NBB Dienstleistungssysteme AG, begrüßten die Teilnehmer und referierten über das NBB-Leitbild sowie über den Erfolg und die Kontinuität des bauSpezi-Konzepts in den letzten 36 Jahren. *„Die Verknüpfung von Stationär- und Onlinehandel wird die Zukunft sein“*, so Dingfelder.



bauSpezi-Jahrestagung in Köln, 04.11.2018

Trends und Fakten der Zukunft für die Bau- marktbranche

Das bauSpezi-Konzept richtet sich mit seinen neuen Leistungen auch immer an den zukünftigen Entwicklungen aus. Wesentliche Einflussfaktoren sind das veränderte Konsumverhalten der Endkunden, sowie die Digitalisierung der Handelswelt. Thomas Herzner, Geschäftsführer der NBB Bau- und Heimwerkermärkte GmbH, stellte die wichtigsten Trends und Fakten dem interessierten Auditorium vor.

„Die Konzepte und Leistungen, die wir für die bauSpezi-Partner entwickeln, begründen sich auf verschiedene Trends und Prognosen für die Zukunft. Dies können z.B. die Auswirkungen der demografischen Entwicklung auf die Do-it-yourself-Fähigkeiten der deutschen Verbraucher sein“, so Herzner.

Eine Möglichkeit, sich auf das verändernde Kundenverhalten einzustellen, ist der Ausbau der Serviceleistungen. Die Vermittlung von Handwerkerleistungen und der Maschinenverleih wird immer mehr an Bedeutung gewinnen. Gerade Mietmaschinen, die online

reserviert werden können, bieten Kunden einen Mehrwert. „Diesen Service können bauSpezi-Partner ihren Kunden über das neue Website-Konzept bieten“, so Herzner ergänzend.

Vorstellung des neuen bauSpezi-Online-Konzepts

Das neue bauSpezi-Online-Konzept wurde von Anna Karweik (Creative Director, mb moderne betriebssysteme ag), Julia Ganski (E-Commerce-Leiterin bauSpezi), Dr. Jochen Wesemeier (Marketingleiter bauSpezi) und Alexander Farkas (Internet, Neue Medien bauSpezi) vorgestellt.

Ein erfolgreiches Online-Konzept muss mehr sein als eine reine Internetpräsenz. Daher beinhaltet das neue bauSpezi-Online-Konzept nicht nur eine neue bauSpezi-Partner-Website mit auf den jeweiligen Standort zugeschnittenen, individuellen und suchmaschinenoptimierten Inhalten, Angeboten, Marken, Services und Stärken, sondern darüber hinaus auch professionelle Social-Media-Präsenzen auf Facebook und Instagram, ein zentralisiertes Standortmarketing sowie maßgeschneiderte E-Commerce-Lösungen (eBay, Amazon, Online-Shop).

Der Einstieg in den E-Commerce erfolgt bei bauSpezi in drei Stufen. Im ersten Schritt wird die Dienstleitung eines eBay-Marktplatzes in Anspruch genommen. Die nächste Stufe sieht dann Amazon als Marktplatz vor. Die dritte Stufe ist ein eigener bauSpezi-Webshop. bauSpezi-Partner können bei sämtlichen Online-Aktivitäten auf eine Rundum-Sorglos-Betreuung durch die bauSpezi-Zentrale zurückgreifen.

Der primäre Vorteil, so Marketingleiter Dr. Jochen Wesemeier, liegt klar auf der Hand: *„Das bauSpezi-Online-Konzept ermöglicht täglich und direkt positiven Einfluss auf die digitale Sichtbarkeit bei jedem einzelnen bauSpezi-Standort zu nehmen und somit letztendlich auf die Kundenbindung und Ergebnisverbesserung.“*

Digitale Preisauszeichnung

Roland Bayer (bauSpezi-Controller) und Mario Feige (Vorstand mb moderne betriebssysteme ag), stellten das Pilotprojekt zur digitalen Preisauszeichnung bei bauSpezi vor.



Preisauszeichnung (normal)



Preisauszeichnung (Angebot)

Zusammen mit dem Pilotpartner, Matthias Doll vom bauSpezi Doll in Brackenheim, berichteten die Herren über die Vorplanung, die Umsetzungsphase sowie die ersten Erfahrungen der digitalen Preisauszeichnung.

„Die Installation bei mir vor Ort lief sehr professionell. Das digitale Preisauszeichnungssystem läuft fehlerfrei und stabil, sodass direkt nach der Implementierung die Vorteile des

Systems, bspw. die Vermeidung von Auszeichnungsfehlern ersichtlich sind“, so Matthias Doll vom bauSpezi in Brackenheim resümierend.



Intensiver Austausch über die Einführung der digitalen Preisauszeichnung beim bauSpezi in Brackenheim. V.li.: Roland Bayer (bauSpezi-Controller), Mario Feige (Vorstand mb moderne betriebssysteme ag), Matthias Doll (bauSpezi-Partner aus Brackenheim)

bauSpezi-Eigenmarken

Dirk Mende, neu bei bauSpezi und ab Januar 2019 Nachfolger von Herrn Horst Bradtmöller als bauSpezi-Einkaufsleiter, stellte die neuen bauSpezi-Eigenmarkenprodukte und Designs vor.

bauSpezi-Eigenmarken bieten den bauSpezi-Partnern den großen Vorteil von Exklusivität. Hierdurch wird zum einen Kundenbindung geschaffen und zum anderen gelingt den Partnern vor Ort eine Abgrenzung vom Wettbewerb. Durch gute Preis-Leistungsverhältnisse werden gezielt neue Kunden angesprochen.

Für die bauSpezi-Eigenmarken sprechen auch die Margen. Sie sind im Vergleich zu Herstellermarken i.d.R. deutlich höher und tragen somit zu einer Steigerung des Rohertrags bei.

Des Weiteren präsentierte Mende ein eindrucksvolles und herausragendes Alleinstellungsmerkmal der bauSpezi-Grillkohle. *„Die bauSpezi-Grillholzkohlen stammen aus Namibia. Es gibt derzeit kein anderes Land für eine nachhaltigere Quelle für Grillholzkohlen. So werden die Hölzer der Gattung Acacia als Landpflegemaßnahmen gegen eine Verbuschung zu Holzkohle verarbeitet“,* so Mende.

Die neuen bauSpezi-Eigenmarken sowie das neue Layout trafen bei den bauSpezi-Partnern auf großen Anklang. *„Es gibt überzeugende Gründe bauSpezi-Eigenmarken zu führen. Dafür sprechen die Qualität, die attraktiven Konditionen und die Differenzierung zum Wettbewerb“*, so der Tenor der bauSpezi-Partner zur Darstellung des erweiterten Eigenmarken-Portfolios.

Ganz ohne Werkzeug

Marco Gundacker, Prokurist und Vertriebsleiter Süd der Fischer Deutschland Vertriebs GmbH, stellte die neue Produktreihe *“Clever Aufhängen, Reparieren, Kleben – Ganz ohne Werkzeug“* vor.

Bericht des bauSpezi-Systembeiratsvorsitzenden und Neuwahlen des Systembeirats

Hans Spies informierte über die Arbeit im bauSpezi-Systembeirat und zum letzten Mal als Systembeiratsvorsitzender über die bisherige Weiterentwicklung des bauSpezi-Systems

Herr Spies bedankte sich in seiner Rede bei den Mitarbeitern der bauSpezi-Zentrale für die sehr gute Zusammenarbeit. Er appellierte an die bauSpezi-Partner, sich sowohl an Innovationen des gemeinsamen bauSpezi-Konzepts als auch verstärkt an Frühbezügen und Einkaufsaktionen zu beteiligen. Nur so ist eine weiterhin äußerst positive wirtschaftliche Entwicklung möglich.



*Eine Ära geht zu Ende:
Herr Spies bei seinem letzten Bericht
als Systembeiratsvorsitzender*

Das bauSpezi-Team sagt DANKE

An dieser Stelle bedankt sich das bauSpezi-Team noch einmal recht herzlich für die 15-jährige, vertrauensvolle und konstruktive Zusammenarbeit mit Herrn Spies als Systembeiratsvorsitzenden.



Hans Spies und bauSpezi-Geschäftsführer Jürgen Sauer sichtlich gut gelaunt



Ehrung des scheidenden Systembeiratsvorsitzenden Hans Spies (Mitte) mit einem speziellen Abschiedsgeschenk (“Bierkrugunterstützungsarm”)

Der neu gewählte Systembeirat setzt sich aus den nachfolgenden Personen zusammen:

- Johann Spies, bauSpezi Parsberg
- Dietmar Kunkel, bauSpezi Leinefelde-Worbis
- Jürgen Kneer, bauSpezi Olsberg
- Marko Bölke, bauSpezi Burg

Change ist Chance

Den Abschluss der bauSpezi-Jahrestagung bildete der informative Vortrag von Kay Harney.

Der u.a. als beratendes Mitglied in mehreren Ausschüssen von Handelsinstituten und Organisationen bekannte Kay Harney referierte als Gastredner der diesjährigen bauSpezi-Jahrestagung über das Thema *“Wandel im Handel“*. Harney berichtete über den aktuellen Stand der Veränderungen im Handel und zeigte Chancen, Ideen und Wege für die bauSpezi-Gruppe auf, wie die Standorte zukünftig erfolgreich agieren können.

„Die Zukunft liegt im Zusammenspiel der stationären Stärken mit der digitalen Technologie. Diesbezüglich sind wir aufgrund der kontinuierlichen Weiterentwicklung des bauSpezi-Konzepts gut aufgestellt. Die Veranstaltung hat dies durch konkrete und praxisrelevante Maßnahmen und Leistungen wieder einmal bestätigt,“ so die Quintessenz vieler bauSpezi-Partner.



Gast-Redner Kay Harney

Ehrungen der bauSpezi-Jubilare

Für die langjährige bauSpezi-Mitgliedschaft wurden geehrt

- bauSpezi Spangenberg, 10-jähriges bauSpezi-Jubiläum
- bauSpezi Harsefeld, 10-jähriges bauSpezi-Jubiläum
- Verbundpartner Reken, 10-jähriges bauSpezi-Jubiläum
- bauSpezi Olsberg, 15-jähriges bauSpezi-Jubiläum
- bauSpezi Parsberg, 15-jähriges bauSpezi-Jubiläum
- bauSpezi Hallenberg, 15-jähriges bauSpezi-Jubiläum
- bauSpezi Burgebrach, 20-jähriges bauSpezi-Jubiläum
- bauSpezi Ellrich, 25-jähriges bauSpezi-Jubiläum
- bauSpezi Allendorf, 30-jähriges bauSpezi-Jubiläum
- bauSpezi Rosenthal, 30-jähriges bauSpezi-Jubiläum
- bauSpezi Frankenberg, 30-jähriges bauSpezi-Jubiläum



von li. n. re.:

- Jürgen Sauer, Geschäftsführer NBB Bau- und Heimwerkermärkte GmbH
- Wolfgang Sander, bauAktiv Ellrich GmbH & Co. KG, Ellrich, 25-jähriges bauSpezi-Jubiläum
- Stefan Dauber, Balzer GmbH & Co. KG, Hallenberg, 15-jähriges bauSpezi-Jubiläum
- Balzer GmbH & Co. KG, Allendorf, 30-jähriges bauSpezi-Jubiläum
- Balzer GmbH & Co. KG, Frankenberg, 30-jähriges bauSpezi-Jubiläum
- Balzer GmbH & Co. KG, Rosenthal, 30-jähriges bauSpezi-Jubiläum
- Silke Ruppert, Baufachmarkt Ruppert GmbH, Spangenberg, 10-jähriges bauSpezi-Jubiläum
- Gero Reincke, Heppelmann & Reincke GmbH & Co. KG, Harsefeld, 10-jähriges bauSpezi-Jubiläum
- Nico Dammeyer, Raiffeisen Maria-Veen-Lette, Reken, 10-jähriges bauSpezi-Jubiläum
- Jürgen Kneer, Bauzentrum J. Kneer GmbH, Olsberg, 15-jähriges bauSpezi-Jubiläum
- Johann Spies, Spies Bau- und Gartenmärkte GmbH & Co. KG, Parsberg, 15-jähriges bauSpezi-Jubiläum
- Dietmar Koch, Baumarkt + Gartencenter Dietmar Koch, Burgebrach, 20-jähriges bauSpezi-Jubiläum
- Tony Arthur Farkas, NBB-Gründer
- Heinz Dingfelder, Vorstandsvorsitzender NBB Dienstleistungssysteme AG

bauSpezi-Kundenbarometer 2018



von li. n. re.:

- Thomas Herzner, Geschäftsführer NBB Bau- und Heimwerkermärkte GmbH
- Marko Bölke und Elke Klack, BHG Burger Handelsgenossenschaft eG, Burg, 3. Platz
- Marcus Dengler und Kristin Ower, Baumarkt Dengler GmbH, Dierdorf, 2. Platz
- Jürgen Sauer, Geschäftsführer NBB Bau- und Heimwerkermärkte GmbH

Das bauSpezi-Kundenbarometer, welches seit vielen Jahren durchgeführt wird, dient der Qualitätssicherung am Point of Sale. Anonyme Einkäufer bewerten dabei die Kundenorientierung der einzelnen bauSpezi-Märkte.

Neben den klassischen Kriterien wie Kundenfreundlichkeit und Beratung werden darüber hinaus das Ladenlayout sowie der Bereich "Neue Medien" bewertet.

Der Online-Bereich wird durch Mystery-Mails sowie durch die Analyse von Websites und Online-Shops bewertet.

Die Erkenntnisse aus dem bauSpezi-Kundenbarometer fließen in konkrete marktbezogene Verbesserungsmaßnahmen, um bauSpezi-Kunden noch kundenorientierter bedienen und beraten zu können.

Gewinner des diesjährigen bauSpezi-Kundenbarometers sind:

- bauSpezi Gosen-Neu Zittau, 1. Platz
- bauSpezi Dierdorf, 2. Platz
- bauSpezi Burg, 3. Platz

Die Gewinner dürfen sich über ein Preisgeld für die Ausrichtung einer Betriebsfeier freuen.

Rad statt Rollstuhl

bauSpezi unterstützt seit Jahren das Projekt "Rad statt Rollstuhl" von Andreas Beseler.

Andreas „Besi“ Beseler ist leidenschaftlicher Radsportler und leidet seit vielen Jahren unter der Erkrankung Multiple Sklerose (kurz MS). Er sammelt seit 2013 mit seinem Projekt „Rad statt Rollstuhl – Besi & Friends“ Spenden für die Nathalie-Todenhöfer-Stiftung, die an MS erkrankten Menschen zu Gute kommen.

Die Bewegung umfasst mittlerweile über 800 Sportler aus ganz Deutschland und angrenzenden Ländern. Nach der großen Kanada Durchquerung Beselers 2013, folgten 2014 die Frankfurt – Barcelona Etappenfahrt und 2016 die Frankfurt – St. Tropez Etappenfahrt.

An beiden Veranstaltungen nahmen auch Sportler gehandicapt durch MS, Dialyse und psychische Erkrankungen teil.

Dieses Jahr sollte ein weiteres großes Projekt folgen. In maximal 9 Tagen die USA von Los Angeles nach Washington DC zu durchqueren. Über 4800 Kilometer erwarteten das Rad statt Rollstuhl 4er - Team beim härtesten und längsten Radrennen der Welt, dem Race Across America (RAAM).



Gruppenfoto Team Oceanside

In den 18 Monaten Vorbereitung waren unzählige Teamtreffen und Sponsortermine für das 13 - köpfige RAAM Team notwendig, um die extrem aufwendige Logistik, Abläufe, Taktik usw. zu planen. Bei einem Vorbereitungswochenende in der Eifel wurde der „Ernstfall“ geprobt. Es wurde sogar ein sogenanntes „Home-team“, bestehend aus vier Personen, für die Schnittstelle Deutschland – Amerika und die Verteilung und Platzierung von Medienberichten zusammengestellt.

Im Mai 2018 dann der Schock! „Besi“ wird auf einer Trainingsrunde unverschuldet von einem Auto angefahren. Er hat dabei noch riesiges Glück. Doch die Schwere der Verletzungen machen einen Start oder eine Begleitung beim RAAM unmöglich.



Besi (Andreas Besler)

Das Team entschied sich (jetzt erst recht) für „Besi“ in Amerika zu starten! „Einer für alle und alle für einen!“ Alle Unterstützer und Sponsoren blieben glücklicherweise dabei! Jeder einzelne hat geholfen, wo er konnte. Der Chefnavigator und Streckenplaner Stefan Fäth rückte als Radfahrer nach.

Mit der Ungewissheit was in Amerika auf das Team wartete, wurde das RAAM-Team am 13. Juni persönlich von „Besi“, vielen Unterstützern und Freunden in Frankfurt verabschiedet.



Oceanside Peer 2

Am 16. Juni fiel an der Strandpromenade von Oceanside (LA) der lang ersehnte Startschuss. Mit 25 anderen 4er Teams ging das Rad statt Rollstuhl RAAM Team auf die Strecke. Im Rennen teilte sich das 4er Team in zwei Teams auf. Jeweils bestehend aus zwei Rad-

fahren, einem Navigator und einem Fahrer mit einem dazugehörigen Folgefahrzeug / Pacecar. Rund um die Uhr ist ein Radfahrer aktiv auf der Strecke. Nach 8-10 Stunden (je nach Streckenverlauf) wechselten sich die Teams / Pacecars ab. Ein Wohnmobil unterstützt zusätzlich auf der Strecke durch Schlafmöglichkeiten, Verpflegung, Wäsche, usw.



Wüste

Anfangs hatte das Team mit extremer Hitze (bis zu 50 °C Lufttemperatur), Sandstürmen in der Wüste und Passstraßen auf bis zu 3500 m Höhe in den Rocky Mountains zu kämpfen. Jedes Teammitglied bekam maximal ein bis drei Stunden Schlaf pro Tag. Dabei mussten Autofahrer und Navigatoren im Pacecar stets die Konzentration bewahren. Sie hatten am wenigsten Schlaf und den härtesten Job.



Zeitfahren

Später folgte die endlose Weite von Colorado, Kansas und Missouri. Die Hitze sollte auch hier das Team nicht loslassen. Dazu kam aber die Gefahr von Tornados. Situationen, wie mit einem

riesigen Mährescher mit 12 m breitem Mähwerk oder gelegentlich ein rollendes Haus auf einem Tieflader, waren willkommene Abwechslungen zu der Monotonie der endlosen Weite des Landes.

Zum Ende des RAAM wurde die Umgebung und das Wetter immer westeuropäischer. Durch deutsche Siedlungsgebiete und die letzten schweren Anstiege in den Appalachen kam auf den letzten zwei Tagen andauernder und teilweise sinnflutartiger Regen hinzu. In einer der letzten Nächte stand plötzlich einer der Radfahrer bis zur Radnabe auf überfluteter Straße. Es musste kurzfristig eine Umleitung gefahren werden.

Auf der Strecke kam es immer wieder zu Begegnungen und Überholmanövern mit anderen Teams. Dabei herrschte trotz sportlichem Ehrgeiz stets gegenseitiger Respekt und Fairness. Überholmanöver geschahen stets unter gegenseitigem Jubel.



Annapolis im Ziel

Nach 6 Tagen und 13 Stunden überquerten die vier Radfahrer im Morgenrauen bei Regen völlig durchnässt und übermüdet - aber dennoch überwältigt - im Hafen von Annapolis, nahe Washington DC, die Ziellinie. Der Rest des Teams wartete dort schon, mit „Besi“, der per Videoschaltung zugeschaltet war.

Alle Erwartungen des „Rad statt Rollstuhl“ Teams wurden übertroffen! Das Team ist gesund und heil im Ziel angekommen und die Spendenaktion war ein voller Erfolg! Die Teilnahme und das Feedback aus Deutschland waren überwältigend. Auch dank des unermüdlichen Einsatzes des Home Teams!

Ein großer Moment für „Rad statt Rollstuhl“, dank einer erstklassigen Teamleistung.

bauSpezi-Partner erfolgreich im E-Commerce



Teilnehmer der Kick-Off-Veranstaltung des bauSpezi-E-Commerce-Clubs in Kassel am 25.04.2018

Die Verbindung von stationären Unternehmen und E-Commerce ist keine leichte Aufgabe. Die Dominanz von Amazon und die vielen Versuche familiengeführter Unternehmen in der Baumarktbranche, im E-Commerce erfolgreich zu sein, sind große Herausforderungen für die Leistungsportfolie einer Franchisezentrale.

Die bauSpezi-Zentrale hat dazu ein Konzept ausgearbeitet, das die finanziellen und personellen Möglichkeiten der bauSpezi-Partner berücksichtigt.

Vorgelegt wurde das Konzept auf der Kick-Off-Veranstaltung des bauSpezi-Ecommerce-Clubs am 25. April 2018 in Kassel. **„Wir wollen die Möglichkeiten, Leistungen und Strategien zusammen mit den Partnern erarbeiten,“** so die Leiterin des E-Commerce bei bauSpezi, Julia Ganski.

„Dazu haben wir alle bauSpezi-Partner eingeladen, die möglichst bald mit E-Commerce beginnen wollen oder schon hohe Umsätze erzielen.“

Zielsetzung des bauSpezi-Ecommerce-Clubs ist es, verschiedene Strategien hinsichtlich der Ausrichtung auf Marktplätzen, B2b oder B2 C zu entwickeln und umzusetzen.

In einer regen Diskussionsrunde wurden Herausforderungen und Chancen für den stationären Handel im E-Commerce besprochen.

Anschließend stellten Geschäftsführer Thomas Herzner und Julia Ganski das bauSpezi-ECommerce-Konzept und das Leistungsportfolio der Zentrale vor.

Begleitet wurde die Veranstaltung durch den Händlerbund. In einem



Vortrag stellte Frau Isabel Schmidt (Business Development Managerin, Händlerbund) Chancen für KMU's im E-Commerce vor.

„Es war ein toller Erfahrungsaustausch, bei dem wir sowohl von der bauSpezi-Zentrale als auch von bereits erfolgreichen bauSpezi-Partnern viel mitgenommen haben,“ so Matthias Doll vom bauSpezi-Markt in Brackenheim.

Die Clubmitglieder werden in Zukunft von regelmäßigen Workshops, Beratungen und Unterstützung durch interne und externe Spezialisten und exklusiven Angeboten profitieren.

„Zur Jahrestagung im November 2018 stellen wir unseren bauSpezi-Partnern die Verknüpfung von E-Commerce-Lösungen mit unserem neuen Website-Konzept vor,“ so Thomas Herzner, **„und das stationäre Geschäft werden wir auch nicht vergessen.“**

Personalien:

Verstärkung für das bauSpezi-Team

Neue Bereichsleitung Einkauf

Dirk Mende übernimmt zum 01. Januar 2019 die Bereichsleitung Einkauf bei der NBB Bau- und Heimwerkermärkte GmbH für das bauSpezi-Franchisesystem.

