

1970-2020
50 JAHRE
Dähne Verlag



Hornbach/Bodenhaus
Neues Vertriebsformat



Schwerpunkt
Haushalt und Wohnen



Wagner
Virtueller Messestand in Lahr

diy

Das Fachmagazin für die
Do-it-yourself-Branche –
mit Gartenmarkt



Timo Huwer im Gespräch

Standortbestimmung



Ab in den Schwarzwald

Ob live oder doch lieber im virtuellen Meeting: Da die großen Messen ausfallen, lädt Wagner seine Kunden aus dem DIY- und Gartenhandel zur „First Black Forest Garden Show“ ein und zeigt ihnen dort neue Produkte und Präsentationsideen.

Ausgefallene Messen, abgesagte Dienstreisen, verschobene Besuche – die Corona-Krise hat die Hersteller in der DIY- und Gartenbranche vor ein zentrales Problem gestellt: Wie können sie unter diesen erschwerten, nie erlebten Bedingungen den Kontakt zu ihren Kunden, zu den Entscheidern im Handel, halten?

Eine Antwort wäre: Indem sie es so machen wie Wagner. Das Familienunternehmen aus Lahr im Schwarzwald, das mit Pflanzenrollern und Balkon-geeigneten Hochbeeten in der DIY- und Gartenbranche präsent

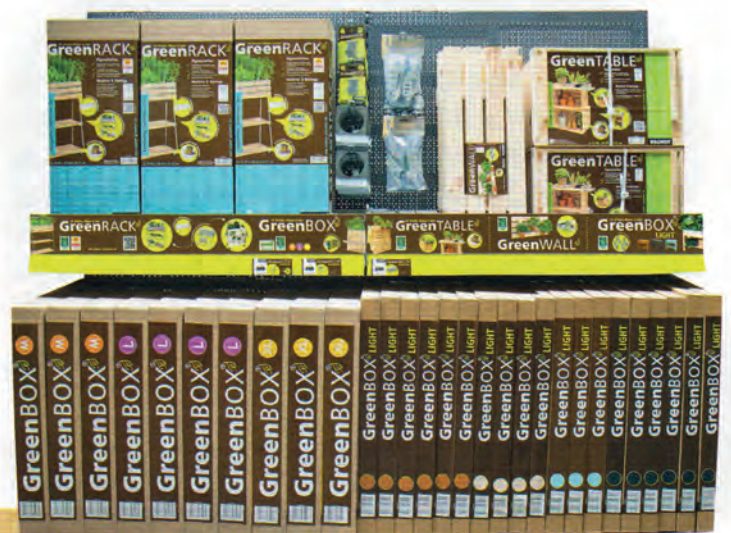
ist, hat schon im Frühjahr gleich nach der Absage der Eisenwarenmesse reagiert und unter dem Motto „The show must go on(line)“ an seinem Hauptsitz in Lahr einen Original-Messestand eingerichtet. Die Idee kam an: Auf der „First Black Forest Hardware Show“ begrüßte das Wagner-Team zahlreiche VIP-Gäste aus der Branche, sowohl real als auch virtuell.

Als klar war, dass die Spoga+Gafa ebenfalls nicht stattfinden konnte, haben die Geschäftsführer, das Geschwisterpaar Ellen und Ulrich Wagner,

zusammen mit ihrem Team das Konzept weitergeführt und verfeinert. In Lahr haben sie sich dieses Mal einen schicken Spoga+Gafa-

Messestand hingestellt – „der hier ruhig ein bisschen größer ausfallen durfte“, wie Ulrich Wagner sagt. Man hat schließlich Platz in der eigenen Halle, da kam es auf einen Quadratmeter mehr oder weniger nicht an.

Am 1. September wurde die Wagner-Hausmesse eröffnet unter dem Titel: „The First Black Fo-



Das Highlight des Messestands sind die neuen Module für die Präsentation der Green Family.



