

Weitzer: Größter Shop Deutschlands in der Nähe Berlins

Erfolg durch glasklare Positionierung

Über 100 Showroom-Partnerschaften ist der österreichische Hersteller Weitzer Parkett im deutschsprachigen Raum bereits eingegangen. Einer der flächenmäßig größten Showrooms wurde beim Parkettleger Spielberg im Raum Berlin realisiert. Statt sich auf Shop-in-Shop-Lösungen zu stützen, hat er gleich seinen kompletten Ausstellungsraum von Weitzer gestalten lassen.

Einer der größten Weitzer-Parkett-Ausstellungsräume Deutschlands liegt in einer vergleichsweise ruhigen Straße im Ort Falkensee westlich von Berlin. 60 m² Ausstellungsfläche hat sich das Parkettunternehmen Spielberg hier von den Österreichern auf den Leib schneiden lassen. Warum und wie es dazu kam, ist ein interessantes Beispiel für modernes Management in einem handwerklich orientierten Parkettlegerbetrieb. Dazu hat ParkettMagazin den Inhaber sowie Vertreter der beteiligten Unternehmen Weitzer und Fries befragt. Aber werfen wir zunächst einen Blick auf die Ladengestaltung.

Große Schaufenster bieten einen guten Blick ins Innere. Selbst aus einem vorbeifahrenden Auto heraus ist zu erkennen, dass es hier um Parkett geht – besonders im Winter, wenn es draußen dunkel und der Ausstellungsraum beleuchtet ist. Das große blaue Ladenschild „Parkett Spielberg“ und die typisch gelbe Weitzer-Showroom-Leuchtreklame machen ein Übriges.

Frische Kieferndielen als Fassadenverkleidung im Erdgeschoss machen das ältere, graue Gebäude optisch ansprechend. Und innen sorgt eine fast reine Weitzer-Parkett-Welt für Aufmerksamkeit.



Parkett Spielberg, größte Weitzer-Shop im Norden: Inhaber Jörn Spielberg, Siegfried Vetter (Fries Bodensysteme), Fabian Bennstein (Weitzer Gebietsverkaufsleitung), im Hintergrund: Florian Korn (Parkett Spielberg).



Wie soll der Shop aussehen? Weitzer macht Gestaltungsvorschläge, der Geschäftsinhaber entscheidet.

Der Raum ist mit grau geölten Eichendielen ausgelegt. Direkt auf diesen Boden soll der Blick jedoch nicht gelenkt werden. Der ist eher neutrale Grundlage für das, was an den Wänden und in Schränken präsentiert wird. Dort befinden sich große Muster von Holzböden, geordnet nach den Weitzer-Farbwelten. Linker Hand sind es die dunklen Böden der Linien Lava, Terra und Fire. Frontal – und das beeindruckt den Besucher als erstes – prangt ein große Emotionen weckendes Bild mit dem Weitzer-Thema „Höre auf die Botschaft von Mutter Natur“. Daneben hat Inhaber Jörn Spielberg die 300 und 350 mm breite Imperial-Diele als Trendparkett angebracht. Rechts von dem Poster befindet sich die Abteilung Treppenbau – eine in Deutschland noch stiefmütterlich behandelte, in Österreich jedoch gängige Arbeit für einen Parkettleger. Dann folgen Muster der Farbwelten Natur und Stone. Rechter Hand schließen sich die helle Farbwelt Sand und Beispiele für die Oberflächenveredelungen gebürstet, wild gebürstet, stark gebürstet, wild gehobelt, old style und old oak an. Leichter Druck auf die Musterflächen lässt die jeweilige Schranktür aufgehen und gibt weitere Muster und Informationen im Inneren preis. Alles ist so ausgelegt, dass die weibliche Zielgruppe – denn sie gilt als Entscheiderin in der Raumgestaltung – übersichtlich und nicht durch zu viele Möglichkeiten belastet das Spektrum moderner Holzböden mit dem eigenen Geschmack in Beziehung bringen kann.

Die Funktionsinseln inmitten der Ausstellung sind genau auf das erforschte Verbraucherinteresse ausgerichtet. Auf drei 1 x 1 m großen, weißen Würfeln wird demonstriert, was der Verbraucher von einem Weitzer-Parkett erwarten darf: geringen Raumschall

(Flüster), keinen Pflegeaufwand (Pflegetechnik) und reine Naturöle (Gesund). Ein vierter Tisch mit Hockern, auf einer Seite malerisch an einem halbierten Baumstamm aufgehängt, dient als Beratungstisch. Hier soll der Computer stehen, mit dem ein Kunde sein eigenes Wunschparkett am Bildschirm zusammenstellen kann.

