

Presse-Information

hagebau-Gesellschafter Schmidt-Rudersdorf überzeugt in der Pandemie mit alternativem Messekonzept

- Roadshow-Truck besucht alle fünf Vertriebscenter von Schmidt-Rudersdorf
- Alle Termine an fünf Messtagen ausgebucht, mehr als 1.000 Fachbesucher

Soltau/ Bergisch Gladbach, 22. Juni 2021. Im Jahr 2020 mussten mehr als 70% aller Messen in Deutschland abgesagt oder verschoben werden. Für eine Reihe von Messen haben die Veranstalter Terminverschiebungen in das Jahr 2021 sowie 2022 beschlossen. Als Fliesenhändler, der neue Produkte und Sortimente präsentieren möchte, ist eine große Schaumesse jedoch von großer Bedeutung für den Geschäftserfolg.

So hat Schmidt-Rudersdorf im Jahr 2019 in Köln mit seiner Expo-K, der Fachmesse für Keramik in NRW, Erfolgsgeschichte geschrieben. Der ursprüngliche Plan, mit einer weiteren Messe in 2021 an diesen Erfolg anzuknüpfen, musste Corona-bedingt leider verworfen werden. Doch die Neuheiten seines Fliesenprogramms wollte Henning Schmidt, Geschäftsführer von Schmidt-Rudersdorf, seinen Kunden trotzdem gerne präsentieren. Hier galt es, eine Lösung zu finden, die Corona-konform und zeitgleich publikumswirksam umgesetzt werden konnte.

„Die aktuelle Corona-Situation hat Spontaneität und Kreativität verlangt. Daraus ist die Idee entstanden, eine Messeroadshow zu organisieren“, berichtet Henning Schmidt. So hat die Expo-K on Tour mit einem eindrucksvollen Roadshow-Truck an den fünf Schmidt-Rudersdorf Vertriebscentern Bonn, Köln (Bergisch Gladbach), Düsseldorf, Viersen und Aachen (Würselen) im Frühjahr 2021 Station gemacht.

Die angesprochenen Lieferanten waren von dem innovativen Konzept gleich begeistert und haben ihre Teilnahme spontan zugesagt. Für die mobile Messevariante

konnte Schmidt-Rudersdorf so alle strategischen Partner von großen Fliesenherstellern bis zu Bauchemieanbietern sowie Zubehörlieferanten gewinnen.

Im eigens ausgestatteten Fliesentruck wurden interessierte Kunden über Produkte, Angebote und Neuheiten aus der Welt der Fliesen und des Zubehörs informiert, per App konnten im Vorfeld exklusive Zeiten für den innovativen Truck gebucht werden. Die Fachbesucher konnten so, mit viel Zeit für individuelle Beratung unter Wahrung der Hygieneanforderungen, die attraktiven Fliesenneuheiten begutachten. Und das kam gut an – Schmidt-Rudersdorf konnte mehr als 1.000 Fachbesucher zu seiner alternativen Veranstaltungsvariante begrüßen, womit sämtliche Termine an den fünf Standorten für den Truck nahezu ausgebucht waren.

Um nicht ganz auf den Charme einer großen Veranstaltung zu verzichten, gab es für die Besucher der Expo-K on Tour eine unterhaltsame Abendveranstaltung im Autokino. Die Liveacts der Kölsch-Rockband Kasalla und des Ruhrpott-Comedians Markus Krebs begeisterten das Publikum. Zusätzlich versorgten Vorträge, Live-Vorführungen und Präsentationen der Industriepartner die Besucher mit wertvollen Informationen und interessantem Praxiswissen.

Auch das leibliche Wohl seiner Gäste lag dem Messe-Veranstalter Schmidt-Rudersdorf am Herzen. Da es aber wegen der Pandemie keine zentrale Versorgungsmöglichkeit gab, wurden bei der Einfahrt ins Autokino schmackhafte Lunchpakete verteilt – sehr zur Freude der Besucher!

„Die Gäste waren froh, mal wieder etwas Normalität im Rahmen der Möglichkeiten zu erleben und haben die gesamte Veranstaltung sehr gelobt. Dieses positive Feedback des Fachpublikums hat uns sehr gefreut und unsere Aktion bestätigt“, so Henning Schmidt.

Nichtsdestotrotz ist er froh, wenn das on Tour im übernächsten Jahr wegfällt und es im Jahr 2023 die Expo-K wieder als große Live-Messe mit vielen interessanten Ausstellern, Vorträgen und Veranstaltungen geben wird. Denn auch wenn die mobile Messevariante für Schmidt-Rudersdorf ein voller Erfolg war - der persönliche Kontakt kann einfach nicht hundertprozentig ersetzt werden.

3.547 Zeichen

Bildunterschriften:



In der Pandemie setzte hagebau-Gesellschafter Schmidt-Rudersdorf mit großem Erfolg auf ein mobiles Messekonzept.

Fotos: hagebau / Schmidt-Rudersdorf (Abdruck honorarfrei)

hagebau Unternehmensgruppe

1964 gegründet ist die hagebau Handelsgesellschaft für Baustoffe mbH & Co. KG eine heute durch rund 300 rechtlich selbstständige, mittelständische Unternehmen im Fach- und Einzelhandel getragene Kooperation. Der hagebau Gruppe sind mehr als 1.700 Standorte in Europa (Deutschland, Österreich, Schweiz, Luxemburg, Frankreich, Belgien, Spanien und Niederlande) angeschlossen.

Mit einem zentralfakturierten Nettoumsatz (alle über die hagebau-Zentrale bezogenen Waren und Dienstleistungen) von 6,05 Milliarden Euro (2019) nimmt die hagebau Gruppe eine führende Position in der Branche ein.

Der Fachhandel bedient unter der (Kann-)Marke hagebau die Sparten Baustoffe, Fliese und Holz (primär B2B).

Der hagebau Einzelhandel ist für Gesellschafter der hagebau Gruppe Franchisegeber. Mit den Marken hagebaumarkt, FLORALAND und WERKERS WELT ist die hagebau Kooperation im standortgebundenen B2C-Markt aktiv. Mit ihrem Tochterunternehmen hagebau connect deckt die Verbundgruppe auch den B2C-Onlinehandel ab.

Mit etwa 1.400 Mitarbeitern erbringt die hagebau Gruppe an sieben Standorten zahlreiche Dienstleistungen für die angeschlossenen mittelständischen Handelshäuser. Hauptsitz der Kooperation ist Soltau mit rund 900 Mitarbeitern. Zu den Dienstleistungen für die mittelständischen Anteilseigner zählen die Bereiche Einkauf, Vertrieb, Systeme, Logistik, IT, Marketing und

Finanzberatung. Damit wird das Tagesgeschäft der selbstständigen mittelständischen Handelshäuser umfassend und kostenoptimiert unterstützt.

Pressekontakt:

Frank Roth
Bereichsleiter
Unternehmenskommunikation

Ullrich Cochanski
Pressesprecher

hagebau
Handelsgesellschaft für Baustoffe mbH & Co. KG

hagebau
Handelsgesellschaft für Baustoffe mbH & Co. KG

Celler Straße 47, 29614 Soltau
Telefon: +49 5191 802-9090
Mobil: +49 172 453 8678
E-Mail: frank.roth@hagebau.com
Internet: www.hagebau.com

Celler Straße 47, 29614 Soltau
Telefon: +49 5191 802-1061
Mobil: +49 151 6775 2833
E-Mail: Ullrich.Cochanski@hagebau.com
Internet: www.hagebau.com