

Polipol-Gruppe: Neue Modelle, Konzepte und digitale Kompetenz

# Demonstriert Marktdominanz

Die Polipol-Gruppe präsentierte sich in Köln wieder in ihrer ganzen Stärke. Sämtliche Bereiche – von Megapol und Zehdenick über Polipol und Polinova bis hin zu Hukla inklusive der neuen Linie „Pure“ – wurden in Halle 10.2 umfassend dargestellt. Geschäftsführer Marc Greve unterstrich die hohe Bedeutung der „imm cologne“ für das Unternehmen, nicht nur zum Netzwerken,

sondern auch als wichtige Orderplattform. Zudem freute er sich darüber, dass seit Januar sämtliche Schienen das „Goldene M“ der deutschen Gütegemeinschaft Möbel (DGM) tragen dürfen.

Ein weiteres Highlight war die Zusammenarbeit und Realisierung des „MagicTable“ mit dem Anbieter „Dein Konfigurator“ in Kooperation mit Diomex. Nachdem Polipol während der Haus-

messe im vergangenen Herbst bereits mit Megapol gezeigt hatte, was damit alles möglich ist, konnten jetzt sämtliche Modelle, die der Hersteller bietet, digital und ganz spielerisch geplant werden. Dadurch, dass der Konfigurator an das Warenwirtschaftssystem der Händler angeschlossen wird, erreicht Polipol eine lückenlose Planung und Weitergabe des Auftrages. Nächster Step ist jetzt die

Mit zwei neuen Konzepten inklusive POS-Materialien und Imagefilm will Polipol die Händler unterstützen. Zum einen mit den Schafsofas bei „PlatzDa“ von Megapol, zum anderen mit dem Schnelllieferprogramm „Xpress“, das bei Polinova präsentiert wurde.



Bereits seit 2016 durfte Hukla das Siegel der Deutschen Gütegemeinschaft Möbel (DGM) tragen. Im Januar erfolgte nun die Auszeichnung des „Goldenen M“ für sämtliche Bereiche und Produkte. Weiteres Highlight zur Messe. Der „MagicTable“, mit dem, in Zusammenarbeit mit „Dein Konfigurator“ und Diomex, jetzt sämtliche Modelle digital geplant werden können.





Der Fokus der Polipol-Gruppe liegt derzeit auf dem weiteren Ausbau von Hukla. Zum einen mit dem modernen Sortiment von „Pure“, aber auch bei den klassischen Garnituren und Sesselprogrammen, wie aktuell „Ergocomfort“ (rechts unten).

Darstellung der Sortimente in 3D. Die Standaufteilung glich der aus dem letzten Jahr. Bei Megapol rückte dieses Mal das neue Schlafsofa-Konzept „PlatzDa“ in den Vordergrund: Individuell planbar mit zwei verschiedenen Rückenkissen, drei Armlehnvarianten, drei Sitzqualitäten, vier Bettgrößen sowie unterschiedlichen Stauraummöglichkeiten. Eine emotionale Bildsprache für den POS rundet das Angebot von „PlatzDa“ stimmig ab.

Ein weiteres Konzept zeigte das Unternehmen mit dem „Xpress“-Studio bei der Lederschiene Polinova. Sechs unterschiedliche Modelle sind hier innerhalb von 15 Arbeitstagen lieferbar. Unterstützt wird der Handel zusätzlich mit einem emotionalen Imagefilm.

Wie bereits im Herbst lag ein wichtiger Schwerpunkt zudem auf Hukla. Hier sieht die Unternehmensgruppe noch viel Potenzial, weshalb nicht nur in puncto Modelle, sondern auch produkti-

onsseitig bei der Marke kräftig Gas gegeben wird. Dargestellt wurde Hukla in zwei unterschiedlichen Welten. Zum einen mit Schwerpunkt auf die klassischen Garnituren und Sesselprogramme. In diesem Bereich stand „Ergocomfort“ im Fokus – der Alleskönner, der von Small bis Large, als bodenfreie Drehteller- oder Sternfußvariante, als bodennahe Sessel, mit Maxi-fußteil oder -rücken beim Konfigurieren keine Wünsche offen lässt. Auch als „Plus-Variante“ mit Schwerlastbeschlag zu haben.

Zum anderen glänzte Hukla mit der modernen „Pure“-Fläche. Nicht zufällig besetzt Polipol hier mit Hukla Lücken, die durch die Insolvenz von Ewald Schillig entstanden sind. In diesem Segment wurde besonders deutlich, dass die klare Darstellung unterschiedlicher Geschmacksrichtungen immer wichtiger wird.

■ [www.polipol.de](http://www.polipol.de)

