

## BAUWERK

### Parkett erleben – offline und online



**Tanja Lockwood, Klaus Brammertz:** „Die Entwicklung unserer Marke Bauwerk hat für uns oberste Priorität.“

Starker Auftritt von Bauwerk: Auf seinem zweistöckigen Messestand auf der Münchner Bau inszenierte der Premiumparketthersteller eindrucksvoll seine beiden Erlebniswelten für die Kunden – offline wie online – und leuchtete dabei besonders seine Marke aus: „Bauwerk ist unsere Premiummarke“, betont Bauwerk Boen-CEO und President Klaus Brammertz, „ihre weitere Entwicklung hat für uns oberste Priorität und ist eins der Schlüsselthemen der kommenden Jahre.“

Boch mit Markenführung vertraut ist und über eine besondere Expertise bei Customer und Digital Marketing verfügt. Und genau das steht bei Bauwerk aktuell und künftig im Fokus.

Mit seinen 16 Parkettwelten in der Schweiz, Deutschland, Österreich und Frankreich und den Shop-Konzepten bei den Profi-Kunden verfügt das Unternehmen bereits analog über Möglichkeiten, das Sortiment und die Marke adäquat zu präsentieren. Das wurde nun auch digital angepasst und die Website [www.bauwerk-parkett.com](http://www.bauwerk-parkett.com) von Grund auf neu entwickelt. „Wir wollen offline und online ein Kundenerlebnis schaffen“, sagte Guido Reibel, Vertriebs-Geschäftsführer von Bauwerk Parkett Deutschland. „Und wir wollen verhindern, dass ein Kunde während der Customer Journey abspringt und ihn komplett begleiten.“ Daher begleitet die neue Homepage Interessenten Schritt für Schritt bei der Wahl ihres Parkettbodens, vermittelt Wissen über das Produkt und liefert viele Inspirationen. Mit dem „Parkett-Finder“ kann das passende Produkt selektiert und bei „Mein Bauwerk-Projekt“ gespeichert werden, über die „Verlegersuche“ gelangt man zu einem Bauwerk-Partner in der Nähe. Die übrigens parallel Anfragen von Website- und Showroom-Besuchern direkt



**Guido Reibel:** „Wir wollen online und offline ein Erlebnis für den Kunden schaffen.“

Ein Grund, warum die seit Februar 2018 vakante Position des President Bauwerk Brand zum 15. Januar mit einer ausgesprochenen markenaffinen und -erfahrenen Persönlichkeit besetzt wurde: Tanja Lockwood. Zwischenzeitlich hatte Brammertz selbst interimistisch die Aufgaben übernommen und damit bewusst Markt- und Kundennähe gesucht. Mit Lockwood hat die Bauwerk Boen Group eine ausgewiesene Marketingexpertin gewonnen, die durch ihre vorherigen Führungstätigkeiten bei prominenten Namen wie Swarovski oder Villeroy &





2|

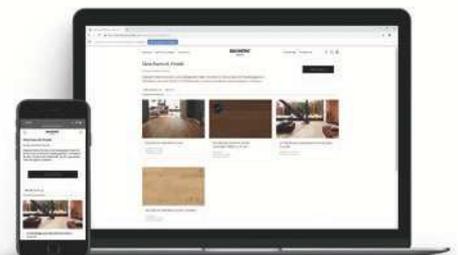
- 1| Die Master Edition by Torben Hansen von Schotten und Hansen wurde mit drei Farben in zwei Formaten erweitert. Silverline Eiche Piment
- 2| „Fischgrät ist ein Bekenntnis zum verlegenden Handwerk“, sagt Bauwerk und forciert das Thema mit Formpark Quadrato und Rombico.
- 3| Die Website wurde komplett überarbeitet, nutzerfreundlicher und responsiv gestaltet, führt zu den Bauwerk-Kunden. Und: Erstmals gibt Bauwerk Richtpreise an.

weitergeleitet bekommen. Ganz neu für das Unternehmen, das lange von Preisangaben im Internet absah, um sich einer Preisvergleichbarkeit zu entziehen: der neue Richtpreis-Kalkulator. „Der Preis ist heute als Orientierung wichtig“, hat man bei Bauwerk eingesehen und dennoch eine Möglichkeit gefunden, ihn nicht ganz transparent zu machen: Es wird eine Preisspanne angegeben, die sich aus dem Parkettpreis und den gemittelten Verlegekosten für kleine, mittlere und große Projekte in der jeweiligen Region zusammensetzt.

Produktneuheiten gab es natürlich auch auf dem Stand zu sehen: Hier konnte Bauwerk vor allem mit neuen Farben für seine Villapark-Linie und der Master Edition by Torben Hansen von Schotten & Hansen überzeugen. Für die Zweischicht-Landhausdielen der Villapark-Range (2,5/9,5 x 190 x 2.100 mm) wurde der neue, mehrschichtige Farbauftrag „Next“ entwickelt, der den natürlichen Holzcharakter stark betont und zugleich eine

faszinierende 3D-Tiefenwirkung hervorruft. Lieferbar als Eiche angeräuchert Nebbia und Canneto, jeweils mit geölter Oberfläche. Die Master Edition verbindet die Kompetenz zweier Parkethersteller. Sie wurde in den Formaten Silverline (4/11 x 260 x 2.800 mm) und Studio Park (4/11 x 150 x 1.700 mm) mit drei neuen Eiche-Farben erweitert, zwei Grauschattierungen und einem Branton: Quarz, Piment und Trüffel.

„Fischgrät läuft“, konstatierte Reibel, „und ist immer ein Bekenntnis zum verlegenden Handwerk.“ Bauwerk forciert das Thema deshalb mit seinen Zweischicht-Riemen Formpark Quadrato (4/11 x 130 x 650 mm) und Rombico (2,5/9,5 x 130 x 735 mm). Quadrato eignet sich über Fischgrät hinaus auch für andere Musterverlegungen wie Würfel- und Leitermuster oder doppeltes Fischgrät. Auch Rombico mit 45°-Winkel angeschrägt lädt zu kreativer Bodengestaltung ein. Beide sind jeweils in Eiche in drei Farben erhältlich.



3|