



Wiedereröffnung: Lagardère Travel Retail hat seine Relay-Filiale am Hauptbahnhof Hannover komplett modernisiert und dem neuen Konzept angepasst

BAHNHOFSBUCHHANDEL

Relay und Quickpress am Hauptbahnhof Hannover modernisiert

Lagardère Travel Retail setzt die Modernisierung seines bundesweiten Filialnetzes fort und eröffnet am Hauptbahnhof Hannover mit dem ca. 130 Quadratmeter großen Relay und dem rund 200 Quadratmeter großen Quickpress aktuell zwei komplett modernisierte Shops wieder. Oliver Hempel, Chief Marketing Officer bei Lagardère Travel Retail sagt: „Wir wandeln sukzessive unsere bisherigen Relay-Shops auf das neue, moderne Relay-Konzept um. Aber auch Konzepte wie die am Standort Hannover sehr beliebte Quickpress erhält im Zuge unserer Modernisierung ein neues Gesicht.“

Präsentiert wird das Sortiment mit großen Screens in den Schaufenstern und Bildschirmen auf der Fläche. Die Möblierung ist in hellen Elfenbein-Tönen und warmen Holzoberflächen gehalten. Das modulare Sortimentsprinzip lässt sich individuell nach Standort und Zielgruppe anpassen, erweitern und umstellen. Eine klare Trennung zwischen verschiedenen Warengruppen sowie eine deutliche Sortimentsauszeichnung sorgen für eine einfache Orientierung im Shop.

In der Relay-Filiale liegt der Fokus neben Snacks und Getränken auf den Bereichen Presse und Buch. „Wir bieten ein breites Taschenbuchangebot, viele Kinderbücher, aber auch Ratgeber und Reiseführer. Selbstverständlich ist an diesem großen Bahnhof auch das Presse-Sortiment wieder ganz breit aufgestellt“, so Hempel.

Im Zuge der von Lagardère Travel Retail gestarteten Modernisierungsoffensive wurde auch Quickpress am Ausgang zu Gleis 9 neu gestaltet. Jetzt präsentiert sich der Laden mit seinem breiten Angebot an internationalen Zeitungen und Zeitschriften, aktuellen Bestsellern, Reiseliteratur, Snacks und Getränken übersichtlicher und freundlicher. (AK)

Lesen Sie auf den Seiten 52-54 ein Interview mit Thomas Wiesel, CEO Lagardère Travel Retail Deutschland.

ZEITUNGSMARKT BAYERN

Main-Post will Haßfurter Tagblatt übernehmen

Die Mediengruppe Main-Post aus Würzburg plant den Haßfurter Tagblatt Verlag zu übernehmen. Laut einem Eintrag beim Bundeskartellamt ist ein Anteils- und Kontrollerwerb geplant.

Der Haßfurter Tagblatt Verlag ist Herausgeber des werktags erscheinenden *Haßfurter Tagblatts* sowie der jeweils wöchentlich erscheinenden *Wochenpost* und *Wochenpost am Sonntag*. Die Tageszeitung wird im Wesentlichen im

Abonnement verkauft und kam im zweiten Quartal 2017 laut IVW auf eine Auflage von rund 5.100 verkauften Exemplaren. Im Einzelverkauf wurden im selben Zeitraum durchschnittlich 106 Exemplare abgesetzt. Die Verkaufszahlen sind leicht rückläufig.

Die Mediengruppe Main-Post gehört zur Mediengruppe Ppressedruck aus Augsburg, in der unter anderem auch die *Augsburger Allgemeine* und die *Allgäuer*

Zeitung erscheinen. Zur Mediengruppe Main-Post gehören neben der namensgebenden Tageszeitung mit ihren 16 Regionalausgaben auch das Regionalmagazin *Tiepolo* und einige Digitalprodukte. Geschäftsführer des Unternehmens ist David Brandstätter.

Bis Redaktionsschluss hatte das Bundeskartellamt das Vorhaben noch nicht freigegeben. (WR)

Marken und Konzepte stärken

Das 1998 als Hachette Distribution Services Deutschland gestartete Unternehmen firmiert seit 1. Juli dieses Jahres als Lagardère Travel Retail. Thomas Wiesel, CEO Lagardère Travel Retail Deutschland, über die Namensänderung und künftige Ausrichtungen des Unternehmens.

Den Grundstein für ein breites Filialnetz im deutschen Bahnhof- und Flughafenbuchhandel legte die Hachette Distribution Services Ende der 90er-Jahre mit der unprätentiösen Übernahme der Verkaufsstelle der Julius Vaternahm oHG auf dem Frankfurter Rhein-Main-Flughafen. Aufsehen erregte das französische Unternehmen erst mit seiner zweiten Akquisition, der Übernahme der Bahnhofsbuchhandlungen der Bauer Press International.

