

HEIMTEX



Europas große Wirtschafts- und Handelszeitschrift für
Bodenbeläge, Tapeten, Farben, Heimtextilien, Sonnenschutz

Frank Hinze, Inhaber
Digitales Handels-Netzwerk:
„Wir verhelfen Fachhändlern zu
Sichtbarkeit, Kundenfrequenz
und Preisstabilität.“ Seite 102

Filzfabrik Fulda

**„Alles, was der
Nadelvlies-Markt
braucht“**



2 Umfragen analysieren LVT + Tapeten



**Weitere Umfragen
in diesem Jahr**

Umfragen. Im Jahresrhythmus lässt BTH Heimtex die Anbieter unserer Branche in 14 Kategorien analysieren. In dieser Ausgabe die Anbieter von LVT und Tapeten.

Für die LVT-Umfrage hat das Marktforschungsinstitut Research for Future 155 klassische Fachhändler und Raumausstatter befragt. Seriensieger Joka / Jordan gewinnt sieben Kategorien. Ein überragender 1. Platz? Ja und nein. Ausgerechnet in der Kategorie Produkt liegt Jordan auf dem letzten Platz. Hier hat das Unternehmen sicherlich Handlungsbedarf. Bemerkenswert die Top-Positionen von **Windmüller** für Nachhaltigkeit und Zukunftsperspektiven – trotz wirtschaftlicher Probleme hat der Handel Vertrauen zu den Augustdorfern. Hier zahlt der PU-„Bioboden“ mit seiner besonderen Stellung im Markt ganz sicher ein. Insgesamt geben die Detaillergebnisse der gesamten Umfrage Raum für Diskussionen. Bei diesen Rankings wollen wir nicht übersehen, dass Objectflor (drei erste Platzierungen) in der Verbreitung oben auf dem Treppchen steht. **Seite 26**

Gute Gesamtergebnisse, Jordan wieder vorn

Genau wie 2023 sitzt Jordan sicher auf dem ersten Platz in der exklusiven Fachhandelsumfrage Designbeläge, wackelt nicht und hat Luft zum Zweitplatzierten Jab Anstoetz, dicht gefolgt von Objectflor auf der Drei. Gerflor hat kräftig aufgeholt und steht zusammen mit **Windmüller** an vierter Stelle.

Umkämpft, aber krisensicher ist der Designbelagsmarkt in der D/A/CH-Region. Sicher ist auch dieses Jahr wieder der Spitzenplatz für Jordan/Joka bei der Fachhandelsumfrage Designbeläge: Zum achten Mal in Folge stehen die Kasseler 2024 in der Gesamtwertung ganz vorn. Diesmal hat die Durchschnittsnote aber keine Eins, sondern eine Zwei vor dem Komma (2,01); bis zum Zweitplatzierten Jab Anstoetz (2,10) ist trotzdem etwas Luft. Dahinter wird es schon enger: Auf Platz drei folgt wieder Objectflor mit einer 2,11, dann gibt es einen doppelt besetzten vierten (Gerflor und **Windmüller** mit 2,14) und einen doppelt besetzten sechsten Platz (Forbo und Tarkett mit 2,16). Auch Project Floors auf Rang acht steht mit der Durchschnittsnote 2,23 gut da. Also gute Gesamtergebnisse für alle – das ist erfreulich. Schließlich handelt es sich bei den acht Anbietern in unserer Einzelbewertung bereits um eine Auswahl der wichtigsten

Branchengrößen; wir vergleichen hier also Spitzenpositionen miteinander.

Kategorie Marketing sackt leicht ab

Differenziertere Informationen lassen sich aus den Einzelkategorien ablesen. So hat sich im Baukrisenjahr 2023 die Durchschnittsnote aller Bewertungen für das Marketing verschlechtert, und zwar von 2,30 auf 2,46. Marketing ist die insgesamt am schlechtesten bewertete Kategorie; hier wird kräftig gespart. Ebenfalls eher kritisch gesehen, aber im Aufschwung ist die Kategorie Nachhaltigkeit, in der sich das zunehmend nachhaltige Handeln der Anbieter – und die entsprechende Kommunikation – bemerkbar machen: Die Durchschnittsnote verbesserte sich von 2,50 auf 2,38.

