

STARKE EXKLUSIVMARKE TECWERK VERSCHAFFT FACHHANDEL RÜCKENWIND

TECWERK – Volle Verfügbarkeit, umfassende Marketingunterstützung, messbare Mehrwerte

Dortmund, 12.03.2026 – Mit dem erfolgreichen Rebranding der Exklusivmarke PROMAT auf TECWERK im letzten Jahr haben NORDWEST und die

Fachhandelspartner gemeinsam einen wichtigen Schritt in Richtung Zukunft gemacht. Jetzt steht den Fachhändlern eine Exklusivmarke im Bereich Bau, Handwerk und Industrie zur Verfügung, die auf die heutigen Marktanforderungen gezielt ausgerichtet ist: ein umfassendes Sortiment von rund 10.000 Artikeln, verlässliche Top-Qualität zum fairen Preis, schnelle Verfügbarkeit direkt ab Zentrallager und ein professionelles Vermarktungskonzept, das die Händler sichtbar stärkt. TECWERK ist konzipiert als Wachstumstreiber und Wettbewerbsvorteil für die Fachhandelspartner von NORDWEST – da eine schnelle Warenverfügbarkeit und ein ausgezeichnetes Preis-Leistungs-Verhältnis für die Kundenbindung und Neukundengewinnung entscheidend sind.

TECWERK steht für eine bewährte Produktqualität mit hoher Langlebigkeit, verlässliche Funktionalität und höchste Präzision. In den elf Sortimentsbereichen Industriebedarf & Betriebseinrichtung, Arbeitsschutz, Baugeräte, Beschlagsysteme & Sicherheitstechnik, Handwerkzeuge, Messtechnik, Oberflächentechnik, Schraubwerkzeuge, Spanntechnik, Technischer Handel und Zerspanung liefert TECWERK Top‑Qualität zu einem wirtschaftlich attraktiven Preisniveau. Der Großteil des Sortiments ist direkt ab dem NORDWEST-Logistikzentrum binnen 24 Stunden deutschlandweit verfügbar – ein zentraler Vorteil für Händler, die ihren Kunden kurze Lieferzeiten, attraktive Einkaufskonditionen und sofortige Bedarfsdeckung bieten wollen.

Erprobte POS‑Konzepte mit spürbaren Verkaufsimpulsen

TECWERK ist konsequent als Eigenmarke des Fachgroßhandels gedacht. Sie gibt Händlern ein klares Profil, schafft Wiedererkennbarkeit am Point of Sale und unterstützt sie dabei, sich unabhängig von klassischen Markenvergleichen zu positionieren. Gleichzeitig profitieren Fachhandelspartner von einem attraktiven Konditionsmodell und einem professionellen Markenauftritt.

Ein wesentlicher Erfolgsfaktor ist der gezielte Ausbau moderner POS‑Konzepte im TECWERK-Branding, die sich als echter Blickfang etablieren. Händler erhalten Unterstützung von der Planung bis zur Umsetzung – vom einzelnen Markenmodul bis hin zu kompletten Shop‑Bereichen, inklusive modularer Regallösungen, markanter Warenpräsentation und zeitgemäßer LED‑Technik.

So wird TECWERK direkt am Regal sichtbar, also dort, wo Kaufentscheidungen fallen. Das Ergebnis: bessere Orientierung für Kundinnen und Kunden, höhere Aufmerksamkeit und spürbare Abverkaufsimpulse.

Ergänzend können Fachhändler für Hausmessen, Kundenevents oder regionale Aktionen auf TECWERK-Messestände, -Aktionsflächen und -Werbemittel zurückgreifen.

Durchdachtes Print- und Online-Marketing für gesteigerte Markensichtbarkeit

Eine starke Eigenmarke braucht Sichtbarkeit. Deshalb ist TECWERK eingebettet in ein umfassendes Marketing-Konzept, das Händler unkompliziert nutzen können: von Social-Media-Kampagnen, E-Mail-Marketing und Website-Content bis hin zu einem umfangreichen Marketing-Support-Paket mit sofort einsetzbaren und wirkungsstarken Materialien. Hinzu kommen attraktive Aktionen wie die TECWERK DealDays, die in diesem Jahr im Mai, September und November mit Aktionslaufzeiten von jeweils drei Wochen durchgeführt werden.

Weitere elementare Bausteine sind der im Januar erschienene TECWERK-Produktkatalog 2026/2027, der das Sortiment übersichtlich in gedruckter und digitaler Form bündelt, und die obligatorischen Produktdaten für die Onlineshops bzw. den eSHOP von NORDWEST, damit Händler die Marke auch im Onlinevertrieb verkaufen können. Ergänzt wird der Markenauftritt durch die mehrsprachige Website www.tecwerk.com mit integrierter Händlersuche, die kontinuierlich an Reichweite gewinnt und zusätzliche Nachfrage erzeugt.

Für NORDWEST-Vorstand Michael Rolf steht TECWERK auch für mehr Reichweite, mehr Sichtbarkeit, mehr Relevanz: „Mit TECWERK haben wir unsere Exklusivmarke neu aufgestellt – inhaltlich, optisch und qualitativ. Die Rückmeldungen hierzu aus dem Handel sind sehr positiv. 2026 wird das Jahr, in dem wir die Marke sichtbar, digital und flächendeckend ausrollen. Jetzt können wir Tempo aufnehmen."

Über die NORDWEST Handel AG:
Die NORDWEST Handel AG mit Sitz in Dortmund gehört seit 1919 zu den leistungsstärksten Verbundunternehmen des Produktionsverbindungshandels (PVH) mit einem Geschäftsvolumen in Höhe von 4.801 Mio. Euro gesamt per 2023. Die Kernaufgaben des Verbandes zur Unterstützung der rund 1.255 Fachhandelspartner aus den Bereichen Stahl, Bau-Handwerk-Industrie und Sanitär- und Heizungstechnik (Haustechnik) liegen in der Bündelung der Einkaufsvolumina, der Zentralregulierung, einem starken Zentrallager sowie in umfangreichen Dienstleistungen. NORDWEST ist auch in Europa, insbesondere in den Schwerpunktländern Österreich, Schweiz, Frankreich, Polen sowie Benelux aktiv.

Herausgeber:
NORDWEST Handel AG
Robert-Schuman-Straße 17
44263 Dortmund
http://www.nordwest.com

Astrid Sassen
Geschäftsbereichsleiterin Marketing & Unternehmenskommunikation
Telefon: +49 (0)231 - 2222 - 3301
E-Mail: a.sassen@nordwest.com

Janine Berghoff
Referentin für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
Telefon: +49 (0)231 - 2222 - 3340
E-Mail: j.berghoff@nordwest.com

Anna Eckart
Referentin für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
Telefon: +49 (0)231 - 2222 - 3341
E-Mail: a.eckart@nordwest.com