

E/D/E Handels- marken und Vertriebskonzepte: Alleinstellungs- merkmale für den Handel



Starke Marken wie FORUM sind im Sortiment der E/D/E Mitglieder fest etabliert.



Starke Marken stehen für Qualität, Verlässlichkeit und technische Exzellenz – Faktoren, die in wettbewerbsintensiven Bereichen den entscheidenden Unterschied ausmachen. E/D/E Handelsmarken sind das beste Beispiel dafür. Sie bieten dem Produktionsverbundhandel die Möglichkeit, sich mit klaren Alleinstellungsmerkmalen am Markt zu positionieren, verbunden mit attraktiven Einkaufskonditionen, hoher Produktqualität sowie der fachlichen Expertise und exzellenter Beratungsqualität auf Seiten des Handels.

Der Handel profitiert somit unmittelbar und vollständig von der Kompetenz und Erfahrung im Verbund – von der Sortimentsentwicklung über den Produkteinkauf bis hin zu Vertriebsunterstützung und Digitalisierung. Somit eröffnen sich dem Produktionsverbundhandel durch die E/D/E Handelsmarken neue Umsatzchancen und Möglichkeiten, die Kundenbindung nachhaltig zu stärken. Gleichzeitig erweitern die etablierten Handelsmarken das Angebot um eine attraktive und durchdachte Ergänzung mit einem breiten Sortiment in verschiedenen Warengruppen. Teilweise erfolgt der Vertrieb exklusiv über spezialisierte Vertriebsgruppen innerhalb des E/D/E.

format
professional quality

forum
Professional Solutions

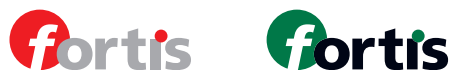
Handelsmarken **FORMAT** und **FORUM** stark gefragt

Der verstärkte Fokus auf Handelsmarken ist 2024 sowohl auf Seiten des Produktionsverbundhandels als auch bei den Endanwendern deutlich spürbar gewesen. Die Handelsmarken FORMAT und FORUM konnten somit deutliche Zuwächse verzeichnen.

Die etablierte Handelsmarke FORMAT deckt unter anderem in den Bereichen Werkzeuge – insbesondere Präzisionswerkzeuge –, Arbeitsschutz und Betriebseinrichtungen ein umfassendes Sortiment ab und steht für zuverlässige Produkte für den professionellen Einsatz in Industrie und Handwerk. FORMAT ist als Werkzeugmarke für die Profis in Industrie und Handwerk unter dem Begriff „Tools for Professionals“ etabliert und genießt hohes Renommee.

Die Handelsmarke FORUM deckt mit ihrem hochwertigen Werkzeugsortiment den Bedarf von Industrie und Handwerk zielgerichtet ab. Hohe

Qualität, sehr gute Einkaufskonditionen und die exklusive Verfügbarkeit über die E/D/E Fachhändler bildeten auch im vergangenen Jahr wesentliche Faktoren für die erfolgreiche Entwicklung der Marke. Ein Highlight ist im laufenden Jahr das 20-jährige Bestehen der Marke FORUM. Aus diesem Anlass wird eine ganzjährige Kampagne mit Social-Media-Aktivitäten, vorbereiteten Posts und Anzeigen, einer überarbeiteten Homepage und einem neuen, eigens produzierten Imagefilm umgesetzt. Mit monatlich wechselnden Produkten zu besonders attraktiven Konditionen können die Mitglieder bei ihren Kunden Kaufimpulse setzen.



FORTIS: Stabile Entwicklung im Industriegeschäft

Mit einer Vielzahl an Artikeln aus den Bereichen Arbeitsschutz, Baugeräte, Befestigungstechnik, Betriebseinrichtungen, Handwerkzeuge, Präzisionswerkzeuge, Schweißtechnik und Technischer Handel erfüllt die Marke FORTIS hohe Anforderungen der professionellen Anwender und ist damit im Handel unverzichtbar. Auch 2024 ist das Sortiment bei stabilen Umsätzen weitergewachsen, unter anderem mit neuen Produkten in den Bereichen Arbeitsschutz, Industriebedarf sowie mit Werkzeugen für Handwerk und Industrie. Um die Anforderungen professioneller Anwender abzudecken, kamen bei FORTIS Arbeitsschutz 2024 zahlreiche Produkte hinzu, beispielsweise neue Warnschutzjacken sowie Sortimentserweiterungen zur bestehenden Work-Wear-Serie.



Weiterentwicklung der PREMIUM FORMAT GROUP

Die Vertriebsgruppe PREMIUM FORMAT GROUP hat im Jahr 2024 ihre strategische Weiterentwicklung fortgeführt und im Rahmen der Gesamtsitzung im Juni des Jahres abgeschlossen. Zudem ist ein neuer Arbeitsschutz-Katalog erschienen.