Die insgesamt am positivsten beurteilte Einzelkategorie war 2024 wieder der Sympathiewert mit einem Schnitt von 1,74; hier wurde auch die beste Einzelnote vergeben: eine 1,49 für Jordan. Auch Liefertreue (Notenschnitt 1,91; Bewertungen von 1,83 bis 1,99) und Innendienst (Notenschnitt 1,97; Bewertungen von 1,72 bis 2,07) laufen laut Fachhandel wunderbar. Am stärksten klafften wiederum die Bewertungen in den Kategorien Außendienst (Noten von 1,98 bis 2,61) und Nachhaltigkeit (Noten von 2,00 bis 2,64) auseinander.

Ranking nach Durchschnittsnoten

Hier werden alle Noten eines Anbieters addiert und daraus die Durchschnittsnote über alle Kategorien ermittelt. Sie sagt nichts über die Verteilung der Einzelnoten aus.

Platzierung / Firma	Ø
1. Joka / Jordan	2,01
2. Jab Anstoetz	2,10
3. Objectflor	2,11
4. Gerflor	2,14
Wineo / Windmüller	2,14
6. Forbo Flooring	2,16
Tarkett	2,16
8. Project Floors	2,23

Der Kuchen wird neu verteilt

Der Designbelagsmarkt ist hart umkämpft – und die ehemals sehr hohen Anteile der ganz großen Player sinken allmählich. Den höchsten Verbreitungsgrad unter den befragten Fachhändlern hat weiterhin Objectflor mit 57 %, gefolgt von Forbo Flooring (55 %) und Tarkett (54 %). Unter den Dreien ist Tarkett der einzige Anbieter, dessen Verbreitung in unserer Umfrage kontinuierlich gestiegen ist (2020: 46 %, 2022: 52 %); Objectflor und Forbo Flooring waren im Vorjahr noch bei 66 % aller befragten Fachhändler vertreten. Und während die rund 150 befragten Händler →

Sieger nach **Kriterien**

	Kategorie	Sieger	Ø-Note
MENSCH	Qualität Innendienst	Joka / Jordan <small>Sieger 2023: Joka / Jordan</small>	1,72 <small>1,70</small>
	Qualität Außendienst	Objectflor <small>Sieger 2023: Joka / Jordan</small>	1,98 <small>1,97</small>
SERVICE	Lieferschnelligkeit	Joka / Jordan <small>Sieger 2023: Joka / Jordan</small>	1,68 <small>1,71</small>
	Lieferzuverlässigkeit	Jab Anstoetz, Joka / Jordan <small>Sieger 2023: Joka / Jordan</small>	1,83 <small>1,77</small>
	Reklamationsbearbeitung	Joka / Jordan <small>Sieger 2023: Joka / Jordan</small>	2,03 <small>1,92</small>
PRODUKT	Preis-Leistungs-Verhältnis	Project Floors <small>Sieger 2023: Tarkett</small>	2,11 <small>2,05</small>
	Produktinnovation	Objectflor <small>Sieger 2023: Amtico</small>	2,11 <small>2,18</small>
	Produktqualität	Objectflor <small>Sieger 2023: Amtico</small>	1,87 <small>1,67</small>
IMAGE	Markenstärke	Forbo Flooring <small>Sieger 2023: Joka / Jordan</small>	1,94 <small>1,84</small>
	Sympathiewert	Joka / Jordan <small>Sieger 2023: Joka / Jordan</small>	1,49 <small>1,63</small>
	Marketing	Joka / Jordan <small>Sieger 2023: Amtico</small>	2,15 <small>1,93</small>
MANAGEMENT	Nachhaltigkeit	Wineo / Windmüller <small>Sieger 2023: Wineo / Windmüller</small>	2,00 <small>1,93</small>
	Vertriebspolitik	Joka / Jordan <small>Sieger 2023: Jab Anstoetz</small>	1,95 <small>1,94</small>
	Zukunftsperspektiven	Wineo / Windmüller <small>Sieger 2023: Jab Anstoetz</small>	2,00 <small>1,94</small>

