

Presseinformation  
27.11.2009

## **„Lebe einzigartig!“ Das Shop-in-Shop – Konzept für Max Bahr in Regensburg**

Am 19. November 2009 hat Max Bahr in Regensburg einen neuen Bau- und Heimwerkermarkt der Extraklasse eröffnet. Ein Highlight des 10.000 m<sup>2</sup> großen Premium-Baumarkts ist das neu entwickelte Shop-in-Shop – Konzept für Boden, Wand und Decke von ter Hürne. Mit dieser Ausstellung positioniert sich die neu geschaffene Marke „ter Hürne“ nachdrücklich in einem qualitäts- und serviceorientierten Marktsegment. Die ausgewählte Vertriebsstruktur erzielt mit diesem Schritt noch größere Reichweiten in der anspruchsvollen Zielgruppe. Die beiden traditionsreichen Unternehmen verbinden dabei viele gemeinsame Werte und Ziele in Ihrer Unternehmensphilosophie.

### **Emotionale Ausstellung**

Die Individualität des Menschen steht ganz im Mittelpunkt der großzügigen, zukunftsweisenden Präsentationswelt, die mehr als 100 m<sup>2</sup> Fläche umfasst. Entworfen wurde die moderne, modulare Architektur von der Firma Franz Jonas GmbH & Co. KG in Oberhausen, einem renommierten Spezialisten in Sachen Messe- und Ausstellungsdesign. Darin setzt die neueste Lichttechnik, die z.B. auch in der Modebranche Akzente setzt, die Produkte gekonnt in Szene. Außergewöhnlich kraftvolle Bildwelten unterstützen die Präsentation. Die Möglichkeiten für den Besucher, die eigene Persönlichkeit mit der wohnlichen Einrichtung entfalten zu können, macht die Ausstellung über viele Sinne emotional erfahrbar.

Presseinformation  
27.11.2009



Offen, stringent und modern: das modulare Shop-in-Shop Konzept

### **Intuitive Orientierung**

Aktuelle Erkenntnisse aus der Hirnforschung und dem Neuromarketing bilden das Fundament für den Grundgedanken „Farbe vor Format“. Trotz der vielfältigen Produktsortimente schafft die Präsentation eine einfache, intuitive Orientierung. Das einzigartige Farbkonzept für Laminatboden, Fertigparkett, Massivholzdielen und Paneele erreicht dies mit ausdrucksstarken Motiven und großflächigen Produktmustern. Alle Sortimentslinien sind nach ihrer Farbausstrahlung eingeteilt und repräsentieren ganz bestimmte Wesensarten und damit verbundene Einrichtungsstile. Jeder Mensch findet hier die Umgebung, die ihn emotional anspricht. Qualität und Innovation sind für das inhabergeführte Familienunternehmen ter Hürne aber nicht nachrangig. Besondere Entwicklungen, die das Leben mit Echtholz-, Dekorböden oder Paneelen komfortabler machen, werden anschaulich dargestellt und ausführlich erläutert. Hochwertiges Verkaufen funktioniert

Presseinformation  
27.11.2009

letztendlich nur als Symbiose aus Präsentation und Innovation - ein Modell, das sich auch für die klassischen Ausstellungselemente von ter Hürne bewährt hat.



Starke Bildwelten prägen den Rahmen der Sortimentspräsentation

### **Kompetente Beratung und umfassender Service**

Der anspruchsvolle Kunde darf sich neben inspirierenden Produktwelten auch auf eine kompetente, praxisorientierte Beratung in der ter Hürne – Ausstellung freuen. Zum Beispiel erfährt er, welcher Bodentyp welchen Anforderungen gerecht wird, wie eine ganz persönliche Raumplanung mittels 3D-Perspektiven aussieht oder wie eine gesamte Projektbetreuung abläuft. Selbstverständlich können die Kunden auch den Aufmaß- und Montageservice in Anspruch nehmen. Für die konsequente „Alles aus einer Hand“ – Philosophie ist Max Bahr als erster Baumarkt Anfang 2009 durch den TÜV Süd für seine Servicequalität zertifiziert worden.

Presseinformation  
27.11.2009

### **ter Hürne – eine Marke mit Fachmarktanspruch**

Die Werte der Marke ter Hürne äußern sich durch einen hohen Anspruch an Kompetenz, Innovation und Design. Die Analyse der Zielgruppen, die durch die GfK (Gesellschaft für Konsumgüterforschung) vorgenommen wurde, zeigt, dass nur Teile dieser Zielgruppe über die gewachsene Fachhandelsstruktur erreicht werden. Zur Etablierung der Gesamtmarke ist jedoch eine flächendeckende Erreichbarkeit der relevanten Käuferschichten erforderlich. Die überregionale Markenkommunikation sorgt für einen Anstieg an Interessenten, von dem alle Vertriebspunkte profitieren werden, schließlich ist die identifizierte Schnittmenge der Käufer von Bau- und Fachmarkt nur sehr gering. Damit sind wichtige Voraussetzungen für eine erfolgreiche Markenpolitik gegeben, die klare Präferenzen und spürbare Mehrwerte schaffen wird.



Raum und Ausstattung für die ausführliche Beratung

Presseinformation  
27.11.2009

Ansprechpartner

Jean Cremerius  
ter Hürne GmbH & Co.KG  
Ramsdorfer Straße 5  
46354 Südlohn

Telefon: 02862/701-223  
E-Mail: [jean.cremerius@terhuerne.de](mailto:jean.cremerius@terhuerne.de)