

## **Unternehmensprofil der Gries Deco Company**

### **Gries Deco Company heute**

Die Gries Deco Company (GDC) mit den beiden starken Marken DEPOT und ipuro gehört heute zu den größten Deko- und Einrichtungsspezialisten im deutschsprachigen Raum. Waren es 2005 noch 67 DEPOT Stores, dürfen sich die Kunden 2016 schon in über 470 Filialen (inklusive Partner) in Deutschland, Österreich und der Schweiz wohlfühlen. Auch der Umsatz stieg in den vergangenen zehn Jahren um mehr als das Zehnfache auf rund 575 Millionen Euro. Mehr als 7.700 Mitarbeiter unterstützen aktuell das Unternehmen auf seinem Kurs – mit steigender Tendenz.

Die Geschichte der GDC reicht bereits bis ins Jahr 1948 zurück. Anfänglich rein im Großhandel tätig konzentrierte man sich ab 1995 dann mit eigenen Filialen direkt auf den Endkunden. 2003 folgte die Raumduftmarke ipuro. Im Januar 2009 stieg die Schweizer Migros-Gruppe in die Gries Deco Holding ein. Das mit einem Umsatz von 27,4 Mrd. Schweizer Franken und mit über 100.000 Mitarbeitern größte Handelsunternehmen der Schweiz ist seitdem ein starker Partner und unterstützt die weitere Expansion von DEPOT.

2013 eröffnete die Gries Deco Company in Niedernberg eines der größten und modernsten Logistikzentren Deutschlands. Nach zweijähriger Bauzeit zeigt sich die 120 Mio. Euro-Investition architektonisch, technisch und ökologisch am Puls der Zeit. Kernelement des Verteilzentrums ist das 160 x 90 x 40 m große Hochregallager mit ca. 111.000 Palettenstellplätzen sowie ein Kommissionierlager mit weiteren 17.502 Stellplätzen.

Das Logistikzentrum war erst der Startschuss zum Modernisierungskurs: 2014 erhielt die Firmenzentrale mit dem GDC KreativLAB sein innovatives Herzstück. Auf 7.000 qm und in futuristischem Design entstanden in einer Mustershopfläche zwei Entwicklungslabors und ein kreativer Schaffensraum. Das KreativLAB stellt vor allem für die Trendentwicklungsprozesse eine Investition für die Zukunft der Marke dar.

Auch das Serviceangebot wird weiter ausgebaut. So ist DEPOT bereits seit Herbst 2008 Partner von Deutschlands größtem Bonusprogramm Payback.

Seit Mitte 2016 können sich DEPOT Kunden in über 50 Filialen ihre Einkäufe am gleichen Tag nach dem Prinzip und unter dem Namen „Shop & Delivery“ nach Hause liefern lassen.

Ein im Jahr 2015 ins Leben gerufenes Projekt der GDC ist Rooms by DEPOT. Dabei handelt es sich um ein maßgeschneidertes, emotionales Shop-in-Shop Konzept für Großflächen (LEH, Gartencenter, Kaufhäuser, Möbelhandel). Angepasst an die Bedürfnisse des Handels, wird dem Kunden mit Rooms by DEPOT die beste Auswahl der DEPOT Welten zur Verfügung gestellt und aufwendig von eigenen Visual Merchandisern beim Handel in Szene gesetzt. Gemäß GFK Umfrage wünschen sich die Kunden noch mehr Einkaufsmöglichkeiten der DEPOT Dekorationswelten und der Handel sucht nach emotionalen Sortimenten und einer attraktiven Warenpräsentation am POS. Die GDC liefert alles aus einer Hand, inklusive der Betreuung der Flächen direkt beim Handelspartner.

## **Die Historie**

In Zeiten des Wirtschaftswachstums gründete das Ehepaar Gries 1948 die „Oskar Gries Fabrikation von künstlichen Früchten und Christbaumschmuck“. Selbst hergestellte Fliegenpilze, Paprikaschoten und Eicheln für Siegeskränze waren die Verkaufsschlager der ersten Jahre. 1969 traten Michael Gries und seine Frau Monika als zweite Generation in die Unternehmensführung ein und erweiterten das Angebot um Gesteck- und Adventsschmuck. Zusätzlich zum Großhandel wurde 1995 DEPOT als eigene Vertriebschiene für den Endkunden eingeführt. Von nun an ging es steil bergauf. Heute steht das Unternehmen in seinem Einzelhandelssegment an der Spitze.

