

Möbel Rudnick: Auf über 10.000 qm erweitert

Regional verankert



Fotos: möbel kultur

Nach Umbau und Erweiterung präsentiert sich Möbel Rudnick in Aurich heute als ein modernes Einrichtungshaus, das seinen ganz eigenen Weg geht. Auffällig ist die Liebe zum Detail und der besondere Blick für Dekoration, Farben und eine sehr wohnliche Präsentation. Und das alles ohne aggressive Rabattaussagen. Die „möbel kultur“ war vor Ort in Ostfriesland.

Im klassischen Möbel-Mittelstand gibt es schon sehr lange keine Neugründungen mehr. So scheint es zumindest. Aber stimmt das wirklich? Das Unternehmen Rudnick war in Aurich bereits über Jahrzehnte als Modegeschäft bekannt, als sich die Familie 2002 entschloss, ein Einrichtungshaus zu eröffnen. Und das mitten in Ostfriesland, wo sowohl die Bevölkerungsdichte, als auch die Kaufkraft nicht gerade erfolgsversprechend sind. Doch mit einem guten Namen, Durchhaltevermögen, einem Händchen für ein stimmiges, konsumiges Angebot und die Nähe

zu den ostfriesischen Urlaubsinseln hat es das heutige Alliance-Mitglied geschafft, sich bereits nach wenigen Jahren am Markt zu etablieren. Nach der ersten Erweiterung 2007 entschlossen sich Hans-Joachim Rudnick sowie sein Sohn Ludwig und dessen Frau Marie-Kristin 2017 das bisherige rund 6.000 qm große Haus, inklusive Lager, umfassend zu erweitern und zu modernisieren. Baustart war im Januar 2018. „Eine Investition in die Zukunft“, so Ludwig Rudnick.

Pünktlich zum wichtigen Weihnachtsgeschäft konnte Ende letztes

Jahres Neueröffnung gefeiert werden. „Das war wirklich ein Kraftakt“, sagt Ludwig Rudnick. Der sich aber gelohnt hat. 2019 kann das Familienunternehmen bislang ein zweistelliges Umsatzplus verzeichnen, die Frequenzen stimmen und der Durchschnittsbonus ist gestiegen.

Kernstück der Erweiterung ist der Anbau, der auf drei Etagen eine zusätzliche VK-Fläche von 3.600 qm umfasst. Und Platz geschaffen hat, das Sortiment um Leuchten und Badmöbel, ein Sessel- und ein Matratzenstudio sowie ein SB-Café zu ergänzen und eine doppelt so große Küchen-



Von links: Freuen sich über den neuen, frischen Auftritt in Aurich – Ludwig, seine Frau Marie-Kristin und sein Vater Hans-Joachim Rudnick, die beiden Bereichsleiter Möbel, Knut Oltmanns und Regina Killing, Architekt Werner R. Quadt und Dieter Eckhardt von Alliance, der betont, dass es von Beginn der Umbauarbeiten einen sehr engen Austausch zwischen der Familie und der Verbandszentrale gab. Besonders gelungen ist die neue „Prisma“-Küchenfläche. „Aktuell unser Aushängeschild“, so Eckhardt.

abteilung als bisher zu ermöglichen. 50 Ausstellungsküchen zeigt Rudnick heute. In Zusammenarbeit mit dem Verband ist eine „Prisma“-Fläche entstanden, die „aktuell unser Aushängeschild ist“, wie Dieter Eckhardt von Alliance betont. Und die auch ein Highlight der umgebauten Fläche ist. Von Anfang an haben sich die Rudnicks mit den Repräsentanten und Schienenmanagern auseinandergesetzt und diskutiert, um insgesamt, für das gesamte Haus, das bestmögliche Ergebnis zu erzielen.

Die Planung lag in den Händen des Kölner Architekten Werner R.

Quadt, der es geschafft hat, nach konstruktiven Gesprächen und engen Absprachen mit der Familie den Neubau so zu integrieren, dass die Kunden beim Weg durch das Einrichtungshaus gar nicht ausmachen können, wo die alte Fläche aufhört und die neue beginnt. Auch die Kosten sind im Rahmen geblieben. „Wir haben hier nicht mehr als 100 Euro pro Quadratmeter angesetzt“, betont Quadt. Insgesamt investierte Rudnick rund 4,5 Mio. Euro. Der Innenausbau wurde von CVO Germany aus Wesel übernommen. Wobei gerade in der Prä-



Hier wurde alles durchdacht. Von der Tapete über die passende Deko bis zur Beleuchtung. Die einzelnen Kojen wirken nicht überinszeniert, sondern sehr wohnlich, könnten so komplett von den Kunden übernommen werden.



