

Parkett Star 2021



Die besten
Fachgeschäfte
Konzepte
Marketing
Präsentation

Parkett perfekt in Szene gesetzt

Holz Ziller in Nürnberg gehört zu den Top-Holzfachmärkten der Republik. Der geschäftsführende Gesellschafter Johann Ziller ist nie um neue Ideen verlegen und dann auch couragiert, durchdacht und konsequent in der Umsetzung – wie bei dem neuen Ausstellungskonzept der „Unikat-Räume“, die Parkett in farbigen Wohnwelten spektakulär inszenieren. Das verdient ganz klar einen Parkett Star, befand die Jury unisono.



Johann Ziller: „Uns geht es bei den Unikat-Räumen darum, Parkett in Szene zu setzen.“

Die Ausstellung von Holz Ziller im Haupthaus in Nürnberg sucht allein in Größe, Umfang und Vielfalt ihresgleichen: Auf mehr als 2.500 m² Fläche, die sich über zwei Etagen erstrecken, präsentiert „Bayerns größtes Holzfachzentrum“ über 500 begehbare Boden-Musterflächen, 150 Türen, 90 Gartenmöbel-Garnituren und 50 Terrassendielen, dazu Wand- und Deckenpaneele, fertig montierte Gartenhäuser und Carports. Im Erdgeschoss erhalten die Kunden einen Überblick über das gesamte Sortiment, über eine breite Treppe gelangen sie ins Obergeschoss mit Vertiefungszonen. Dort finden sich zum Beispiel die Parkettmanufaktur, Wand- und Decke-Lösungen sowie das Dielenloft.

Das allein hat Johann Ziller noch nicht ausgereicht. Der wache, aufgeschlossene Franke überlegt stets, wie er sein Unternehmen weiter optimieren und seine Kunden noch besser erreichen und mitnehmen kann. Dazu nutzt Ziller jede Gelegenheit, um seinen Horizont zu erweitern: Man trifft ihn auf vielen Branchenveranstaltungen, und er schaut sich auch gerne Kollegenbetriebe an.

Emotionale Ansprache der Kernzielgruppe Frauen

Kern seiner Verkaufs- und Marketingstrategie ist eine emotionale Ansprache der Kundschaft, insbesondere der weiblichen; Frauen sind die Hauptzielgruppe von Holz Ziller, „weil sie die Entscheidungen beim Thema Einrichten treffen“. In der oberen Etage waren früher schon Interieurkojen eingerichtet, die der Inspiration dienen sollten. Nun ist Ziller noch einen Schritt weiter gegangen und hat die Ausstellung mit den „Räumen für unikate Konzepte“ weiterentwickelt. Für Neu- und Umgestaltungen der Verkaufsflächen gebe es „keinen 3-, 5-, oder 10-Jahresplan“, sagt der rührige Unternehmer. „Ich gehe eher intuitiv daran, wenn ich Handlungsbedarf sehe oder etwas Neues, Spannendes entdeckt habe. Der Grundgedanke hier war: Wie gelingt es uns, Parkett effektiv zu inszenieren und wie gelingt es uns, vor allem Frauen so zu begeistern, dass sie uns geschmackliche und innenarchitektonische Kompetenz abnehmen?“

Daraus entstand die Idee, extravagante Räume in Farbwelten zu planen, farblich optimal auf verschiedene Parkettböden abgestimmt. „Die





1



2

- 1 Keine Angst vor Farbe: Die Räume wurden in Farbwelten geplant und in optimaler Abstimmung zu den Parkettböden umgesetzt.
- 2 Der grüne Salon: Hochwertige Möbel und Accessoires machen Lust auf Wohnen – und können alle erworben werden.
- 3 Alles, was Ziller verkauft, wird von den eigenen Montage- und Verlegeteams eingebaut – zum vorher vereinbarten Festpreis.
- 4 Das Loft: Auf der Website kann man die Räume virtuell begehen.
- 5 Mit seinem neuen Ausstellungskonzept setzt Ziller Maßstäbe; mit emotionalen Kaufanreizen wird vor allem die Hauptzielgruppe Frauen angesprochen.
- 6 Der rote Salon: Nicht selten werden zuhause beim Kunden die kompletten Raumgestaltungen umgesetzt.