Die Unterschiede liegen im Detail

Was ist Ihnen wichtig: Service, Image, Produkt? Diese Kategorien geben Orientierung



2023 im Schnitt sechs unterschiedliche Lieferanten für Designbeläge nutzten, ordern sie 2024 durchschnittlich nur noch bei fünf.

Auch die Anteile von Großhandel und Einzelhandelskooperationen lassen nach: Als Bezugsquelle nannten diese 2021 noch 35 % aller teilnehmenden Fachhändler, 2022 waren es 20 %, 2023 nur noch 14 %, und aktuell sind

es 12 %. Eine große Ausnahme bietet der hier separat abgefragte Lieferant Jordan mit einer Verbreitung von 48 %.

Parallel fassen bisher geringer vertretene Anbieter zunehmend im D/A/CH-Raum Fuß. US Floors/Coretec etwa hat in den letzten Jahren kontinuierlich zugelegt und wird inzwischen von 17 % aller Befragten als Bezugsquelle genannt.

PVC-freie Lösungen noch Nischenthema

Immer mehr Designbelagsanbieter haben PVC-freie Lösungen im Portfolio - aber wie stark ist derzeit die konkrete Nachfrage hiernach? Durchaus vorhanden, aber noch nicht überwältigend hoch, lautet die Antwort auf unsere diesjährige Zusatzfrage: 28 % der Befragten gaben an, dass sich Kunden gezielt danach erkundigen würden, 72 % verneinten dies.

Die Anbieter im Detail:

Joka / Jordan
Sieben erste Plätze
und mit Abstand an der Spitze

Herzlichen Glückwunsch, Jordan! Zum achten Mal in Folge belegt das Unternehmen den Spitzenplatz - mit der Gesamtnote 2,01. Dazu kommen sieben Erstplatzierungen in den Einzelkategorien und Goldmedaillen in den aggregierten Kategorien Mensch, Service, Image und Management: All das haben →



Foto: Christina Klobentz

Bei welchen Anbietern von
Designbelägen / LVT
kauft der Fachhandel ein

Platzierung / Firma	Verbreitungsgrad
1. Objectflor	57 %
2. Forbo Flooring	55 %
3. Tarkett	54 %
Gerflor	52 %
5. Joka / Jordan	48 %
Jab Anstoetz	45 %
7. Wineo / Windmüller	44 %
8. Amtico	39 %
9. Amorim/Wicanders	25 %
10. Project Floors	24 %
11. Repac	22 %
12. Designflooring	19 %
13. Coretec/US Floors	17 %
14. Großhandel / Einzelhandelskooperationen	12 %
15. Parador	10 %
16. Haro/Hamberger	6 %
17. Quick-Step, Moduleo, IVC, Unilin	2 %
18. Bei keinem der genannten Anbieter.	1 %

Qualität Innendienst

Joka / Jordan	1,72
Forbo Flooring	1,95
Gerflor	1,95
Wineo / Windmüller	1,97
Jab Anstoetz	2,01
Tarkett	2,04
Project Floors	2,06
Objectflor	2,07

Qualität Außendienst

Objectflor	1,98
Jab Anstoetz	1,99
Joka / Jordan	2,01
Tarkett	2,06
Forbo Flooring	2,26
Gerflor	2,47
Project Floors	2,56
Wineo / Windmüller	2,61

Lieferschnelligkeit

Joka / Jordan	1,68
Jab Anstoetz	1,83
Objectflor	1,98
Gerflor	2,00
Forbo Flooring	2,01
Wineo / Windmüller	2,06
Tarkett	2,13
Project Floors	2,22