Angesichts der dieses Jahr herausfordernden Marktlage liegt der Schwerpunkt darauf, das PREMIUM Vertriebskonzept gezielt weiterzuentwickeln. Insbesondere das Handelsmarkenkonzept wird in diesem Zuge ausgebaut und aktiv vorangetrieben, um die Marktposition der Händler nachhaltig zu stärken.



UNION: Erfolgreiches Vertriebsforum

Nach erfolgreichen Vorjahren war 2024 für die UNION Vertriebskonzepte Werkzeuge, Elektrowerkzeuge und Betriebseinrichtung von einem spürbaren konjunkturellen Abschwung gekennzeichnet. Zahlreiche Marketingaktivitäten dienten dazu, dem Trend entgegenzusteuern. So wurden im Mai 2024 der Katalog UNION Elektrowerkzeug und im Oktober 2024 die Kataloge UNION Werkzeug und UNION Betriebseinrichtung neu veröffentlicht. Zudem nutzen Händler dieses Vertriebskonzeptes aktiv Microsites sowohl für die Handelsmarken E-COLL und FORTIS Arbeitsschutz als auch für Elektrowerkzeuge.



Viele in Konzepten organisierte Händler entwickeln sich besser als der Markt, so auch die FAVORIT Gruppe.

Dem gegenseitigen Austausch diene das alle zwei Jahre stattfindende Vertriebsforum. Im November kamen in Mülheim an der Ruhr mehr als 300 Gäste aus dem Mitgliederkreis sowie 53 Aussteller von Lieferantenseite zusammen. Neben der Information über Produktneuheiten stand insbesondere das Netzwerken im Mittelpunkt. Das Vertriebskonzept UNION Werkzeug feiert im Jahr 2025 das 20-jährige Bestehen.

FAVORIT
Arbeitsschutz

PROTECTOR
Die Arbeitsschutz-Experten

Arbeitsschutz: FAVORIT Gruppe und PROTECTOR

Die FAVORIT Gruppe hat sich im Jahr 2024 neu aufgestellt. Die acht beteiligten Mitglieder haben ihre Strategie bezüglich der Lieferanten vollständig überarbeitet, in vielen Gesprächen vorgestellt und mit den Lieferanten erfolgreich diskutiert. Der Leistungsbaustein ForSec sorgt unter anderem weiterhin für eine Differenzierung im Markt. Die FAVORIT Gruppe ist in einem schwierigen Marktumfeld wieder gewachsen.

Die PROTECTOR Gruppe konnte 2024 ebenfalls ein Wachstum verbuchen. Auf der Tagung im November wurde das speziell für die Vertriebsmitarbeiter der Gruppe entwickelte Vertriebs-College vorgestellt. Auf der Sortiments-ebene hat die Gruppe ein Konzept zur Elektromobilität entwickelt.

TECHNIK kommt an

Technischer Handel: Weiterentwicklung der Vertriebskonzepte

In den Bereichen Arbeitsschutz und Technischer Handel steht die Weiterentwicklung der Vertriebskonzepte im Mittelpunkt. So bietet eine im vergangenen Jahr neu aufgebaute Microsite zu den Themen Schlauch- und Armaturentechnik wertvolle Informationen für die Anwender und rundet das Marketingkonzept „TECHNIK kommt an“ sinnvoll ab.

Die Eingruppierung der am Lager befindlichen Versorgungssortimente in Richtung der definierten Zielbranchen dient dazu, die Mitglieder im Tagesgeschäft nachhaltig zu unterstützen. Darüber hinaus profitieren die Partner auf Lieferanten- und Mitgliederseite von der laufenden Optimierung der Datenqualität. Zusätzlich ist ein Ausbau der Leistungen für spezialisierte Händler in Vorbereitung.

Zudem wird das laufende Jahr vom 30-jährigen Bestehen des Fachkreises Technischer Handel geprägt. Zur Stärkung des Austausches und der Vernetzung zwischen Industrie und Handel dienen Formate wie das im Mai 2025 in Dortmund stattfindende Meet & Connect Technischer Handel/ Arbeitsschutz.

HAND WERK STADT

HANDWERKSTADT: Geschlossenheit und neue Vermarktungskonzepte

Die wirtschaftliche Entwicklung im baunahen Handwerk wurde im vergangenen Jahr deutlich eingebremst. Das hat im Bereich der PVH-Systeme zu Auswirkungen auf die Vertriebsgruppen HANDWERKSTADT und PLUS 1 geführt.

