

Mehr Raum für die zentralen Themen

Die Polipol-Gruppe legt sowohl in Diepenau als auch in Mailand starke Auftritte hin | Neue Programme

SOFA liebt
MÖBEL MIT HERZ



Die Hausmesse der Polipol-Gruppe in Diepenau präsentierte sich zu den Partnertagen runderneuert mit viel Raum für die zentralen Themen. Fotos: Schwarze



Das frische Konzept „Conri“, das durch seine durchdachte Dekoration besticht, wurde noch einmal um attraktive Modelle und Stoffe – auch in starken Farben – erweitert.



Mit den Greenline-Stoffen setzt Polipol auf nachhaltiges Sitzvergnügen.

Die Polipol-Gruppe legte mit den Partnertagen in Diepenau und dem Salone del Mobile in Mailand gleich einen echten Doppelschlag im Messefrühling hin. Denn sowohl in der heimischen Hausmesse als auch auf der italienischen Design-Show präsentierte man sich mit viel beachteten Auftritten und vor allem mit durchdachten Konzepten für den Handel.

Den Auftakt bildeten natürlich die Partnertage im April. Parallel zu den Bad Salzuffer Partnertagen und der Möbelmeile Frühjahr zeigte Polipol einen komplett neu gestalteten Showroom, mit mehr Licht und mehr Offenheit: „Einfach mit mehr Raum für unsere zentralen Themen, die wir hier unseren Partnern aus dem Handel präsentieren“, so Polipol-Chef Marc Greve beim Messe-Rundgang mit dem MÖBELMARKT. Greve betonte zudem: „Wir hatten hier ei-

nen sehr guten Besuch aus dem Handel – selbst internationale Kunden kommen im Frühjahr hierher. Dementsprechend konnten wir gute Abschlüsse erzielen!“ Neue Laufwege und eine noch konsequenter Anordnung der Marken tun ein Übriges dazu, dass die Polipol-Hausmesse besonders frisch, aufgeräumt und einfach neu daherkam. So konnten auch die neuen bodennahen Modelle in loftig-urbaner Anmutung besonders eindrucksvoll wirken, die mit ihrem trendbewussten Look den Handel sofort überzeugten.

Digitalität und Nachhaltigkeit

Die von Greve angesprochenen zentralen Themen sind echte Dauerbrenner und haben zunächst einmal nichts mit neuen Modellen zu tun – auch wenn sie auf den zweiten Blick quasi jedes neue

Sofa beeinflussen. Das Nachhaltigkeitskonzept „sofaliebt“ sowie die Digitalisierung aller Prozesse prägen seit Jahren die Arbeit der Polipol-Gruppe und das natürlich nicht als Selbstzweck, sondern um dem Handel verantwortungsvoll hergestellte Produkte mit dem bestmöglichen Service zu bieten und sich damit als zentraler Polstermöbel-Lieferant für alle Sortimentsbereiche zu empfehlen: „Wir merken verstärkt, dass sich der Handel auf verlässliche Lieferanten konzentrieren will. Mit unseren Vertriebschienen von der Topmarke Hukla bis zum frischen, jungen Megapol decken wir die ganze Welt des Wohnens aus einer Hand hat. Immer in der gleichen Qualität, der gleichen Liefertreue und mit demselben Nachhaltigkeitsanspruch. Das wissen unsere Kunden zu schätzen und deswegen wachsen wir auch bei den Stellplätzen

im Handel“, erklärt Greve das Konzept. Die Nachhaltigkeit, die bei Polipol traditionell den Dreiklang aus Menschen, Umwelt und Möbel umfasst und damit die soziale Komponente ebenso wichtig nimmt wie die Ressourcenschonung und die Langlebigkeit der Produkte, wurde an mehreren Stellen in der Ausstellung thematisiert und immer wieder mit Daten und Fakten untermauert. Beispielsweise, wie viele Ressourcen durch den besten Recycling-Stoff aus dem Portfolio der Polipol-Gruppe eingespart werden: „Das Thema ist uns so wichtig, dass wir diesen Stoff bei der Kalkulation sogar subventionieren“, erwähnt Greve beim Rundgang. Wie weit man bei Polipol bereits mit der Digitalisierung ist, zeigte das Unternehmen ebenfalls. Das Prototyping mittels einer 3D-Brille eröffnet in der Produktentwicklung nicht nur neue Mög-



Die haustierfreundlichen Pfortenstoffe sind ein Bestseller und wurden liebevoll inszeniert.



