

## »Hauptsächliches Marketinginstrument sind unsere Kunden«

*Die Verarbeiter-Firma Noack hat sich im norddeutschen Raum fest im Markt etabliert. Zur Firmengruppe zählen vier selbstständige Fachbetriebe mit 300 qualifizierten Mitarbeitern. In Sachen »Boden gut machen« bietet das Unternehmen ein breites Programm an – vom Estrich bis zum Oberbelag.*

**S**ebastian Schoen, Geschäftsführer der Noack GmbH in Rellingen, erläutert in OBJEKT das Leistungsspektrum der Gruppe und äußert sich zu den Themen Nachhaltigkeit, Handwerks-Marketing und Nachwuchsprobleme in der Zukunft.

**Redaktion:** Herr Schoen, wer ist die Noack-Gruppe?

**Sebastian Schoen:** Die Noack-Gruppe besteht aus vier selbstständigen Fachbetrieben, die in Lübeck, Möllenhagen, Rellingen und Schwerin ansässig sind. Vor über 50 Jahren von Gottfried Noack gegründet, haben sich die einzelnen Fachbetriebe im norddeutschen Raum im Laufe der Jahrzehnte am Markt fest etabliert und werden teilweise schon in 3. Generation geführt.

**Redaktion:** Welches Einzugsgebiet haben Sie?

**Schoen:** Unser Betrieb in Rellingen ist hauptsächlich im Großraum Hamburg aktiv.

**Redaktion:** Was gehört zu Ihrem Leistungsspektrum?

**Schoen:** Ausführung von Estrich- und Hohlraumbodenarbeiten sowie Dop-



*Noack-Geschäftsführer (Rellingen)  
Sebastian Schoen*

pelböden. Verlegung von Parkett, Teppich- und Linoleumböden, PVC-Designbelägen sowie Beschichtungen.

**Redaktion:** Machen Sie reines Objektgeschäft oder haben Sie auch Privatkunden?

**Schoen:** Unsere Kundenstruktur sind ca. 80 Prozent gewerbliche und 20 Prozent private Kunden.

**Redaktion:** Welche Art von Bodenbelägen verlegen Sie derzeit am meisten?

**Schoen:** Im Laufe der letzten Jahre haben wir, wie in der gesamten Branche, ein rückläufiges Kundeninteresse an Teppichböden zu verzeichnen. Im Moment sind neben Parkettbelägen vor allem elastische Bodenbeläge, im Besonderen LVT, die in unserem Betrieb umsatzstärksten Beläge.

**Redaktion:** Wie wichtig ist Marketing im Handwerk (Internetpräsenz, Flyer, Werbung etc.)?

**Schoen:** Unser hauptsächlichs Marketinginstrument sind unsere Kunden. Denn bei dem überwiegenden Teil unserer Kundschaft handelt es sich um Stammkunden, die bei einer vernünftigen Abwicklung eines Projekts mit hoher Wahrscheinlichkeit nicht abgeneigt sind, wiederum von uns bei einem Folgeprojekt ein Angebot einzuholen.

**Redaktion:** Welche Herausforderungen stellen sich dem Handwerk zurzeit?

**Schoen:** Grundsätzlich ist es wichtig, dass das Handwerk wieder einen attraktiveren Stellenwert erlangt, damit sich wieder mehr Jugendliche für einen Lehrberuf im Handwerk entscheiden. Der Nachwuchs in unserer Branche und im Handwerk allgemein ist für die Zukunft nicht ausreichend.

**Redaktion:** Besuchen Sie Messen? Welche – und warum?

**Schoen:** Wir besuchen jährlich Anfang des Jahres die »Domotex« in Hannover und alle zwei Jahre zusätzlich die »Bau« in München.

Bei diesen Messen handelt es sich um eine konzentrierte Ansammlung von Lieferanten und somit Ansprechpart-

## Noack: »Boden gut machen« im Haus des Sports

Das Haus des Sports in Hamburg stammt aus den 1950er Jahren und dient dem Hamburger Sportbund (HSB) als Tagungs- und Begegnungsstätte. In nur einem Jahr Bauzeit wurde es komplett entkernt und saniert, die denkmalwürdige Fassade belassen. Gerade bei der Ausführung des



Bodens war großes Fachwissen gefragt, denn nach dem Entfernen der alten Beläge und Untergründe musste zunächst ein fachgerechter Unterbodenaufbau geplant werden.

Dann erst konnte im Festsaal das Eichenparkett in Hochkantlamelle mit einem Stabparkettfries auf 300 m<sup>2</sup> verlegt werden. Dazu kamen 1400 m<sup>2</sup> Nadelvlies in den neuen

Büro- und Tagungsräumen. Den Auftrag erhielt die Firma Noack GmbH aus Rellingen, die bei den Verlegetwerkstoffen auf Uzin setzte.

uern, die Neuerungen etc. vorstellen können. Es sind vor allem auch auf diesen Messen aktuelle Trends in unserer Branche erkennbar.

**Redaktion:** Welche Rolle spielt bei Ihnen Nachhaltigkeit, was die Produkte betrifft, die Sie verarbeiten?

**Schoen:** In den letzten Jahren ist das

Thema Nachhaltigkeit sukzessive bei uns in den Vordergrund gerückt. Unsere Kunden legen vermehrten Wert auf nachhaltig hergestellte Produkte. Die Industrie hat sich darauf eingestellt und bietet vermehrt wirtschaftliche Produkte an, die nachhaltig hergestellt werden.

**Redaktion:** Danke für das Gespräch!

Die Fragen stellte  
Thomas Ottaviano