Christian Gries, Enkel der Gründer Maria und Oskar Gries, führt das Unternehmen seit dem Jahr 2000. Gries ist überzeugt, dass DEPOT in den nächsten Jahren weitere Marktanteile gewinnen wird: „Wir bieten ein ausgefeiltes, trendiges Sortiment. Jeweils passend zur Jahreszeit, zu fairen Preisen und an den richtigen Orten. Wir segeln mit voller Kraft.“ Die unternehmerische Strategie passt genau zum Lebensstil der

Verbraucher: Laut GPK-Bundesverband (Bundesverband für den gedeckten Tisch, Hausrat und Wohnkultur e.V.) verlangen Konsument und Konjunktur vom Handel Veränderungen in den Sortimenten und bei der Präsentation der Waren. Die Inszenierung in den DEPOT Filialen bietet dem Kunden immer neue Anregungen und Produkte, die den Puls der Zeit genau treffen. Sie inspiriert und gibt konkrete Anleitung, das eigene Zuhause zu verschönern. Von trendbewusstem Auftritt, hochwertiger, abwechslungsreicher Gestaltung und immer neuen Do-it-Yourself-Ideen kann sich der Kunde stets inspirieren lassen.

## **DEPOT**

Das eigene Zuhause – ein Rückzugsort, der persönliche Lieblingsplatz, eine Oase der Ruhe oder Treffpunkt von Familie und Freunden. Jeder Mensch verbindet etwas anderes mit seinem Zuhause, aber allen ist eins gemeinsam: Sie möchten es so einrichten, dass sie sich stets wohlfühlen. Dieser Anspruch ist das Erfolgsrezept für DEPOT. Der Wohn- und Dekospezialist gehört heute zu den bekanntesten und erfolgreichsten Marken im Lifestyle- und Einrichtungssegment im gesamten deutschsprachigen Raum. Kunden wird hier ein ständig wechselndes, aber immer hochwertiges Sortiment zum Einrichten, Dekorieren und Verschenken geboten. Der konstante Wechsel hat seinen Grund: So kann schneller auf Trends und Kundenwünsche reagiert werden. Eine Besonderheit an DEPOT ist die Wandelbarkeit. Vier Hauptkollektionen pro Jahr (Frühjahr, Sommer, Herbst und Winter) geben den Rhythmus vor und innerhalb dieser Kollektionen finden weitere drei bis vier Teilkollektionen ihren Platz. Der Kunde kann so sichergehen, stets etwas Neues in seiner DEPOT Filiale zu finden.

Die DEPOT Filialen befinden sich vor allem in gut besuchten Innenstadtlagen oder in ausgesuchten Fachmarkt- und Einkaufszentren sowie seit 2014 in EDEKA Marktkauf-Filialen. Passend zur Jahreszeit werden die Produkte emotional inszeniert, die Schaufenster und Shops vom Kreativ-Team des Unternehmens nach Farb- und Trendthemen dekoriert. „Wir möchten unseren Kunden ein echtes Einkaufserlebnis bieten, das sich für sie immer wieder aufs Neue lohnt“, sagt Christian Gries, Geschäftsführer der GDC. „Deshalb betritt der Kunde bei uns alle zwei bis vier Wochen

eine neue Wohnwelt – alle Waren sind perfekt aufeinander abgestimmt und die Aufbauten sind bis ins kleinste Detail durchdacht.“

Das Sortiment umfasst dabei weitaus mehr als reine Dekoartikel. Auch Hochwertiges aus den Bereichen Bad und Wellness, Küche und Möbel, gedeckter Tisch sowie Heimtextilien gibt es bei DEPOT. So wichtig wie die richtige Auswahl der Waren ist deren Präsentation. Die Themenwelten werden von A bis Z im KreativLAB der Zentrale durchgeplant und arrangiert. Damit das Design wirken kann, sind nicht nur die Deko-Szenen und Warenbilder, sondern auch deren Präsentationsflächen und Warenträger gleichermaßen entscheidend. Jeder DEPOT Store folgt einem wiedererkennbaren Konzept: Die Verkaufsfläche ist eine Bühne, auf der die Produkte die Schauspieler sind. Die Präsentation ist spannend, aber übersichtlich, wodurch sich der Kunde in jedem Store sofort intuitiv zurechtfindet.

Und der einmal festgelegte Look macht bei der Store-Dekoration nicht halt: Flyer und Werbekampagnen in zielgruppenorientierten Medien haben einen einheitlichen Look & Feel und bieten damit sofortigen Wiedererkennungswert.

Ein Blick hinter die Kulissen zeigt, wie konsequent das Konzept bis zur Produktion umgesetzt wird. Die Handelskette ist in Deutschland, Österreich und der Schweiz vertreten und wird wie ein Modeunternehmen geführt. Sie ist vertikal organisiert und kontrolliert die gesamte Wertschöpfungskette von der Herstellung der Artikel bis zum Verkauf. Dadurch hat das Unternehmen eine starke Position beim Wareneinkauf und kann auch hochwertige Produkte preiswert anbieten. Und: Es kann kurzfristig auf besondere Nachfragen reagieren.

### **Der Onlineshop**

Auch das Online-Business wird bei DEPOT stetig ausgebaut. Der Onlineshop umfasst mittlerweile über 20.000 Artikel, in denen der Kunde stöbern und sich alles bequem nach Hause schicken lassen kann. Zusätzlich werden hier Deko-Tipps und kreative Ideen für die Dekoration der eigenen vier Wände geboten. Besondere Onlineangebote bieten einen weiteren Reiz beim gemütlichen Shopping von der Couch aus.