Lieferzuverlässigkeit

Jab Anstoetz	1,83
Joka / Jordan	1,83
Gerflor	1,90
Objectflor	1,91
Tarkett	1,93
Forbo Flooring	1,95
Project Floors	1,95
Wineo / Windmüller	1,99

Reklamationsbearbeitung

Joka / Jordan	2,03
Objectflor	2,22
Project Floors	2,23
Wineo / Windmüller	2,25
Tarkett	2,27
Gerflor	2,32
Jab Anstoetz	2,32
Forbo Flooring	2,39

Preis-Leistungs-Verhältnis

Project Floors	2,11
Tarkett	2,16
Objectflor	2,17
Gerflor	2,18
Joka / Jordan	2,23
Forbo Flooring	2,28
Jab Anstoetz	2,46
Wineo / Windmüller	2,51

Produktinnovation

Objectflor	2,11
Jab Anstoetz	2,18
Wineo / Windmüller	2,26
Project Floors	2,27
Tarkett	2,29
Joka / Jordan	2,34
Gerflor	2,35
Forbo Flooring	2,38

Produktqualität

Objectflor	1,87
Wineo / Windmüller	1,90
Tarkett	1,93
Jab Anstoetz	1,97
Forbo Flooring	2,00
Gerflor	2,04
Project Floors	2,11
Joka / Jordan	2,16

Markenstärke

Forbo Flooring	1,94
Wineo / Windmüller	2,01
Joka / Jordan	2,04
Jab Anstoetz	2,10
Gerflor	2,12
Objectflor	2,13
Tarkett	2,14
Project Floors	2,27

Sympathiewert

Joka / Jordan	1,49
Jab Anstoetz	1,58
Forbo Flooring	1,65
Wineo / Windmüller	1,68
Gerflor	1,70
Tarkett	1,83
Objectflor	1,88
Project Floors	2,11

Marketing

Joka / Jordan	2,15
Gerflor	2,41
Objectflor	2,43
Wineo / Windmüller	2,43
Jab Anstoetz	2,47
Project Floors	2,51
Forbo Flooring	2,62
Tarkett	2,64

Nachhaltigkeit

Wineo / Windmüller	2,00
Project Floors	2,29
Gerflor	2,33
Tarkett	2,33
Forbo Flooring	2,44
Joka / Jordan	2,45
Objectflor	2,53
Jab Anstoetz	2,64

Vertriebspolitik

Joka / Jordan	1,95
Jab Anstoetz	1,96
Gerflor	2,09
Objectflor	2,13
Forbo Flooring	2,19
Wineo / Windmüller	2,22
Tarkett	2,28
Project Floors	2,32

Zukunftsperspektiven

Wineo / Windmüller	2,00
Jab Anstoetz	2,01
Joka / Jordan	2,05
Gerflor	2,08
Objectflor	2,09
Tarkett	2,15
Project Floors	2,22
Forbo Flooring	2,24

In der Kategorie Nachhaltigkeit (Note 2,53, vorletzter Platz) gibt es Entwicklungsmöglichkeiten nach oben.

Wineo / Windmüller Starkes Management und Nachhaltigkeits-Kompetenz

Gleich zwei begehrte und anspruchsvolle Kategorien topt **Windmüller** dieses Jahr aus Sicht der befragten Fachhändler: Nachhaltigkeit und Zukunftsperspektiven, beide mit einer glatten 2,00. In Sachen Nachhaltigkeit stand der Anbieter mit den Purline-„Blöboden“ bereits 2023 auf Platz eins und hält auch diesmal wieder einen deutlichen Abstand zum Zweitplatzierten Project Floors.

Die Zukunftsperspektiven spielen in die aggregierte Kategorie Management hinein, in der **Windmüller** diesmal eine Silbermedaille holt. Deutlich verbessert

hat sich das Unternehmen bei der Reklamationsbearbeitung: Während es hier 2023 noch das Schlusslicht bildete, steht es 2024 mit der Note 2,25 auf Platz vier. Auch zwei letzte Plätze (unter den abgefragten acht Unternehmen) nimmt **Windmüller** ein: einmal für das Preis-Leistungs-Verhältnis (Note 2,51) und einmal für den Außendienst (Note 2,61).