Unter dem Namen HDS Retail Deutschland entwickelte und erweiterte das Unternehmen sowohl sein Filialnetz als auch sein Markenportfolio. Seit 1. Juli 2017 firmiert das Unternehmen nach mehrmaligen Umbenennungen als Lagardère Travel Retail in Wiesbaden.

DNV: Von HDS Retail Deutschland über LS Travel Retail bis Lagardère Travel Retail – das Unternehmen mit französischem Mutterkonzern hat in wenigen Jahren mehrfach seine Firmierung geändert. Hat mit dem Namenswechsel auch ein Eigentümerwechsel stattgefunden?

Thomas Wiesel: Nein, das Unternehmen hat ohne Unterbrechung zum Lagardère Konzern gehört und ist nach wie vor eine Tochter der weltweit operierenden Lagardère Travel Retail-Gruppe.

DNV: Die erste Umfirmierung, von HDS Retail Deutschland zu LS Travel Retail, wurde zum 1. Juni 2012 vollzogen. Warum hat das Unternehmen damals seinen Namen geändert?

Wiesel: Als HDS Retail Deutschland waren wir ursprünglich ein rein auf den Flughafen- und Bahnhofsbuchhandel ausgerichtetes Unternehmen, haben uns dann aber zum Komplettanbieter für Travel-Retail-Lösungen für jeden Bahnhof und Flughafen entwickelt. Der Rückzug aus dem Bereich Presse-Distribution und die Konzentration auf den Schwerpunkt Travel Retail sollten sich auch mit LS Travel Retail in unserem Namen wiederfinden.

DNV: Drei Jahre später hat LS Travel Retail den neuen Namen Lagardère Travel Retail bekanntgegeben und darauf hingewiesen, dass das Unternehmen trotz der Umbenennung zunächst weiterhin als LS Travel Retail auftreten wird. Seit 1. Juli 2017 firmiert das Unternehmen nur noch unter Lagardère Travel Retail. Was hat sich in der Zwischenzeit geändert, dass Sie nun alle ehemaligen Namen hinter sich lassen?

Wiesel: Mit der Umfirmierung von LS Travel Retail Deutschland GmbH zu Lagardère Travel Retail sind wir am 1. Oktober 2015 als deutsches Tochterunternehmen dem französischen Mutterkonzern gefolgt, der bereits seit Juli 2015 unter dem neuen Markennamen auftrat. Im Zuge der Harmonisierung des weltweiten Markenauftritts kommunizieren seit Ende 2015 alle Ländergesellschaften von Lagardère Travel Retail unter dem neuen Markennamen.

Als Unternehmen führen wir also seit zwei Jahren den Markennamen Lagardère



Thomas Wiesel,
CEO Lagardère Travel
Retail Deutschland

Lagardère Travel Retail Standorte

Deutschland


 10 Flughäfen (7 von Top 10)

 46 Bahnhöfe (8 von Top 10)

Österreich

 3 Flughäfen
(Alle in den Top 4)

Slowenien

 1 Flughafen
(Top 1 in Slowenien)



© LAGARDÈRE TRAVEL RETAIL

Lagardère Travel Retail agiert weltweit in den drei Geschäftsbereichen Travel Essentials, Foodservice und Duty Free & Fashion. Die Anzahl der Verkaufsstellen liegt bei 4.300. In Deutschland konzentriert sich das Unternehmen auf Travel Essentials und den Food Service. Mit Österreich und Slowenien zusammen betreibt Lagardère Travel Retail Deutschland rund 160 Geschäfte an mittlerweile 15 Flughäfen und etwa 50 Bahnhöfen

Lagardère Travel Retail

Weltweit erfolgreich in drei Business Lines (2016)



Travel Retail - Gesamt	
4.300	Geschäfte
4,1	Mrd. EUR Umsatz
35	Länder
800	Bahnhöfe & U-Bahn Stationen
240	Flughäfen
165	Jahre Erfahrung

© ACCI, LAGARDÈRE TRAVEL RETAIL

Travel Retail. Damit haben wir die Nähe zur weltweit agierenden Lagardère Travel Retail Gruppe mit den internationalen Geschäftsfeldern Travel Essentials, Food Service, Duty Free und Luxury Fashion betont, Synergien geschaffen und unsere Position in Deutschland als der Anbieter von maßgeschneiderten Travel-Retail-Lösungen mit starken Marken und Konzepten für jeden Bahnhof und Flughafen gestärkt.

