

## Man muss als Marke sichtbar sein

04.07.2023, 10:23 | Industrie, Bau & Immobilien

Pressemitteilung von: *markilux*

Presseagentur: *conzept3*



Mit den Ausstellungs- sowie Schauräumen hat markilux seine Marke im In- und Ausland bekannt gemacht.

### **markilux investiert in vielen Ländern in eine starke Präsenz des Unternehmens**

Markisenhersteller markilux hat in den vergangenen Jahren national wie international ein Netz aus eigenen Ausstellungs- und Schulungszentren sowie Kundenschauräumen beim Fachhandel geschaffen. Beide Konzepte greifen ineinander. Denn sie setzen am „Point of Sale“ auf ein durchgängiges Markenbild und ein positives Erleben der Produktwelt. So konnte das Unternehmen in wichtigen Kernmärkten stetig wachsen.

Eine Marke aufzubauen, erfordert Strategie und langfristige Investitionen. Laut Christiane Berning, die die Abteilung Marketing und Business Development bei markilux leitet, ist dabei vor allem ein einheitlicher und repräsentativer Außenauftritt wichtig. „Deshalb sind wir heute mit vielen eigenen Ausstellungs- und Schulungszentren sowie mit Kundenschauräumen beim Fachhandel in ganz Europa und darüber hinaus vertreten“, erklärt die Marketingexpertin.

### **Flagshipstores fördern den Verkaufserfolg**

So sind die Stores in Emsdetten, Hamburg, Köln, Berlin, Lörrach und Salzburg wichtige Kontaktpunkte zum Endkunden im deutschsprachigen Raum. Hier kann man das gesamte Markisensortiment live erleben. Außerdem ergänzen in einigen Flagshipstores hochwertige Outdoormöbel einer Handelskooperation das Produktportfolio. Es soll zeigen, wie sich Terrasse und Balkon in einheitlichem Stil gestalten lassen. Die Schauräume haben aber nicht nur Präsentationsfunktion. Sie dienen auch als Schulungsorte für den Fachhandel und dazu, Endkunden persönlich zu beraten. Die eigenen Stores sind damit gemäß Christiane Berning wichtig für den Verkaufserfolg. Zumal sie Kunden zum Fachhandel weitervermitteln würden.

### **Attraktive Locations ziehen Besucher an**

Dies gelte gleichermaßen für das internationale Schauraumnetz, das in den vergangenen Jahren stetig gewachsen ist. „Wir haben uns dafür am positiven Beispiel des ersten internationalen Schauraums in Salzburg orientiert, der 2007 eröffnet

wurde“, erklärt Peer Cornelßen, Abteilungsleitung für International Sales. Ein wichtiger Trittstein in Europa, außerhalb des deutschsprachigen Einzugsgebietes, sei die Präsenz im „Business Design Centre“ in London ab 2015 gewesen. Schon ein Jahr später war der Markisenhersteller ebenso in „Huset“ vertreten, der größten dänischen Ausstellung für Bauen und Wohnen. 2017 kam ein weiterer Präsentationsraum in Madrid hinzu. „Unser Expansionskurs hat uns dann 2020 ins ‚New York Design Center‘ in Manhattan geführt und 2022 konnten wir den neuen Schauraum in Sydney eröffnen, wo wir seit 13 Jahren aktiv sind. Ab diesem Jahr gibt es nun auch einen Ausstellungsraum im ‚Pacific Design Center‘ in West Hollywood, nahe Los Angeles“, freut sich Peer Cornelßen. Viele der Locations böten neben einer attraktiven Marken- und Produktvielfalt zahlreiche kulturelle Angebote, die Besucher anzögen. Auf diese Weise und durch eigene Events könne man gut auf die Marke aufmerksam machen.

#### Schauräume des Fachhandels verstärken Markenbild

Neben den eigenen Ausstellungsräumen würden außerdem die vielen Schauräume des Fachhandels eine zentrale Rolle im globalen Vertrieb spielen. Das Einhalten des Markenbildes am „Point of Sale“ (POS) sei hierfür entscheidend. Zu diesem Zweck unterstützt der Markisenexperte seine Fachpartner mit dem „Marketing Customer Service“ dabei, deren Schauräume zu planen. „Wir helfen beim Aufmaß, beraten beim Gestalten, erstellen Entwurfspläne und begleiten beim Bau sowie der Eröffnung“, beschreibt Christiane Berning das Serviceangebot. Endkunden würden sich dadurch in einer ihnen durch Werbung und die markilux-Stores vertrauten Welt wiederfinden. Beide POS-Konzepte griffen auf diese Weise ideal ineinander. Die Flagshipstores machten auf die Marke und die Produkte aufmerksam. Der Fachhandel würde von den vermittelten Endkunden profitieren und mit seinem Schauraumangebot sowie einem guten Service das positive Erleben der Kunden verstärken. Das sei eine Win-Win-Situation und schaffe beste Voraussetzungen für zukünftiges Wachstum auf den nationalen wie internationalen Märkten.

Weitere Infos hierzu finden Sie unter: [markilux.com](http://markilux.com)

#### Portrait

markilux steht für Design Made in Germany, innovative Entwicklungen und exzellente Qualität im Markisenmarkt. Seit 1972 werden am Standort im westfälischen Emsdetten Terrassen-, Wintergarten- und Fenstermarkisen gefertigt. Die hochwertigen Produkte werden über Fachpartner im In- und Ausland vertrieben. Ausgewählte Betriebe sichern hierbei die hohen qualitativen Standards bei der Montage der Markisen.

#### Pressekontakt

concept3 An der Alten Ziegelei 34  
48157 Münster  
Deutschland

+49 (0) 251-1347740

[presse@concept3.de](mailto:presse@concept3.de)

[www.concept3.de/](http://www.concept3.de/)

News-ID: 1247825 • Views: 577 (Stand: 08.05.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/1247825/Man-muss-als-Marke-sichtbar-sein.html>