Tarkett Wachsende Verbreitung, überzeugendes Produkt

Einer der wenigen Anbieter, deren Verbreitung bei den befragten Fachhändlern in den letzten Jahren kontinuierlich gestiegen ist, ist Tarkett: 2020 orderten 46 % hier, 2022 waren es 52 %, 2024 sind es 54 % (Platz drei). Der Multi-Category-Hersteller steht zwar in keiner Einzelkategorie auf dem ersten Platz, darf sich dafür aber mit einer Silbermedaille in der aggregierten

Dank an Fachhändler und Raumausstatter

Dieses Fachhandelsbarometer ist nur möglich, weil viele Raumausstatter und Fachhändler an der Befragung durch das Hamburger Marktforschungsinstitut Research for Future teilnehmen. Vielen Dank, dass Sie sich wieder die Zeit genommen haben.

Platz zwei (Note 2,29) erreichte Project Floors in dieser Fachhandelsumfrage in der Kategorie Nachhaltigkeit; der Abstand zum Erstplatzierten **Windmüller** (Note 2,00) ist allerdings noch recht groß.



Foto: Christian Kuchenberg

Wineo / Windmüller Zahnarztpraxis mit Wohnzimmercharakter

Betritt man die Räumlichkeiten von Zahnärztin Dr. Miriam Fischer in Nürnberg, stellt sich sofort ein wohliges Gefühl ein. Denn der Eingangsbereich samt Wartezimmer gleicht eher einem privaten Wohnzimmer als einer Zahnarztpraxis. Für die angenehme Atmosphäre sorgt die moderne Einrichtung mit designstarken Möbeln und Lampen, die durch die ruhige Betonoptik des auf rund 250 m² verlegten Purline-„Biobodens“ von Windmüller zur Geltung kommen.

Das Designkonzept stammt aus der Feder von 12:43 Architekten, die sich auf die Gestaltung von Zahnarztpraxen spezialisiert haben. „Unseren Kunden ist es ein besonderes Anliegen, den Patienten ihre Ängste vor unangenehmen Erfahrungen beim Arzt zu nehmen“, berichtet Architekt Lars-Erik Prokop. „Daher möchten wir ein Ambiente schaffen, in dem sich die Patienten zu 100 % wohlfühlen können. Dennoch muss ein Bodenbelag alltags-tauglich für den Praxisbetrieb sein.“

Zum Einsatz kam die Rollenware Wineo 1500 Chip Silver Grey. Mit seiner dezenten Maserung und dem fugenlosen Erscheinungsbild sieht der Boden echtem Beton zum Verwechseln ähnlich. Der sanfte Grauton harmonisiert mit den schwarz gerahmten Glaswänden und -türen im Industrial Design.

Der Belag lässt sich leicht reinigen. Sämtliche Nähte wurden verschweißt, um eine hygienische, geschlossene Fläche zu schaffen. Er ist äußerst strapazierfähig und beständig,

- 1] Wartezimmer und Eingangsbereich der Zahnarztpraxis Dr. Miriam Fischer in Nürnberg gleichen eher einem privaten Wohnzimmer.
- 2] Durch die ruhige Betonoptik des Bodenbelags Purline Wineo 1500 von Windmüller kommt die moderne Einrichtung der Zahnarztpraxis besonders gut zur Geltung.
- 3] Sämtliche Nähte wurden verschweißt, um eine hygienische, geschlossene Fläche zu schaffen.

sowohl gegenüber mechanischen Einflüssen durch Schuhe und Stuhlrollen als auch gegenüber RKI-/VAH-gelisteten Desinfektionsmitteln. Die elastische Oberfläche schont zudem die Gelenke von Patienten und Personal und verbessert die Raumakustik. Die schalldämmenden Eigenschaften bewähren sich vor allem zu Stoßzeiten, wenn sich viele Patienten gleichzeitig in den Räumlichkeiten aufhalten. Rollstühle und Kinderwagen können leicht über die Böden bewegt werden.