Der 45-jährige wird Nachfolger von Horst Bradtmöller, der zum 30.07.2019 nach langjähriger erfolgreicher Tätigkeit in den Ruhestand tritt.

Bereits seit dem 01. November 2018 wird Dirk Mende von Horst Bradtmöller eingearbeitet.



*Dirk Mende,
NBB Bau- und Heimwerkermärkte GmbH*

Mitarbeiterin für die Einkaufsabteilung

Mit **Nicole Köllmann** (40) verstärkt seit dem 01. Oktober 2018 als neue Mitarbeiterin die Einkaufsabteilung der bauSpezi-Zentrale in Rodenberg.



*Nicole Köllmann,
NBB Bau- und Heimwerkermärkte GmbH*

Mitarbeiterin für die Grafikabteilung

Antje Braunert (28) verstärkt seit dem 15. November 2018 das bauSpezi-Grafik-Team als Grafikdesignerin in Rodenberg.

Wir heißen die neuen Kolleginnen und den neuen Kollegen im Kreis des bauSpezi-Teams herzlich willkommen und wünschen ihnen viel Freude und Erfolg bei ihrer Tätigkeit bei der NBB Bau- und Heimwerkermärkte GmbH.



*Antje Braunert,
NBB Bau- und Heimwerkermärkte GmbH*

Regionalkreistagungen 2018

Starke Eigenmarken und die Verzahnung von On- und Offline im Marketing



Die Teilnehmer der Regionalkreistagung in Wesendorf informieren sich über Neuheiten

Die diesjährigen Regionalkreistagungen im November 2018 waren ein voller Erfolg. An drei verschiedenen Standorten konnten sich die Teilnehmer auch in diesem Jahr über einen Mix aus Marktbegehung und Tagung freuen. Für die Marktbegehung wurden Märkte ausgewählt, die in diesem Jahr eröffnet oder auch umgebaut haben. In Wesendorf konnten die Partner einen Markt in einem ehemaligen Discounter, in Dörpen einen Neubau und in Neuhoof einen flächenoptimierten Markt besichtigen. Die Marktbetreiber bekamen jeweils ein Feedback der Teilnehmer für ihren Standort. Die Besichtigung trägt zudem dazu bei, Ideen aus anderen Märkten für den eigenen mitzunehmen.

Danach wurden die Veranstaltungen in Tagungshotels fortgesetzt. Nach einleitenden Worten informierte Cord Kirchmann, Geschäftsführer der NBB Fachmärkte für Tier + Garten GmbH über den Verlauf des aktuellen Jahres, Neuheiten aus der Zentrale und die Entwicklung des Systems. Dazu zählte ein kurzer Rückblick in das vergangene Jahr in Bezug auf die Entwicklung der Umsätze, neue Mitarbeiter in der Systemzentrale sowie auf Neueröffnungen in der Kiebitzmarkt Gruppe. Zudem wurde über den Erfolg bei

Veranstaltungen wie der Garten- und Zooevent in Kassel und der NBB- Juniorentagung berichtet. Für das kommende Jahr erfuhren die Partner wichtige Termine. Im Jahr 2019 soll ein besonderer Fokus auf die Mitgestaltung der Zukunft der Kiebitzmärkte durch die Unternehmensnachfolger gelegt werden.



von li. n. re.: Bianca Hüskes (Marketing) und Cord Kirchmann (Geschäftsführer) gratulieren Rainer Conring (Marktleiter Kiebitzmarkt Hage) zum zweiten Platz beim Testkauf

Die Ergebnisse des Testkaufs, der in diesem Jahr in den Märkten stattgefunden hat, wurden ebenfalls vorgestellt. Es war deutlich zu sehen, dass sich die Investition in den Online-Bereich sowie in die Ladenbauplanung der Märkte gelohnt hat. Ausbaufähig waren hier die Bereiche Verkaufsschulung und Produktschulung bei den Mitarbeitern. Über den ersten Platz und den dritten Platz konnten sich die Kiebitzmärkte der Firma Rudolf Peters in Marschacht und in Büchen freuen. Den zweiten Platz teilten sich der Kiebitzmarkt in Hage und der Kiebitzmarkt Ludolph in Heiligenstadt.

Aus dem Bereich Einkauf wurde über die aktuelle Marktsituation, über neue Lieferanten sowie über die aktuelle Marktlage gesprochen. Zudem war die Umstellung des Warengruppenschlüssels Thema auf der Tagung.

Ein besonderer Fokus lag auch auf der Vorstellung der neuen Eigenmarkenprodukte. Das Kiebitzmarkt Hundetrockenfutter wird nun um sechs verschiedene hochwertige, getreidefreie Sorten Superior Hundefutter ergänzt. Zudem erweitert ab dem neuen Jahr das neue Eigenmarken Katzenstreu das Sortiment. Dieses besticht unter anderem durch ein geringeres Gewicht, umweltfreundliche Produktion sowie Anwendung und einen sparsamen Verbrauch. Auch im Nagerbereich sind 15 neue Artikel als Eigenmarke hinzugekommen. Diese überzeugen durch natürliche Zutaten sowie eine ansprechende Verpackung. Eine weitere neue Produktpalette im Eigenmarkenbereich sind die neuen Dünger (Baum-, Strauch- und Heckendünger, Bio-Gartendünger). Ein besonderes Augenmerk wurde hierbei auf die Präsentation der Ware im Markt und die sich verändernden Ansprüche der Kunden wie beispielsweise an die Gebindegröße gelegt.

Ein weiteres wichtiges Thema auf der Tagung war die Veränderung der Zielgruppe der Märkte und deren Ansprüche. Die sogenannte „Generation Y“ (geboren in den 80er/90er Jahren) ist mit dem Internet groß geworden und verfügt über eine enorme Kaufkraft bei geringer Preissensibilität.

Da bereits im Jahr 2020 50 % aller Arbeitnehmer dieser Gruppe angehören werden, ist es wichtig sich mit der Kundengruppe zu beschäftigen. Um diese Kundengruppe anzusprechen ist eine Kombination von klassischen Printmedien wie Handzettelwerbung mit den Onlinewerbemöglichkeiten nötig.

„Um den perfekten Marketingmix für die Kunden der Generation Y zu generieren, müssen diese auf verschiedenen Kanäle angesprochen werden. Eine Verzahnung dieser ist die perfekte Lösung um die jeweiligen Nachteile der Kanäle auszugleichen“, so Linda Zimmermann, Leiterin Online-Marketing.

Die digitalen Dienstleistungen haben bei den Kiebitzmärkten in den letzten Jahren enorm an Bedeutung gewonnen und werden stetig weiterentwickelt. Um die zahlreichen Angebote im Bereich der neuen Medien übersichtlicher zu gestalten, wurden auf der Tagung erstmals die neuen Webpakete für die Kiebitzmärkte vorgestellt.

Der letzte Punkt der Tagung wurde von vielen Teilnehmern bereits mit Spannung erwartet. Mit einem Videoclip der durch die Kiebitzmarkt Geschichte bildlich führte wurden die Details der Jubiläumsfahrt anlässlich des 25-jährigen Jubiläums im Jahr 2019 bekannt

gegeben. Die Nachricht über die geplante Kurz-Kreuzfahrt bildete den perfekten Abschluss für eine rundum gut gelungene Tagung.

Wir haben uns über die rege Teilnahme an den Tagungen und die produktiven Gespräche gefreut und hoffen, dass wir Sie auch im nächsten Jahr wieder begrüßen können.



v. li.: Hans Mundt (Inhaber der Kiebitzmärkte der Standorte Wesendorf und Lehrte) wurde für 15 Jahre Kiebitzmarkt von Cord Kirchmann (Geschäftsführer) geehrt

Für die langjährige und vertrauensvolle Zusammenarbeit wurden folgenden Standorte geehrt:

➔ **20 Jahre Kiebitzmarkt:**

- Kiebitzmarkt Heppenheim
- Kiebitzmarkt Legden
- Kiebitzmarkt Meerbusch

➔ **15 Jahre Kiebitzmarkt:**

- Kiebitzmarkt Hohentengen
- Kiebitzmarkt Hungen
- Kiebitzmarkt Illingen
- Kiebitzmarkt Lehrte
- Kiebitzmarkt Verl

➔ **10 Jahre Kiebitzmarkt:**

- Kiebitzmarkt Schöningen

Onlineshop-Workshop in Langenfeld

Verknüpfung von Onlineshop und stationärem Handel



Kiebitzmarkt-Partner interessierten sich für die Kombination aus stationären und Online-Handel



Alexander Kelm, Fa. Green Solutions

Am 15. Februar trafen sich fast 20 Kiebitzmarkt-Partner in Langenfeld um sich über die ersten Schritte zum Thema Onlineshop zu informieren. Am Vormittag wurde das Zoofachgeschäft der ZOOMA in Langenfeld besichtigt, welches einen stationären Handel betreibt und den Online Versand der Artikel abwickelt. Dort konnten die Partner sehen, wie man Online- und stationären Handel organisatorisch miteinander kombinieren kann. Herr Schwarz von der Zooma Zentrale lieferte die dazu interessanten Zahlen und Daten.

Anschließend folgte ein Tagungs- und Workshopteil, bei dem dargestellt wurde, wie wichtig es ist, die Kunden auf verschiedenen Vertriebskanälen anzusprechen. Langfristig trägt es dazu bei die stationären Umsätze und Erträge zu sichern.

Im Anschluss referierte Alexander Kelm von der Firma Green Solutions und stellte den in Kooperation mit seiner Firma umgesetzte „Kiebitzmarkt Onlineshop“ vor, der ab sofort für die Partner buchbar ist. Herr Kelm erläuterte die Bedienung der Software und die notwendigen Voraussetzungen zum Betreiben eines Online Shops. Der Shop beinhaltet zahlreiche von der Zentrale veredelte Artikel-daten, so dass den Partnern ein leichter Einstieg in das Onlinegeschäft möglich ist. Ebenfalls werden tausende weitere Artikeldaten verschiedener Lieferanten bereits in dem System zur Verfügung stehen. Durch die Firma Green Solutions können die Partner zudem auf ein umfassendes Content System zugreifen, dass Ratgeber-texte, Videos und vieles mehr umfasst. Ziel des Onlineshops

ist es den stationären Handel zu stärken und den Kunden eine Plattform zu bieten sich online über das Sortiment zu informieren. *„Wir möchten unsere Partner auf dem Weg in die digitale Welt begleiten und sehen das Onlineshopkonzept als verlängerte Ladentheke und Ergänzung zum stationären Handel“*, so Cord Kirchmann, Geschäftsführer der NBB Fachmärkte für Tier + Garten GmbH.

In einer anschließenden offenen Diskussionsrunde konnten die Partner sich austauschen, die neuen Erkenntnisse vertiefen und weitere Strategieansätze und – wünsche miteinander besprechen.



Teilnehmer informierten sich bezüglich des Kiebitzmarkt Onlineshops

Vielfältig und informativ- Kiebitzmarkt- Partnertagung in Quedlinburg

Vielfältiges Programm aus Tagung und Kultur erwartete die Teilnehmer

Vom 23. bis 25. Februar trafen sich zahlreiche Kiebitzmarkt-Partner in Quedlinburg zur diesjährigen Jahrestagung der NBB Fachmärkte für Tier + Garten GmbH. In Kooperation mit der Firma Quedlinburger Saatgut mbH wurde den Teilnehmern ein vielfältiges Programm aus Tagung und Kultur geboten.

