

## Presseinformation

Wuppertal, 22. April 2020

---



Einkaufsbüro  
Deutscher  
Eisenhändler GmbH

E/D/E Unternehmens-  
kommunikation

EDE Platz 1  
42389 Wuppertal

# WUPPER-RING mit neuer Eigenmarkenstrategie: FORMAT – alles unter einem Dach

**Mit dem Start der Handelsmarke FORMAT im Jahr 1987 war die E/D/E Haustechnik ein Vorreiter. Heute, nach über 30 Jahren, sind Handelsmarken für den mittelständischen PVH wichtiger denn je, um zusätzliche Margen zu generieren, aus der Vergleichbarkeit zu gelangen und sich vom Wettbewerb abzusetzen. Aus diesem Grund hat der WUPPER-RING seine Eigenmarkenstrategie überarbeitet und auf die Zukunft ausgerichtet.**

**Wuppertal** – Zusammenführung gestartet: Der WUPPER-RING bietet ab Anfang April 2021 alle seine Handelsmarken gebündelt unter der Dachmarke FORMAT an. Konkret bedeutet dies: Die bisherige Eigenmarke FORUM, die das Einstiegsortiment im Bereich Sanitär abdeckt, wird künftig zu FORMAT BASIC. Die Marken FORMAT PRO und FORMAT DESIGN bleiben im Bereich der Sanitärprodukte bestehen und werden um die zusätzliche Marke FORMAT PREMIUM ergänzt. Die Eigenmarke FORtech wird ebenfalls fachspezifisch unterteilt, sodass Heizungsprodukte unter FORMAT THERM und Installationsprodukte unter FORMAT TEC laufen. Neue Produktreihen werden ab sofort direkt unter der Dachmarke FORMAT geführt, bestehende werden nach und nach in die neue Markenstruktur überführt und in FORMAT umbenannt.

„Mit der neuen Eigenmarkenstrategie haben wir unsere langjährig gewachsenen Sortimente neu strukturiert, sauber definiert und in einen einheitlichen Auftritt überführt“, erklärt Georg Wolf, E/D/E Geschäftsbereichsleiter Haustechnik. Die Vorteile für die Haustechnikhändler liegen dabei auf der Hand: Bisher wurden die einzelnen Eigenmarken getrennt voneinander beworben, was oftmals zusätzliche Mittel sowie Zeit- und Personalressourcen beanspruchte. Mit dem neuen einheitlichen Markenauftritt ergibt sich ein deutlich geringerer Aufwand in Verbindung mit einer verbesserten Marktdurchdringung. Zudem ist der Wiedererkennungswert durch den einheitlichen Auftritt deutlich höher und die Kundenbindung wird gestärkt.

Aktuell erstellt der WUPPER-RING für die Marke FORMAT Parameter wie eine einheitliche Markensprache, Definitionen zu Profitabilität und Differenzierung sowie verbindliche Angaben zu Positionierung, Markenversprechen, Kundensegmenten sowie zu Warengruppen und Preissegmenten.

Um die Eigenmarken noch moderner und zielgruppenspezifischer zu vertreiben, überarbeitet die E/D/E Haustechnik zudem ihre Marketingaktivitäten: Dabei richtet sich der Fokus stark auf die Kommunikation im Online-Bereich. Neben einem neuen FORMAT Imagefilm für Komplettbäder bedient der WUPPER-RING nun die

vier Social-Media-Kanäle Facebook, Instagram, Pinterest und YouTube. Auch die FORtech Website [www.fortech-haustechnik.de](http://www.fortech-haustechnik.de) wurde kürzlich live geschaltet und wird im Zuge der Neuausrichtung entsprechend angepasst.

Darüber hinaus wird eine Harmonisierung der Konzeptmarken EXKLUSIV sowie PREMIUM Pur im Sanitärbereich angestrebt. So sollen die beiden Marken künftig gemeinsam unter der Marke „Exklusiv“ zusammengeführt werden – dies dient der Transparenz und Verständlichkeit für die Händler.

### **Verbundenheit stärken**

1970 – vor genau 50 Jahren – haben sich 12 Haustechnikhändler mit dem E/D/E zusammengeschlossen und den WUPPER-RING ins Leben gerufen. Das damalige Gründungsmotiv: sich als starker Verbund durch gemeinsame Einkaufs-, Vertriebs- und Marketingaktivitäten am Markt behaupten zu können.

Zum Start in das Jubiläumsjahr hat der WUPPER-RING sein visuelles Erscheinungsbild verändert und tritt mit dem neuen Logo „WUPPER-RING GEMEINSAM.HANDELN“ als eigene Marke auf. Das wesentliche Ziel: Die Verbundenheit und das feste Zusammengehörigkeitsgefühl der Mitglieder zum WUPPER-RING erneut zu stärken. Gestützt wird das Ziel durch eine Imagekampagne, die den WUPPER-RING als starke, etablierte und funktionierende Gemeinschaft in den Fokus rückt. „Mit unserem Motto ‚WUPPER-RING. Das sind wir alle.‘ haben wir somit den Gründungsgedanken revitalisiert“, so Wolf.

### **Über das E/D/E**

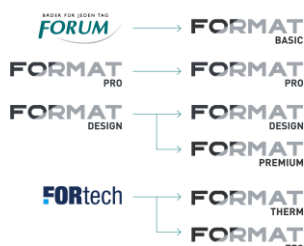
Das E/D/E (Einkaufsbüro Deutscher Eisenhändler GmbH) ist Europas größter Einkaufs- und Marketingverbund mit über 950 angeschlossenen mittelständischen Handelsunternehmen im Bereich des Produktionsverbindungshandels und rund 230 weiteren Einzelhändlern. Diese Unternehmen handeln mit Werkzeugen, Maschinen und Betriebseinrichtungen, Baubeschlägen und Bauelementen, Sanitär und Heizung, Stahl und Befestigungstechnik, Schweiß-, Sicherheits- und Industrietechnik sowie Arbeitsschutzprodukten. Die Mehrzahl dieser Mitgliedsunternehmen beliefert vorwiegend gewerbliche Abnehmer aus der Industrie, dem Handwerk und den Kommunen. Zur E/D/E Gruppe gehören weiterhin die Tochterunternehmen ETRIS Bank GmbH, Toolineo GmbH & Co. KG, EDE International AG, ESH Euro Stahl-Handel GmbH & Co. KG, e + h Services AG, ZEDEV Einkauf und Service AG, eDC Haustechnik-Daten GmbH & Co. KG sowie DELCREDIT España S.A. und DELCREDIT France S.A.S., PVH FUTURE LAB GmbH und die EURO-DIY GmbH & Co. KG.

Im Internet: [www.ede.de](http://www.ede.de)

### **Ansprechpartner:**

Sven van Zoest, Leiter Unternehmenskommunikation  
Telefon: +49 202 6096-865, E-Mail: [sven.vanzoest@ede.de](mailto:sven.vanzoest@ede.de)

### **Bildmaterial**



Die Nutzung für redaktionelle Zwecke im Rahmen der Berichterstattung zur neuen Eigenmarkenstrategie des WUPPER-RING ist honorarfrei möglich. Bildquelle: E/D/E.

### **Bildunterschrift:**

*Alles unter einem Dach: die neue Eigenmarkenstrategie des WUPPER-RING.*