Aus „Landart“ wird jetzt „Nature“. Was bleibt, sind attraktive Modelle mit hohem Sitzkomfort und modernen Landhaus-Elementen.



In der Ausstellung sorgten liebevoll gestaltete Mood-Boards dafür, dass der Besucher Ideen für die eigene Ausstellung mitnehmen konnte.



Die Bettensparte mit den Marken Hukla und Oschmann wird immer wichtiger und soll auch in Zukunft noch weiter ausgebaut werden.



Die Inszenierung in Mailand war international, stimmungsvoll und elegant. Die internationalen Kunden schätzten vor allem die Vielfalt im Markenportfolio der Polipol-Gruppe.



Auf dem Salone del Mobile wurden in verschiedenen Vertriebs-schienen starke Trends für internationale Märkte gezeigt.



MÖBELMARKT-Redakteur Arnd Schwarze testet das neue Prototyping, das via 3D-Brille viel schnellere Abläufe ermöglicht.

lichkeiten, sondern spart vor allem auch Zeit und Ressourcen bei der Umsetzung neuer Varianten. Aber natürlich wird auch an den übrigen Digitalisierungsthemen wie Datenstandards, Polsterkonfigurator und PoliSales-App für die Verkäufer kontinuierlich weiter gearbeitet.

Polifit smart und kompakt

Natürlich zeigte sich nicht nur die Ausstellung runderneuert, sondern auch in allen Vertriebs-schienen glänzten neue Modelle sowie Bestseller in frischen Stoffen. Besonders auffällig: Bei Polifit, eigentlich spezialisiert auf Hochlehner und ergonomisches Sitzen, gibt es unter dem Namen Polifit Kompakt einen Bereich mit kleinen, kompakten Modellen, die denselben Komfort auch in kleineren Wohneinheiten und damit smartes Einrichten ermöglichen. Megapol überraschte die Besucher mit einer eigenen Kollektion an Schlafsofas unter dem Namen „zzzofa by megapol“. Dabei wurden gleich mehrere Längs- und Querschläfer vorgestellt, die mit besonders einfacher Bedienung punkten. Bei den Lederspezialisten von Polinova gab es als Highlight eine ganz neue legere Polsterung, die ein italienisches Flair in die Kollektion zaubert und

die Modelle zu etwas ganz Besonderem macht.

Betten mit starkem Auftritt

Das Thema Betten und Matratzen wird für die Polipol-Gruppe immer wichtiger. Oschmann mit seinem Drei-, Vier- und Fünf-Sterne-System bei Polster- und Boxspringbetten und den neuen Betten mit Überlänge für größere Menschen ist dabei ein ebenso wichtiger Baustein wie Hukla mit seinen stylischen Polsterbetten und dem durchdachten Matratzenstudio. Die Marke punktete etwa mit der neuen Hybridschaum-Matratze „re*flex“, die durch den besonderen Kassettschnitt und Offenporigkeit ganz besonders aktungsaktiv und feuchtigkeitsregulierend ist. Zudem wurde eine neue, besonders formstabile Matratze mit 70er-Raumgewicht vorgestellt.

Trends für internationale Märkte

In Mailand standen natürlich ganz andere Kunden als in Diepenau im Fokus des Messeauftritts, schließlich sind es hier vor allem die Besucher aus anderen europäischen Ländern, aber auch aus