Am Freitagnachmittag fand nach der Zusammenkunft das Tagungsprogramm der Systemzentrale statt. Aktuelle Themen wie neue Produkte oder Dienstleistungen wurden den Partnern vorgestellt. Zudem wurde ein Rückblick auf das Jahr 2017 als auch ein Ausblick in das neue Geschäftsjahr präsentiert. Ein besonde-

rer Fokus lag auf den Themen Digitalisierung und Omnichannel-Konzept sowie den Eigenmarken. Am Samstagvormittag konnten sich die Kiebitzmarkt-Partner über die Produktionsstätten, das Sortiment und auch die Gärtnerei der Firma Quedlinburger Saatgut mbH informieren. Bei einer Nachtwächtertour wurde zudem die wunderschöne Altstadt von Quedlinburg betrachtet. *„Unser Partnerwochenende ist bei unseren Kiebitzmarkt-Partnern sehr beliebt, da es neben der Tagung auch dem Austausch mit anderen Märkten dient“*, so Cord Kirchmann, Geschäftsführer der NBB Fachmärkte für Tier + Garten GmbH. Auch die Kombination mit gelisteten Lieferanten erfreut sich einer immer stärker wachsenden Beliebtheit dieser Tagungsform.



Die Teilnehmer der Kiebitzmarkt-Partnertagung 2018 in Quedlinburg

Ein neuer Markt und zwei große Umbauten

Kiebitzmarkt-Konzept blickt auf ein erfolgreiches Frühjahr

In der Frühjahrssaison startete das Franchise-Konzept „Kiebitzmarkt“ mit zwei großen Umbauten und einem neuem Markt. Mit verschiedenen Aktionen und Veranstaltungen wurden die Neueröffnungen und Umbauten mit den Kunden gefeiert.

Der Kiebitzmarkt Burg eröffnete am 4./5. Mai 2018 auf circa 700 qm. Neben den bauSpezi-Baumärkten, die ebenfalls von der NBB Gruppe betreut werden, ist dies der erste Markt für Garten-, Tier-, Haus- und Hofartikel der BHG Burger Handelsgenossenschaft eG.



Cord Kirchmann und Karsten Pötschke (NBB) gratulieren Elke Klack und Matthias Andert zur Eröffnung des Kiebitzmarkts in Burg

Auch in Hessen wurde das Warenportfolio des Kiebitzmarkts Spritzmühle in NeuhoF überarbeitet und optimiert. Durch den großen Umbau ist der Markt besser für die Zukunft aufgestellt. Zahlreiche Kunden feierten diesen gelungenen Umbau am 27. und 28. April 2018.



Erweitertes Warenangebot Kiebitzmarkt Spritzmühle in NeuhoF

Der Kiebitzmarkt in Sulingen erweiterte seine Verkaufsfläche mit einem Anbau auf rund 600 qm. Dies wurde mit Aktionen und Rabatten für die Kunden ebenfalls am 4./5. Mai 2018 gefeiert.

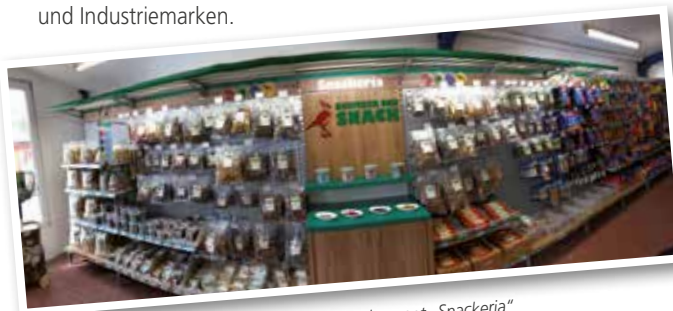


Zum Umbau des Kiebitzmarkts in Sulingen gratulierten Cord Kirchmann und Ingo Garbe (NBB) dem Marktinhaber Jörn Motzner und seiner Frau Sandra Motzner



Große erweiterte Verkaufsfläche Kiebitzmarkt Sulingen

In allen drei Standorten wurde auch das neue Kiebitzmarkt-Ladenbaukonzept „Snackeria“ umgesetzt, welches eine optimale Warenpräsentationsmöglichkeit für die Hunde-Snackartikel ermöglicht. Durch das besondere Design hebt sich das Sortiment ab und bildet so einen Anziehungspunkt für die Kunden. Um die Fachmarktcompetenz zu unterstützen, umfasst der von der Zentrale empfohlene Bestückungsvorschlag der „Snackeria“ eine gemischte Produktvielfalt von Eigenmarken und Industriemarken.



Kiebitzmarkt Ladenbaukonzept „Snackeria“

Große Neueröffnung des Kiebitzmarktes in Dörpen

Der Kiebitzmarkt in Dörpen feierte vom 7. bis 8. September 2018 große Neueröffnung mit seinen Kunden.



Viel Platz - 950 m² im Markt und zusätzliche 300 m² im Außenbereich - der neue Kiebitzmarkt in Dörpen

Die zahlreichen Besucher wurden von den vorab angekündigten Rabattaktionen sowie der Tombola angelockt. Besonders begeistert waren die Gäste von der „Rabatteimer Aktion“.

Jeder Besucher hatte die Möglichkeit einen hochwertigen Kiebitzmarkteimer mit Artikeln seiner Wahl zu befüllen und bekam 20% Rabatt auf die enthaltenden Produkte. Zugleich gab es den Eimer für den heimischen Garten kostenlos dazu. Außerdem gab es bunt blühende Chrysanthemen zum Aktionspreis.



Kundenfreundliches und modernes Ladenbaukonzept

Es kam eine Vielzahl an Besucher, um sich den neuen Markt der Familie Timmer anzuschauen.

Für die Heimtierbesitzer sowie die Pferdehalter wurden externe Berater aus dem Bereich Fütterung eingeladen. Somit hatten die Tierhalter unter den Besuchern die Möglichkeit, sich individuell zum Thema Fütterung der vierbeinigen Lieblinge beraten zu lassen.

Das Betreiberhepaar Timmer sowie das 15-köpfige Team stehen den Kunden mit fachkundiger Beratung nun an insgesamt drei Standorten in den Regionen Papenburg und Emsland zur Seite. „Das Sortiment bleibt, aber in Zukunft werden wir uns ganz anders präsentieren können“, sagt Marcus Timmer. Der Markt bietet auf 950 Quadratmetern Innen sowie weiteren 300 Quadratmetern im Außenbereich genug Platz, um ein umfassendes Sortiment im Bereich Garten, Heim- und Nutztier, Haus- und Hof sowie Pferd und Reitsport.

Der Kiebitzmarkt in Haren wurde 1994 gegründet und war einer der ersten Kiebitzmärkte in Deutschland. 1998 folgte dann der Kiebitzmarkt in Aschendorf, 2010 eröffnete Marcus Timmer in Dörpen an der Hauptstraße seinen dritten Kiebitzmarkt, der jetzt durch den Neubau im Gewerbegebiet ebenfalls in Dörpen abgelöst wurde.



Es gratulierte zur gelungenen Neueröffnung v.l. der Geschäftsführer der NBB Fachmärkte für Tier + Garten GmbH Cord Kirchmann, Claudia Timmer, Marcus Timmer (Marktinhaber) sowie der verantwortliche Berater Werner Brinker (NBB).

Garten- und Zooevent 2018

Ein gut besuchter Messestand und steigende Tendenz bei den Eigenmarken

Auf der diesjährigen Garten- und Zooevent in Kassel war auch die NBB Fachmärkte für Tier + Garten GmbH wieder mit einem Stand vertreten.

Die präsentierten Neuheiten lockten zahlreiche Partner auf den Messestand. Ein Schwerpunkt bei der Präsentation der neuen Produkte wurde auf die Eigenmarken gelegt.

Vorge stellt wurde das neue Premiumhundefutter in sechs verschiedenen Sorten, welches den Eigenmarkenbereich im gehobenen Bereich ergänzen wird. Auch der Nagerbereich der Eigenmarke wurde weiter ausgebaut und weckte das Interesse zahlreicher Messebesucher.

Die Marke hat sich gut in den Kiebitzmärkten etabliert und erfreut sich einer immer größeren Beliebtheit bei den Kunden. Die ansprechende Präsentation der Ware im Markt stand ebenfalls im Vordergrund.



v.l. Andrea Lohmann (Marktberaterin), Cord Kirchmann (Geschäftsführer), Bianca Hüskes (Marketing), Ingo Garbe (Einkaufsleiter), Sabine Steinmetz (Teamassistentin), Karsten Pötschke (Marktberater), Michaela Noglik (Marktberaterin), Linda Zimmermann (Marketing)

Außerdem präsentierten neue Lieferanten aus den Bereichen Outdoor-Schuhe sowie Beleuchtung einen Ausschnitt aus ihrem Sortiment und weckten das Interesse der Partner.

Auch dieses Jahr war die Digitalisierung wieder ein Thema auf dem Stand der NBB Fachmärkte für Tier und Garten GmbH. Dieser Bereich ist bereits ein wichtiger Bestandteil in den Märkten und wird stetig weiterentwickelt.

Neben den bereits bestehenden Angeboten im Bereich neue Medien für die Kiebitzmarkt- und Verbundpartner wurden neue Online-Dienstleistungen vorgestellt.

„ Wir möchten unsere Partner auf dem Weg in die digitale Welt begleiten und legen den Fokus besonders in

die Verknüpfung der unterschiedlichen Kanäle.“, so Linda Zimmermann, Leiterin Online Marketing der NBB Fachmärkte für Tier und Garten GmbH. Durch die Verzahnung der einzelnen Kanäle soll die Präsenz der stationären Märkte gestärkt werden.

Mit stetigen Weiterentwicklungen ist das Online-Konzept mittlerweile ein wichtiger Bestandteil der Gesamtdienstleistungen der Zentrale.

Für die bestehenden Partner bestand auch die Möglichkeit sich über Einkaufskonditionen, angebotene Dienstleistungen sowie die Sortimentsgestaltung zu informieren.

Für Interessenten bot sich die Chance das Kiebitzmarkt-Konzept sowie das Verbundpartnerkonzept kennenzulernen.

Personalien:

Verstärkung für das Kiebitzmarkt Team

Marktberaterin

Seit 1. Oktober 2018 wird die Kiebitzmarkt-Zentrale durch Andrea Lohmann unterstützt.

Zukünftig gehört die Betreuung unserer Süd - Märkte sowie die Gewinnung neuer Geschäftspartner zu ihren Aufgaben.

Mit 18 Jahren Vertriebserfahrung im Außendienst für die Firma Unimet, wird uns Frau Lohmann zukünftig tatkräftig unterstützen.



*Andrea Lohmann, Marktberaterin Süd
NBB Fachmärkte für Tier + Garten GmbH*

Marktberaterin Reitsport

Als Unterstützung in den Bereichen Marketing und Reitsport wurde Bianca Hüskes zum 01. September 2018 mit ins Kiebitzmarkt-Team aufgenommen. Sie bringt Erfahrungen im Bereich Vertrieb mit. Zuvor hat sie **Pferdewirtschaft und Agrarwissenschaften** studiert.

Wir freuen uns auf eine gute Zusammenarbeit und wünschen beiden einen guten Start.



