

Branchengeflüster

• Noch ist es nicht offiziell, aber es wird so kommen: **Ralf Meistes** scheidet Ende 2019 nach 45 Jahren bei dem Logistik-Dienstleister **Dachser** aus: Sein Nachfolger als Chef der Dachser DIY-Logistics scheint schon festzustehen: **Jens Wollmann**. Wollmann ist seit April 2018 wieder zurück bei Dachser DIY-Logistics, nachdem er zwischenzeitlich für rund fünf Jahre umfassende Erfahrungen in der Kontraktlogistik bei einem globalen Logistikunternehmen gesammelt hat. Durch seine vorangegangene achtjährige Tätigkeit im Luft & Seefrachtbereich bei Dachser ist ihm die DIY-Branche bereits bestens vertraut.

• Wer **Händler** ist und über die Plattform von **Amazon** verkauft, fühlt sich wie in einer Zwangsjacke. Das berichten einige kleinere Player, aber nur hinter vorgehaltener Hand. Der US-Konzern soll zum Beispiel nach Belieben den Account sperren, sodass man keine Mails im Amazon-eigenen Nachrichtencenter mehr abrufen könne. Das Unternehmen nutze auch Verkaufsdaten, um seine Händler auszubooten. „Man sieht die Bestände, die man bei Amazon eingelagert hat, nicht mehr. Je nach Händlergröße kann es sich dabei um einen **sechs- bis siebenstelligen Wert** handeln“, erklärt ein Marktteilnehmer, will seinen Namen allerdings nicht genannt wissen, aus Angst vor negativen Konsequenzen. Wie es zuletzt hieß, will sich das **Bundeskartellamt** das Verhalten Amazons Händlern gegenüber mal etwas genauer ansehen ...

• Die Baumarktkette **Bauhaus** hat sich offenbar für eine neue Werbeagentur entschieden. Wofür bis dato die die **Agentur Freunde des Hauses** zuständig war, erledigt ab sofort die Agentur **DDB**. Auf Anfragen verschiedener Medien hat es aus der Mannheimer Zentrale keinen weiteren Kommentar dazu gegeben. Wie die Werbebranchenplattform **Horizont** berichtet, soll Bauhaus in 2017 brutto rund 70 Millionen Euro in klassische Werbung investiert haben. Zum Vergleich: Bei **Hornbach** waren es brutto rund 40 Millionen Euro.

Hagebau will „Horst“ integrieren

• In der Dezember-Ausgabe hat **BaumarktManager** ausführlich über „Horst“ berichtet, das neue DIY-Handelsformat des Hagebau-Gesellschafters Möller & Förster. In der Soltauer Kooperationszentrale sind sie inzwischen derart überzeugt von dem innovativen Ansatz, dass „Horst“ unbedingt fester Bestandteil der Hagebau werden soll. Bis es so weit ist, wird vermutlich noch einige Zeit ins Land gehen. Schließlich gehören zwei dazu. Wenn Möller & Förster „Horst“ nicht hergeben möchte, guckt die Hagebau in die Röhre. Natürlich liegt es nahe, ein Franchisekonzept aus dem Kleinflächenformat zu machen. Dass die Niedersachsen sowas können, zeigt die Erfolgsgeschichte der Hagebaumärkte, die in diesem Jahr 40. Geburtstag feiern. Der Grundstein wurde im Februar 1979 in Kelheim bei Regensburg gelegt – unser Titelthema im Februar.

• Das klingt nach einer richtigen Gemeinheit: Ein **Ladendieb** hat sich in einem Baumarkt in Sulzbach-Rosenberg an der Hand verletzt und den Kassierer gebeten, die blutende Wunde zu verbinden. Während der Angestellte ein Pflaster suchte, türmte der etwa 30 Jahre alte Mann mit **zwei Bohrmaschinen** im Wert von 560 Euro. Wie die Ostsee-Zeitung berichtete, rannte der Flüchtige mit den beiden Koffern über eine Bundesstraße, gab aber auf, als ein weiterer Mitarbeiter des Baumarkts ihn einholte. Der **Halunke** gab sich reumütig und versprach, im Laden die Bohrschrauber zu bezahlen – schwang sich aber kurz vor dem Eingang auf ein Fahrrad und floh erneut.

• **Hendrik Peters**, Head of international Marketing and Productmanagement bei **Compo**, hat das Unternehmen verlassen. Peters war gut zweieinhalb Jahre bei dem Samen- und Düngemittelhersteller, zuvor fast zehn Jahre für den Vertrieb und das Marketing der Kettensägenmarke **Dolmar** zuständig. Von 2005 bis 2008 war Hendrik Peters Marketingleiter bei **Baumarkt Direkt**. Wo es Hendrik Peters als nächstes hinzieht, ist derzeit nicht bekannt.

• **Stadtbunt**, **Tooms Pop Up Store** im My-Zeil-Center in Frankfurt, soll hinter den Erwartungen des Unternehmens deutlich zurückbleiben. Man habe sich eine höhe-

re Besucherfrequenz gewünscht, heißt es aus dem Umfeld des Unternehmens. Offenbar hat das Ladenlokal in der zweiten Etage des Einkaufszentrums doch nicht die perfekte Lage. Derweil bastelt man in Köln angeblich an einem neuen Verkaufsflächenkonzept. Bezogen auf die Pop Up Stores könnte es demnächst eine **mobile Lösung** geben ...?

• Wechsel an der Vertriebsspitze von **Burg-Wächter**: Nach sieben Jahren als Geschäftsbereichsleiter Vertrieb hat **Jörg Stermann** den Hersteller von Sicherheitstechnik verlassen und stellt sich neuen beruflichen Aufgaben. Seine Nachfolge tritt **Gerrit Lüling** an. Der 33-Jährige ist der Urkel von Alfred Lüling, der 1920 das Familienunternehmen in Wetter-Volmarstein gegründet hat. Mit den firmeninternen Abläufen und dem Marktumfeld ist der neue Geschäftsbereichsleiter bestens vertraut, da er in den vergangenen fünf Jahren das Marketing von Burg-Wächter leitete. Auch die Vertriebsseite ist ihm nicht fremd: Vor seinem Wechsel in das Familienunternehmen war Gerrit Lüling bei der Douglas-Gruppe im Vertrieb beschäftigt.

Kontakt zur Redaktion

Telefon: 0221 5497-299

E-Mail: red.baumarktmanager@
rm-handelsmedien.de

www.facebook.com/baumarktmanager