

PARKETT STAR 2018 – GROSSE BÜHNE FÜR DIE BRANCHENBESTEN



Zum siebten Mal wurde auf der DOMOTEX 2018 der begehrte Branchenpreis „Parkett Star“ vergeben. Unser Kunde „Parkettwelt Rieber aus Dresden“ siegt in der Kategorie „vorbildliches Marketing Handel“. Mit seinem sportlichen, jungen und charmanten Werbeauftritt konnte das Unternehmen die 16-köpfige Jury überzeugen und wurde mit dem „Parkett Star“ ausgezeichnet. Wir gratulieren Thomas Rieber und seinem Team zu der besonderen Auszeichnung.

Der Parkett Star ist eine Initiative pro Parkett, in die Handwerk, Handel und Industrie gleichermaßen eingebunden sind. Ausgelobt wird der Branchenpreis seit 2011 vom Parkett Magazin, Europas großer Fachzeitschrift für Holz-, Kork-, Laminat- und Designböden aus dem Hamburger SN-Verlag. Auf der DOMOTEX 2018 wurden bereits zum siebten Mal Unternehmen aus dem Holz- und Baustoffhandel sowie dem Parkettlegehandwerk für ihr herausragendes Engagement bei der Vermarktung von Parkett mit dem renommierten Branchenpreis ausgezeichnet. Die Gewinner waren zuvor von einer hochkarätigen Jury mit Vertretern aus Industrie und Handelskooperationen in verschiedenen Kategorien gewählt worden.



Das Team zeigt vollen Einsatz auf der Baustelle und beim Fotoshooting.

Zu den 14 Preisträgern gehört mit der Parkettwelt Rieber aus Dresden ein kreatives Unternehmen, das seit rund fünf Jahren erfolgreich mit MAPEI zusammenarbeitet.

Parkettwerbung – sportlich, jung und mit Schwung

Mit Werbung auf lustige und charmante Art macht Parkettwelt Rieber in Dresden

auf sich aufmerksam. Das gelbe Logo mit hohem Wiedererkennungswert taucht vor allem in Kombination mit Bildern von jungen dynamischen Menschen überall in der Stadt auf: Inhaber Thomas Rieber nutzt als Werbeträger seine Firmenfahrzeuge, den Breitensport und Stadtmagazine. Bild und Slogan haben immer Bezug zu Parkett – ohne das Produkt direkt zu benennen. Man braucht einen Augenblick, um die Aussage zu erfassen. Und

genau darauf setzt Inhaber Thomas Rieber, denn so bleibt den Betrachtern auch das „gelbe W“ für Parkettwelt im Gedächtnis. Das schlichte Logo aus drei stilisierten Parkettstäben ist modern und hat einen hohen Wiedererkennungswert. Es verweist sowohl auf Parkettwelt Rieber als auch auf Bodenwelt, ein 2013 separat gegründetes Unternehmen für den Bereich Ladenbau, mit dem Rieber in Deutschland und im europäischen Ausland aktiv ist. Die Ideen, mit denen Thomas Rieber differenziert die Ansprache unterschiedlicher – vor allem auch jüngerer – Zielgruppen verfolgt, verdienen den Parkett Star 2018 für gelungene Werbung!

Unternehmensauftritt mit Wiedererkennung

Doch neben der Kür beherrscht Rieber bei seinen Werbeauftritten genauso perfekt die Pflicht: Konsequenz zieht sich das Logo mit dem gelben W durch die Außenanfertigung. Ob Schriftstücke, Kataloge oder Handmuster – ohne Logo verlässt bei Rieber nichts das Haus. Ansprechend gestaltete Referenzflyer liegen den Angeboten bei oder werden verteilt. Und zur Kundenbindung gibt es zu Weihnachten neben dem klassischen Dresdner Stollen individuell gestaltete Karten, die in der Post mit Wiedererkennungswert auffallen. Obligatorisch sind im digitalen Zeitalter selbstverständlich regelmäßige Informationen und Bilder auf Facebook. Die traditionelle Dresdner Kundenklientel wird dagegen eher mit Anzeigen in der Presse angesprochen oder mit Beiträgen in Potz-Blitz, dem Lokalblättchen eines beliebten Restaurants, das zugleich ein Prestigeobjekt in Riebers Referenzliste ist. In Arztpraxen legen die Parkettprofis außerdem personalisierte Ausgaben der Wohnzeitschrift „Wohnissimo“ aus, etabliertes Kundenmagazin des Großhändlers Jordan. Dass seine Mitarbeiter gegenüber Kunden in einheitlicher Berufskleidung mit dem gelben W auftreten, ist für Thomas Rieber ebenfalls selbstverständlich. Ein ordentliches Erscheinungsbild bedeutet für ihn Wertschätzung gegenüber Kunden und Werbung fürs Unternehmen. Letztendlich ist die Empfehlung eines zufriedenen Kunden in seinen Augen immer noch die beste Werbung!

Qualitätsarbeit für vollendete Böden

Die Parkettwelt Rieber ist ein Team, das viel Spaß am Parkett- und Bodenverlegen hat. Qualität und Perfektion bestimmen dabei seit 1997 das Tun des gelernten



„Dresden ist wie ein Dorf“, weiß Thomas Rieber und platziert seine Werbung deshalb gezielt in Sportstätten an der Bände.



Das ansprechend gestaltete Unternehmensgebäude wird gut wahrgenommen.

Zimmermanns Thomas Rieber. Für den Bodenprofi ist eine auf den jeweiligen Untergrund abgestimmte Vorbereitung die Voraussetzung, dass Kunden lange Freude an ihrem neuen Fußboden haben. Seit rund fünf Jahren vertraut der JOKA Fachberater dabei auf MAPEI-Systemprodukte und setzt diese erfolgreich für seine Qualitätsarbeit an einem vollendeten Boden aus Holz, Textil, Laminat, Design oder PVC ein. Aufträge von Privatkunden und öffentliche Objekte ohne Ausschreibung halten sich bei dem Dresdner Unternehmen beim Umsatz die Waage. Dazu gehört auch die Renovierung und Restaurierung historischer Böden wie etwa im Dresdner Schloss. Die Mitarbeiter sind ausgebildete Fachkräfte, die ihr handwerkliches Metier perfekt beherrschen. Verkehrsgünstig zur Innenstadt in Altreich – einem historischen Dorfkern Dresdens – gelegen, wird das ebenfalls ansprechend gestaltete Unternehmensgebäude gut wahrgenommen. Kunden kommen deshalb häufig auch unvermittelt in den Showroom, um sich in der kleinen und feinen Ausstellung des Joka-Fachberaters zu informieren. Nächste Projekte in punkto Werbung sind bereits in Planung. Und so viel ist sicher: Der Parkett Star wird ebenfalls werbewirksam eingesetzt!

Bilder: Parkett Magazin, SN-Verlag

PARKETTWELT RIEBER IN KÜRZE

- Standort:** Dresden, Mügelner Straße 2
- Fläche:** 100 m²
- Mitarbeiter:** 13
- Inhaber:** Thomas Rieber
- www.parkettwelt.de**
- Mitgliedschaft:** Joka-Fachberater



Diese Autos ziehen die Blicke auf sich und bringen Resonanz.