Basis für den elastischen, PVC-freien Polyurethan-Boden ist der überwiegend aus Pflanzenöl und mineralischen Komponenten bestehende Verbundwerkstoff Ecuran. Purline trägt den Blauen Engel sowie das Cradle-to-Cradle-Zertifikat in Silber und wird in Deutschland gefertigt.

Objekt-Telegramm

Objekt: Zahnarztpraxis Dr. Miriam Fischer, Nürnberg
Planungsbüro: 12:43 Architekten, Stuttgart
Fläche: 250 m²
Bodenbelag: Designbelag Purline Wineo 1500 Chip Silver Grey
Anbieter: Windmüller
www.wineo.de

„Wineo verbindet eine intensive Partnerschaft mit dem Fachhandel“



„Wineo verbindet seit vielen Jahren eine intensive Partnerschaft mit dem Fachhandel in Deutschland. Ein stationärer Handel mit Bedeutung im digitalen Bereich fördert die Auf-

findbarkeit einer starken Premiummarke, wie Wineo sie ist. Unsere vielfältigen Aktivitäten im Bereich Social Media gehen einher mit einer intensiven Onlinepräsenz von Produkt- und Markeninhalten unserer Handelskunden. Genau dort, wo diese Themen vom Endverbraucher gesucht und gewünscht werden.

Mit dein-fachhandel.de befinden wir uns in der Umsetzung eines Co-Brandings, welches die Auffindbarkeit des Fachhandels und der Industriemarke gewährleistet. Wir freuen uns auf eine erfolgreiche Zusammenarbeit und intensive Onlinepräsenz der Fachhandels-gemeinschaft.“

Christian Ciesla
Geschäftsleitung Vertrieb D/A/CH,
Windmüller

Frank Hinze – zur Person

Inhaber



Frank Hinze ist Inhaber von Raumtrend Hinze in Darmstadt. Der Diplom-Betriebswirt übernahm den Bodenbelags-Fachhandel 2006 von seinen Eltern. 2017 wurde Raumtrend Hinze mit dem Heimtex Star für sein vorbildliches Multichannel-Konzept prämiert.

Tobias Walter Estl – zur Person

Geschäftsführer



Tobias Walter Estl, Geschäftsführer des Digitalen Handels-Netzwerks, ist gelernter Kaufmann im Bereich Bodenbeläge mit zusätzlicher Qualifikation als Handelsassistent. Er verfügt über Erfahrung als Fachverkäufer für Bodenbeläge und war mehrere Jahre im deutschen Außendienst für Associated Weavers aktiv.

Philipp Pra: Neben den individuellen Händler-Webseiten, Online-Marketing-Angeboten für den lokalen Handel und preisstabilen Markenprodukten durch Eigenkollektionen rundet die bundesweite Onlineplattform dein-fachhandel.de unser Konzept ab. Über sie erreichen wir zusätzliche Kunden, welche wir unmittelbar an den stationären Handel vor Ort vermitteln. Auch ein Onlinemagazin ist aktuell in Planung.

BTH Heimtex: Das Digitale Handels-Netzwerk gibt es inzwischen seit einem Jahr. Können Sie uns erste Ergebnisse präsentieren?

Hinze: Ja, und zwar sehr positive. Teilnehmende Händler berichten von einer erhöhten Anfrage durch Neukunden und zusätzlichen Umsätzen. Wir freuen uns sehr über diese großartigen Rückmeldungen aus dem Fachhandel. (Anm. d. Redaktion: Erfahrungsberichte auf den folgenden Seiten.)

Estl: Bei einigen Webseiten unserer Fachhändler können wir durch Messungen einen starken Zuwachs der Besucherzahlen verzeichnen. Wir sprechen hier von einer Verdoppelung oder Verdreifachung – und das ohne Onlinewerbung wie Google Anzeigen. Darüber hinaus messen wir die durchschnittlichen Verweildauern von Kunden. Sie verweilen im Schnitt über drei Minuten auf einer Händler-Webseite. Das ist ein fantastischer Wert und zeigt, dass Endkunden die Webseite gerne nutzen.