Die Umbenennung der juristischen Person zu Lagardère Travel Retail Deutschland GmbH im Juli 2017 haben wir vollzogen, weil wir zwar seit Oktober 2015 unter dem Markennamen Lagardère Travel Retail aufgetreten sind, dies aber für viele Außenstehende nicht greifbar war. Mit der jetzt erfolgten formalen Umbenennung stellt nun auch der eingetragene Firmenname die klare Verbindung zum Mutterkonzern Lagardère Travel Retail her. Zudem passen wir uns an die Firmierung der Unternehmen unseres Verantwortungsbereichs in Österreich und Slowenien an.

DNV: Welche Auswirkungen haben die namentlichen Veränderungen auf die Nähe zum Mutterkonzern? Wirkt es sich auf das operative Geschäft in Deutschland aus?

Wiesel: Direkte Auswirkungen sind nicht spürbar. Aber dadurch, dass nun alle Geschäftszweige unter der Marke Lagardère firmieren, merken wir schon, dass sich die Wahrnehmung und die Bekanntheit der Marke deutlich erhöht haben.

DNV: Aus dem aktuellen EHI-Whitepaper Travel Retail 2017 geht hervor, dass Gastronomie-Angebote an Bahnhöfen in Deutschland an Bedeutung gewinnen. Auch Lagardère Travel Retail ist gerade dabei, den Food-Service-Bereich auszubauen. Sehen Sie die Zukunft des Unternehmens in der Gastronomie an Verkehrsknotenpunkten?

Wiesel: Der Presse- und Buch-Bereich ist heute weiterhin unsere wichtigste Säule, dies wird auch sicherlich in den nächsten Jahren so bleiben. Als Komplettanbieter für ertragsstarke Travel-Retail-Lösungen

an Verkehrszentren konzentrieren wir unser Wachstum nicht nur auf den Food-Bereich, sondern investieren in unsere Bestandskonzepte genauso wie in neue Retail-Konzepte. Mit Tribes's, dem maßgeschneiderten One-Stop-Shopping-Angebot mit frischen Food- & Beverage-Angeboten, Presse und Reisebedarf sowie Leonidas, einem der weltweit renommiertesten Chocolatiers, haben wir in den letzten Monaten komplett neue Marken in den deutschen Travel-Retail-Markt

18,6 %

beträgt der Marktanteil von Lagardère Travel Retail im Flughafen- und Bahnhofsbuchhandel in Deutschland

gebracht. Weitere werden folgen.

DNV: Die Unternehmensgruppe Dr. Eckert hat eine innerstädtische Buchhandlung in Freiburg übernommen. Die Geschwister Hugendubel denken über Filialen an Bahnhöfen und Flughäfen nach. Welche Konzepte haben Sie für das Buch- und Pressegeschäft?

Wiesel: Wir konzentrieren uns ganz klar auf Flughäfen und Bahnhöfe. Dabei werden unsere Konzepte aber auch Bestandsläden, wie ganz aktuell am Beispiel unseres zukunftsweisenden Relay-Konzepts, an die geänderten Anforderungen angepasst und weiterentwickelt. Damit bieten wir den Vermietern von Flughafen- und Bahnhofsf lächen zukunftsfähige, innovative und ertragreiche Konzepte für ihre Flächen.

Ein Beispiel: Als Spezialisten für Travel-Retail-Konzepte zeigen wir mit der Weiterentwicklung unseres weltweit erfolgreichen Relay-Konzepts, wie sich eine zeitgemäße, erfolgreiche Presse- und

Buch-Lösung an diesen Standorten präsentiert und dem Kundenwunsch nach One-Stop-Shopping gerecht werden kann. Im Relay der neuesten Generation haben wir – auf die Standortanforderungen maßgeschneidert – das Kernsortiment Presse und Buch beispielsweise um E-Books und E-Reader, Snacks und Getränke, Geschenke und Souvenirs, technisches Zubehör und Travel Essentials erweitert oder ausgebaut.

DNV: Welche strategischen Ziele verfolgen Sie bis zum Ende des Jahres in Deutschland, Österreich, Slowenien?

Wiesel: Wir verfolgen langfristige Ziele, die über das Jahresende hinausreichen. Sicher ist, dass wir weiterhin auf Wachstumskurs bleiben und langfristig in unsere Bestandskonzepte sowie in neue Konzepte, Marken und Standorte in Deutschland, Österreich und Slowenien investieren. Zu den kommenden Projekten gehört unter anderem der sukzessive Roll-Out unseres Relay-Konzeptes in die bestehenden Presse- und Buch-Filialen. Unser Markenportfolio wird weiter wachsen. Unverzichtbar ist auch die weitere Investition in qualifiziertes Personal und in die Servicequalität unserer Shops – immer mit dem Ziel der Verbesserung des Einkaufserlebnisses unserer Kunden.

DNV: In fast 20 Jahren ist Lagardère Travel Retail mit mittlerweile einem Marktanteil von 18,6 Prozent zum drittgrößten Travel Retail-Unternehmen in Deutschland aufgestiegen. Wo wollen Sie künftig stehen?