Ellen und Ulrich Wagner präsentieren die „First Black Forest Garden Show“ am Firmensitz in Lahr.

rest Garden Show“, präsentiert – natürlich – von Woody, dem Original-Schwarzwälder, der der Kommunikation des Unternehmens als Markenbotschafter ein Gesicht gibt. Die potenziellen Besucher sind eingeladen, nach Lahr zu einem persönlichen Messetermin zu kommen oder sich alternativ per Video-Konferenz, Facetime- oder Skype-Meeting einen authentischen Eindruck von den Neuheiten und neuen Präsentationsideen zu verschaffen. „Wir kommunizieren in Bild und Ton und zeigen so das Produkt“, sagt Ulrich Wagner. „Es ist



Hier darf es ruhig ein bisschen mehr sein: In der eigenen Halle kommt es auf einen Quadratmeter mehr oder weniger nicht an.

für unsere Besucher ein echtes Messeerlebnis.“

Ist das wirklich so? Dass die Qualität der Gespräche nicht unter dem digitalen Medium leidet, steht für Ulrich Wagner außer Frage. Aus den Erfahrungen mit der „Black Forest Hardware Show“ weiß er: „Natürlich ersetzt das nicht die Spoga+Gafa. Aber nur weil die Begegnungen online sind, sind sie nicht schlechter. Denn der Vorteil gegenüber einer traditionellen Messe ist: Sie findet nicht unter Zeitdruck statt, weil schon der nächste Besucher wartet.“

Das Highlight des Messestands ist die neue Präsentation der Produktfamilie Green Family, also der Hochbeete, Pflanzregale und Pflanztische für Balkon und Terrasse, die den Trend Urban Gardening bedienen. Dafür stehen dem Handel nun zwei Module zur Verfügung: Das so genannte Optimalraster auf 1,25 m Regalbreite zeigt eine fertig montierte GreenBox light und bietet dennoch genug Platz, im oberen Bereich die Ausstattungs- und Zubehörartikel zu präsentieren. Im unteren Bereich befinden sich die Kartons mit den vormontierten GreenBox-Teilen.

Schließlich gibt es beim Bestseller GreenBox light auch eine Weiterentwicklung zu zeigen: Sie wurde um zwei neue Modelle in aktuellen Trendfarben erweitert.

mit der eine Wand oder Fassade als Pflanzelement genutzt werden kann. Im Kompetenzraster steht das Zubehör noch umfangreicher zur Verfügung, mit dem die



Neu im Kernsortiment der Pflanzenroller sind unter anderem Modelle mit Metallträgerplatte in trendigem Matt-Schwarz.



Beide Varianten wurden – farblich perfekt abgestimmt auf aktuelle Wohn- und Gartentrends – mit einer Schutzlasur in „Aqua Splash“ oder klassischem „Anthraxit“ veredelt.

Doppelt so groß, also 2 x 1,25 m Regalbreite, ist das Kompetenzraster, das der gesamten Produktfamilie Platz bietet: die GreenBox in den drei Größen M, L, XL mit jeweils gleicher Breite, aber unterschiedlicher Tiefe, ergänzt eben um die GreenBox light; der GreenTable als platzsparende Arbeitsmöglichkeit; und die GreenWall,

Hochbeete dekoriert und gestaltet werden können.

Im Gartenmarkt Fuß gefasst hat Wagner ursprünglich mit Pflanzenrollern. Auch für die Präsentation dieser Kernproduktgruppe hat das Unternehmen an weiteren Lösungen gefeilt. Die Basket-Lösungen ermöglichen es dem Handel, die Pflanzenroller im Zusammenhang mit denjenigen Produkten zu präsentieren, zu deren Ergänzung sie gekauft werden, also bei Pflanzen und Pflanzgefäßen.

Natürlich gibt es auch in dieser Produktfamilie selbst Neues auf der „First Black Forest Garden Show“ zu sehen, beispielsweise die Modelle mit Metallträgerplatte in trendigem Matt-Schwarz, oder mit dem aktuellen Trägermaterial Beton.

Dass es mit dem Messestand allein nicht getan sein würde, war von Anfang an klar. Mit den Kunden musste auf allen verfügbaren Kanälen kommuniziert werden. Also hat man gleichzeitig marketingtechnisch vorgearbeitet, und das – da in Corona-Zeiten – zu einem großen Teil digital.

Mit dem Team und „echten Mitarbeitern“, die ihr jeweiliges Thema schließlich viel authentischer rüberbringen als Schauspieler, wurden mehrere Tutorials zu verschiedenen Produkten und Konzepten aufgenommen (unter ebenfalls er-

schweren Bedingungen, wie sich das Team erinnert – an einem Freitag im August, dem heißesten Tag des Jahres...). Diese Filme wurden und werden nach und nach per Newsletter verbreitet.