*Bianca Hüskes, Marketing Reitsport
NBB Fachmärkte für Tier + Garten GmbH*

Personalien:

Führungswechsel & neue Grafikerin bei NBB egesa

Geschäftsführung

Der Start in das Jahr 2018 begann mit einem Wechsel in der Geschäftsführung. Seit dem 01.01.2018 ist der bisherige Assistent der Geschäftsführung, Fabian A. Farkas, in neuer Funktion als *Geschäftsführer für die NBB egesa Gartencenter GmbH* tätig.

Fabian A. Farkas ist bereits seit Anfang 2014 für die NBB Gruppe tätig und kann dabei auf eine Ausbildung als *Volljurist* sowie *Master of Business Administration* zurückgreifen. Gemeinsam mit Rainer Hesemann wird Fabian A. Farkas zukünftig die Geschäfte der NBB egesa Gartencenter GmbH führen.

Tony A. Farkas ist zum 01.01.2018 als Geschäftsführer bei der NBB egesa Gartencenter GmbH ausgeschieden. Er steht dem Unternehmen jedoch weiterhin in beratender Funktion zur Seite.



*Fabian Arthur Farkas,
Geschäftsführer NBB egesa Gartencenter GmbH*

Grafik

Seit September 2018 verstärkt Judith Hartmann das Team der NBB egesa im kreativen Bereich.

Die gelernte *Mediengestalterin* konnte nach ihrer Ausbildung wertvolle Erfahrungen in einem Verlag sammeln, der seinen Schwerpunkt im landwirtschaftlichen Umfeld hat. Daher ist ihr der Bezug zur grünen Branche nicht fremd.

Den Schwerpunkt ihrer Aufgaben bildet die grafische Gestaltung der Werbemedien und –mittel, die die NBB egesa Zentrale für ihre Partnerbetriebe entwickelt.

Wir freuen uns auf die Zusammenarbeit mit Frau Hartmann und heißen sie herzlich im NBB egesa Team willkommen!



*Judith Hartmann,
Mediengestalterin NBB egesa Gartencenter GmbH*

Neue NBB egesa Web-Site

Ende Januar fand der Relaunch der egesa garten Web-Site statt

Bis zu diesem Zeitpunkt stand auf egesagarten.de der Endverbraucher im Fokus der Kommunikation.

„Die direkte Kundenansprache überlassen wir sinnvollerweise unseren Partnern vor Ort. Mit der komplett überarbeiteten Seite werden wir uns und unsere Dienstleistungen in den Mittelpunkt stellen“, erläutert Fabian A. Farkas, Geschäftsführer NBB egesa.

Die neue Seite richtet sich an Unternehmer und Interessenten. Sie schafft einen kompetenten Überblick über alle Dienstleistungen der NBB egesa.



NBB egesa Wintertagung 2018

Die diesjährige NBB egesa Wintertagung fand am 06. und 07. Februar bei Mühle Dickmann in Duisburg statt.

Nach einem gemeinsamen Mittagssnack begann die Veranstaltung mit einem ca. dreistündigen Marktrundgang.

Neben den neu gestalteten Regalblenden lag der Fokus auf den Produktneuheiten und Warenpräsentationsmodulen der geladenen Lieferanten.

Jeder hatte im Zuge des Rundganges ausreichend Zeit *sich und sein Sortiment, sowie Neuheiten* vorzustellen.

Lieferanten:

➔ LORENZETTO

- 100% Bio: Eat-Me Kräuter
- Margeriten & Ziersträucher aus Albenga, Sizilien & Toscana

➔ BLU

- Bio-Kräuter & POS-Marketing

➔ HEINJE

- egesa garten Eigenmarke Pflanze incl. POS-Präsentation
- Neuheiten 2018

➔ MEGA COLLECTIONS

- Outdoor -Gefäße
- Körbe

➔ QUEDLINBURGER

- Neuheiten aus dem Saatgutsortiment

➔ WALTER MANDJES

- Blumenzwiebeln aus Holland
- getopfte Zwiebelpflanzen



Eat Me Kräuter von Lorenzetto



POS Präsentation Blu Kräuter



Sebastian Heinje (Baumschule Heinje) stellt Neuheiten vor.



Frank Teuber vom Blumenbüro Holland

Der zweite Tag begann mit dem spannenden Vortrag „Im digitalen Dialog mit dem Blumen- und Pflanzenkunden“. Frank Teuber vom Blumenbüro Holland erläuterte digitale Trends und die zielgruppenspezifische Umsetzung dieser.

Im Anschluss wurde dieses Thema von Anna Karweik von der moderne betriebssysteme ag aufgegriffen und vertieft. Die Kunden von morgen werden über Social Media erreicht. Anna Karweik bietet mit Ihrem Team nicht nur die Erstellung von z.B. Facebook-Fanpages sondern auch die kontinuierliche Pflege der Seiten an. Ein serviceorientiertes Paket, das allen Partnern den Einstieg in die Kommunikation über Social Media vereinfacht.

Den Abschluss des ersten Tagungsteils bildete Dirk Schwamborn vom Ingenieurbüro Wirkungsgrad. Sein Vortrag mit dem Titel *„Senkung von Energiekosten durch staatlich geförderte Beratung als effiziente Kosteneinsparung für Ihr Unternehmen!“* zeigte eindrucksvoll, welche Potenziale in diesem Zusammenhang noch ausgeschöpft werden können.

„Wir freuen uns über die gelungene Veranstaltung und bedanken uns bei allen Teilnehmerinnen und Teilnehmern. Wir freuen uns bereits jetzt auf die nächste Wintertagung. Und natürlich danken wir Herrn Dickmann und seinem Team für die Unterstützung und Gastfreundlichkeit“, resümiert Fabian A. Farkas.



Abendveranstaltung

Am Abend lud die NBB egesa alle Teilnehmer zu einem zünftigen Grillbuffet in der urigen Ernst-August Hütte auf dem Hotelgelände ein. Nach dem Glühweinpemphang auf der Terrasse stellte dann der Koch sein Können am Grill unter Beweis.



Thomas Weng (Vertriebsleiter NBB egesa) und Fabian A. Farkas (Geschäftsführer NBB egesa) bedanken sich bei Heinrich Dickmann und Wiebke Hoffmann. Vorne: Yello

Garten- & Zooevent 2018:

Die 19. Garten- & Zooevent ging am 30. September 2018 zu Ende.



Das Team der NBB egesa: v.li: Fabian A. Farkas (Geschäftsführer), Randolph Schneider (Zentraleinkäufer), Judith Hartmann (Grafikerin), Rainer Hesemann (Geschäftsführer), Thomas Weng (Vertriebsleiter), Katherina Stamm (Marketing)

Fabian A. Farkas, Geschäftsführer NBB egesa Gartencenter GmbH, zeigt sich sehr zufrieden: *„Wir freuen uns, dass wir mit den gezeigten Themen bei unseren Partnern ins Schwarze getroffen haben. Die positiven Resonanzen zeigen uns, dass wir mit den Weiterentwicklungen unserer Dienstleistungen und Angebote unseren Mitgliedsbetrieben einen deutlichen Mehrwert bieten“*, so Farkas.

Die Erweiterung des erfolgreich eingeführten egesa garten Pflanzen Eigenmarkenprogramms wurde in diesem Jahr fortgesetzt. In 2019 wird es nunmehr sieben unterschiedliche Produktgruppen als egesa garten Pflanzen geben. Es handelt sich um qualitativ hochwertige Baumschulpflanzen, die im mittleren Preissegment

angesiedelt sind. Zusammengefasst in Tischkonzepten bietet es jedem Mitgliedsbetrieb die Möglichkeit, von März bis Oktober die Attraktivität der Baumschulfläche zu erhöhen und Kaufimpulse zu schaffen. Als besonderes Verkaufsargument wird dem Endverbraucher eine sechsmonatige Anwachs-Garantie gewährt. Sehr überzeugend sind die farbigen Bildetiketten, die neben dem Produkt auch die jeweiligen Produktmerkmale bzw. Vorteile kommunizieren.

„Baumschule Heinje ist dabei der optimale Partner, denn die Ansprüche an die Qualität der Pflanzen und eine reibungslose Logistik sind hoch. Die egesa garten Pflanzen sind die logische Weiterentwicklung der bisherigen Eigenmarkenrange“, erläutert Thomas Weng, Vertriebsleiter der NBB egesa.



Neue Sortimente egesa garten Eigenmarke Pflanze

Außerdem wurden weitere Vermarktungskonzepte für Pflanzen vorgestellt. Zum einen können die NBB egesa Partner auf Kommunikationsmittel zur Vermarktung von Pflanzen *aus eigener Produktion* zurückgreifen.

Zum anderen werden *bienenfreundliche Pflanzen* als solche auf der Fläche kenntlich gemacht. Beide Konzepte beinhalten neben Pflanzenetiketten auch Großflächenbanner und Tischaufsteller.



Vermarktungskonzept
bienenfreundliche
Pflanzen

Aber nicht nur im Outdoorbereich schlummern Potenziale. Auch die Zimmerpflanzenabteilung erlebt derzeit einen allgemeinen Aufschwung.



Einrichtungsmodul Zimmerpflanze

Deshalb entwickelte NBB egesa gemeinsam mit dem holländischen Einrichter De Haan ein *Einrichtungsmodul*, das *Zimmerpflanzen* in den Fokus des Kunden rückt und eine Verbindung zwischen Pflanze, Topf und Dekoration schafft. So entsteht eine Impulszone, die saisonal bestückt die Attraktivität der Fläche erhöht.

Ihr Omni-Channel-Marketing-Konzept erweiterte die NBB egesa um ein Social-Media-Aktions-Paket. Gemeinsam mit der mb moderne betriebssysteme ag bietet die NBB egesa nicht nur die Erstellung von z. B. Facebook-Fanpages und Instagram Storys und die kontinuierliche Pflege der Seiten an, sondern einen ganzjährigen Aktionsfahrplan. So können die Partner ab sofort auf verschiedene, von der Zentrale geplante und individualisierbare Aktionen zurückgreifen, um die eigenen Social-Media-Kanäle zu bespielen oder von der Zentrale bespielen zu lassen. Ein serviceorientiertes Paket, das allen Mitgliedsbetrieben den Einstieg in die Kommunikation über Social-Media vereinfacht.

Wir begrüßen folgende neue Verbund-Partner:

Horst Korb GmbH , Am Berghang 6, 55765 Birkenfeld	01.01.2018
Pflanzencenter Dill GmbH , Viktoriastraße 13, 32423 Minden	01.01.2018
Pflanzen- und Gartencenter Hedden , Esener Str. 5-7, 26556 Westerholt	01.06.2018
Gartencenter Engelmeier , Veilchenweg 5, 33415 Verl	01.10.2018

AngelSpezi-Tagung 2018

Am 10. und 11. März 2018 fand die AngelSpezi-Tagung im Hotel Grand La Strada in Kassel statt. Sie startete am Samstagabend mit der Begrüßung der AngelSpezi-Partner und einem gemeinsamen Abendessen in geselliger Runde.



Vorstellung der SHIMANO-Firmenphilosophie durch Herrn Beißel (li.) und Herrn Draheim (re.)

Der Sonntagmorgen begann mit einem interessanten Vortrag seitens Frank Beißel sowie Daniel Draheim von der Firma SHIMANO. Sie gaben den AngelSpezi-Partnern Einblicke in die Firmenphilosophie und hatten auch ein Tagungs Sonderangebot mitgebracht.

