

POLIPOL HAUSMESSE 2024

# WO INNOVATIONEN FORM ANNEHMEN

Auf der diesjährigen Hausmesse demonstrierte die Polipol-Gruppe, wie das Unternehmen die **Verbindung von Nachhaltigkeit, Design und Funktionen** gestaltet. Besucher:innen erwartete ein komplett umgestalteter Showroom sowie ein eindrucksvolles Produktportfolio.

**A**uf rund 7.500 Quadratmetern bot Polipol Fachbesucher:innen im September einen umfassenden Einblick in die aktuellen Entwicklungen des Unternehmens. Die gesamte Produktpalette wurde neu inszeniert, um den Besu-

cher:innen die Vielseitigkeit und Innovationskraft der Marke näherzubringen.

## DIGITALITÄT UND NACHHALTIGKEIT

Bei Polipol stand nicht nur die Modellpolitik im Vordergrund, sondern auch zentrale Themen wie Digitalität und Nachhaltigkeit.

Geschäftsführer Marc Greve erklärte: „Wir haben in den letzten Jahren kontinuierlich an unserer Modellentwicklung gearbeitet und sind stolz darauf, heute mindestens 80 Prozent der Zielgruppen bedienen zu können.“ Dieser Fokus auf Zielgruppenerweiterung wird durch strategische Inves-

Der Showroom wurde insgesamt neu gestaltet, die Themen Nachhaltigkeit (u.) und Digitalität etwa mit „PoliSales“ zentral dargestellt.



titionen in Forschung und Entwicklung unterstützt. Die Messe zeigte, wie Polipol seine Produktstrategien um nachhaltige Materialien und digitale Lösungen erweitert hat, um den Anforderungen des modernen Marktes gerecht zu werden.

Die Neugestaltung des Showrooms verdeutlichte diesen Ansatz. Die verschiedenen Produktwelten wurden so gestaltet, dass sie nicht nur ästhetisch ansprechen, sondern auch die Benutzererfahrung fördern. „Unsere ganzheitlichen Pakete für Sitzen und Schlafen ermöglichen es Verkäufer:innen, die Geschichte hinter unseren Produkten authentisch zu vermitteln“, erläuterte Marketingleiterin Jessica Krohn. Ein zentraler Aspekt war die Integration von umweltfreundlichen Materialien, wie den „Greenline“-Stoffen aus recycelten PET-Flaschen, die in den letzten Jahren eine steigende Nachfrage erfahren haben. Diese Materialien sind nicht nur nachhaltig, sondern bieten auch eine attraktive Auswahl für umweltbewusste Kund:innen.

## VIELFÄLTIGES PORTFOLIO

Hukla präsentierte zum ersten Mal im Obergeschoss sein gesamtes Produktportfolio, wobei besondere Aufmerksamkeit auf die neuen „Pure Lounge“-Sofakonzepte gelegt wurde. Diese zeichnen sich durch ihren Komfort aus, der durch eine Kombination aus Formschaum und Softsitz sowie losen Rückenkissen erreicht wird. Die Hukla Schlafsofas vereinen Sitz- und Schlafkomfort dank des Formschaums. Sie sind ein Beispiel für die Bemühungen des Unternehmens, funktionale Lösungen anzubieten, die den aktuellen Wohnbedürfnissen entsprechen.

Im Untergeschoss stellte Polinova eine breite Palette an Ledermöbeln vor, die sich durch modernes Design und vielfältige Optionen auszeichnen. Die Kollektion reicht von eleganten, italienisch inspirierten Designs bis hin zu lässigen, bodennahen Möbelstücken. Besonders die neuen, funktionalen Lösungen von Polipol für kleine Wohnräume fielen ins Auge. Diese Modelle bieten schlanke Gestelle und durchdachte Funktionen, die es ermöglichen, auch in begrenzten Räumen ein optimales Wohnenerlebnis zu schaffen. Die Nachfrage nach solchen platzsparenden Lösungen steigt aufgrund der urbanen Wohntrends stark.

## AUSTAUSCH UND AUSBLICK

Die Hausmesse diente auch als Plattform für vielversprechende Gespräche zwischen Polipol und seinen Handelspartner:innen. Der



Luxuriöses Ambiente: Hukla und Oschmann zeigten erstmals auf einer Ebene ihre Bettenwelten.



Wohnraum wird knapper, so spielen kleinere, funktionale Lösungen wie Schlafsofas von Hukla eine größere Rolle.



Zusammenspiel von Modell und Umfeld: Unter „Conri Living“ wurden für den Handel fertige Konzepte inszeniert.

Austausch war rege, und die positiven Reaktionen zeugen von dem Interesse an den vorgestellten Konzepten und den geplanten Neuerungen. Dieser Erfolg sei maßgeblich auf die enge Zusammenarbeit mit Lieferanten zurückzuführen, die in der Lage seien, umfassende Konzepte anzubieten und den Anforderungen des Handels gerecht zu werden, so Krohn. Greve betonte: „Wir denken nach vorn und arbeiten daran, die Herausforderungen des Marktes zu meistern.“

Unsere Innovationsstrategie zielt darauf ab, auch in schwierigen Zeiten relevant zu bleiben. Wir investieren, denn Möbel bleiben.“ Ein Blick auf die kommenden Messen: Polipol öffnet zu den Mitnahmetagen im Februar und zu den Partnertagen im April 2025.

GABRIELE MÜHLEN

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