Ellen und Ulrich Wagner sind davon überzeugt, dass sich der Aufwand lohnt. „Wir wollen unsere Kunden gezielt da abholen, wo sie sich wohlfühlen und ihnen ein inspirierendes Messeerlebnis bieten, ob live vor Ort in Lahr oder beim virtuellen Messebesuch.“

Let's go to the Black Forest

Whether live or rather in a virtual meeting: Since the big fairs are cancelled, Wagner invites its customers from the DIY and garden trade to the „First Black Forest Garden Show“ and shows them new products and presentation ideas.

Cancelled trade fairs, cancelled business trips, postponed visits – the Corona crisis has faced manufacturers in the DIY and gardening sector with a central problem: How can they maintain contact with their customers, the decision-makers in the trade, under these difficult, never experienced conditions? One answer would be: By doing it the way Wagner did. The family-owned company from Lahr in the Black Forest, which is present in the DIY and gardening sector with plant rollers and raised beds suitable for balconies, reacted as early as spring, immediately after the Hardware Show Cologne had been cancelled. Operating under the motto „The show must go on(line)“, they set up an original trade fair stand at its headquarters in Lahr. The idea was well received: At the „First Black Forest Hardware Show“ the Wagner team welcomed numerous VIP guests from the branch, both real and virtual.

When it was clear that Spoga+Gafa could not take place either, the managing directors, the sibling couple Ellen and Ulrich Wagner, together with their team, continued and refined the concept. This

time in Lahr, they set up a chic Spoga+Gafa stand - „which, as Ulrich Wagner says, was allowed to be a little bigger“. After all, there is space in of its own hall, one square metre more or less did not matter.

The Wagner in-house exhibition was opened on September 1st under the title: „The First Black Forest Garden Show“, presented, of course, by Woody, the original Black Forest testimonial, who gives a face to the company's communication as brand ambassador. Potential visitors are invited to visit Lahr to come to a personal trade fair appointment or alternatively to get an authentic impression of the innovations and new products via video conference, Facetime or Skype meeting to provide an authentic impression of innovations and new presentation ideas. „We communicate in sound and vision and thus show the product“, says Ulrich Wagner. „For our visitors it is a real trade fair experience.“

Is that really so? For Ulrich Wagner there is no question that the quality of the conversations does not suffer from the digital medium. From his experience with the „Black Forest Hardware Show“, he

knows: „Of course, this does not replace Spoga+Gafa. But just because the encounters are online, they are no worse. The advantage over a traditional trade fair is that it doesn't take place under time pressure, because the next visitor is already waiting.“

The highlight of the stand is the new presentation of the Green Family product family, i.e. raised beds, planting tables and planting shelves for balcony and terrace, which serve the Urban Gardening trend. Two modules are now available to retailers for this purpose: The so-called optimum grid on 1.25 m shelf width shows a fully assembled GreenBox light and yet offers enough space to present the equipment and accessories in the upper area. In the lower part are the boxes with the pre-assembled GreenBox parts.

Finally, the bestseller Green Box light also has a further development to show: It has been extended by two new models in current trend colours. Both variants have been refined with a protective glaze in „Aqua Splash“ or classic „Anthracite“, perfectly matching the colours of current home and garden trends.

Twice as large, i.e. 2 x 1, 25 m shelf width, is the competence grid, which is used for the entire product family Green-Box in the three sizes M, L, XL, each with the same width, but different depth, supplemented by the Green Box light; the GreenTable as a space-saving work option; and the GreenWall, which allows a wall or façade to be used as a plant element. The competence grid offers an even wider range of accessories with which raised beds can be decorated and designed.

Wagner originally gained a foothold in the garden market with plant trolleys. The company has also worked on further solutions for the presentation of this core product group. The basket solutions enable retailers to present the plant trolleys in conjunction with the products they are purchased to complement, i.e. plants and planters. Of course, there are also new products in this product family to be seen at the „First Black Forest Garden Show“, for example the models with metal carrier plate in trendy matt black, or with the current base material concrete.

It was clear right from the start that the exhibition stand

alone would not be enough. Communication with customers had to be carried out via all available channels. So marketing preparations were made at the same time, and to a large extent digitally because of Corona times. With the team and „real employees“, who ultimately conveyed their respective topics much more authentically than actors, several tutorials on various products and concepts were shot (under equally difficult conditions, as the team recalls - on a Friday in August, the hottest day of the year ...). These films have been and will gradually be Newsletter distributed.

Ellen and Ulrich Wagner are convinced that the effort is worth it. „We want to pick up customers specifically where they feel comfortable and offer them an inspiring trade fair experience, whether live on site in Lahr or during a virtual trade fair visit.“