Vor diesem Hintergrund wurde die Geschlossenheit der Vertriebsgruppe HANDWERKSTADT mit einem neuen Verbindlichkeitskonzept gefördert. Die Zusammenarbeit mit den Vertragslieferanten wurde stabilisiert und punktuell ausgebaut – einhergehend mit einem klaren Bekenntnis des Handels zu einer gemeinsamen Produkt- und Lieferantenstrategie.

Um Marketingimpulse zu erzielen, sind verstärkt Sonderaktionen für die Zielgruppe Handwerk realisiert worden. Mit der Microsite für Elektrowerkzeuge steht der Vertriebsgruppe HANDWERKSTADT nun ein Instrument zur Verfügung, um Sichtbarkeit und Reichweiten zu steigern sowie in noch kürzerer Taktung über Neuheiten der Hersteller zu informieren. Durch den Zugang zum Marketingportal wird es den Händlern erleichtert, auf zentral-seitig bereitgestellte Marketingmaterialien wie Anzeigen oder Social-Media-Posts zuzugreifen. Für die FORUM Kampagne anlässlich des 20-jährigen Bestehens steht ein separater Kampagnenbereich zur Verfügung.

Die Vertriebsgruppe HANDWERKSTADT feiert im laufenden Jahr ihr 25-jähriges Bestehen. Dazu sind zahlreiche Aktivitäten in Vorbereitung: Neben der Neuauflage des Katalogs ist ein Vertriebsforum mit 50 Lieferanten geplant, hinzu kommen viele Aktionsimpulse, inklusive intensiver Social-Media-Aktivitäten über das Gesamtjahr hinweg.

In der Vertriebsgruppe PLUS 1 lag der Schwerpunkt 2024 auf der Entwicklung neuer Sortimentsbausteine, maßgeschneidert für die relevanten regionalen Kundenzielgruppen der Händler. Insgesamt wurden für 17 Warengruppen Basis- und Erweiterungsbausteine entwickelt. Um Prozesskostenvorteile zu generieren und die Lagerhaltung der Mitglieder zu entlasten, wurden die Bausteine ausschließlich auf Basis der E/D/E Lagersortimente ausgewählt.

Anhaltend hohe Lagerbestände und die spürbare Kaufzurückhaltung haben den Bereich Motoristik mit dem Vertriebskonzept GreenMoto beeinflusst. Zu beobachten ist ein intensiver Verdrängungswettbewerb auf Seiten der Hersteller. Für das laufende Jahr ist in diesem Bereich erstmals ein Meet & Connect mit den maßgeblichen Herstellern geplant, um zusätzliche Impulse zum Saisonbeginn zu generieren.



MIETeplus: Neue Lieferanten und Handelspartner gewonnen

In wirtschaftlich anspruchsvollen Zeiten gewinnt die Maxime „Mieten statt Besitzen“ nochmals an Bedeutung. Vor diesem Hintergrund hat sich MIETeplus 2024 erneut positiv entwickelt. Viele Endanwender interessieren sich für flexible Mietangebote, um von Vorteilen wie Liquiditätssicherung und Risikominimierung zu profitieren. Zu den Schwerpunkten im vergangenen Jahr zählten daher die Pflege und der Ausbau des Netzwerkes. Es ist gelungen, sowohl neue Lieferanten im Bereich Baumaschinen als auch neue Händler zu gewinnen. Das E/D/E unterstützt den Handel mit Verbundleistungen aus einer Hand, von der Mietsoftware bis zur Anbindung an CRM-Systeme und KI-basierte Systeme.



WUPPER-RING: Handelsmarke gewinnt in der Haustechnik nochmals an Bedeutung

Hohe Baukosten und politisch verursachte Unsicherheiten auf Verbraucherseite haben den Haustechnik-Markt in Deutschland 2024 stark belastet und somit den WUPPER-RING vor große Herausforderungen gestellt. Vor diesem Hintergrund lag der Fokus darauf, die Mitglieder durch wettbewerbsfähige Konditionen sowie durch den Ausbau und die Aktualisierung der FORMAT Sortimente zu unterstützen.

Die Sensibilität auf Verbraucherseite lässt angesichts einer angespannten Wirtschaftslage den Bedarf an attraktiven Handelsmarken stärker in den Vordergrund treten. In diesem Marktumfeld hat die E/D/E Handelsmarke FORMAT im Bereich Haustechnik weiter an Relevanz gewonnen. Durch gezielte Vertriebsaktivitäten konnten die WUPPER-RING Händler nochmals höhere Eigenmarkenanteile erzielen.

