



Das Planungstool „Dein Konfigurator“ ist bei der Polipol-Gruppe inzwischen ein fester Bestandteil.



Erfolgreich auf der Hausmesse gelauncht: die App „PoliSales“, die sämtliche Informationen zu allen Vertriebschienen enthält. Die App fungiert quasi als Lexikon, um den Verkauf am Point of Sale zu unterstützen und in der Beratung mehr Sicherheit zu geben.

Polipol-Gruppe: Erfolgreicher Messeauftritt

Fit für die Zukunft

In ihrem rund 7.500 qm großen Showroom in Diepenau präsentierte die Polipol-Gruppe auch in diesem Herbst jede Menge neue Modelle, Funktionen und Konzepte. Zusätzlich stand dieses Mal aber auch die Zukunft unter dem Motto „Polipol 2025“ stärker im Fokus. Dabei geht es insbesondere um die weitere Digitalisierung sowie um den umfassenden Blick auf das Thema Nachhaltigkeit.

Wir sind sehr froh, dass wir mit unserem gesamten Team in diesem Herbst endlich wieder persönliche Gespräche mit unseren Kunden führen konnten“, freut sich Polipol-Geschäftsführer Marc Greve. „Als Resümee können wir sagen, dass wir insgesamt eine positive Grundstimmung spüren konnten, die sich durch die gesamten Messetage zog.“ Nach einem, aufgrund des erneuten Lockdowns, schwierigen Jahresstart konnten jetzt alle wieder aufatmen.

Denn die Möbelkonjunktur hält an, insbesondere Polstermöbel bleiben gefragt. Greve zeigt sich zuversichtlich, dass 2021 abermals ein gutes Möbeljahr wird. Darüber hinaus betonte der Branchenkenner, dass die Weichen Richtung „Polipol 2025“ gestellt wurden.

Die Digitalisierung bleibt auf der Agenda ganz vorn. Das von dem Unternehmen bereits seit Jahren vorangetriebene Planungstool „Dein Konfigurator“ wurde jetzt um IDM-Daten von Oschmann



Comfortbetten ergänzt, die ersten 3D-Planungen konnten vorgestellt werden. „Hier sind wir einen großen Schritt weitergekommen“, betont Marc Greve. Die Handelspartner können mit immer mehr und besseren Daten versorgt werden.

Erfolgreich gelauncht wurde zudem die eigens entwickelte App „PoliSales“. Die App enthält sämtliche Informationen zu den Produkten von Polipol, über alle Modelle, Bezüge und Funktionen, aufbereitet u.a. auch mit Bewegtbildern. Diese fungiert so als ein Lexikon und bietet quasi das gesamte Wissen in einer Hand. „PoliSales“ wird künftig dazu beitragen, dass die Verkäufer:innen am Point of Sale in der Beratung den Kund:innen

gegenüber viel sicherer auftreten können. Dabei wird die App stetig aktualisiert, kommende Versionen werden weitere praktische Features enthalten. „Wir sind uns ganz sicher, dass wir damit einen großen Schritt gehen, um die Digitalisierung im Handel voranzutreiben“, so Greve.

Unter dem neuen Label „SOFAliebt – Möbel mit Herz“ bündelt Polipol die Werte der Gruppe – Menschen, Möbel und Umwelt – in einem Symbol. Und in Zukunft soll das Thema auch breiter kommuniziert werden, denn im Unternehmen werden diese Werte und Prozesse bereits vielfältig gelebt. Auf der Hausmesse gab es erste Einblicke in die drei genannten Säulen. Diese stehen für die Verantwortung und Fürsorge für die Menschen und die Umwelt. Dazu zählen transparente Herstellungs- und Vertriebsprozesse. Stichworte sind hier ressourcenschonende und schadstoffarme Produktionsprozesse, effiziente Transportverpackungen, die zu 100 Prozent recycelt werden können, sowie langlebige und reparierbare Möbel. Authentizität steht dabei an erster Stelle. In Zukunft werden die Themenfelder, die hier eine Rolle spielen, weiter ausgebaut.

Bereits zur „imm cologne“ im Januar 2022, auf der Polipol sich in gewohnter Größe präsentieren wird, wird das Unternehmen eine eigene Website dazu online schalten. Eine emotionale Ansprache soll dazu führen, das Thema Nachhaltigkeit, so wie dieses hier verstanden und ausgeführt wird, an den Handel und die Endkund:innen zu transportieren.

Doch auch bei seinen Polstermöbeln hat die Gruppe in allen Sparten, wie gewohnt, nachgelegt und optimiert. In der gesamten Ausstellung wurden die Themenwelten ergänzt oder sogar komplett überarbeitet. Stets im Blick: Stimmige Wohnwelten, die deutlich die unterschiedlichen Segmente herausstellen. Möglich wurde das auch in diesem Herbst durch ein eingespieltes Team aus den Bereichen Vertrieb, Produktmanagement und -entwicklung, Marketing sowie externen Dienstleistern.

Bereits seit gut einem Jahr, seit der Übernahme von Oschmann, hat die Polipol-Gruppe auch Betten in ihrem Portfolio. Diese wurden aktuell weiterentwickelt. Neben sehr modernen, schwebenden Boxspring-Optiken konnten so auch die



Ein Schwerpunkt, auch in der Kommunikation, wird künftig dem Thema Nachhaltigkeit gewidmet. Unter dem neuen Label „SOFAliebt“ werden die Werte des Unternehmens gebündelt: Menschen, Möbel und Umwelt.



