

Die Fries-Gruppe zeigt neue Perspektiven

# INNOVATIONEN IM INNENAUSBAU

## aufgearbeitet für Handwerker

Wer mit neuen, innovativen Produkten seine Kunden begeistert, sichert langfristig seinen Erfolg. Doch was sind die wirklichen Innovationen im Innenausbau? Welche Entwicklungen stehen dahinter und welchen Nutzen bringen diese für die Verarbeiter und ihre Kunden? Diesen Fragen stellte sich die Fries-Gruppe in einem Workshop in Hamburg.

Als einer der bedeutendsten Holz- und Bodenbelagsgroßhändler in Deutschland sieht Fries es als Herausforderung an, seine Profi-Handwerker im Verkauf an die Endkunden zu unterstützen. Ganz im Sinne des Vertriebsgrundsatzes „Kenne dein Produkt“ führte das Unternehmen daher am 27. März

in seiner Ausstellung in Hamburg einen Workshop durch, bei dem das Sortiment und vor allem Neuheiten und Trends von Referenten der Partner Glunz, Pfeleiderer und Jeld-Wen vorgestellt wurden.

Das erste Wort allerdings hatte Dr. Mario Hölscher, Geschäftsführer der Fries-Gruppe, der den Teilnehmern des Workshops die Werte

und Ideen des Händlers nahebrachte. „Wir haben diesen Showroom für Sie gebaut, damit Sie Ihre Kunden hier beraten können. Ich lade Sie ausdrücklich ein, dieses kostenlose Angebot zu nutzen“, erklärte Hölscher und verwies auf die 1.600 Quadratmeter große Ausstellung im Gewerkepark Rondenberg in Hamburg. „Wir verkaufen hier nicht an Endkunden, sondern ausschließlich an Profis und werden Sie auch bei der Beratung unterstützen, wenn Sie das wünschen.“

Um noch besser in dieser Form unterstützen zu können, will Fries das Dienstleistungsangebot noch weiter ausbauen. Eine besondere Stärke des Unternehmens, die eigene Logistik mit ausgebildeten Fahrern und 60 Fahrzeugen, soll ihr Übriges dazu tun, eine moderne Just-in-time-Lieferung ohne Schäden zu garantieren.

In die Service-Kerbe schlug auch Fries-Vertriebsprofi Tobias Schrebb, der den Workshop nutzte, um einige Änderungen am Webshop [www.fries24.de](http://www.fries24.de) vorzustellen und direkt Feedback einzusammeln. Aus der lebhaften Diskussion mit den anwesenden Kunden ergaben sich direkt einige konkrete Ideen, die demnächst umgesetzt werden sollen. „Wenn Ihnen bei der nächsten Bestellung noch etwas auffällt, zögern Sie nicht, uns direkt Bescheid zu

sagen. Dieser Webshop ist für Sie da und muss Ihnen gefallen und nicht uns“, stellte Schrebb klar.

In die Welt der Produkte und Trends ging es dann mit den Referenten von Jeld-Wen, Pfeleiderer und der Glunz AG. Peter Farber, Sales Director bei Glunz, stellte beispielsweise „Innovus Coloured MDF“ vor.

Eine allgemeine Trendschau bot Christiane Gebert von Pfeleiderer

und zeigte, wo im Innenausbau und Wohnen die zukünftigen Kundenanforderungen liegen könnten. Kurz zusammengefasst: Die Formen werden wieder runder, die Oberflächen filigraner und das Design skandinavischer. Wie die meisten Wohntrend-Experten sieht sie als kommende Farbe Grau und eine Verschiebung von Hochglanz zu Matt. Wenn auch sicherlich kein kompletter Austausch von

weißen Hochglanz-Oberflächen zu grauen Matt-Oberflächen erfolgen wird.

Im Anschluss an die Vorträge hatte Fries noch einen ganz persönlichen Perspektivwechsel für die Teilnehmer in petto: eine acht Meter hohe Kletterwand und ein sogenanntes „Aerotrim“, in dem die Teilnehmer in einer dreidimensionalen Rotation ein Gefühl der Schwerelosigkeit erleben konnten.

> Klare Botschaft der Veranstaltung bei Fries: Die Ausstellung darf und soll jederzeit von Handwerkern für Kundengespräche genutzt werden.



> Die 1.600 Quadratmeter große Ausstellungshalle in Hamburg.