Zu guter Letzt ehrte Volker Herbst, Geschäftsführer der NBB-Fachgeschäfte für Angelsport GmbH, die anwesenden Jubilare für ihre langjährige und gute Zusammenarbeit und es folgte noch ein reger Erfahrungsaustausch, bevor es auf den Heimweg ging.

Anschließend stellte Norman Hacker, Junior Sales Manager, der Firma mb moderne betriebssysteme ag, einer Schwesterfirma der NBB-Fachgeschäfte für Angelsport GmbH, das eigene Warenwirtschaftssystem und die damit verbundenen Artikellistungen vor.

Sebastian Steep aus der AngelSpezi-Zentrale berichtete über die zunehmende Bedeutung der Digitalisierung im Angelsport-Einzelhandel. Die Kundenfrequenzen im stationären Handel sind sinkend und der Kauf im Internet gewinnt stark an Bedeutung – ein wichtiger Punkt, den unsere Partner für die Zukunft beachten sollten. Allerdings lässt sich festhalten, dass der stationäre Handel weiterhin über eine sehr große Bedeutung verfügt.



von links: Herr Hallermeier (AS XXL Bad Staffelstein), Frau Hannemann (AS Wismar) Herr Herbst (GF der NBB-Fachgeschäfte für Angelsport GmbH), Herr Seiler (AS XXL Leipzig + Chemnitz)

Gewinner der Gewinnspiel-Aktionen im AngelSpezi-Hauskatalog 2018

Wie in jedem Jahr bereichern Gewinnspiele den AngelSpezi-Hauskatalog. In 2018 wurden insgesamt drei Aktionen für den Endverbraucher durchgeführt (30.04. / 30.06. / 31.08.2018).

Beim ersten Gewinnspiel wusste Herr Norbert Wohlgemuth die richtige Antwort auf die Frage „*Wo laicht die Forelle*“ – „*Im Kies und Geröll*“ und gewann die SHIMANO Stradic Ci4+4000, eine der besten SHIMANO-Rollen im Wert von UVP 204,95 €. Die Preisübergabe fand Anfang Mai im AngelSpezi Olympia-Potsdam statt. Wir danken der Firma SHIMANO für die tolle Spende.



Rainer Winter,
Inhaber AS Potsdam (li.),
mit dem Gewinner
Norbert Wohlgemuth (re.)



Volker Herbst, GF der NBB-Fachgeschäfte für Angelsport GmbH (li.),
mit dem Gewinner Peter Bartkowiak (re.)



Herr Peter Bartkowiak hat bei der zweiten Aktion das Samsung Galaxy S9-Handy im Wert von 849,- € gewonnen. Unter vielen Teilnehmern wurde er ausgelost, dementsprechend groß war seine Freude bei der Preisübergabe Mitte August im AngelSpezi Berlin. Wir danken der Firma mobilcom-debitel für die freundliche Unterstützung.

Zu guter Letzt wusste Herr Wolfgang Huke die richtige Antwort auf die Frage „*Wo laicht der europäische Aal*“ – „*In der Sargasso-See*“ und gewann die Zebco Black Cat Extreme FD 4105 Rolle im Wert von UVP 249,- €. Der Preis wurde ihm Anfang September nach Hause geschickt. Wir danken der Firma Zebco für die großzügige Spende.

Digitalisierung

Seit Herbst 2017 ist das neue **Warenwirtschaftssystem metropolis** im Einsatz. Damit ist jederzeit online der aktuelle Bestand und Lagerort von Werbemitteln und Artikeln aus Einkaufsaktionen abrufbar.

Im Rahmen dessen werden bereits seit Jahresbeginn 2018 die Rechnungen nur noch auf dem elektronischen Weg an unsere Partner gemailt.

Das **AngelSpezi-Partner-Portal** ist frisch gestartet. Hier werden den AngelSpezi-Franchisepartnern sämtliche Informationen online zur Verfügung gestellt. Von aktuellen Lieferantenkonditionen, aktuellen Einkaufsaktionen, Umsatz- und Bonusübersichten bis hin zu den Neuigkeiten aus der Angelbranche ist alles enthalten.



Im Aufbau befindet sich eine **Artikeldatenbank/Artikellistung**, die den Partnern sämtliche Lieferantenartikel zur Verfügung stellt. Im Bereich der AngelSpezi-Eigenmarken ist dieses bereits seit Frühjahr 2018 umgesetzt.

In Zukunft wird eine **Software für Einkaufsaktionen** eingesetzt, bei der die Partner über einen entsprechenden Link die gewünschten Artikel gleich online in die Bestelllisten eintragen können. Dieses erspart viel Zeit, Geld und Papier.

AngelSpezi-Hauskatalog 2019

Der 304 Seiten starke Info-Katalog wird ab Dezember 2018 / Januar 2019 in allen AngelSpezi-Fachgeschäften erhältlich sein. Auf der AngelSpezi-Homepage steht er dann ebenfalls zum Ansehen oder Downloaden bereit. Auch die enthaltenen Gewinnspiele werden online beworben.



AngelSpezi-Wandkalender 2019

Mit vielen schönen Naturaufnahmen rund um das Angeln und leckeren Fischrezepten, ist der beliebte AngelSpezi-Wandkalender 2019 bei allen teilnehmenden Partnern erhältlich.



Personalien:

Neuer AngelSpezi-Fachberater seit Juli 2018

AngelSpezi-Fachberater

Wir freuen uns darüber, dass unser Mitarbeiter Herr Sebastian Steep im Sommer sein dreijähriges **Bachelor-Betriebswirtschaftsstudium** erfolgreich beendet hat. Er steht somit seit Juli 2018 den Partnern als Controlling-Fachberater zur Verfügung.



Sebastian Steep,
NBB-Fachgeschäfte für Angelsport GmbH

Wir begrüßen folgende neuen AngelSpezi-Franchisenehmer:

AngelSpezi XXL Bawinkel , Fishing-Attack Emsland, Inh. Jürgen Rolfes, Haselünner Str. 19a, 49844 Bawinkel	seit 02.08.2018
AngelSpezi Wallerfangen , Angel-Center Untere Saar, Inh. Marcus Thönes, Drei-Marien-Str. 13, 66798 Wallerfangen	seit 08.01.2018
AngelSpezi Kühbach , Inh. Uwe Vulturius, Magnusstr. 2, 86556 Kühbach	seit 01.12.2017

Wir gratulieren zum 10-jährigen AngelSpezi-Jubiläum:

AngelSpezi Ubstadt-Weiher , fishing-life, Hauptstr. 85, 76698 Ubstadt-Weiher	seit 15.06.2008
AngelSpezi XXL Südbrookmerland , Johann Wessels GmbH, Ekelser Str. 22, 26624 Südbrookmerland	seit 01.05.2008

Wir gratulieren zum 15-jährigen AngelSpezi-Jubiläum:

AngelSpezi Bensheim , Rainer Belter, Wormser Str. 14, 64625 Bensheim	seit 01.10.2003
AngelSpezi Schifferstadt , Angelgeräte Leydecker GbR, Sandgasse 25, 67105 Schifferstadt	seit 05.08.2003
AngelSpezi XXL Chemnitz , Inh. Uwe Piduhn, Chemnitzer Str. 6, 09247 Chemnitz-Röhrsdorf	seit 01.04.2003
AngelSpezi Hohentengen , Kiebitzmarkt & AngelSpezi Kohler, Am Flugplatz 9, 88367 Hohentengen	seit 26.03.2003

Wir gratulieren zum 20-jährigen AngelSpezi-Jubiläum:

AngelSpezi XXL Zwickau , Inh. Petra Schwieder, Wildenfeser Str. 19, 08056 Zwickau	seit 04.12.1998
AngelSpezi Hoyerswerda , RW Angelsport UG, Käthe-Niederkirchner-Str. 26, 02977 Hoyerswerda	seit 16.09.1998
AngelSpezi Wismar , Anglerbedarf H. Hannemann, Karpendiek 3, 23970 Kritzow	seit 01.06.1998

Die NBB Juniorentagung 2018 – Fit für die Zukunft



Die Teilnehmer der NBB Juniorentagung 2018

Am 5./6. Juni 2018 veranstaltete die NBB Gruppe zum zweiten Mal eine exklusive Tagung, die sich insbesondere an angehende bzw. bereits tätige junge Führungskräfte richtete. Über 25 Unternehmensnachfolger/-innen aus drei Franchisesystemen der NBB-Gruppe trafen sich in Berlin um an der Tagung und dem Rahmenprogramm teilzunehmen.

Die Tagung begann vormittags mit einem „Come together“, damit sich die Tagungsteilnehmer kennenlernen konnten. Zusammen mit dem externen Referenten fand dann ein zweigeteiltes Tagungsprogramm statt, welches auf die persönlichen Anforderungen der Teilnehmer ausgelegt war. Am Vormittag stand diesmal der betriebswirtschaftliche Bereich im Mittelpunkt. Das Lesen und Analysieren einer BWA, um daraus konkrete Ansätze für Verbesserungen zu gewinnen, begeisterte die diesjährigen Teilnehmer am meisten.

Danach folgte ein Workshop zu unternehmerischen Herausforderungen. Dort erarbeiteten die Jungunternehmer in Kleingruppen selbständig Lösungsvorschläge zu den Themen persönliche Herausforderungen, Markt und Produkte, Innovation und Digitalisierung sowie Organisation und Mitarbeiter. Durch die aktive Teilnahme konnten verschiedene Chancen und Risiken für die einzelnen Themen herausgearbeitet werden. Ziel der Teilnehmer war, effek-

tive und zielorientierte Handlungsempfehlungen zu erarbeiten, die anschließend in die Praxis umgesetzt werden könnten.

Die Diskussionsrunde am Ende der Tagung zeigte deutlich, dass die Teilnehmer großes Interesse haben, sich miteinander zu vernetzen und sich auch betriebswirtschaftlich weiterzubilden. Die Idee, einen „BWA-Arbeitskreis“ zu bilden, fand großen Zuspruch.

Abgerundet wurde das Programm durch ein gemeinsames „Weber Grill-Event“ in der Kochschule Berlin! In 4 Stunden wurden die Teilnehmer zum echten Grillprofi und konnten sich über kulinarische Genüsse freuen.



Die Teilnehmer der NBB-Juniorentagung beim Weber Grill-Event

„Wir möchten den Unternehmensnachfolgern von Anfang an als Zentrale unterstützend zur Seite stehen“, so Cord Kirchmann, Geschäftsführer der NBB Fachmärkte für Tier + Garten GmbH. Auf Grund der durchweg positiven Resonanz und der zunehmenden Priorität des Themas sind weitere gemeinsame Juniorentagungen in den kommenden Jahren in Planung.

Runter vom Bürostuhl, rein in die Sportschuhe - NBB B2RUN

Am 31.Mai 2018 startete zum ersten Mal ein NBB Team beim B2Run,
dem größten Firmenlauf in Hannover.



*o.v.l. Sabine Steinmetz, Linda Zimmermann, Michaela Noglik, Philipp Thiele
u.v.l. Cord Kirchmann, Stefan Förster, Geoffrey Heisecke, Ingrid Schmedes*

Schon im Januar 2018 mussten sich die NBB Mitarbeiter entscheiden, ob sie an dem sportlichen Event teilnehmen, denn die Plätze sind heiß begehrt. 8 Mitarbeiter aus unterschiedlichen NBB Firmen stellten sich der Herausforderung und starteten im Mai rund um den Maschsee bei 34 Grad Hitze.