Wiesel: Unser Ziel ist es weiterhin, profitabel zu sein und Mehrwerte für unsere Kunden und Vermieter zu schaffen. Wir rechnen nicht in Marktanteilen, sondern in Profitabilität. Daher setzen wir auf weiteres Wachstum mit starken Marken, modernen Shops und einem vielfältigen, zukunftsweisenden Sortiment. Dabei bauen wir auf ein exzellentes Team in Deutschland, Österreich und Slowenien, das diese neuen Herausforderungen meistert.

DIE FRAGEN STELLTE AYNUR KAYA

HERBSTVERSAMMLUNG – TAGUNGSPROGRAMM

Bahnhofsbuchhändler tagen in Hamburg

Der Verband Deutscher Bahnhofsbuchhändler lädt am 28. November zu seiner Herbsttagung nach Hamburg ein. Gastgeber ist die Valora Holding Germany. Los geht es um 10:30 Uhr mit einem Begrüßungskaffee. Um 11:00 Uhr findet die offizielle Mitgliederversammlung statt. Der Vorstand um den 1. Vorsitzenden Peter Obeldobel wird die Mitglieder über die Verbandstätigkeit

ten und die Branchenentwicklungen informieren. Ab 14:00 Uhr stehen Vorträge auf der Agenda.

Zum Abendprogramm lädt die Zeitschrift *Hygge* aus der Verlagsgruppe Deutsche Medien-Manufaktur, ein Joint Venture von Gruner+Jahr und dem Landwirtschaftsverlag, in das Restaurant L'Atelier ein. (AK)

SORTIMENTS MARKETING

Kicker präsentiert sich mit Plakat-Aktion

Der Nürnberger Olympia-Verlag veranstaltet vom 14. September bis 5. Oktober im Bahnhofsbuchhandel eine Sortimentsmarketing-Aktion. Im Mittelpunkt der Plakat-Aktion steht das *Kicker-Sonderheft Europas Top Ligen*. Flankiert wird die Plakat-Aktion mit Stapelplatzierungen neben dem *Kicker-Sportmagazin* und dessen Sonderhefte sowie mit Zweit- und Sonderplatzierungen im Kassen- beziehungsweise Promotionsbereich.

Der Verlag veranstaltet zudem ein Händler-Gewinnspiel. Voraussetzung ist die Einsendung eines Fotos der Präsentation des *Kicker-Sonderheftes*. (AK)



UNTERNEHMENSGRUPPE DR. ECKERT

Mehr Mitarbeiter-Feedback gewünscht

Die Unternehmensgruppe Dr. Eckert (UGDE) will in Zukunft noch stärker auf die Beteiligung und die digitale Einbindung ihrer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in Lern-, Feedback- und Gesundheitsprozessen setzen.

Zu diesem Zweck installierte man jetzt eine neue Feedback-Software im Intranet des Hauses, die bei der jüngsten Mitarbeiterversammlung mit 500 Mitarbeitern erstmals ein „Instant Feedback“

ermöglichte, um auf kurze Fragen eine schnelle Antwort der Beschäftigten zu erhalten. Per mobiler App wurde die Rückmeldung der Teilnehmer direkt in der Veranstaltung in Echtzeit ausgewertet und genutzt.

Für die Bewältigung technischer Hürden wurde zudem eine Hotline eingerichtet, um bei Problemen schnelle Hilfestellung zu ermöglichen. UGDE-Personalchefin

Antje Haberkorn betont: „Mit den vielfältigen Einsatzmöglichkeiten der einzelnen Feedback-Werkzeuge gestalten wir die Rahmenbedingungen für einen transparenten und dynamischen Leitbildprozess. In diesen Prozess sind sowohl die Führungskräfte als auch die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in die Erarbeitung stimmiger Zukunftskompetenzen für ihre Filialen und zentralen Abteilungen eingebunden.“ (RD)



Verband Deutscher Bahnhofsbuchhändler e. V.

Geschäftsstelle des Verbandes Deutscher Bahnhofsbuchhändler e.V:

c/o Dr. Michael Roggen, Sternstraße 67, 40479 Düsseldorf · Telefon: 0211 491598-7, Telefax: 0211 491598-98

E-Mail: Ursula.Roggen@t-online.de · Internet: www.vdobb.de

Vorsitzender: Peter Obeldobel, Hamburg; 2. Vorsitzender: Torsten Löffler, Berlin; Schatzmeister: Daniel Seidl, Düsseldorf

Verantwortliche DNV-Redakteure: Ralf Deppe, Tel.: 040 609009-80, E-Mail: ralf.deppe@presse-fachverlag.de
Aynur Kaya, Tel.: 040 609009-93, E-Mail: aynur.kaya@presse-fachverlag.de