Links: Polipol zeigte sich deutlich moderner als in der Vergangenheit, auch durch neue, samtige Bezüge wie hier in der Kollektion „Landart“.





Das Portfolio der Marke Hukla wird immer weiter ausgebaut. In diesem Herbst wurde erstmals auch ein Matratzen-Studio präsentiert. Zudem wurden sowohl bei der klassischen Linie (ganz oben) als auch bei „Hukla Pure“ (oben) neue Leitmotive gezeigt.

3-, 4- und 5-Sterne Polsterbetten durchplatziert werden. Und auch mit der Marke „Hukla – So will ich schlafen“ steigt die Polipol-Gruppe jetzt in das Schlafen-Segment ein. Unter dem Namen #Refreshed wurde erstmals ein Matratzenstudio vorgestellt. Bereits im kommenden Jahr wird dieses auf den Flächen im Handel zu sehen sein. Dann heißt es „Move it! Mix it! Touch it!“ um die geballte Kompetenz von der Wendematratze bis zur handeingelassenen Federkernmatratze zu zeigen. Dabei bietet Hukla drei verschiedene Auflagen: Kalt-, Visco- und kühlenden Gelschaum. Das atmungsaktive 3D-Klimagewebe „ClimateMesh“ sorgt zudem für eine ausreichende Luftzirkulation und ein angenehmes Schlafklima. Eine optimale Stützkraft und Druckentlastung in jeder Schlafposition sind darüber hinaus obligatorisch. Mittelfristig ist geplant, „Hukla – So will ich schlafen“ nicht auf die Vermarktung von Matratzen zu beschränken, sondern auch Betten ins Sortiment aufzunehmen.

„Hukla Pure“ wurde komplett überarbeitet. Dazu gehört ein Relaunch mit neuen Leitmotiven, außerdem wird die Marke ab jetzt zusätzlich zu den großformatigen Bildern auch auf LED-Walls präsentiert. Ebenso „Hukla Klassik“ kommt künftig mit neuer Ansprache daher, die den wohnlichen Charakter unterstreichen soll, außerdem

Bodenfreiheit war das beherrschende Thema bei Zehdenick: Dieses Modell wurde zudem mit der veganen Lederalternative „Galant“ bezogen.





Bei Polinova stand die wandfreie Relaxfunktion „WallAway“ im Fokus. Darüber hinaus wurde auch hier die gewachsene Sessel-Kompetenz hervorgehoben.



mit einem neuen TV-Sessel-Studio auch diesen Kompetenzbereich aufwertet.

Seine große Auswahl an lederbezogenen Modellen zeigt Polipol mit der Linie Polinova. Hier stand zur Herbstmesse die schon bekannte WallAway-Funktion im Fokus. Diese bewährt sich sowohl bei klassischen als auch modernen Optiken. Unter dem Namen „Colibri“ konnte sich der Handel zudem von Polinovas Stärke auch bei Modellen im italienischen Look überzeugen. Der Topseller „Toulouse“ glänzte zudem zusätzlich mit einem motorisch verstellbaren Canape und avanciert damit zum modernen Allrounder.

Auffällig war zu dieser Messe außerdem die deutlich modernere Ausrichtung von Polipol im Segment „Landart“. Vor allem die Stoffauswahl überzeugte. Vielfältige Funktionen auf Knopfdruck, wie eine stufenlose motorische Sitztiefenverstellung, die auch bei den anderen Vertriebsschienen zu finden ist, runden die Landhausmodelle immer weiter ab.

Hingucker bei Zehdenick sind aktuell die Holzstichrahmen, außerdem lag der Schwerpunkt auf dem Thema Bodenfreiheit. Frei nach dem Motto „Ich genieße Beinfreiheit“ wurde die Zehdenick-Fläche mit Flamingo-Motiven dekoriert, um die Vorteile deutlich zu machen. Schon bekannt von Hukla, aber neu bei Zehdenick: die Drehlounge-Funktion, die es ermöglicht, aus einer Armlehne mit einfachen Handgriffen eine komfortable Relaxstellung zu erzielen.

Ebenso bei Megapol, der jungen Schiene, gab es moderne, bodenfreie Modelle mit Funktionen zu sehen. Das Schlafsofa-Programm „Platzda“ punktete hier mit einer neuen Präsentation im hochwertigen Look. Darüber hinaus zeigte das Unterneh-

men in diesem Bereich seine weiterentwickelte Kompetenz bei Bezügen aus recycelten Materialien, auch Altkleidern, subsummiert in der schon bekannten „Greenline“-Kollektion. Die neuen Bezüge, die frisch auf der Proposte, der Stoffmesse in Como, geordert wurden, werden auch in die Produktentwicklungen für die „imm cologne“ 2022 einfließen. Denn bereits heute fiebert die gesamte Polipol-Mannschaft auf die große Leitmesse zum Jahresstart hin. „Wir freuen uns schon sehr auf unseren kommenden Auftritt in Köln“, betont Marc Greve. „Und selbstverständlich stecken wir bereits mit voller Kraft in der Entwicklungsphase, um dort unsere neuen Modelle, Bezüge, Funktionen und Wohnwelten präsentieren zu können.“

■ www.polipol.de



Auf der Oschmann-Fläche gab es dieses Mal einige Weiterentwicklungen zu sehen, darunter sehr moderne, schwebende Boxspring-Optiken.