

# Alliance-Ordermesse 2017

## Tolle Stimmung unter Freunden

Mittwoch, 06.12.2017

*„Zu Gast bei Freunden“: Sicher ein ungewöhnlicher Claim für die Sortiments-Messe eines Einkaufsverbands. Aber dennoch ein Claim, den Alliance auf seinen Verbands-Messen nicht nur über Mehrwerte für seine Händler, sondern ebenso auch für die ausstellenden Lieferanten partnerschaftlich lebt. Und dies in dem derzeit für beide Seiten eher schwierigen Umfeld umso mehr betont. Nicht von ungefähr war die Stimmung daher auch auf der konventionellen Ordermesse von Alliance am 2./3. Dezember in Rheinbach – wie gewohnt – wieder richtig gut und ausgelassen.*

56 Lieferanten, die in ihren jeweiligen Sortiments-Bereichen zu den wichtigsten am Markt zählen oder Marktführer sind, waren am 1. Advents-Wochenende dem Claim der konventionellen Sortiments-Messe gefolgt. Im komplett belegten verbandseigenen Messezentrum wurden viele attraktive Pakete, Trends und Neuheiten, aber auch Tipps, Konzepte, Ideen und Innovationen rund um die neuen Sortimente präsentiert – bis hin zu neuesten Beleuchtungs-Lösungen für den POS.

„Wenn unsere Gesellschafter kommen, dann müssen sie hinterher auch sagen können: Der Messe-Besuch hat einen wirklichen Mehrwert gebracht“, erläuterte Geschäftsführer Andreas Varnholt das Credo von Alliance.

Entsprechend zahlreich waren die Anschluss-Häuser auch diesmal vertreten. „Es fehlte kein einziger, der maßgebliche Umsätze macht. Die Händler wissen, dass sie hier konzentriert in zwei Tagen ein vernünftiges Sortiment zu vernünftigen Preisen zusammenstellen können“, so Varnholt.

Und ein auf ihre jeweils spezifischen Bedürfnisse vor Ort wohl abgestimmtes, durchdachtes Sortiment sei neben den Mitarbeitern und dem Marketing heute der wesentlichste Erfolgsfaktor im Mittelstand: Von den wirklich wichtigen Produkten über die richtigen Preislagen bis zur richtigen Kalkulation.

Im Mittelpunkt der zu rund 80% neuen Modelle standen auf der knapp 4.000 qm großen Ausstellungsfläche einmal mehr die Eigenmarken und verkaufsstarken Flächen-Konzepte des Verbands: Konsumige Ware für die Mitte des Marktes – ohne große Experimente nach unten oder oben, da die Häuser im derzeit eher schwierigen Umfeld eher sichere Wege gingen.

Neben fast 20 Modell-Neuheiten alleine für die Eigenmarken „Casada“ und „Ambienta“ wurden auch für die anderen Eigenlabels und Vermarktungs-Konzepte – von „Planpolster“ über „Stilecht“, „Comfort Plus“ oder „Belcanto“ bis „Lebenswert“, „Linea“ oder „Luxxea“ – zahlreiche neue exklusive Modelle und Linien lanciert.

Eines der Highlights waren die neuen Schlafzimmer von RMW unter der Eigenmarke „Linea“. Hervorstachen u.a. auch die Neuheiten bzw. Stände von Koinor, Hartmann, Decker, Venjakob, Gwinner, Thielemeyer, Candy, W. Schillig, Ewald Schillig und, beim Flächen-Konzept „Comfort Plus“, Arco. Sein Mehrwert-Credo lebt Alliance jedoch auch in Richtung seiner Lieferanten: „Die Zufriedenheit jedes einzelnen Ausstellers ist über irgend eine Zuteilung bereits im Vorfeld garantiert“, betont Geschäftsführer Joachim Bringewald. Dennoch lasse diese eigene Systematik den Gesellschaftern große Freiräume für rege individuelle Order-Tätigkeit, so Bringewald weiter.

Ein Freiraum, den diese selbst in diesem durchwachsenen Jahr derart kräftig nutzten, dass bei einigen Ausstellern sogar ihre höchsten Erwartungen übertroffen wurden. Zumal es die Händler bei einer derart kompakten Messe auch wirklich schaffen, alle Stände durchzuarbeiten. Obwohl sich laut Varnholt mit der Messe-Ware bis zu 12.000 qm Ausstellungs-Fläche im Handel bestücken ließen.

Ein Lieferant brachte die allseits gute Stimmung auf den Punkt: „Wie immer hier in Rheinbach ist es eine

tolle, quirlige Messe mit einer super Stimmung, wo auch richtig geordert wird. Wir hätten uns sehr gewundert, wenn es diesmal anders gewesen wäre“.

Zu dieser außergewöhnlich positiven Grundhaltung gerade auch in der Industrie tragen – neben der legendären Messe-Party – auch die relative Lieferanten-Treue von Alliance, die jährliche Rotation der Messestand-Plätze sowie die persönliche Wertschätzung und ein Verständnis für die Industrie bei. „Bei Alliance wissen sie ganz genau, was sie wollen – aber diese Ziele sind für uns auch erreichbar“, formuliert es der Geschäftsführer eines Lieferanten.

Auf vielfachen Wunsch steppte die Messe-Party auch diesmal wieder in der „Wuze Town“ im nahe gelegenen Phantasialand in Brühl – nicht nur auf der Tanzfläche, sondern auch mit rasanter Indoor-Achterbahn, Showacts, Live-Musik und gutem Essen.

„Es war eine tolle Ordermesse mit super Stimmung“, bilanzierten Varnholt und Bringewald. Und dies, obwohl auch Alliance bezogen auf das Gesamtjahr ein Umsatz-Minus von drei bis vier Prozent erwartet.

## **Tolle Stimmung unter Freunden**