

Parkett Star 2018



**Die besten
Fachgeschäfte
Konzepte
Marketing-Ideen
Events**

Sportlich, jung und mit Schwung – so auch die Werbung

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 jungen dynamischen Menschen überall in der Stadt auf. Thomas Rieber nutzt als Werbeträger seine Firmenfahrzeuge, den Breitensport oder Stadtmagazine. Die Ideen, mit denen Rieber auch ein junges Publikum anspricht, verdienen den Parkett Star 2018 für gelungene Werbung.



Das Team zeigt vollen Einsatz auf der Baustelle und beim Fotoshooting zum „Gruppenbild mit Dame“.

unterschiedlichen Werbeaktivitäten von Rieber verknüpft.

Werbung mit Begeisterung

„Dresden ist wie ein Dorf“, sagt der Werbe-prof und platziert seine Werbung gezielt als Bandenwerbung in Sportstätten; früher bei Dynamo Dresden, heute lieber bei kleineren Vereinen, wo er besser wahrgenommen wird. Den Vorzug haben etwa der Tennisverein TC Blau-Weiß Dresden, der SV Dresden- Mitte Ringen oder die Volleyball-Damen des Dresdener Sportclub DSC. Mit Niveau und in pep-piger Aufmachung posieren die Sportlerinnen in einem großformatigen Kalender als Werbeträgerinnen für zwölf Firmen pro Jahr. Der Kalender mit den attraktiven Damen findet in Dresden reißenden Absatz. Ein Monat ist schon seit Jahren für Parkettwelt reserviert. Als Hintergrund sollte man auch wissen, dass Thomas Rieber selbst leidenschaftlicher Sportler ist. In der Jugend war er Leistungssportler im Ringen, dann spielte er semiprofessionell Fußball. Heute ist er mit festen Trainingseinheiten auf dem Rad unterwegs und Teilhaber einer Firma für individuelles Design am Rad. Im Sport verfügt Rieber über ein gutes Netzwerk, das ihm zum Teil erstklassige Aufträge beschert. Doch auch das Team kann beim Sport gut mithalten. So tritt Parkettwelt im einheitlichen Trikot werbewirksam bei der Rewe-Team-Challenge zum Firmenlauf in Dresden an.

Das Alleinstellungsmerkmal seines Unternehmens sieht der Inhaber im Team-Zusammenhalt und der Liebe zum Detail, mit der alle für Qualität im Parketthandwerk stehen. Den zusätzlichen Schwung und die gute Laune des Teams transportieren sie auch in Werbefotografien, wie sie im Handwerk noch sel-

Wenn die Firmenfahrzeuge von Parkettwelt Rieber durch Dresden flitzen, ziehen sie die Blicke auf sich. Die Bilder darauf – ein Hingucker mit Pointe; und jedes Motiv hat seine Liebhaber. Die grazile, junge Frau, die lässig vor dem Laptop auf dem Parkettboden liegt, ebenso wie der verrückte Typ im Plüschsessel, der sich den 50er-Jahre-Hörfunkempfänger ans Ohr presst. Den Blick einer jungen Familie zieht es vermutlich mehr zum Kleinkind, das mit Kopf auf seinem Hund schläft. Bild und Slogan haben immer Bezug zu Parkett – ohne das Produkt direkt zu benennen. Man braucht daher einen Augenblick, um die Aussage zu erfassen. Darauf spekuliert 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 hohem Wiedererkennungswert – und wird so leicht mit den

KATEGORIE
VORBILDLICHES
MARKETING





1|

ten sind. Für die Ideen und deren Umsetzung verantwortlich sind meist seine Frau Ulrike Rieber und Heike Zuschke: Die Inhaberin von „Frau Z. Kommunikationsdesign“ begleitet das Marketing seit der Firmengründung. Bei den Fotoshootings verlangt die Fotografin Amelie Jehmlich von „art-n-photo“ dann den Parkettlegern einiges ab. Meterhohe Sprünge auf einem Parkdeck bis das „Gruppenbild mit Dame“ den gewünschten Effekt erreicht, sind nur ein Beispiel.

Anja Domin ist die einzige Frau im Unternehmen. Die quirlige Einzelhandelskauffrau weiß, sich in der Männerdomäne durchzusetzen und hält „ihre Männer“ vom Büro aus auf Trab. „Ihre resolute Art bescherte uns schon einen ganz besonderen Werbeauftritt“, erzählt ihr Chef mit Augenzwinkern. Im Ergebnis wurde er vom Kabarettisten Olaf Schubert in Dresden auf die Bühne geholt und durfte sich süffisante Attacken zu Parkettwelt anhören. „Wer im Theater war, wusste anschließend wer und was wir sind“, freut sich Rieber noch heute über diesen Werbebonus, den er mit der Eintrittskarte von seinem Team zum Geburtstag geschenkt bekam. →



2|



3|

- 1 Diese Autos ziehen die Blicke auf sich und bringen Resonanz.
- 2 Das Logo mit dem gelben W zieht sich wie ein roter Faden durch die Außendarstellung, meist in Kombination mit attraktiven Bildern.
- 3 „Dresden ist wie ein Dorf“, weiß Rieber und platziert seine Werbung deshalb gezielt in Sportstätten an der Bande.

