

Leolux

# Entscheidung für mehr Qualität



**Qualitativ wachsen: Für Leolux stehen aktuell nicht nur die neuen Modelle im Fokus, sondern auch der Ausbau umfassender Handelspartnerschaften und die Stärkung der Marke in Deutschland. Der erste Franchise-Store in Köln war da nur der Anfang.**



**Spannende Asymmetrien für entspanntes Sitzen: Sessel 'Parabolica' (oben) von Stefan Heiliger und Anbausystem 'Vol de Rêve' (großes Bild) von Jane Worthington für Leolux.**

**D**er Verbraucher ist in der Regel gern bereit, einen ehrlichen Preis für hochwertige Möbel zu zahlen, wenn der Wert gut vermittelt wird. Indem Qualität und Service auf hohem Niveau geboten werden, können Rabattdiskussionen umgangen werden. Deshalb öffnet Leolux einerseits die Türen seines Werks, um Kunden und Interessenten Einblicke in Produktion und Machart der Möbel zu geben. Andererseits strebt der Hersteller eine umfassende Zusammenarbeit mit Händlern an, die Wert auf optimale Präsentation und Beratung legen. „Wenn es uns gelingt, die Kunden besser zu informieren, sollte Wachstum

nicht ausbleiben“, ist sich Markus Hintzen, Leolux Commercial Director für Deutschland, sicher. „Der einzelne Händler ist dabei der Schlüssel. Und Qualität ein weiterer Türöffner.“

In den kommenden Monaten arbeitet Leolux deshalb mit Nachdruck auf diese Partnerschaften hin – wobei Hersteller und Händler jeweils eine eigene, wichtige Rolle übernehmen. „Wir wollen unsere Partner besser unterstützen, um das Niveau der Leolux-Darstellung am POS zu erhöhen und die Kraft der Marke auch in Deutschland stärker zu nutzen. Dabei geht Qualität vor Quantität“, erklärt Hintzen. Schließlich ist das Unternehmen Marktführer in seiner Heimat, den Niederlanden. Das erste Beispiel dafür befindet sich in Köln. Im vergangenen Oktober eröffnete Leolux auf der 'Möbelmeile' seinen ersten Brandstore – als neues Franchise-konzept mit lokalem Partner. Das Geschäft bietet ausschließlich Premium-Produkte: Leolux-Modelle, ergänzt durch Kastenmöbel und Schranksysteme nach Maß – von Kettner und Schmalenbach – sowie Accessoires und Kunst. Der erfolgreiche Start bestätigt Leolux in seiner Entscheidung für die Qualitätsoffensive: Entgegen dem Trend wächst das Unternehmen in den deutschsprachigen Ländern aktuell.

Zur imm cologne wird sich die Marke prominent in Halle 10.2 präsentieren. Mit einer Menge neuer Designprodukte auf einem atmosphärisch gestalteten Stand von 900 qm – somit fast 50 Prozent größer als 2009. Unter den Neuheiten sind viele Entwürfe deutscher Designer, wie Prof. Stefan Heiliger, Andreas Berlin, Norbert Beck und Gabriele Assmann. Mit zwei Nennungen im Hitguide und vier Einsendungen für den Interior Innovation Award kann Leolux schon zum Jahresanfang punkten.

**Qualitäts-Handarbeit aus Holland: Im Besucherzentrum 'Via Creandi' in Venlo sind Kunden und Interessierte eingeladen, die Fertigung, Geschichte und Entwicklung der Leolux-Produkte live kennenzulernen.**