Inhaber Jörn Spielberg besitzt einen Meisterbrief als Möbeltischler, hat sein Herz aber schon früh an den Holzboden verloren. 1996 begann er als 1-Mann-Betrieb mit der Parkettverlegung. Acht Jahre später kam der erste Angestellte hinzu und mit größeren Objektaufträgen wuchs die Firma. Heute sind 12 Parkettleger angestellt. 2011 bezog Spielberg den Standort in Falkensee mit dem Ziel, neben seinem Büro auch einen Ausstellungsraum einzurichten.

Wie sich die Realisierung entwickelte, berichtet er dem ParkettMagazin im Interview. Siegfried Vetter vom Großhändler Fries Bodensysteme und Fabian Bennstein, Weitzer-Gebietsverkaufsleiter Berlin, stehen ebenfalls Rede und Antwort.

ParkettMagazin: Haben Sie schon immer Weitzer-Parkett verlegt?

Jörn Spielberg: Ich kannte Weitzer natürlich, aber wir haben Parkett von verschiedenen Herstellern verarbeitet. Mittlerweile meine ich, dass es von Vorteil ist, wenn man sich positioniert. Die Weitzer-Umweltphilosophie und ihre funktionalen Lösungen haben mich überzeugt. Man sollte schließlich voll hinter dem Produkt stehen und es hochwertig verkaufen können.

PM: War der Weitzer-Parkett-Shop dann der nächste Schritt?

Spielberg: Nein, erst haben wir angefangen, unseren eigenen



- 1 | 60 m² Fläche sind schon kein Shop mehr, sondern ein kompletter Weitzer-Ausstellungsraum.**
2 | Blick zur linken Ausstellungsseite: im Hintergrund die dunklen Farbwelten Lava, Terra und Fire.
3 | Zusätzliche weitere Dielen-Muster finden sich bei Bedarf in den Wandschränken.

Showroom zu bauen. Wir hatten auch Angebote von einer Reihe anderer Hersteller. Dann bin ich über meinen Großhändler Fries auf die Module von Weitzer gestoßen und habe mich gefragt: Warum sollte ich aufwändig eine eigene Ausstellung zimmern, wenn es ein vorgefertigtes Konzept gibt. Also haben wir die eigenen Sachen wieder rausgerissen.

Im August 2012 habe ich bei Fries den Weitzer-Parkett-Showroom gesehen, Ende August bekam ich von Weitzer alternative Gestaltungsvorschläge, Ende September habe ich den Vertrag unterschrieben, im Oktober wurde die Ausstellung eingebaut und im November war Eröffnung.

PM: Handeln Sie auch mit Weitzer-Parkett?

Spielberg: Nein, unser Showroom ist nur für unsere eigenen Kunden. Andere Verleger betrachten uns wohl eher als Konkurrenz und gehen direkt zu Fries.

Siegfried Vetter (Fries): Obwohl das schade ist bei einer solch attraktiven und großen Ausstellung, in der auch noch gut beraten wird. Schließlich haben ►



Riecht gut: Fabian Bennstein mit Geruchsproben an der Gesund-Parkett-Funktionsinsel.

wenige Hersteller ein so umfangreiches Sortiment wie Weitzer Parkett.

PM: Herr Spielberg, haben Sie sich denn mit Haut und Haaren der Marke Weitzer verschrieben?

Spielberg: Wir haben natürlich auch andere Kontakte. Zum Beispiel sind wir Parkett-Profi-Partner von Pallmann. Und es gibt Böden und Oberflächen, die sich von Weitzer-Böden unterscheiden und deshalb damit nicht in Konflikt geraten. Wir planen, die Marke Solidfloor des holländischen Importeurs Fetim in unser Programm aufzunehmen. Weitzer kann nicht alles bieten. Die fokussieren sich ja auch. Zum Beispiel haben sie kein Tropenholz mehr im Programm.

PM: Und wenn ein Kunde nun partout einen Exotenboden verlangt?

Spielberg: Dann müssen wir uns dafür an einen anderen Hersteller wenden. Wenn jemand einen Merbau-Boden haben möchte, werden wir ihn nicht abweisen.

PM: Ihre Ladengestaltung ist nicht unbedingt typisch für einen Weit-

zer-Shop. Üblicherweise ist der kleiner und enger konzipiert.

Spielberg: Der erste Vorschlag war, nur 35 m² des Geschäftes auszustatten.

