

f.a.n. Frankenstolz – Neue Programme Erfolgsweg konsequent fortsetzen

f.a.n. Frankenstolz auf der imm cologne und Heimtextil: Neues Boxspring-Konzept und neues Thema der f.a.n. Akademie der Ingenieure

Donnerstag, 08.12.2016

Vor einem Jahr zur imm cologne 2016 präsentierte Frankenstolz mit „Medicare“ und „Klimamed“ die zwei ersten Ergebnisse der f.a.n. Akademie der Ingenieure – und das mit großem Erfolg.

Die innovativen Konzepte des einzigartigen Zirkels aus Schlafexperten unterschiedlicher Institute, eigenen Ingenieuren und Ingenieuren von vier f.a.n.-Vorlieferanten zu den für Endverbraucher beim Matratzenkauf zentralen Themen Klima, Gesundheit und größtmöglicher Komfort wurden nicht nur auf der Messe hervorragend bewertet.

Bereits Mitte des Jahres hatte f.a.n. über 200 Platzierungen aus der Akademie der Ingenieure als Auftrag vom Handel erhalten und installiert. Diese wurden auch von den Endverbrauchern sehr gut angenommen.

„Dies zeigt, dass unsere Themen ganz aktuell und von breitem Interesse sind. Die Reaktionen der Endverbraucher machen deutlich, dass Gremien wie die f.a.n. Akademie der Ingenieure in der Zeit liegen, da sie gute Themen generieren, die für die Verbraucher real und nachvollziehbar sind. Unseren Handelspartnern geben diese Themen die nötige Kompetenz, die sie brauchen, um beim Endverbraucher zu punkten“, so Karlheinz Gotzian, Vertriebsleiter Möbelhandel.

Nun folgt zur imm cologne im Januar mit „Wellnessline“ das dritte innovative Konzept der f.a.n. Akademie der Ingenieure, das den größtmöglichen Komfort im Fokus hat. Auch hier bietet f.a.n. dem Handel ein Komplett-Paket aus Matratzen, Lattenrosten, Bettdecken und Nackenstützkissen, umrahmt von einem speziellen POS-Konzept.

Neues Boxspring-Konzept

Und das ist längst nicht alles. Als ganz neues Thema wird f.a.n. zur imm cologne ein Boxspring-Konzept vorstellen. Aber auch hier geht das innovative Unternehmen einen besonderen Weg. „Wir wollen nicht nachziehen und die x-te Boxspring-Kollektion auf den Markt bringen“, erklärt Karlheinz Gotzian.

„Vielmehr haben wir uns überlegt, was unsere Stärken sind und welchen Zusatznutzen wir damit unseren Handelspartnern bieten können.“ Entstanden ist ein Konzept, das nicht von der Optik her das Boxspring-Thema angeht, sondern von der Liegequalität. „Wir haben 580 Matratzen-Studios in Deutschland platziert. Hier können alle Matratzen begutachtet und in Ruhe ausprobiert werden. So findet der Endverbraucher seine für ihn individuell passende Matratze. Dazu bieten wir nun unterschiedliche Kopfteile, Rahmen, Fußteile etc. an – so dass der Kunde sein gesamtes Boxspringbett vor Ort individualisieren kann. Wir gehen also den umgekehrten Weg, gehen von der Qualität der Matratze aus und beraten dann zusätzlich zur Optik“, erklärt Gotzian.

Auf den vergangenen Verbandsmessen lief das Boxspring-Konzept bereits „bombig“, so Gotzian. „Denn

über diesen Weg ist es leichter zu verkaufen. Der Verkäufer am POS kann diese Herangehensweise sehr schnell verstehen und übernehmen. Zudem ist der Handelspartner damit raus aus der Preisgegenüberstellung und kann gute Margen erzielen“, erklärt Gotzian. Denn die Marschrichtung ist klar: Auch zukünftig will sich das Traditionsunternehmen als verlässlicher und starker Partner des Handels profilieren. Nach dem Tod des Inhabers in diesem Jahr gehört das Unternehmen einer gemeinnützigen Stiftung. Seither werden cirka 70% der Einkünfte von f.a.n Frankenstolz an gemeinnützige Zwecke gestiftet, cirka 30% werden wieder ins Unternehmen investiert. „Dass das erwirtschaftete Geld wieder sinnvoll eingesetzt wird, ist ein besonderer Ansporn für unsere Mitarbeiter. Seither ist die ganze f.a.n.-Mannschaft noch motivierter“, freut sich Karlheinz Gotzian.

[Artikel als PDF herunterladen](#)

[zum Seitenanfang](#)