Kundinnen können sich einen Bodenbelag im Raum besser vorstellen, wenn er ausdekoriert ist – selbst, wenn es nicht ihrer Stilpräferenz entspricht. Aber sie erleben, wie der Parkettboden im Zusammenspiel mit Beleuchtung, einem Sofa oder Sideboard wirkt.“

Keine Angst vor Farbe

Die komplette Raumgestaltung an sich war dabei nicht das Novum, sondern dass die einzel-

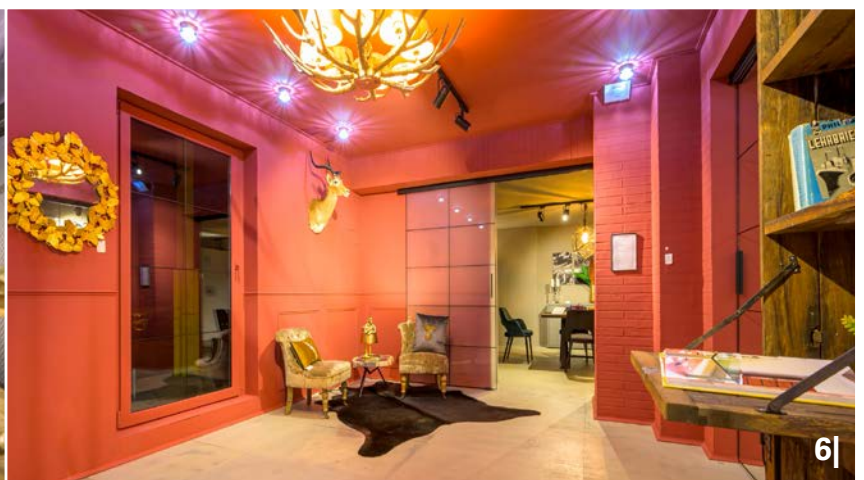
nen Räume konsequent farblich durchgestylt sind. „Wir haben uns wirklich etwas mit Farbe getraut, einen roten, blauen, grünen und sogar schwarzen Salon geschaffen“, erzählt Johann Ziller, „das hat mich anfangs schon etwas Überwindung gekostet, doch unser Innenarchitekt hat mich überzeugt.“ 2019 wurde mit der Umsetzung der Idee begonnen, für die der Holzhändler regionale Handwerkskunden engagierte, mit arrivierten Möbel- und Innenausstattungsunternehmen zusammen- →



3



5



6

Fotos: Ziller

Das Dielenloft im Obergeschoss. Blickfang ist hier eine Eiche Rustikalriss aus der Zillini Manufaktur.



Holz-Ziller in Kürze

Holzfachzentrum Ziller GmbH
Isarstr. 30
90451 Nürnberg
Tel.: 0911 – 64 80 40
mail@holzzyller.de
www.holzzyller.de

Gründung: 1941
Geschäftsführer: Johann Ziller
Mitarbeiter/innen: 30
Auszubildende: 1
Ausstellungsfläche: 2.500 m²
auf zwei Etagen
Mitgliedschaft: Holzland, GD Holz



arbeitete und zusätzliche Hilfestellung von Profi-Dekorateurs in Anspruch nahm.

In den Räumen liegen ausschließlich die Premiemböden aus der Parkett-Manufaktur, zum Beispiel raumlange Lärchedielen, gefast, gebürstet und geölt im schwarzen Salon – „also kein Parkett von der Stange, sondern schon etwas ungewöhnlichere Varianten.“ Hochwertige Möbel, Accessoires und Objekte machen Lust auf Wohnen und generieren emotionale Kaufanreize. Sie sind übrigens keine reine Deko, denn alles, was der Kunde sieht, kann er kaufen – allerdings nur so, wie vor Ort vorhanden. Auch das ist neu.

