

# STRAUSS X BAUHAUS PARTNER

Engelbert Strauss: Vertriebs-Pilotprojekt mit Pop-Up-Stores und erster Shop-in-Shop in Wien



Montag, 25. November 2024

**STRAUSS und BAUHAUS präsentieren ein neues Vertriebskonzept in der DIY-Branche. Mit einer Pop-Up-Serie in vier BAUHAUS-Fachcentren werden Strauss-Produkte erstmalig für sechs Monate im externen Einzelhandel erhältlich sein. In einer zweiten Phase werden die Marktführer ihrer jeweiligen Branche das Pop-Up-Konzept europaweit ausrollen. Zudem wird im Herbst 2025 ein dauerhaft konzipierter Shop-in-Shop auf mehr als 700 Quadratmetern in einem BAUHAUS Fachzentrum in der Wiener Innenstadt eröffnen. Für Engelbert Strauss ist der Vertriebs-Pilot der Startschuss für eine neue weltweite Vermarktungsstrategie.**

Gemeinsam mit Branchenführer BAUHAUS wird STRAUSS erstmals eine Partnerschaft im Retail-Bereich starten.

## Bisher gab es Strauss nur bei Strauss

„Bislang galt: Strauss gibt’s nur bei Strauss. Wir erschließen uns derzeit mit unserer Internationalisierungsstrategie neue Märkte – und erfinden uns auch im Heimatmarkt immer wieder neu. Wir schaffen gemeinsam mit BAUHAUS ein neues Retail-Format, das ein riesiges Potenzial zur Skalierung bietet“, sagt CEO und Inhaber Steffen Strauss.

Im Rahmen der Kooperation stellt BAUHAUS Verkaufsf lächen in seinen Fachcentren für die exklusive Zusammenarbeit mit Strauss zur Verfügung. In der ersten Phase starten im März 2025 in Berlin, Bremen, Hamburg und Köln vier in Eigenregie betriebene Pop-up-Stores im Kleinflächenkonzept.

Diese werden unterjährig in der zweiten Phase auf weitere internationale Standorte ausgeweitet. In der dritten Phase folgt im zweiten Halbjahr 2025 die Etablierung eines Shop-in-Shop-Konzepts auf einer eigenen rund 700 Quadratmeter großen Verkaufsfläche im BAUHAUS in der Wiener Innenstadt.

„Mit Strauss als starkem Partner gehen wir neue Wege der Zusammenarbeit. Die Marke hat im Bereich Berufskleidung eine immense Strahlkraft, die branchenweit ihresgleichen sucht und sich sehr gut in unsere markenorientierte Sortimentspolitik einfügt. Wir freuen uns, dass unsere Kunden bei uns künftig auch die Premium Workwear von Strauss kaufen und ein zusätzliches Markenerlebnis in unseren Fachcentren erfahren können – ein Novum in der Branche und damit noch näher am Kunden“, sagt Stefan Wolsiffer, Mitglied der Geschäftsführung von BAUHAUS.

## Premiumpartner in ihren Branchen

In der Partnerschaft der beiden Marken sieht Markenchef und Inhaber Henning Strauss eine natürliche Synergie. „BAUHAUS ist wie wir inhaberstrukturiert, wir tragen dieselben Farben und haben schnell zueinandergefunden. Strauss und BAUHAUS gelten als Premium-Anbieter ihrer Branchen. Wir freuen uns sehr auf die Zusammenarbeit“, sagt Inhaber und CEO Henning Strauss. Auch das klare Sortimentsprofil von BAUHAUS hat die Brüder-Strauss für die Zusammenarbeit begeistert. Zudem verbindet die beiden Marken auch die Inspiration aus den USA: Henning Strauss studierte bekanntlich in Kalifornien und hat die Magie Hollywoods auf seine Marke übertragen. Auch BAUHAUS Gründer Heinz Georg Baus ließ sich Ende der 1950er Jahre in den USA vom dortigen Handel sowie der DIY-Bewegung inspirieren, um in den Folgejahren ab 1960 mit Einführung des Selbstbedienungskonzepts und einer großen Sortimentsvielfalt für Werkstatt, Haus und Garten zum Pionier der DIY-Branche in Deutschland zu werden.

## Über STRAUSS

Strauss ist eine Unternehmensgruppe und weltweit führende Marke für Berufsbekleidung und Arbeitsschutz. Das Unternehmen führt seine Marke im vertikalen Setup vom Design über die Herstellung, das Marketing und den Vertrieb bis zum Point of Sale als globaler Voll-Vertikalist. Strauss profilierte seine Marke in den vergangenen Jahren durch Partnerschaften und Kooperationen in Sport, Medien und Entertainment, etwa mit namhaften Brand Partners wie Metallica, Fast & Furious oder dem Nintendo-Franchise Super Mario sowie mit hochwertigen Sponsorships im Spitzensport, darunter als Offizieller Workwear Partner der UEFA EURO 2024™, des Liverpool FC, der UEFA Europa League, und als langjähriger Verbandspartner der Deutschen Fußballnationalmannschaft. Der Vogel zierte außerdem die EA SPORTS FC™ 25 InGame-Banden.

## Über BAUHAUS – Der Spezialist für Werkstatt, Haus und Garten

Bereits 1960 brachte BAUHAUS eine neue Idee nach Deutschland: Markenprodukte verschiedenster Fachsortimente in Selbstbedienung, angeboten unter einem Dach. Nach diesem erfolgreichen Konzept sind in Deutschland über mehr als 160 Fachcentren entstanden. Europaweit ist BAUHAUS in 19 Ländern über 290 Mal vertreten. Jedes der Fachcentren ist in 15 Fachabteilungen untergliedert. Seinem Grundkonzept – Fachhandelsqualität und Produktvielfalt zu besten Preisen – ist BAUHAUS bis heute treu geblieben und hat dieses kontinuierlich weiterentwickelt.