Ein gezielt auf die jeweiligen Zielgruppen abgestimmtes Marketing, das den Schwerpunkt auf die Steigerung der Reichweite und Leadgenerierung legt, bietet den Händlern eine effektive Unterstützung bei der Deckung ihrer spezifischen Bedarfe entlang der gesamten Wertschöpfungskette. Durch eine strategische Ansprache relevanter Zielgruppen und den Einsatz moderner Marketinginstrumente werden nicht nur potenzielle Kunden erreicht, sondern auch nachhaltige Geschäftsbeziehungen aufgebaut, um den langfristigen Erfolg der Händler zu fördern. Dies ermöglicht eine gezielte Nachfragegenerierung, eine Optimierung der Vertriebsprozesse und eine Stärkung der Position innerhalb des Wettbewerbsumfeldes.





Die FORTIS Arbeitsschutz-Serie wurde auch 2024 erweitert und aktualisiert.

EURO-DIY

EURO-DIY setzt auf neuen Marketingmix

Angesichts der spürbaren Zurückhaltung im Markt konzentrierten sich die Aktivitäten der EURO-DIY nochmals stärker auf zielgruppengerechte Marketingmaßnahmen. Vor allem die Aktivitäten im Onlinebereich wurden maßgeblich gesteigert. Daneben standen laufende Themen wie Effizienzsteigerung und Kostensenkung im Vordergrund.



Fachkreise bündeln Kompetenz

Der Austausch im Fachkreis PRO.ELEMENT mit seinen Kompetenzgruppen Objektgeschäft, Sonnenschutz + Fassade und ELEMENTARES Services unterstützt Händler dabei, Markttrends frühzeitig zu antizipieren und neue Lösungen zu finden. Die Kompetenzen Baubeschlag und Bauelement sind im Fachkreis ELEMENTec in Kooperation mit der EBH AG konzentriert. Zu den Höhepunkten im vergangenen Jahr zählte die erstmalige Verleihung des PRO.ELEMENT Award 2024 in Kooperation mit dem Fraunhofer Institut an den Lieferantenpartner Hörmann KG für Produktinnovationen im Bereich Nachhaltigkeit. Weiter gewachsen ist zudem die Kompetenzgruppe ELEMENTARES, die sich auf den Ausstellungsverkauf konzentriert. Mit der Integration von dreidimensionalen, virtuellen Ausstellungen sowie dem Influencer-Marketing sind hier neue Aktivitäten initiiert worden.

Marketing im digitalen Wandel

Marketingunterstützung zählt zu den zentralen Verbundleistungen, die den Mitgliedsunternehmen wesentliche Mehrwerte eröffnen. Das E/D/E unterstützt den Produktionsverbindungshandel beim Wandel zu einer zunehmend digitalen Marketingwelt und versteht sich dabei als leistungsstarker Partner für wirksame Vermarktungsoffensiven sowohl on- als auch offline.

Passgenauer Content

Zentrale Bedeutung hat dabei die Bereitstellung von zielgruppengerechtem Content. Ein Beispiel dafür sind die zahlreichen Vorlagen für Social-Media-Posts, die im Marketingportal bereitstehen und mit geringem Know-how individuell für das eigene Unternehmen adaptiert werden können. Die bereits oben vorgestellten Microsites entlasten die Mitglieder bei der aufwändigen Kreation von eigenem Content, schaffen Abwechslung auf den Webseiten des Handels und geben den Mitgliedern die Möglichkeit, ihre Leistungsstärke auf effiziente Weise zu visualisieren.

Print bleibt relevant

Bei aller Digitalisierung im Marketing bleibt Print weiter relevant. Teilweise waren im Jahr 2024 Auflagensteigerungen bei Prospekten und Katalogen feststellbar, zudem werden weitere Materialien im Self-Service angeboten. Über das Marketingportal sind beispielsweise auch Broschüren des E/D/E erhältlich, die mit ihrem Informationscharakter auf Endnutzer abzielen. Mitglieder können diese Broschüren mit wenigen Schritten individualisieren und für ihre Vertriebsaktivitäten nutzen.

Marketing Dialog etabliert

Mit dem Marketing Dialog hat sich 2024 ein neues Format im Verbund erfolgreich etabliert: Marketingexperten von Seiten der Händler kamen sowohl in virtuellen Terminen als auch zu Präsenzveranstaltungen zusammen, um Erfahrungen auszutauschen, neue Inspirationen zu erhalten und gemeinsam Leistungen zu entwickeln, von denen wiederum der gesamte Verbund profitieren kann.

Neues myEDEportal

Das myEDEportal, mit dem das bisherige Extranet abgelöst wird, dient als ein zentraler Kommunikationshub zwischen den Mitgliedern und dem E/D/E. Neben der im Jahr 2024 komplett neugestalteten E/D/E Homepage steht somit im Verbund ein weiterer moderner Kommunikationskanal zur Verfügung.



Schritte in eine neue Welt: Das E/D/E digitalisiert die Zielgruppenansprache und ermöglicht dabei spannende virtuelle Nutzererlebnisse.