

Eleganter Look für gleich zwei Marken: In Mailand standen auf dem Stand der Polipol-Gruppe jeweils optisch abgegrenzt sowohl Hukla wie auch Megapol im Mittelpunkt. Foto: Polipol



Heißer Messe-Frühling von Diepenau bis Mailand

Die Polipol-Gruppe präsentierte den Kunden seit Jahresbeginn nun schon drei Mal starke Neuheiten | Neue Programme

Gleich drei Mal hatten die Kunden der Polipol-Gruppe in diesem Jahr schon die Möglichkeit, sich über die Neuheiten des Polstermöbel-Spezialisten zu informieren – und jedes Mal wurde davon reger Gebrauch gemacht. Schon im Januar ging es in Diepenau mit einer Hausmesse los, die quasi als Ersatz für die verschobene imm cologne dienen sollte: „Wir wollten unseren Kunden zum gewohnten Termin die wichtigen Neuheiten für das neue Polstermöbel-Jahr zeigen und haben deswegen eine zusätzliche Hausmesse eingeschoben“, so erklärt Geschäftsführer Marc Greve. Und dieses Angebot wurde von den Kunden breit aufgegriffen, die Besucherzahlen haben die Erwartungen übertroffen und auch die Platzierungen waren mehr als zufriedenstellend. Nächstes Jahr, wenn die Kölner Messe wieder in den Januar zurückkehrt, will Polipol aber auf jeden Fall wieder in Köln dabei sein, die internationale Messeplattform bleibe äußerst wichtig für das Unternehmen. Die nächste Gelegenheit, die neuen Mo-

delle in Diepenau zu sehen, folgte dann im März – die Verschiebung der Partnertage Ostwestfalen auf den März-Termin

nutzte die Gruppe, um erneut seine Hausmesse zu öffnen. Vor allem dem Wunsch von Besuchern, die sich gerne

auf den Termin mit den Partnertagen im März konzentrieren wollten, ist man damit gerne nachgekommen. Darunter



Die Hukla-Welt wurde in Mailand mit Hilfe des Lichtkonzepts in eine dramatische Atmosphäre getaucht.



Auch die Bettenkompetenz der Polipol-Gruppe wächst mit den Marken Hukla und Oschmann (Foto) immer weiter an. Foto: Schwarze



„Be.Real“ heißt der neue Microfaser-Stoff in Leder-Optik, der mit einem Backing aus recyceltem Echtleder hinterlegt ist und damit optisch wie haptisch überzeugt. Foto: Schwarze



Breiter Cord spielte in allen Kollektionsbereichen – hier bei Hukla Pure – eine wichtige Rolle. Foto: Schwarze



Beim Leder standen die klassischen Farben wie Schwarz, Cognac oder Grau im Mittelpunkt. Foto: Schwarze

waren auch viele Einkäufer aus dem Bettenbereich, die sowohl bei Oschmann als auch bei Hukla reichlich Auswahl an Polster- und Boxspringbetten fanden. Dabei waren beide Veranstaltungen auch wichtig für den intensiven Austausch und den Team-Spirit, denn in den beiden Jahren davor waren die Gelegenheiten, wo man mit Kunden oder auch nur der Außendienst untereinander zusammen kam, sehr selten.

Highlight in Mailand

Ein zusätzliches Highlight war dann für Polipol die Mailänder Messe Salone del Mobile, wo die beiden Marken Hukla und Megapol auf einem eleganten Messestand gezeigt wurden: „Die Mailänder Messe war aus unserer Sicht richtig gut besucht, sicher auch deswegen, weil es eigentlich keinerlei Reise-Beschränkungen mehr gab. Wir waren mit der Frequenz auf unserem Stand sehr zufrieden, haben viele Kontakte geknüpft und neue Kunden gewonnen“, so Marketingleiterin Jessica Krohn im Anschluss an die Messe. Ein Erfolgsfaktor war da-

bei auch, dass man in diesem Jahr auch einige Megapol-Modelle gezeigt hatte, nachdem im vergangenen Jahr der Messestand noch exklusiv der Marke Hukla vorbehalten war: „Wir haben beide Themenwelten vom Standbau und der Lichtinstallation her klar voneinander abgegrenzt und konnten uns so noch vielseitiger präsentieren. Der Erfolg gab uns dabei recht, ein Megapol-Modell in dem boucléartigen Kama-Stoff war der Topseller unseres Mailänder Messestandes“, so Krohn weiter. Die 400 Quadratmeter wurden dabei natürlich für die Export-Aktivitäten der Polipol-Gruppe genutzt, wo man sich immer breiter aufstellt – gerade auch in den Übersee-Märkten wie Asien. Dort spielt natürlich das Marken-Thema eine besonders wichtige Rolle, bei Polipol also vor allem die Marke Hukla. Für diese wurden eigene Shop-Style-Guides entwickelt, um eine optimale Präsentation im Handel zu gewährleisten und auch der Hukla-Part des Wohnbuches der Gruppe wurde noch einmal ausgebaut und übersetzt. Diese Bemühungen zeigten sich auch schon auf

dem Messestand in Mailand, für den extra eigenständiges POS- und Marketing-Material entwickelt wurde, auch im Bewegtbild-Bereich. Alles in allem führte dies zu einem eleganten, sehr runden Messeauftritt der Polipol-Gruppe in einem guten Umfeld: „Wir waren mit unserem Standplatz in der Halle 24 sehr zufrieden, hatten einige sehr interessante Nachbarn, mit denen zusammen wir ein wirklich gutes Umfeld für die Besucher geschaffen haben“, zieht Marc Greve nach der Messe Resümee.

Trendige Stoffe für das Sofa

Zu den wichtigsten Themen bei den Polipol-Messen in diesem Frühjahr zählten die zahlreichen Stoff-Innovationen, die die Polstermöbel-Welt immer vielseitiger und abwechslungsreicher machen – und auch funktionaler. Der Bouclé-Stoff „Kama“ und verschiedenen breiteren und feineren Cord-Varianten stehen dabei stellvertretend für den Trend zu Stoffen mit dreidimensionaler Optik. Äußerst spannend war auch der neue Bezug „Be.Real“, wobei es sich um ei-

nen innovativen Hybriden aus Mikrofaser und recyceltem Leder handelt. Dabei erhält der Mikrofaser-Stoff in Leder-Optik ein Backing aus echtem, recyceltem Leder und verbindet damit optisch wie auch haptisch das Beste aus zwei Welten und ist dabei noch sehr nachhaltig. Bei den Farben konnte man deutlich sehen, dass Oliv-Töne wieder Stark im Kommen sind und das im vergangenen Jahr bereits sehr prä-sente Salbei ergänzen. Aber auch Leder in den klassischen Lederfarben Schwarz, Cognac und Braun waren in verschiedenen Sortimentsbereichen viel zu sehen. „Für uns ist das Messe-Konzept mit den drei Hauptveranstaltungen in Diepenau und Mailand in diesem Frühjahr sehr gut aufgegangen, wir waren immer gut besucht und konnten sehr gut platzen“, so Marc Greve, der sich mit seinem Team bereits auf die ersten anstehenden Verbandsmessen sowie auf die Hausmesse im Herbst vorbereitet. Arnd Schwarze

moebelmarkt.de → PRODUKT