Die 6.4 Kilometer mit Zieleinlauf in der HDI Arena konnten gelaufen oder auch gewalkt werden. In kleinen Gruppen erreichten alle das Ziel und konnten sich dort erst mal auf eine Erfrischung bei den Temperaturen freuen.

Im Rahmen der betrieblichen Gesundheitsvorsorge übernahmen die Firmen das Startgeld und die Organisation.

Es hat allen viel Spaß bereitet und jeder ist über sich hinausgewachsen. Wir gratulieren allen Teilnehmern recht herzlich.

B2Run powered by **DAK**
Gesundheit
DEUTSCHE FIRMLAUFMEISTERSCHAFT

Weitere BauProfi-Partner mit Willhaben Händler-Shop

Nachdem 2017 die ersten beiden BauProfi-Standorte mit eigenem Willhaben Händler-Shop den Weg in den Onlinehandel beschritten haben, ziehen 2018 weitere Märkte nach:

Sowohl **BauProfi Kirschner** in Gleisdorf, als auch **BauProfi Kieninger** in Bad Görsen stellen ab sofort alle Aktionen aus dem Flugblatt sowie weitere Schnäppchen online bereit. Weitere Partner sind bereits in Planung.



Der Willhaben-Händler-Shop von BauProfi Kieninger ist im Herbst online gegangen.

Die einfache, elektronische Kundenkarte

Mit Unterstützung der Firma Stampay entwickelt die DFH für den City Baumarkt in Wien eine elektronische Kundenkarte.

Diese wird den Punktesammelpass in Papierform ablösen.

Konzeptionelle Voraussetzung war die Einfachheit und individuelle Anpassbarkeit, damit die Karte in Zukunft auch in den BauProfi Baumärkten zum Einsatz kommen kann. Diese Karte bietet Kunden und Märkten besondere Vorteile:

Mit der kostenlosen App hat der Kunde jederzeit Einblick auf sein Punktesammellokonto. Des Weiteren kann die Karte mit Guthaben aufgeladen und anschließend bargeldlos bezahlt werden. In weiteren Ausbaustufen sind zielgerichtete Marketingmaßnahmen für die Märkte möglich.

Ab Anfang 2019 ist die elektronische Kundenkarte vorerst im City Baumarkt im Einsatz, BauProfi-Standorte sollen folgen.



Die neue elektronische Kundenkarte kommt Anfang 2019 zum Einsatz.

City Baumarkt mit Online-Marken-Shop

Integriert in den Willhaben-Shop und mit Anbindung auf die Webseite bietet City Baumarkt unter www.citybaumarkt.at ab sofort auch umfangreiche Händlershops an. Zum Beispiel kann der Kunde im Kärcher-Shop dutzende Kärcher-Highlights rund um die Uhr durchschmökern und sich seine Ware nachhause schicken lassen. Diese Händlershops sollen in den nächsten Monaten noch ausgeweitet und komfortabler gemacht werden.



Großer Online Kärcher-Shop vom City Baumarkt...

.....jetzt mit Online-Händler-Shops

Neue BauProfi-Standorte

2018 hat die BauProfi-Familie Zuwachs in Form von 3 Standorten bekommen:

Die Firma Gruber eröffnete im Frühjahr am bisherigen Öbau Mössler Hagebaumarkt Standort in Hermagor (Kärnten) einen neuen BauProfi BauFachMarkt mit Baustoffhandel.

Kurz darauf feierte auch das neue Mitglied Firma Jungwirth in Niederösterreich am Standort in Euratsfeld erfolgreich die große Eröffnung.

Bauunternehmer Christian Frithum übernahm die Firma Weiss GmbH EKZ Bau + Werkzeugmarkt in 2054 Alberndorf im Pulkautal und führt diese unter dem gewohnten Namen BauProfi Weiß weiter.



Firma Gruber
Ewald Raith (DFH) mit Michael Gruber
(Inhaber/Geschäftsführung BauProfi Gruber)



Firma Jungwirth
Helmut Katzengruber (BM Ing.) und Edith Jungwirth (Prok.)
mit Ewald Raith (DFH)



Firma Weiß
Ewald Raith (DFH), Christian Frithum (Inhaber), Christina Frithum

Außerdem gab es die Neueröffnung des bestehenden Standorts BauProfi Resch in Ulrichsberg. Damit wurde das 25. Jubiläum des Unternehmens gefeiert.

Digitale Ausstellung:

Wie lässt sich real und digital miteinander kombinieren?



Einstieg in die MDH-designStudios Fassade, Türen, Terrassen und Böden

Jeder spricht von Digitalisierung, alles ist mobil und smart. Aber wie kann das im Holzhandel aussehen? Unter dem Aspekt wie der moderne Verkaufsraum im Holzfachhandel ab „Morgen“ aussieht, wurden in der MDH-Zentrale digitale Lösungen erarbeitet.

Diese haben zum Ziel beim Fachhändler

- die digitale Visualisierung von Produkten und Lösungen
- fachliche Kompetenz zu unterstreichen
- die aktive Vermarktung zu unterstützen und somit zur Erhöhung des Auftragswertes beizutragen.

Digitalisierung beschreibt die Veränderungen von Prozessen (Objekten und Ereignissen) die bei einer zunehmenden Nutzung digitaler Geräte und Systeme erfolgt. Durch die gezielte Nutzung digitaler Daten, Systeme und Geräte im Kundenkontakt kann der Händler seinen Verkaufsprozess konkret steuern und weiterentwickeln. Auch und gerade weil das Selbstverständnis der Nutzung von digitalen Inhalten in allen Alters- und Kundengruppen steigt.

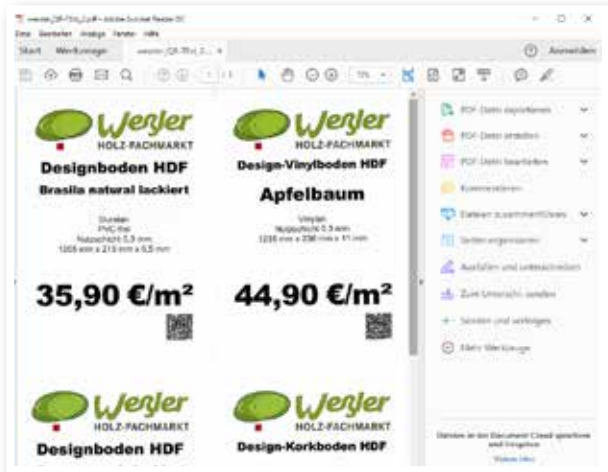
Folgende Instrumente werden den MDH-Partnern seitens der MDH-Zentrale bereitgestellt:

1. Ausbau designStudios

Im designStudio können Händler wie auch Kunden die Wirkung unterschiedlicher Böden in verschiedenen Raumsituationen visualisieren. Durch die neuen Funktionen und Verknüpfungen des designStudios haben die MDH-Partner die Möglichkeit über die Split-Screen-Funktion zwei verschiedene Böden in einem Raum gegenüberzustellen. Durch diese Darstellung in der Fläche kann die Kaufentscheidung unterstützt werden. Gleiches gilt für das ebenfalls von den MDH-Partnern intensiv genutzte designStudio Terrasse. Des Weiteren wird es ab dem kommenden Jahr zwei neue Studios geben: designStudio Türen und designStudio Fassade. Hier werden auch die Artikel aus dem Spezialisierungspaketen Fassade und Terrasse einfließen.

2. Verknüpfung der Ausstellung mit den designStudios

Die Ausstellung der MDH-Partner wird mit Hilfe individueller QR-Codes auf den Musterflächen ganz einfach mit dem designStudio des jeweiligen Händlers verknüpft. Somit entfällt aufwendiges suchen - per Klick mit dem mobilen Endgerät von der Musterdiele ins designStudio Boden – einfach und doch beeindruckend.



QR-Code WebBler

3. deinholz.tv

deinholz.tv ist ein Angebot für den stationären Handel. Dabei stellt der MDH dem MDH-Partner einen eigenen TV-Kanal zur Verfügung und bespielt diesen mit speziellen Partner- oder Lieferanten-Videos sowie zentralen Kampagnen. Die Pflege erfolgt automatisch über den MDH. Nötig sind beim Partner lediglich ein Fernseher und ein Internetanschluss. Damit erhält der Kunde am POS spezielle Informationen, von Aufbauanleitungen bis hin zu aktuellen Angeboten. Die Verweildauer am POS wird dadurch verlängert und der Kunde vor Ort erhält nützliche Tipps und Inspirationen für anstehende Projekte.



deinholz.tv wird zudem in Kürze auch für das MDH-POS-System zur Verfügung gestellt, welches somit noch mehr auffällt und zur Bedienung einlädt.

4. Holz-Kiosk

Ziel des Holz-Kiosk ist es, die Auswahl (interessant hierbei sind vor allem auch sog. C-Artikel) und die „gefühlte“ Verfügbarkeit zu erhöhen ohne Ausbau des eigenen Lagers und der damit verbundene Kapitalbindung. Durch die klare Produktdarstellung und die unkomplizierte Kauf- & Bestellabwicklung im Fachmarkt wird ein weiterer Vertriebskanal geschaffen.

Der Holz-Kiosk ist die Sortimentserweiterung des Fachmarkts, der Ausstellung, des Lagers, beim Händler oder bei seinen Kunden. Auf Wunsch auch mit Kauf-Funktion.



Der „vernetzte Kiosk“ ist eine Kombination aus Produktdarstellung & Inspiration, ohne Kosten der Warenpräsentation im Laden, aus den lieferbaren Sortimenten der MDH-gelisteten „Drop-Shipping-fähigen Lieferanten.“

Wesentliche Vorteile des Kiosks-System für den MDH-Partner:

- Produkte die vorgestellt werden sollen, müssen nicht zwangsläufig vorgehalten werden
- Sortimentstiefe in den Haupt-Sortimente kann nochmal deutlich erweitert werden (z.B. Händler Schwerpunkt mit Holz im Garten, Handschuhe, Wasser- und Teichtechnik, Licht im Garten, usw..)
- Bestellungen werden unmittelbar am Terminal mit dem Kunden abgewickelt
- Die Zahlung der Bestellung erfolgt unmittelbar im Fachmarkt
- Das Kiosk-Modul ist mobil: dadurch ist eine Mitnahme auf Messen und ähnliche Veranstaltungen möglich

5. Virtuelle Realität (VR)

Ein für den Holzhandel vollkommen neues Einkaufserlebnis ermöglicht der Einsatz der VR-Brille. In Kombination mit der stationären Ausstellung, dem designStudio Boden und der VR-Brille werden Produkte wie z.B. Holzböden realitätsnah in virtuellen Räumen dargestellt.

Was ist mit VR – virtuelle Realität gemeint?

Gemeint ist generell die Darstellung der Wirklichkeit und ihrer Eigenschaften in einer computergenerierten, interaktiven Software-Umgebung. In unserem Fall geht es um die optische Darstellung in einem 3-dimensionalen Raum von den Böden und Wandverkleidungen die auch im designStudio Boden enthalten sind.

Der Kunden kann sich mit der VR-Brille im Raum bewegen, dadurch werden die Eindrücke für den Kunden intensiver, die Darstellung des ausgewählten Bodens in einem Raum ist detaillierter.