Hinze: Ich möchte jedoch betonen, dass eine solche Steigerung von den Faktoren Zeit und Ort abhängig ist. Viele Händler bemerken zwar recht schnell eine

Veränderung, aber die genannten Steigerungen erreichen wir in der Regel frühestens in vier bis sechs Monaten nach Live-Gang der Webseite. Weiterhin können in einer Großstadt mehr Kunden erreicht werden als in kleineren Ortschaften.

BTH Heimtex: Wie erreichen Sie diese Ergebnisse?

Estl: Ganz klar durch die Qualität der Webseiten, welche wir den teilnehmenden Händlern zur Verfügung stellen. Wir berücksichtigen dabei zwei Gesichtspunkte: Was will Google und was will der Endkunde?

Pra: Inhalt, Aufbau und Technik einer Webseite sind ausschlaggebend für eine höhere Sichtbarkeit auf Suchmaschinen wie Google, was folglich zu einer steigenden Zahl von Webseiten-Besuchern führt. Eine gute Bedienbarkeit, Produktdarstellungen und wichtige Funktionen sind essenziell, damit potenzielle Kunden auf der Webseite verweilen. Als Resultat der gestiegenen Sichtbarkeit und der Verweildauer auf der Webseite steigt auch die Kundenfrequenz in Ladengeschäft an. Die Berichte der Fachhändler sowie die gemessenen Zahlen bestätigen unser Konzept.

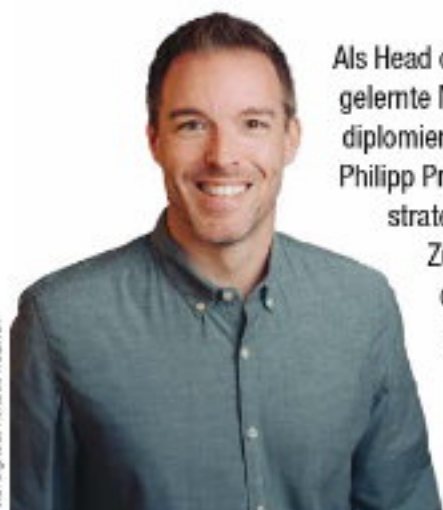
BTH Heimtex: Das Digitale Handels-Netzwerk bietet seinen Mitgliedern nicht nur Onlineleistungen; sie sprachen eben auch von preisstabilen Markenkollektionen. Was hat es hiermit auf sich?

Hinze: Aktuell bieten vier Marken-Lieferanten preisstabile Kollektionen exklusiv für unsere Fachhändler an: Tarkett im Bereich Vinylböden mit der Kollektion Home for Future, Ziro und [Wineo](https://www.wineo.com) im Bereich

Philipp Pra – zur Person

Head of Digital

Foto: Digitales Handels-Netzwerk



Als Head of Digital entwickelt der gelernte Mediengestalter und diplomierte Medien System Designer Philipp Pra die digitalen Präsenzen strategisch und praktisch weiter. Zusätzlich verantwortet er die Leitung des Marketings. Zuvor war Pra Inhaber einer E-Commerce-Agentur und Projektmanager für einen deutschen IT-Dienstleister.

Vinylböden und Designböden sowie Classen im Bereich Laminat. Weitere Eigenkollektionen sind im Laufe des Jahres verfügbar. Für die Präsentation im Fachhandel stellen wir passende Markendisplays zur Verfügung.