Bei der neuen Matratzenpräsentation stören keine Aufhänger oder Preisschilder. Hier geht es einfach darum, dass sich die Kunden wohlfühlen. Entsprechende Leucht-Displays sorgen für die passende Stimmung.



Beim Rundgang durch das Haus fallen immer wieder die gekonnten Farbspiele auf, wie zum Beispiel in der Heimtextilien-Abteilung. Die Erfahrungen aus dem Modehaus werden mit Bedacht in den Einrichtungsbereich übertragen.



Die erweiterte Küchenfläche – mit 50 Ausstellungsküchen – zählt zu den Highlights im neuen Rudnick. Hier gibt es sowohl große, repräsentative Planungen, als auch kleine, lebensnahe Kojen mit praktischen Lösungen zu sehen.



Im Herzen der „Prisma“- Küchenabteilung: Eine anschauliche Präsentation der großen Arbeitsplattenauswahl. Die Kunden werden hier außerdem in puncto Ergonomie beraten.



Seit dem Umbau hat das Familienunternehmen auch Bäder im Programm. Und auch hier profitiert Rudnick von seiner Deko- und Farbkompetenz, die sich durch das gesamte Haus zieht.



Optimale Ansprache: Hier weiß der Kunde sofort, dass es um das Thema Muldenlüfter geht. Gezeigt werden mehrere Anbieter, inklusive umfangreichen, technischen Erläuterungen.

sentation der verschiedenen Wohnwelten und der Dekoration auch die Rudnick-Handschrift deutlich zu erkennen ist. Angefangen bei der Beleuchtung, auf die Ludwig Rudnick großen Wert legt. Zum Beispiel, um die Fachsortimente in hellerem Licht perfekt auszuleuchten oder um die Möbel farbecht und in dezenterer, gemüthlicher Stimmung wirken zu lassen. Mit den richtigen Farbtönen kennt sich das Unternehmen aus. Allein schon, weil in der DNA der Familie eben auch die Mode fest verankert ist. Für die passenden Farbgebungen und auch die außergewöhnlichen Tapeten hat sich Marie-Kristin Rudnick zusammen mit dem Leitungsteam eingesetzt. „Wir durften hier aber auch nicht zu stylisch werden. Die Kunden sollen sich wohlfühlen, wie zu Hause.“ Für die regionale Verbundenheit sorgen große Digitalprints mit maritimen Motiven von der Küste, die auch bei den Touristen, die vor allem bei schlechtem Wetter gern bei Rudnick shoppen, gut ankommen.

Auffällig ist zudem, dass im gesamten Haus im Grunde keine Marken zu erkennen sind. Sowohl auf die Namen der Hersteller – Ausnahme Venjakob –, als auch auf Verbandskonzepte und Eigenlabel – bis auf „Prisma“ – verzichtet die Familie. Die Marke heißt Rudnick. Und diese steht in der Region für Qualität, Ser-

vice und Vertrauen. Eine Verlässlichkeit, auch bezogen auf den Preis, weshalb im gesamten Geschäft keine großen Rabattschilder zu sehen sind.

Bei dem Umbau, der dem gesamten, 50-köpfigen Team einiges abverlangt hat, war es der Geschäftsführung zudem wichtig, die Mitarbeiter von dem Vorhaben zu begeistern. Bei Rudnick durften sich deshalb alle etwas für die Fläche wünschen. Das wurde ausgewertet – und mehrheitlich auch umgesetzt, wie ein begehrter Schrank, bestimmte Modelle und Funktionen sowie neue Farb- und Stilrichtungen. Auch eine gute Idee, um die Beschäftigten mitzunehmen und an das Unternehmen zu binden. EVELYNE BECKMANN

FACTS

- > Möbel Rudnick, Aurich
 - > Geschäftsführung: Ludwig Rudnick, Hans-Joachim und Cäthe Rudnick
 - > Verband: Alliance
 - > Möbel: 10.500 qm (inkl. Lager), plus Babyhaus Rudnick und Modehaus
 - > Anzahl der Mitarbeiter: ca. 140 (insgesamt), davon im Möbelhaus: 50
- www.rudnick-aurich.de