

Hier können Profis ihre Kunden beraten

Ein neuer Showroom stellt auf 150 Quadratmetern aktuelle Bodenbeläge vor

Ketterer + Liebherr, Großhändler im Bereich Bodenbeläge, geht zusammen mit seinen Kunden neue Wege: In Freiburg hat das Unternehmen vor kurzem den ersten Casa Nova Showroom eröffnet. Das Konzept stellt die Beratung in den Mittelpunkt.

Klar strukturiert und mit einem zurückhaltenden Ladenbau-Konzept präsentiert sich der neue Casa Nova Showroom von Ketterer+Liebherr. Er zeigt auf, wie sich Bodenbeläge auf rund 150 Quadratmetern inszenieren lassen, ohne Musterbuch an Musterbuch und verlegte Fläche an verlegte Fläche zu reihen.

Im April hat das Großhandelsunternehmen Ketterer + Liebherr im badischen Freiburg den deutschlandweit ersten Casa Nova Showroom eröffnet. Casa Nova ist eine Marke der Rigromont GmbH, einem Einkaufs- und Service-Verband europäischer Großhandelsunternehmen. Sie wird ausschließlich über den Bodenbe-



Der neue Showroom von Ketterer + Liebherr in Freiburg im Breisgau präsentiert das umfassende Bodenbelagssortiment der Rigromont-Marke Casa Nova sowie Kollektionen namhafter Hersteller.

lags-Fachgroßhandel an das Fachhandwerk, den Bodenleger, Parkettleger, Raumausstatter, Maler und an Objekteure geliefert. Casa Nova bietet ein vollumfängliches Sortiment über alle Bodenbelagsgattungen hinweg – von Teppichboden über Parkett, Laminat und Kork bis hin zu Designbelägen, Linoleum und Sauberlauf. Als Mitglied der Rigromont GmbH vertreibt Ketterer + Liebherr seit mehr als zwanzig Jahren exklusiv die Marke Casa Nova.

Tochter von Eberhard Liebherr, dem Gesellschafter und Geschäftsführer der Ketterer + Liebherr GmbH in Freiburg. „Schon vor zwei Jahren hatten wir die Idee, dass wir gerne einen Showroom eröffnen möchten“, erinnert sich Illenseer. Die Casa Nova Ausstellung in der Zentrale in der Gündlinger Straße sei

Kundenberatung vor Ort

Der Showroom befindet sich an der Basler Straße in gut frequentierter Lage mit ausreichend Parkmöglichkeiten. Er ist in unmittelbarer Nachbarschaft eines Baumarktes, eines Bettenfachgeschäftes und eines Einrichtungshauses gelegen. Die Zielgruppe sind Architekten, Bauträger, Bauherren und Fachhandwerker, aber auch Endkunden. Zudem können Handwerker dort ihre Kunden bei der Auswahl des Bodenbelags beraten.

Die Leitung des neuen Casa Nova Showrooms hat Juliane Illenseer übernommen,



Herstellerkollektionen wie zum Beispiel von Anker ergänzen das umfassende Angebot.



Im Eingangsbereich steht eine Visitenkartenwand mit den Kontaktdaten ausführender Betriebe.

Clemens Liebherr (links, Unternehmensorganisation und Logistik), Juliane Illenseer und Vater Eberhard Liebherr.



räumlich an ihre Grenzen gestoßen, so dass ein größerer Showroom vor Ort nicht möglich gewesen sei. Zudem hätten zusätzlich zu den Profikunden auch immer mehr Endverbraucher die Ausstellung genutzt, um sich zu informieren. Diese Situation sei nun durch den neuen Showroom entzerrt worden. „Wir müssen uns in der Branche weiterentwickeln, denn wir merken im Zuge der Digitalisierung, dass der Kunde sich im Internet sehr gut vorinformiert, dann aber den Weg in den stationären Handel sucht, um die Produkte zu erleben. Vor diesem Hintergrund gewinnen Showrooms in unserer Branche an Bedeutung“, sagt Illenseer. Eberhard Liebherr ergänzt: „Wir wollen neue Konzepte entwickeln und mit dem und für das Handwerk etwas tun.“

Kein Verkauf an Endkunden

Bei der Namensgebung des Showrooms sei die Unternehmerfamilie in den Hintergrund getreten, sagt Illenseer: „Wir wollten den Namen nicht personenbezogen entscheiden, sondern die Marke Casa Nova stärken und weiter beim Endverbraucher bekannt machen, damit auch der Fachverleger davon profitiert.“

Gleichzeitig macht sie deutlich: „Wir haben definitiv nicht die Intention, an den Endverbraucher zu verkaufen. Das ist ein reiner Showroom mit dem Schwerpunkt Beratung, um so dem Fachverleger, Raumausstatter und Bodenleger einen Teil der intensiven Beratungstätigkeit abnehmen zu können. Diese Dienstleistung wird sehr gut angenommen.“

Tatsächlich sei das neue Konzept bei den Profikunden auf eine gewisse Sorge vor dem Direktverkauf gestoßen – das sei aber weder jetzt noch in Zukunft die Absicht. „Vielmehr übernehmen wir, wenn gewünscht, zusätzlich eine Art Vermittler-Funktion für den Fachverleger“, betont Juliane Illenseer. So werde bei Bedarf dem Endkunden auch ein ausführender Verlegebetrieb vermittelt.

Protokoll nach Gespräch

Im Eingangsbereich steht dafür eine Visitenkartenwand mit den Kontaktdaten verschiedener Unternehmen bereit. Zu jedem Beratungs-



„Eine Marke allein kann nicht alle Bedürfnisse erfüllen“, findet Juliane Illenseer. Darum werden im Showroom auch gezielt Herstellerkollektionen wie etwa von Object Carpet präsentiert.

gespräch wird ein entsprechendes Protokoll erstellt und an den jeweiligen Verleger weitergeleitet, damit dieser bei Kontaktaufnahme durch den Kunden bereits informiert ist.

„Denn was nutzt der schönste Bodenbelag, wenn er durch eine schlechte Verarbeitung von Anfang an ruiniert wird?“, gibt Eberhard Liebherr zu Bedenken. Er erklärt: Die langjährige Erfahrung, die Ketterer + Liebherr in der Casa Nova Ausstellung in der Zentrale gemacht habe, zeige, dass bei vielen Kunden der Wunsch „nach einem neuen Wohnleben“ im Vordergrund stehe. Voraussetzung dafür sei aber nicht nur die Qualität des Belags selbst, sondern auch der Lieferung und Verlegung.

Eberhard Liebherr: „Unsere Profis garantieren mit ihrem Rundum-Sorglos-Paket, dass ein Bodenbelagswechsel nicht zum Albtraum für die Kundschaft werden muss.“

Neben dem umfassenden Casa Nova-Sortiment werden im Showroom auch Kollektionen von Herstellern, zum Beispiel textile Beläge von Anker und Object Carpet, präsentiert.

Denn, so Juliane Illenseer: „Eine Marke allein kann nicht alle Bedürfnisse erfüllen, und durch die Herstellerkollektionen können wir den Anforderungen entsprechen, die gerade von Architekten und Bauträgern, die wir hier beraten, gestellt werden.“ ■

NICOLE STOLPMANN