

Parkett Star 2020



**Die besten
Fachgeschäfte
Konzepte
Marketing
Präsentation**

Kinder erobern das Parkett

Ein Kinderkonzert in der Bodenausstellung – das war neu und übertraf die Erwartungen: 400 junge Musikfans kamen mit ihren Eltern oder Großeltern in das restlos ausverkaufte Mitmach-Theaterstück. Dieses besondere Event belegt die Zukunftsgewandtheit des Familienunternehmens Max Friederichs, das die Jury im Jahr seines 190-jährigen Bestehens mit dem Parkett Star ehrt.



Elke Müller-Friederichs leitet das 190 Jahre alte Familienunternehmen bereits in siebter Generation.

Die in den Jahren 2017 und 2018 neu gestaltete Ausstellung von Holzland Friederichs in Mönchengladbach bietet gewerblichen wie Privatkunden auf insgesamt 1.000 m² Verkaufsfläche eine umfassende Auswahl an Böden, Türen und Gartensortimenten. Die Bodenausstellung wartet auf 500 m² mit mehr als 650 verschiedenen Mustern auf. Viele davon sind begehbar. Parkett und Massivholzdielen, Laminat-, Kork- und Designbeläge werden ergänzt durch moderne, wohngesunde Produktgattungen wie PVC-freie Designböden. Neben der Eigenmarke HQ sind Produkte von Barth & Co., Boen, Meister, Thede & Witte und Wineo erhältlich.

Seit dem umfassenden Umbau der Räumlichkeiten, die jetzt einladend offen, hell und zeitgemäß wirken, legen die Umsätze im Bodenbereich jährlich zweistellig zu. Und auch die Einzelhandelsumsätze insgesamt entwickeln sich entgegen dem Branchentrend positiv, konstatiert Elke Müller-Friederichs, die 2005 in siebter Generation in das Familienunternehmen einstieg und es inzwischen als alleinige Gesellschafterin in einer Doppelspitze zusammen mit Olaf Kronshage leitet. „Das Bodengeschäft ist sehr wichtig für uns“, betont sie, „dass es sich so gut entwickelt, macht mich stolz auf unsere Mitarbeiter“.

Für den Holzfachhandel, der zu 95 % vorwiegend Großhandelskunden bedient, ist der weitere Ausbau des Einzelhandelsgeschäfts ein strategisches Ziel. „Wir haben eine große, tolle Ausstellung, die wir im Grunde viel zu wenig nutzen“, sagt Elke Müller-Friederichs. Aber wie spricht man potentielle Privatkunden an? Wie kann man insbesondere junge Familien, die gerade bauen, dafür begeistern, den Showroom zu besuchen? Weil der Aufwand für klassische Werbung, etwa Anzeigenschaltungen in Regionalzeitungen, gemessen am Erfolg erfahrungsgemäß sehr groß war, sollte eine alternative Herange-

hensweise jenseits der gängigen Marketingmaßnahmen her.

Die zündende Idee kam der Geschäftsführerin schließlich inspiriert aus dem eigenen Privatleben. Denn als Mutter von zwei Kindern weiß sie nur allzu gut, welche Art von Unternehmungen bei jungen Familien auf Begeisterung stoßen: Ein Kinderkonzert in der Bodenausstellung – das war tatsächlich etwas Neues und versprach zudem bei geringem Aufwand großen Erfolg. „Wo sonst Kinder die Eltern zum Einkauf begleiten, begleiten Eltern und Großeltern ihre Kinder zum Konzert“, bringt die studierte Betriebswirtin den außergewöhnlichen, sympathischen Ansatz für das Vorhaben auf den Punkt.



KATEGORIE
BESTES EVENT
IM HOLZHANDEL



Spaß und Unterhaltung für die ganze Familie

Nach einem kleineren Probelauf im Jahr 2017 bewarb der Holzfachhandel zwölf Monate später erstmals ein vorweihnachtliches Kinderkonzert in großem Stil. Plakataushänge und Anschreiben für Kindertagesstätten und Kinderarztpraxen in Mönchengladbach und in der kaufkraftstarken Umgebung, Einladungen von Mitarbeiter- und Kundenkindern sowie Mitteilungen in den Lokalzeitungen kosteten nicht viel und führten zur erhofften Präsenz in der Zielgruppe. Die Resonanz war überwältigend – die Nachfrage überstieg das Kartenangebot.