Neben der Präsenz auf Social Media Kanälen (Facebook, Instagram, Pinterest, Youtube) betreibt DEPOT seit Juli 2015 seinen eigenen Blog namens „schön bei dir“. Do-it-Yourself Beiträge stehen hier besonders im Fokus und Gastblogger aus dem Living-Bereich präsentieren ihre eigenen Ideen und Dekorationsansätze.

### **ipuro**

Mit der Lancierung einer Raumduft Kollektion im Jahr 2000 machte Christian Gries Düfte als dekorative Wohnaccessoires auf dem hiesigen Markt bekannt. Hieraus entwickelte sich 2003 das Raumduftkonzept ipuro, welches sich heute als erfolgreiche Marke etabliert hat und eine breite Käuferschicht anspricht. Durch kontinuierliche Produktoptimierungen und Entwicklung neuer Kreationen hat ipuro es geschafft, den europäischen Markt zu erschließen und sich als führender Anbieter für Raumdüfte zu positionieren. So finden Kunden die Marke aktuell in 13 europäischen Ländern. In Deutschland ist ipuro neben DEPOT auch unter anderem bei dm, Galeria Kaufhof, Karstadt, OBI, Edeka, Rossmann und vielen weiteren Partnern erhältlich.

Die unterschiedlichen Konzepte reichen von Flakons mit Fasersticks zur Beduftung über das Kapselsystem von ipuro air pearls bis hin zu den Autodüften der ipuro car line. Zurzeit gibt es sieben verschiedene Linien der Marke ipuro: classic line, luxus line, season line, ESSENTIALS BY ipuro, car line, Air Pearls und die edlen Düfte von Hommage d'ipuro. 2016 wird mit der wellness line ein ganz neue Linie lanciert: neben den feinen Raumdüften runden dezent parfümierte und pflegende Kosmetikartikel die Linie ab.

Alle Düfte werden von erfahrenen Parfümeuren im französischen Grasse, der Welthauptstadt des Parfüms sowie in Italien oder Deutschland, komponiert. Die Produktion und die Abfüllung erfolgen in Italien und in Deutschland. Somit tragen alle ipuro Produkte das Qualitätssiegel „made in Europe“. Hochwertige Inhaltsstoffe stehen dabei an erster Stelle: Es werden ausschließlich natürliche und naturidentische Grundstoffe verwendet.

Die Duftabgabe an die Raumluft funktioniert nach dem Prinzip der Diffusion durch Fasersticks oder, wie bei Air Pearls, über mit Duftöl-Perlen befüllte Kapseln, die in elektrische Diffuser eingesetzt werden. Bei der ipuro car line funktioniert die Beduftung

ganz ohne Flüssigkeit. Die handlichen Autodüfte lassen sich an den Lüftungslamellen des Cockpits anbringen und verströmen bis zu drei Monate lang ihre Aromen.

Ein besonderes Augenmerk liegt bei den ipuro Raumdüften auf der optischen Präsentation: Die eleganten Flakons und Gläser schmeicheln jedem Wohnambiente und bieten den passenden Look für verschiedene Einrichtungsstile. Besonders die season line wird in immer neuen, auf die jeweilige Saison abgestimmten Designs präsentiert. Besondere Accessoires, wie Blüten oder kleine Anhänger, wirken als zusätzlicher Blickfang. Auch die ipuro accessoires schaffen weitere Kombinationsmöglichkeiten: bottle cover und bases in verschiedenen Versionen unterstützen den hochwertigen Look der Raumdüfte.

### **Rooms by DEPOT**

Mit dem neuen Projekt „Rooms by DEPOT“ schafft die GDC ein Shop-in-Shop Konzept, das speziell für Großflächen konzipiert ist. Es handelt sich um ein modulares Baukastensystem bei dem die Handelskunden die Möglichkeit haben, eine emotionale Dekowelt in ihren Häusern zu integrieren. Die Fläche beläuft sich hierbei auf 95qm bis 165qm und wird im eigenen Ladenbau inszeniert. Zu dem Angebot gehören zum einen das DEPOT Basicsortiment und zum anderen die beliebten Saisonartikel. Rooms by DEPOT definiert hier die Produktpräsentation, sowie die Produktauswahl der einzelnen Module, kümmert sich um die Rotation der wechselnden Sortimente und um die komplette warenwirtschaftliche Steuerung. Ganzjährig werden so 5.000 verschiedene Artikel in 40 Themen und 80 Updates arrangiert und ständig neu erfunden. Mit Rooms by DEPOT ist die GDC auf Expansionskurs: Aktuell existieren bereits 80 Flächen, rund 50 weitere Shop-in-Shops sollen 2017 eröffnet werden.