

Presseinformation

baumarkt direkt: Offensive in Sachen Workwear

DIY-Distanzhändler erweitert sein Sortiment und bringt Workwear-Katalog heraus

Hamburg, 25. Februar 2014 – baumarkt direkt ergänzt seine Produktpalette um Arbeitsbekleidung und ist seit Anfang Februar mit einem neuen Katalog am Markt. Der Spezialkatalog konzentriert sich vollständig auf Arbeitskleidung und persönliche Sicherheitsausrüstung (PSA). Im Rahmen des Multichannel-Konzepts erweitert das Joint Venture Unternehmen der Otto Group und hagebau auch die Angebote seiner Mutterkonzerne. Neben dem Online-Shop hagebau.de und dem eigenen Katalog vertreibt baumarkt direkt die Workwear-Produkte über otto.de und bietet die Kataloge in den hagebaumärkten an.

Die Kunden bekommen ein umfassendes Angebot von funktioneller Bekleidung und Ausrüstung für ganz unterschiedliche Zwecke. baumarkt direkt setzt dabei auf eine Vielfalt hochwertiger Markenprodukte. Die großen Namen wie Blakläder, Bosch, Carhartt, Dickies, Kansas/Fristads und Puma sind fester Bestandteil des Sortiments.

„Workwear ist auch Lifestyle, denn die Grenzen zwischen Arbeitskleidung und Freizeitmode verschwimmen mehr und mehr“, sagt Volker Treffenstädt, Geschäftsführer von baumarkt direkt. „Mit der Erweiterung unseres Sortiments und dem eigenen Katalog treffen wir die Bedürfnisse unserer Kunden und nutzen die Chance, neue Zielgruppen für diese Produkte zu erreichen. Unser Vorteil ist die perfekte Mischung aus bewährter Qualität, durchdachten Features, angesagter Optik und einem vernünftigen Preis.“

Auch im bisherigen Angebot von baumarkt direkt gab es Artikel aus dem Bereich Arbeits- und Sicherheitsbekleidung. Mit dem erweiterten Sortiment bricht das Unternehmen jedoch in eine neue Dimension auf. Der Workwear-Katalog umfasst 68 Seiten mit insgesamt 630 Artikeln. Aufgeteilt ist der Katalog in vier Bereiche. Unter „Workaholics“ findet sich Arbeitskleidung für unterschiedlichste Berufsgruppen. Die Überschrift „Bodyguard“ versammelt Sicherheitsbekleidung von Warn- über Schnitenschutz bis hin zu Sicht-, Atem- und Gehörschutz oder ganzen Sicherheits-Sets. Im Bereich „Allrounder“ bietet baumarkt direkt Multifunktionskleidung und Accessoires wie Gürtel, Mützen oder Taschen an. Ein weiterer wichtiger Bereich ist „Footwear“ mit einem abwechslungsreichen Sortiment an Arbeitsschuhen für verschiedenste Anforderungsbereiche.

Zielgruppe des Workwear-Sortiments sind Hobbyhandwerker genauso wie kleinere Betriebe, die ihren Mitarbeitern Budgets für Arbeitskleidung und PSA zur Verfügung stellen. Darüber hinaus entwickelt sich der Trend, multifunktionale Kleidung auch in der Freizeit zu nutzen. Deshalb richtet sich der Katalog zudem an ein mode- wie qualitätsbewusstes Publikum, das den Workwear-Markt bislang noch nicht im Blick hatte.

baumarkt direkt vertreibt seine Produktpalette über den Online-Vertriebskanal hagebau.de sowie über die Internet-Plattformen und Kataloge der großen Versender innerhalb der Otto Group und direkt vor Ort in den hagebau Märkten. Auch für das Workwear-Sortiment gilt das Multichannel-Konzept. Die Produkte sind auch auf otto.de zu finden. Außerdem liegen die Kataloge in den hagebaumärkten aus. Die Ware bezieht baumarkt direkt bei Importeuren und Markenherstellern.

Die klare Positionierung des Unternehmens als Allround-Anbieter im Workwear-Umfeld ist langfristig angelegt und von strategischer Bedeutung. Nach einem erfolgreichen Markteintritt ist zunächst das Ziel, die Sortimentskompetenz in Breite und Tiefe zu stärken und durch zusätzliche Vertriebsmaßnahmen zu begleiten.

Über baumarkt direkt

Die baumarkt direkt GmbH & Co KG, ein 2007 gegründetes Joint Venture der Otto Group und hagebau, ist der marktführende Do-it-Yourself-Distanzhändler in Deutschland. Grundidee des Joint Ventures ist es, die hohe Kompetenz von hagebau im Stationärhandel mit den Erfahrungen der Otto Group im Distanzhandel zu bündeln. Als Multichannel-Anbieter verknüpft die Marke die vertrieblichen Möglichkeiten von Internet- und Katalogbestellung mit dem Stationärgeschäft. So bietet das Unternehmen seinen Kunden zu der Einkaufsmöglichkeit im hagebaumarkt eigene Kataloge sowie einen Online-Shop. Der Hauptkatalog erscheint zweimal im Jahr und bildet einen Ausschnitt des Internet-Sortimentes ab, zusätzliche Spezialkataloge greifen über das ganze Jahr interessante Einzelthemen auf. Das Angebot im Internet erweitert zudem das in den hagebaumärkten verfügbare Sortiment und ermöglicht eine Sendungszusammenfügung sowie die Sendungsverfolgung (track & trace).

Pressekontakt baumarkt direkt

CORELATIONS

Agentur für Public Relations

Gabi Westerteiger, Tel.: (040) 6461-5372

Kathrin-Luise Fiesel, Tel.: (040) 6461-5305

Wandsbeker Straße 3-7, 22172 Hamburg

Mail: gabi.westerteiger@corelations.de

Mail: kathrin-luise.fiesel@corelations.de