Anfang 2020 waren die Umbaumaßnahmen vollbracht; eigentlich war geplant, nun on- und offline kräftig die Werbetrommel für das neue Projekt zu rühren, aber die beginnende Corona-Krise machte diesem Vorhaben einen Strich durch die Rechnung. Der Erfolg stellte sich dennoch ein, das Konzept kam an, die Kunden zeigten sich wie erhofft begeistert und interessiert – und zogen über Mund-zu-Mund-Propaganda immer wieder neue nach. „Unsere Idee, neben dem Hauptprodukt Parkett auch alles andere zu verkaufen, geht auf“, freut sich Johann Ziller, teilweise würden bei den Kunden zuhause sogar die kompletten Raumgestaltungen umgesetzt. Und auch nach innen wirkt die neue Ausstellung. Die Mitarbeiter sind ebenfalls angetan von der neuen Ausstellung. „Sie hebt uns auf ein anderes Niveau, weg von der klassischen, gesichtslosen Großflächenpräsentation mit zahllosen Ständern, hin zur Expertise für Einrichtung.“

Umfangreiches Service-Portfolio

Aber: Selbsterklärend sind die Unikat-Räume nicht. Es sei schon Beratungsbedarf vorhanden, räumt Ziller freimütig ein, „zumal einige Komponenten integriert sind, an die man die

Kunden heranführen muss“. Wobei Beratung in dem Holzfachmarkt sowieso groß geschrieben wird. Der Geschäftsführer legt Wert darauf, dass seine Mitarbeiter qualifiziert, ehrlich, freundlich und empathisch informieren und aufklären.

„Auswahl erleben – Service spüren“ ist das Credo des Holzfachzentrums. Überall in den Verkaufsräumen sind Hinweise auf die zahlreichen Dienstleistungen platziert, wie dem Montage- und Verlegeservice. „Die Tendenz geht dahin, dass der Kunde alles aus einer Hand will“, beobachtet Johann Ziller. „Wir installieren jährlich ca. 10.000 m² Böden und 5.000 m² Terrassendielen, bauen auch Türen ein und Gartenhäuser, Zäune und Spielgeräte auf – und alles zum vorher vereinbarten Festpreis.“ Das wird honoriert: Zahlreiche 5 Sterne-Bewertungen im Internet belegen die hohe Kundenzufriedenheit.

Off- und online up to date

Nicht nur analog, auch digital orientiert sich Ziller am Kundennutzen und ist absolut up to date. Auf der Website findet man ausführliche Infos zu allen Sortimenten, kann Online-Kataloge blättern, virtuelle Rundgänge durch die komplette gesamte Ausstellung einschließlich der neuen Unikat-Räume unternehmen oder mit Planungstools selber seinen Boden, seine Terrasse, seinen Sichtschutz, Zaun oder Carport planen und konfigurieren. Das Unternehmen ist auf allen bekannten Social Media-Kanälen nicht nur präsent, sondern tatsächlich stetig aktiv – Facebook, Instagram, Pinterest, Twitter – und hat zudem als einer der ersten Holzhändler sogar eine eigene App für IOS und Android generiert.

Nicht zu vergessen den Online-Shop, für den Ziller das entsprechende Know-how seiner Kooperation Holzland nutzt und der sich in Corona-Zeiten bewährt hat. „Wir sind froh, dass wir bei Holzland so weit sind und einen Online-Shop haben, der hervorragend funktioniert“, lobt Johann Ziller. Bestellt würden darüber ausschließlich Bodenbeläge, „hauptsächlich in der Preisklasse bis 40 EUR“, und Gartensortimente wie Terrassendielen und Zaunlatten. Den Vertrieb organisiert das Haus in Eigenregie. Und wie werden Retouren gehandhabt? „Seit dem Go Live des Shops hat es noch keine gegeben.“

cw