Estl: Unsere Fachhändler profitieren dabei von zwei Vorteilen: Erstens nutzen wir bewusst den Markennamen, denn Marken geben dem Endkunden Sicherheit und lassen sich hochpreisiger verkaufen. Zweitens: Die Eigenkollektionen sind für Endverbraucher auf den Händlerwebseiten sowie auf unserer Plattform dein-fachhandel.de online sichtbar. Gleichzeitig stehen diese preisstabilen Kollektionen dem allgemeinen Onlinehandel nicht zur Verfügung. Damit wollen wir gezielt einen Preisverfall durch Onlinevergleiche verhindern und gleichzeitig dem stationären Fachhandel eine sichere, gute Marge ermöglichen.

BTH Heimtex: Bisher liegt der Schwerpunkt Ihres Angebots auf Bodenbelägen; wie geht die Einbindung anderer Produktgruppen voran?

Hinze: Im Bereich Boden sind wir bereits sehr gut aufgestellt. Associated Weavers, Classen, Gerflor, Haro, Kährs, Unilin mit IVC und Quickstep, Tarkett, ter Hürne, Tretford, **Wineo** und Ziro sind integriert, weitere bekannte Marken sind kurz vor der Anbindung ans System.

Aktuell erweitern wir das Portfolio um Wand- und Deckenpaneele, Akustikpaneele, Tapeten, Wand-Bekleidungen. Mit A.S. Création haben wir einen starken Partner im Bereich Tapete für unser Konzept

gewinnen können. Weiterhin nehmen wir Teppiche, Sonnenschutz und Fensterdekoration sowie Türen mit in unser Produktsortiment auf.

BTH Heimtex: Inwiefern beteiligen Sie Ihre Partner aus Handel und Industrie an der Weiterentwicklung des Konzeptes?

Pra: Wir sind stets dabei, unser Konzept anzupassen und zu optimieren. Das Feedback aus Industrie und Handel bildet auch die Grundlage für gegenwärtige und künftige Anpassungen am Konzept. Wir haben bereits mehrere Optimierungen auf den Webseiten durchgeführt, welche auf dem Input teilnehmender Händler basieren.

Estl: An dieser Stelle noch mal ein Dankeschön an alle Händler, die fleißig mitarbeiten.

BTH Heimtex: Was unterscheidet Ihr Konzept von anderen?

Hinze: Das sind gleich mehrere Punkte. Unser Konzept ist aus der Branche und für die Branche entstanden. Tobias Estl war Fachverkäufer für Bodenbeläge und im Anschluss viele Jahre im Vertrieb bei Associated Weavers tätig. Ich selbst bin seit 15 Jahren Fachhändler mit großer Onlineaffinität. Unser Team wurde zudem durch Philipp Pra verstärkt, der über zehn Jahre Geschäftsführer einer Onlineagentur im Bereich E-Commerce war. Zusammen vereinen wir großes Fachwissen in den Bereichen Fachhandel, Onlinehandel, Marketing, Vertrieb, Webseiten und Programmierung.

Die Fragen stellte Meike Stewen.

So werden Sie Teilnehmer bei dein-fachhandel.de

Interessierte wenden sich per Mail oder telefonisch ans Team und erhalten auf Wunsch eine umfassende Beratung, auch vor Ort.

Leistungen:

- professionelle Webseite inklusive Datenschutz und Aktualisierung
- Online-Produktdatenpflege
- Vermittlung von Kunden über bundesweite Endkunden-Plattform
- Schulungen, z.B. für Google Ads
- Eigenkollektionen von Marken Anbietern mit passenden Displays

Kosten: „geringe Einrichtungsgebühr, überschaubarer Monatsbeitrag“

Daten + Fakten

Digitales Handels-Netzwerk



Digitales Handels-Netzwerk LRL GmbH
Zeilharder Straße 10
64407 Messel
Tel.: 0160/93 40 43 06
kontakt@digitales-handelsnetzwerk.de
www.digitales-handelsnetzwerk.de

Inhaber: Frank Hinze
Geschäftsführer:

Tobias Walter Estl

Head of Digital:

Philipp Pra

Gründung: 2022

Industriepartner:

Associated Weavers, Classen, Gerflor, Haro, Kährs, Unilin mit IVC und Quickstep, Tarkett, ter Hürne, Tretford, **Wineo**, Ziro