Fabian Bennstein (Weitzer): Die alte Einrichtung war noch drin. Wir haben dann verschiedene Grundrisse und Vorschläge für eine Neugestaltung gemacht. Dies ist ja kein Shop-in-Shop, sondern eine speziell angepasste Komplettlösung. Aber je größer die Ausstellung ist, desto geringer sind im Verhältnis zur Fläche die Kosten.

Spielberg: Mir gefiel das Konzept. Da liegen nicht Musterplatten bunt gemischt auf dem Boden. Ich will auch nicht immer Schubladen auf und zu machen. Hier kann man die Dielen sofort an der Wand betrachten und Kunden über Farbe und Optik gezielt durch die hochwertige Präsentation führen.

Bennstein: Wir sprechen bei Weitzer Parkett deshalb auch nicht in erster Linie über Parkett, sondern über Lösungen, die einen Mehrwert bieten. An den Funktionsinseln kann sich der



Praktisch für den Besuch beim Kunden: Weitzer-Beratungskoffer.

Verbraucher selbst von den Vorteilen überzeugen.

Siegfried Vetter (Fries): Weitzer bietet zudem alle Oberflächen der Böden auch für die Treppenfertigung an. Damit beschäftigen sich in Deutschland viel zu wenig Parkettleger. Oft überlassen sie dieses Zusatzgeschäft dem Tischler. Dabei ist das Aufmaß mit dem neuesten 3D-Multisystem ganz einfach.

Bennstein: Da geht man mit einem Tablet-PC einfach die Treppe rauf, das Programm misst aus und erstellt automatisch das Aufmaß.

Spielberg: Bisher haben wir Treppenstufen von Weitzer auch schon auf den Millimeter genau erhalten. Der Einbau ist dann kinderleicht. Dieses neue System werden wir uns aber auch beschaffen.

PM: Wie beurteilen Sie die bisherige Besucherfrequenz?



Außen Dielen-Muster und im Inneren der Wandschränke weitere Ausführungen

Spielberg: Mit zehn Besuchern am Tag sind wir schon zufrieden. Wir liegen hier ja nicht im Zentrum. Ich betrachte die Partnerschaft mit Weitzer als Investition in die Zukunft. Zum Beispiel habe ich durchgesetzt, dass wir Weitzer-Embleme im Sinne gemeinsamer Marktbearbeitung auf unseren Firmenfahrzeugen aufbringen dürfen. Da geht es gar nicht in erster Linie um unseren Betrieb. Wir müssen etwas dafür tun, dass die Marke bekannt wird. Und jetzt planen wir eine zweite Weitzer-Parkett-Ausstellung in Berlin-Tiergarten. Da sind wir dann, glaube ich, unter den ersten Parkettleger in Deutschland, die einen zweiten Shop führen.

PM: Hält Ihr Verlegebetrieb mit diesem Tempo mit?

Spielberg: Wir wachsen. Derzeit sind 12 Verleger unter Vertrag, mit denen wir den Berliner Raum und das Umland abdecken. Ich selber habe mit der Verwaltung so viel



Jörn Spielberg und das Kollektionsbuch: Beratung für den, der noch mehr wissen will.

zu tun, dass ich nicht mehr auf der Baustelle arbeiten kann.

PM: In welchen Bereichen sind Sie tätig: Renovierung, Neubau, Objekt?

Spielberg: Wir bedienen alle Schienen. In letzter Zeit hat sich

der Neubau wieder gegenüber der Altbau-Sanierung in den Vordergrund geschoben. Wir nehmen uns Zeit für den kleinen Privatkunden, übernehmen aber auch Objektaufträge.

PM: Haben Sie bei Objekten keine Sorge bezüglich Reklamationen



Ein zweiter Shop in Berlin ist in Planung. Drei Konzepte stehen zur Wahl.

oder anderen Problemen mit Bau-trägern?

Spielberg: Bisher können wir nicht klagen. Die Zahlungsmoral ist auch bei Objektaufträgen gut. Und wir haben, glaube ich, einen ganz guten Ruf als Handwerker. Wir machen allerdings

nur auskömmliche Angebote. Mit drei Prozent über dem eigenen Kostenaufwand, wie ich es beim Angebot eines Kollegen gesehen habe, kommen wir nicht ins Geschäft.

www.neopur.de

NEO PUR®
Wir haben mehr drauf!

versiegeln, ölen, pflegen

NEO LUX
WASSERBAGIERT VERSIEGELN.

NEO OIL
ÖLEN & WACHSEN.

NEO CARE
PFLEGEN & REINIGEN.

NEO PUR
KLASSISCH VERSIEGELN.

NEO GARDEN
SCHÜTZEN & ERHALTEN.