Was ist das Ziel für den Einsatz einer VR-Brille in einer stationären Ausstellung? Mit diesem System wollen wir den MDH-Partner in die Lage versetzen:

- Aufmerksamkeit zu erzielen:
- in der Werbung, in der Akquise z. B. bei Bauträgern und auf Messen
- Kunden zu inspirieren
- Kunden in der Entscheidungsfindung zu unterstützen
- höherwertige Preislagen zu verkaufen
- Kundenbindung und Umsatzzuwächse bei Bodenlegerkunden erzielen

Durch die neu bereitgestellten digitalen Vermarktungslösungen verschafft die MDH-Zentrale Ihren Anschlussunternehmen signifikante Vertriebsvorteile am Markt. Die stetige Optimierung, Vernetzung und Erweiterung dieser Systeme wird diesen Marktvorsprung bewahren und weiter ausbauen helfen. Die Lösungen sind bereits heute mit dem Online- als auch mit dem Offlinegeschäft vernetzt.



25 Jahre holzSpezi Reichel



25 Jahre holzSpezi Reichel werden im Kreis der Familie und der engsten Mitarbeiter gefeiert, Heinz Dingfelder, Vorstandsvorsitzender NBB Dienstleistungssysteme AG (2. von rechts) gratuliert

25 Jahre holzSpezi Reichel in Marktredwitz steht für 25 Jahre hohe Kundenorientierung, für 25 Jahre Vertrauen und 25 Jahre echte gelebte Partnerschaft.

Ende 1992 stellte die Unternehmerfamilie Reichel aus Marktredwitz die Weichen neu. Sie schloss sich der NBB-Gruppe und dem Franchisekonzept holzSpezi an. Entsprechend wurde ihr holzSpezi-Fachmarkt im Dezember 1992 eröffnet.

Der MDH und das darin eingebundene Franchisesystem holzSpezi stand damals ganz am Anfang seiner Entwicklung. Trotzdem schenkte das Unternehmerehepaar Hannelore und Harald Reichel holzSpezi das Vertrauen. Vertrauen das sich voll und ganz auszahlte. Gemeinsam mit dem holzSpezi-Team um den heutigen NBB-Vorstandsvorsitzenden Heinz Dingfelder setzten sie das damals noch junge holzSpezi – Konzept erfolgreich um und entwickelten es mit Unterstützung der holzSpezi – Systemzentrale am Standort bis heute nachhaltig weiter.

Seit einigen Jahren steht mit Sohn Volker Reichel auch die zweite Generation in der Verantwortung und nutzt intensiv die Leistungspakete der holzSpezi – Systemzentrale in den Bereichen Einkauf, digitales Marketing und Eigenmarke.

Heute wie früher steht holzSpezi – Reichel für ein hohes Maß an Kundenorientierung, Qualitätsbewusstsein, Verlässlichkeit und Verbundenheit mit der Region.

Wir gratulieren dem ganzen holzSpezi – Reichel -Team zu diesem besonderen Jubiläum und wünschen weiterhin viel Erfolg auf unserem gemeinsamen Weg.



Volker Reichel, Fachmarktleiter

Die Partnertage in Potsdam

Digitale Anwendungen für verschiedene Bereiche im Unternehmen.



Die Teilnehmer der Partnertage des MDH in Potsdam

Es wurden unter anderem konkrete digitale Visualisierungslösungen zu vielen Produktgruppen präsentiert, mit denen die MDH-Partner ihren stationären Handel, sowohl im Einzel- als auch im Großhandelsbereich, entscheidend befruchten können.

Somit wird die qualifizierte Kundenfrequenz im Unternehmen erhöht. Ein maßgeblicher Vorteil, der sich weiterhin für den MDH-Partner daraus ergibt, ist die verstärkte Bindung zu den Handwerkskunden.

Es geht hierbei um digitale Lösungsvisualisierung zu den Produkten in den Ausstellungen, auf der Baustelle und bei den Handwerkskunden.

Der Überblick über neue digitale Lösungen, die den MDH-Partnern zur Fachtagung geboten wurden, ging weiter. In einem weiteren Beitrag wurde gezeigt, wie durch digitale Lösungen die internen Prozesse vereinfacht und so Zeit gespart werden kann.

Darüber hinaus wurde dargestellt, welche Optionen sich künftig bieten und auf welche Entwicklungen man sich einstellen sollte.

In einem Beitrag zum digitalem Marketing wurde den Partnern aufgezeigt, wie eine Testgruppe von einigen MDH-Partnern seit



Aufmerksame Zuhörer zu den Vorträgen

Frühjahr 2018 Ihre Umsätze mit digitaler Vermarktung im Bereich Google und Facebook erhöhten. Videoinhalte, die von den MDH-Partnern zur eigenen Vermarktung genutzt werden können, um für zusätzliche Frequenz zu sorgen, rundeten diesen Beitrag ab.

Aber natürlich kamen auch andere Fachthemen bei der Tagung nicht zu kurz:



Ein Mix aus externen Referenten, hier Martin Langen von B+L Marktdaten...



...und Referenten aus der MDH-Zentrale

Die Marktentwicklung im Holzhandel bis 2025 (inkl. Chancen und Risiken für die Holzbranche) wurden beispielsweise vom Gast-Referenten Herrn Martin Langen (Bild) beleuchtet.

Wir begrüßen folgende neue MDH-Partner:

Holz Tellenbröker GmbH & Co. KG , 33689 Bielefeld	01.02.2018
Naturbodenstudio Tirol GmbH , A-6020 Innsbruck	01.02.2018
Ernst Eggers Holzgroßhandlung , 32379 Minden	01.02.2018
OK Holz GmbH , 24229 Dänischenhagen	01.02.2018
Holz Partner Perschke , 14712 Rathenow	01.02.2018
Hofmeister Deensen , 37627 Deensen	01.04.2018
C. Becker-Holz GmbH , 32361 Preußisch-Oldendorf	01.05.2018
Grieser GmbH , 64753 Brombachtal	01.09.2018
Tema GmbH , 64753 Brombachtal	01.09.2018

Ruhestand nach 10 Jahren im Unternehmen



Nach 10 Jahren bei der mb moderne betriebssysteme ag hat Manfred Heusler am 01. Juli 2018 das Unternehmen verlassen und sich in den wohlverdienten Ruhestand verabschiedet.

Herr Heusler war maßgeblich für den Erfolg und die Weiterentwicklung unseres Kassensystems zuständig und brachte stets neue Ideen in das Projekt.

Zum Abschied fand im Kollegenkreis ein ausgiebiges Frühstück statt – natürlich mit lauter toller Erinnerungen an die vergangenen Jahre. „Selbstverständlich werden wir Manfred auch in der Zukunft herzlich zu Firmenveranstaltungen einladen“ – so Mario Feige, Vorstand der mb moderne betriebssysteme ag.

Wir wünschen Manfred für seine Zukunft nur das Beste!

Gratulation zur Abschlussprüfung!

Herzlichen Glückwunsch! Christoph Knobbe hat seine Ausbildung zum **Fachinformatiker für Anwendungsentwicklung** bei der mb moderne betriebssysteme ag in Rodenberg erfolgreich abgeschlossen.

Wir freuen uns mit Christoph über sein hervorragendes Ergebnis von einer glatten Eins.

Christoph hatte im Sommer 2015 seine Ausbildung bei uns begonnen und wird uns auch in der Zukunft erhalten bleiben.

Auf eine weitere gute Zusammenarbeit, lieber Christoph!



Christoph Knobbe freut sich über seinen Abschluß

Personalien:

Neuer Mitarbeiter in der Anwenderentwicklung

Fachinformatiker

Seit dem 01. Februar 2018 unterstützt Ulf Rotzoll das Team der mb moderne betriebssysteme ag im Bereich der Programmierung.

Der **Fachinformatiker im Bereich Anwendungsentwicklung** hat bereits im Rahmen einer Umschulung von Mai bis November 2017 ein Praktikum bei uns im Hause absolviert und nun sein Hobby zum Beruf gemacht.

Ulf Rotzoll wird die M3000-Kassenbetreuung übernehmen und in enger Zusammenarbeit mit den Kunden das Kassensystem stetig weiterentwickeln.

Herzlich Willkommen!



Ulf Rotzoll, Softwareentwickler, mb moderne betriebssysteme ag

Neuer Auszubildender startet durch!

Auszubildener Fachinformatik

Ein neues Gesicht startet jetzt in der moderne betriebssysteme ag ins Berufsleben. Pünktlich zum ersten August begrüßt das Team der mb moderne betriebssysteme ag Jannis Witzig zu seinem ersten Arbeitstag.

„Unsere Auszubildenden haben bisher immer alle mit einer guten oder sehr guten Note abgeschlossen, wir freuen uns nun also Jannis in unseren Reihen aufzunehmen“ – so Mario Feige, Vorstand der mb moderne betriebssysteme ag.

Jannis wird in den kommenden drei Jahren seine Ausbildung als **Fachinformatiker für Anwendungsentwicklung** absolvieren. Er wird intensiv in den Bereichen Software- und Websiteentwicklung geschult, darf aktiv an realen Projekten mitarbeiten und Erfahrungen sammeln.

Wir freuen uns über den frischen Wind und wünschen Jannis in unserem Unternehmen viel Erfolg.



Jannis Witzig mit seinem Ausbilder André Steinmetz

IMPRESSUM

Herausgeber:

NBB Dienstleistungssysteme AG
Im Seefeld 9, 31552 Rodenberg
Telefon +49 57 23/9 44 40
Telefax +49 57 23/94 44 44
E-Mail: info@nbb-ag.de
Internet: <http://www.nbb.ag>

Druck:

myflyer GmbH
Bettelhecker Str. 10
96515 Sonneberg
Tel.: +49 3675 75 52 890
E-Mail: info@myflyer.de
Internet: www.myflyer.de

Redaktion,

Satz und Layout:
Thomas Herzner,
Fabian Arthur Farkas,
OrangeLion-Design
Jörg Pretzer



Brügge

NBB - Gruppe 2018



NBB-Kontakte

NBB Dienstleistungssysteme AG

Im Seefeld 9
31552 Rodenberg
Telefon 0 57 23/9 44 40
Telefax 0 57 23/94 44 44
www.nbb-ag.de
E-Mail: info@nbb-ag.de

NBB Bau- und Heimwerkermärkte GmbH

bauSpezi

Ansprechpartner: Jürgen Sauer
www.bauspezi.de
E-Mail: info@bauspezi.de

NBB Fachmärkte für Tier + Garten GmbH

Kiebitzmarkt

Ansprechpartner: Cord Kirchmann
www.kiebitzmarkt.de
E-Mail: info@kiebitzmarkt.de

NBB egesa Gartencenter GmbH

egesa garten

gartenSpezi

Garten Insel

Ansprechpartner: Fabian A. Farkas
www.egesagarten.de
E-Mail: info@egesagarten.de

NBB-Fachgeschäfte für Angelsport GmbH

AngelSpezi

Ansprechpartner: Volker Herbst
www.angelspezi.de
E-Mail: info@angelspezi.de

MDH Marketingverbund für deutsche Holzfachhändler GmbH

holzSpezi

Ansprechpartner: Roland Wiesenmüller
www.mdh-holz.de
www.holzspezi.de
E-Mail: info@mdh-holz.de

mb moderne betriebssysteme ag

IT-Service-Dienstleister

Ansprechpartner: Mario Feige
www.mbag-online.com
E-Mail: info@mbag-online.com

DFH Dienstleistungs- und Vertriebssysteme für den Handel GmbH (Austria)

BauProfi

Ansprechpartner: Andreas Emmerstorfer
www.dfh.at
E-Mail: office@dfh.at