Parkettwelt in Kürze

Parkettwelt
Altseidnitz 15
01277 Dresden
Tel.: 0351/41 88 44 90
E-Mail: post@parkettwelt.de
www.parkettwelt.de

Inhaber: Thomas Rieber
Showroom: Mügelnener Straße 2,
01237 Dresden
Fläche: 100 m²
Mitarbeiter: 13
Mitgliedschaft: Joka-Fachberater



Auf ein ordentliches Erscheinungsbild legt Thomas Rieber viel Wert, im und außerhalb des Showrooms.

Der rote Faden zieht sich durch

Neben der Kür beherrscht Rieber aber auch die Pflicht im Werbeauftritt. Ob Schriftstücke, Kataloge oder Handmuster – ohne Logo verlässt nichts das Haus. Referenzflyer liegen Angeboten bei oder werden verteilt. Zur Kundenbindung gibt es zu Weihnachten neben dem klassischen Dresdner Stollen kreativ und individuell gestaltete Karten, die in der Post auch auffallen. Obligatorisch sind im digitalen Zeitalter auch regelmäßige Bilder und Informationen in Facebook. Das traditionelle Dresdner Publikum wird mit Anzeigen in der Presse angesprochen oder mit Beiträgen in Potz-Blitz, dem Lokalblättchen des beliebten Restaurants Schillergarten, das zugleich ein Prestigeobjekt in Riebers Referenzliste ist.

In Arztpraxen legen die Parkettprofis personalisiert Wohnissimo aus, die Wohnzeitschrift des Großhändlers Jordan, der durch Rieber jetzt auch Sponsor der Volleyball-Damen ist. Dass seine Mitarbeiter in einheitlicher Berufskleidung mit dem gelben W zu Kunden gehen, ist selbstverständlich. „Zudem achtet jeder darauf, dass die Kleidung sauber ist, wenn er dort ankommt,“ betont Thomas Rieber, für den ein ordentliches Erscheinungsbild Wertschätzung gegenüber Kunden bedeutet und Werbung fürs Unternehmen. Denn die Empfehlung eines zufriedenen Kunden ist in seinen Augen immer noch die beste Werbung.

Das W als Logo steht für „Welt“. Es ist wie ein roter Faden und verweist sowohl auf Parkettwelt als auch auf Bodenwelt. 2013 wurde sie als separates Unternehmen gegründet, anschließend für den Bereich Ladenbau, mit dem Rieber in Deutschland und im europäischen Ausland unterwegs ist. Parkettwelt steht für

70 % Parkett und 30 % andere Bodenbeläge, die in der Region Dresden verlegt werden. Zur Hälfte sind es Aufträge von Privatkunden. Die andere Hälfte des Umsatzes generiert Rieber über Bauträger, Objekte ohne öffentliche Ausschreibung, dazu gehört auch die Renovierung und Restaurierung historischer Böden wie im Dresdner Schoss. Seine Mitarbeiter sind ausgebildete Fachkräfte. „Sie beherrschen auch diffizile Aufgaben wie Intarsien“, lobt der Chef. Im Team sind außerdem zwei Nachwuchs-Parkettleger im dritten Lehrjahr sowie ein Parkettlegermeister in der Bauleitung.

Das Unternehmen in Alterteik – einem historischen Dorfkern Dresdens – liegt verkehrsgünstig zur Innenstadt. Die Fassade des ehemaligen Drei-Seitenhofes wurde von einem Kunstmaler beschriftet und ist nachts beleuchtet. Sie wird damit gut wahrgenommen. Deshalb kommen Kunden auch unvermittelt in den Showroom, um sich zu informieren. Mit einer kleinen und feinen Ausstellung präsentiert sich Parkettwelt hier als Joka-Fachberater. In dem umfangreichen Sortiment mit unterschiedlichen Preisklassen, findet jeder seinen Boden. Freunde exklusiver Label blättern auch gern mal im Ständer von Mafi. Anhand der vielen Urkunden in der Ausstellung dokumentiert Rieber Schulungen und Seminare, an denen sein Team teilgenommen hat.

Nächste Projekte in puncto Werbung sind der Ausbau der schon jetzt attraktiven Internetseite und der Auftritt auf der regionalen Baumesse Haus im Frühjahr 2018. Seit Herbst 2017 wird dafür sorgfältig geplant. Um Synergieeffekte zu nutzen, wird auch eine Kooperation mit anderen Gewerken in Erwägung gezogen. Schon jetzt ist sicher, dass dabei auch der Parkett Star werbewirksam eingesetzt wird. sm