Asien, dem Mittleren Osten und Nordafrika, die den Messestand bevölkerten. von den insgesamt etwas rückläufigen Besucherzahlen auf dem Salone war auf dem Polipol-Stand jedenfalls nichts zu spüren, und das bei einer außerordentlich hohen Qualität der Besucher. Die vielen neuen Kontakte und das rege Interesse aus den Exportmärkten stimmen die Polipol-Export-Mannschaft äußerst positiv für die kommenden Monate. Neben den Neukontakten nutzten aber natürlich auch die Bestandskunden die Gelegenheit, ihre Kollektionen aufzufrischen. Im Mittelpunkt des Interesses stand bei den Exportkunden das Zusammenspiel zwischen der starken Marke Hukla und den weiteren Polipol-Marken als Unterbau. Auch hier punktete man mit den gruppeninternen Synergien, die den Kunden die ganze Welt des Wohnens aus einer Hand ermöglichen. „Der Salone del Mobile ist für uns traditionell ein Ort der Begegnung, sowohl um neue Kontakte zu knüpfen als auch um bestehende Partnerschaften zu pflegen“, so Marc Greve, „und beides ist uns sehr gut gelungen. Vom hochwertigen Fachhändler über den preisbewussten Projektkunden bis hin zum designorientierten Einrichtungshaus.“ Arnd Schwarze

moebelmarkt.de → PRODUKT



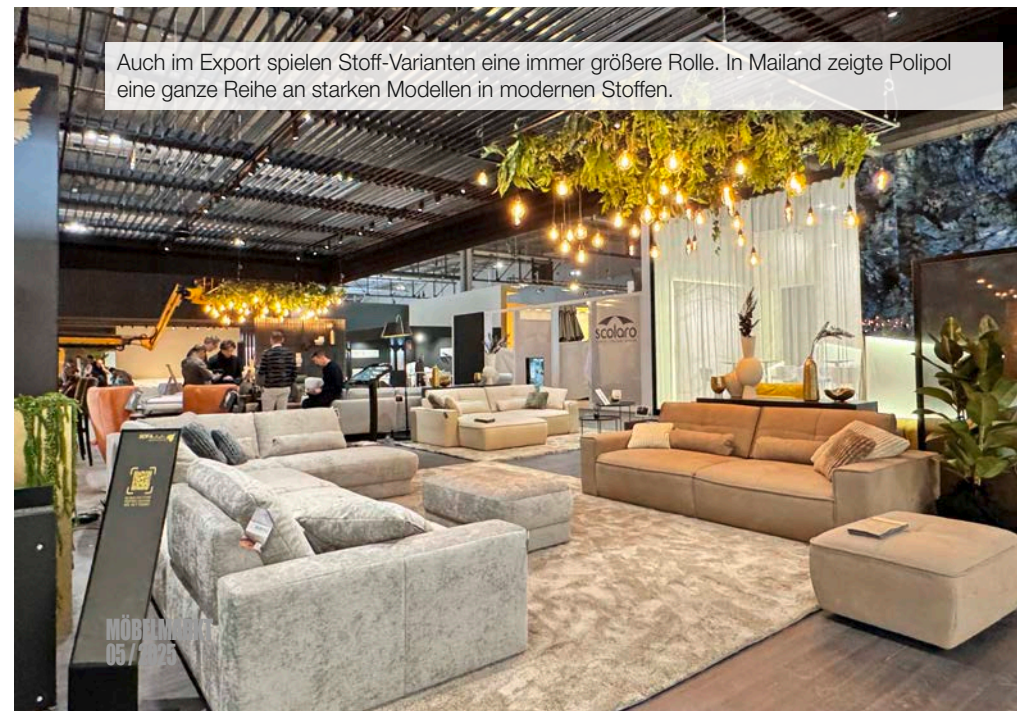
Cognac-farbenes Leder, elegante Proportionen und ein Hauch italienisches Design ergeben ein Modell, das wie gemacht ist für den Export.



Die komplett neu gestaltete Hausmesse strukturiert die Präsentation der einzelnen Vertriebs-schienen noch besser und sorgte zugleich für neue Laufwege und und mehr Raum für die Präsentation.



Die Nature-Kollektion erhielt ein neues Branding und modernes PoS-Material.



Auch im Export spielen Stoff-Varianten eine immer größere Rolle. In Mailand zeigte Polipol eine ganze Reihe an starken Modellen in modernen Stoffen.



Im Mittelpunkt des Auftritts auf der Mailänder Messe stand natürlich Hukla, die Top-Marke der Polipol-Gruppe.