



Foto: Malerische Wohnideen

Handwerk

Das Partnernetzwerk Malerische Wohnideen bietet für seine Mitglieder auch Technikworkshops an.

Malerbetriebe mit Gestaltungswillen bündeln ihre Kräfte

Malerische Wohnideen ist ein Partnerkonzept, das seinesgleichen sucht. Es steht für höchste Gestaltungsansprüche in Beratung, Service und Ausführung. Mittlerweile gehören ihm 38 Malerbetriebe an.

Die Marke Malerische Wohnideen in Wiesbaden ist eine Erfolgsgeschichte: 2015 von Malermeister und Betriebswirt des Handwerks Volker Geyer gegründet, gehören dem Franchisekonzept für gestaltungsorientierte Malerarbeiten bereits 38 Partnerfirmen in Deutschland, Österreich, der Schweiz, Luxemburg und Liechtenstein an. Sie erwirtschaften mit 500 Mitarbeitern einen Jahresumsatz von rund 50 Mio. EUR. Lag das Wachstum der Zentrale 2020 bereits bei etwa 30 %, rechnet Geyer für dieses Jahr mit 40 %. Die Website malerische-wohnideen.de verzeichnet teils Zugriffsraten in fünfstelliger Zahl pro Tag.

Die Partnerbetriebe sind Malerbetriebe mit hohem Gestaltungsanspruch - überwiegend ohne Fachhandel. Allerdings ist Malerische Wohnideen exklusiver

Leithändler der italienischen Tapetenmarke Glamora für das Malerhandwerk. Somit sind die Partner deren Stützpunkthändler. Verkauft wird hauptsächlich online, die Malerbetriebe halten Handmuster für ihre Kunden bereit. Wie Geyer erläuterte, plant er derzeit ein weiteres Exklusivsystem für ein anderes Produkt nach dem Vorbild Glamora. Es stehe kurz vor der Markteinführung.

Der Erfolg der Malerischen Wohnideen setzt sich aus mehreren Faktoren zusammen, die nach Angaben des Gründers intelligent zusammenwirken. „Am wichtigsten ist, dass das Konzept stimmig ist, eine kluge Positionierung mit Expertenstatus verfolgt wird, eine Zielgruppe ausgewählt und formuliert ist und die Menschen in diesem Gesamtwerk zusammenpassen,

„Gemeinsam widmen wir uns neuen Gestaltungstrends und fördern die Weiterbildung unserer Mitarbeiter.“

Volker Geyer

bis hin zu den Lieferanten“, meint Geyer. Dabei bilde das Konzept aber nur die theoretische Basis. Entscheidend für den Erfolg sei der Mensch.

Alain Kutten gehört seit fünf Jahren mit seinem Luxemburger Betrieb zu der anspruchsvollen Malergruppe und hat seine Mitgliedschaft bisher nicht bereut. „Was macht man, um zu den Besten zu gehören? Man schließt sich den Besten an, um von ihnen zu lernen, sich mit ihnen auszutauschen“, sagt er. Wie der Luxemburger Maler genießen auch alle übrigen Partner Gebietsschutz im jeweiligen Postleitzahlenbereich. Weiße Flächen gibt es nach Auskunft Geyers noch viele, zum Beispiel in den Metropolen Berlin, Hamburg, München, Leipzig und Wien.

Malerische Wohnideen bietet seinen Partnern ein auf anspruchsvolle Kunden ausgerichtetes Zielgruppenmarketing an. Im Fokus stehen individuelle Wohn- und Wandgestaltungen meist für Privatkunden. Aber auch Büros, Läden und Büros werden von den Malerbetrieben gestaltet. Das Label Malerische Wohnideen,

das den Partnern als Co-Label oder Hauptfirmenlogo zur Verfügung gestellt wird, steht für hohe Qualität nicht nur in Ausführung, sondern auch Beratung und Service. Jeder Partnerbetrieb erhält einen individualisierten Online-Showroom mit 20 Landingpages und aktuellen Beiträgen. Die Kommunikation mit der Zielgruppe findet maßgeblich in den sozialen Medien statt. Sie wird von der Zentrale übernommen.

Die Handwerksbetriebe können auf einen Pool innovativer Nischenprodukte mit individuellen Vorteilspaketen zurückgreifen. Dieser wird stets um Neuheiten erweitert. Außer den Glamora-Designtapeten finden sich zementgebundene Bodenspachtelungen, Sichtbetonoptiken, LED-Lichtgestaltungen, Kalkspachteltechniken, fugenlose Bäder, Outdoor-Teppichböden, Design-Verschattungen, Infrarot-Unterputzheizungen und vieles mehr im Sortiment. „Bei unseren Produktpartnern konnten wir unter anderem bis zu 20 % günstigere Einkaufskonditionen für unsere Partnerbetriebe vereinbaren“, sagt Geyer.

„Gemeinsam widmen wir uns neuen Gestaltungstrends, erarbeiten individuelle Lösungen für besondere Aufgabenstellungen und fördern die Weiterbildung unserer Mitarbeiter“, hebt der Gründer der Malerischen Wohnideen hervor. Ziel sei es, über den Tellerrand hinaus zu denken, die Qualität der Leistungen stetig zu verbessern und die Ausbildung des Nachwuchses nachhaltig zu fördern. Wissenstransfer und vertrauensvoller Erfahrungsaustausch der Gruppenmitglieder untereinander wird nahezu täglich praktiziert.

Cornelia Küsel

www.malerische-wohneen.de

Starke Marke aufgebaut



Volker Geyer

Der Maler und Betriebswirt Volker Geyer hat seine erste Kooperation 1998 im Rhein-Main Gebiet gegründet. Seither beschäftigt er sich mit Synergien und Win-Win-Szenarien in Kooperationsnetzwerken im Handwerk. 2005 hat Geyer für seinen eigenen Malerbetrieb in Wiesbaden die Marke Malerische Wohnideen aus der Taufe gehoben, um sich klarer und besser positionieren zu können. Der große Erfolg und die enorme Reichweite dieser Expertenstrategie für gestaltungsorientierte Malerarbeiten brachte ihn 2013 auf die Idee, daraus ein überregionales Branchen-Partnerkonzept zu entwickeln, das im Januar 2015 offiziell an den Start ging. Seit Geyer Anfang 2017 seinen Malerbetrieb an einen jungen Nachfolger übergeben hat, ist er intensiv mit dem Aufbau und der Entwicklung des Partnernetzwerks und der Marke Malerische Wohnideen beschäftigt.



Die Produktschulungen der Malerischen Wohnideen erfreuen sich großer Beliebtheit.