Schließlich kamen 400 junge Musikfans im November in Begleitung ihrer Eltern oder Großeltern in das restlos ausverkaufte Konzert. Begeistert lauschten die Kleinen dem Mitmach-Theaterstück „Ronja und die Weihnachtshexe“, das der national bekannte Kinderliedermacher Anders Orth ihnen vorspielte. Während die Kinder fasziniert zuhörten und mittanzten, konnten die Erwachsenen die Ausstellung erkunden. Den Eintritt,

insgesamt waren 725 EUR zusammengekommen, spendete Holzland Friederichs vollständig der Kinder-Palliativstation „Insel Tobi“ in Mönchengladbach.

„Es ist uns eine Herzensangelegenheit, uns auch gesellschaftlich zu engagieren. Die Freude der Kinder war zu spüren und zu sehen – als Familienunternehmen ein wundervolles Gefühl“, sagt Elke Müller-Friederichs. „Viele Gäste haben sich für das schöne Konzert und die tolle Idee bedankt.“ Und obendrein hatte sich dabei die Gelegenheit ergeben, auch die Kinder der Mitarbeiter zu erleben und kennenzulernen. Das Konzept war aufgegangen und hatte die Erwartungen seiner Initiatoren sogar übertroffen.

190-jähriges Familienunternehmen zeigt sich zukunftsgerichtet

Holzland Friederichs konnte von dem vorweihnachtlichen Mitmachkonzert somit in mehrfacher Hinsicht profitieren. Entsprechend positiv fällt das Resümee der Geschäftsführerin aus: „Wir sind einen anderen und ungewöhnlichen Weg gegangen, um unsere

Bekanntheit zu steigern und unsere neue Bodenausstellung zu bewerben. Aufgrund der Resonanz und der Umsatzentwicklung werden wir an der Strategie festhalten und →

400 Kinder lauschen begeistert dem Mitmach-Konzert „Ronja und die Weihnachtshexe“ des national bekannten Kinderliedermachers Anders Orth. Das Event war restlos ausverkauft.





Holzland Friederichs in Kürze

Max Friederichs Handelsgesellschaft GmbH
Bendhecker Str. 73-75
41236 Mönchengladbach-Rheydt
Tel.: 021 66 / 919 91-0
info@friederichs-gmbh.de
www.holzland-friederichs.de

Gründungsjahr: 1830

Geschäftsführung: Elke Müller-Friederichs,
Olaf Kronshage

Mitarbeiter: 65

Verkaufsfläche: 1.000 m²

Letzter Umbau: 2017/2018



Einladend, großzügig und zeitgemäß:
2017/2018 gestaltete Friederichs die Ausstellungen von Böden, Türen und Terrassenprodukten neu.

unsere Bodenausstellung weiterhin für Events nutzen, die unsere Zielgruppen ansprechen.“ Das Format ist also bis auf weiteres gesetzt, auch weil das Team des Holzfachhandels mit Freude dabei ist. „Die Kinderkonzerte machen uns Spaß, und wir haben Erfolg damit“, betont Müller-Friederichs. Die mit der Organisation des Events befasste Mitarbeiterin stecke viel Herzblut in die Vorbereitungen und habe zudem auch schon mal „400 Kinder gut im Griff“.

Im November 2019 ist das mittlerweile dritte Kinderkonzert erfolgreich über die Bühne gegangen; und die Planungen für ein neues Mitmachstück laufen bereits auf Hochtouren. Im Frühjahr 2020 soll es aufgeführt werden. Dann erobern erneut Kinder das Parkett und versinnbildlichen, dass auch ein stolze 190 Jahre altes Familienunternehmen durchaus zukunftsgerichtet sein kann.

ila



Seit dem Umbau des Showrooms entwickeln sich die Umsätze sowohl im Bodenbereich als auch im Einzelhandelsgeschäft insgesamt positiv.