

Alliance-Ordermesse 2018 – mit Bildergalerie

Zeit für Neues!

Freitag, 07.12.2018

Es war der perfekte Cocktail aus erfolgreich Bewährtem und starken, neuen Impulsen, getragen von einer allgegenwärtigen Aufbruch-Stimmung – und dies nicht nur personifiziert durch Thomas Eck als neuen Geschäftsführer Vertrieb und Marketing an der Seite von Joachim Bringwald sowie durch Dirk Stoppelenburg als bereits im Frühjahr angetretener neuer Einkaufs-Chef. Geprägt wurde die Dynamik auf der Ordermesse von Alliance am ersten Advents-Wochenende vielmehr auch durch die bekannte eigene Messe-Konjunktur in Rheinbach, die neue Marken-Welt des Verbands und seine Digitalisierungs-Offensive.

Vor dem Hintergrund des generell sehr schwierigen Möbeljahres war es alles andere als selbstverständlich: Auch die Alliance-Ordermesse 2018 am 1. und am 2. Dezember im verbandseigenen Messe-Zentrum in Rheinbach war von der dort stets besonderen, eigenen Messe-Konjunktur getragen.

Sonder-Messekonjunktur in Rheinbach

So hatte Alliance mit Zuteilungen auf gleichem Niveau wie im Vorjahr bereits im Vorfeld den Grundstein für eine sehr erfolgreiche Ordertätigkeit gelegt, die diese Bezeichnung auch verdient. Was eine Reihe von Lieferanten ausdrücklich unterstrich. Zumal die Zuteilungen auch diesmal auf der Messe nicht nur wieder auf die Bedürfnisse der einzelnen Händler zugeschnitten wurden, sondern diese durchaus auch wieder darüber hinaus geordert haben.

Weshalb laut der überwiegenden Zahl der anwesenden Industrie-Partner von einem schwierigen Jahr in Rheinbach nichts – oder fast nichts – zu spüren war. Im Gegenteil: es herrschte allgemeine Aufbruch-Stimmung.

„Zusammen mehr Bewegen“ lautete diesmal das Motto in Rheinbach. Und in der Tat sind einige Lieferanten auch im zurückliegenden Jahr gemeinsam mit Alliance weiter gewachsen. Denn unter dessen Anschluss-Häusern gab es einige, die ebenfalls Zuwächse verzeichnet haben, wie aus Lieferanten-Kreisen zu vernehmen war.

Mittelstand schlägt sich besser als die Großfläche

Geschäftsführer Joachim Bringwald bilanzierte beim Außenumsatz seines Verbands denn auch lediglich ein niedriges 1-stelliges Minus. Positiv ausgewirkt habe sich die besondere Stärke von Alliance im Küchenbereich und die Tatsache, dass sich der Mittelstand angesichts der dramatischen Veränderungen im Markt besser geschlagen habe als die Großfläche.

Entsprechend gut und gelöst war die Stimmung nicht nur in der Industrie, zumal die Besucher-Zahl aus Industrie und Handel mit rund 800 Gästen stabil blieb. Insgesamt präsentierten sich über 60 Lieferanten auf den knapp 4.000 qm Ausstellungsfläche in der vertrauten Business-Atmosphäre des Messe-Zentrums.

Neutralisierungs-Konzepte auf einem völlig neuen Level

Dabei zogen sich die neuen Neutralisierungs-Konzepte „Home“ und „Luxxea home“ wie ein roter Faden durch alle präsentierten Modelle für die freien Sortimente. Beide Schienen bieten den Händlern die Chance, sämtliche freien Modelle individuell zu benennen und über beide Schienen in Verbindung mit den Stilwelten „Trend“, „Comfort“, „System“, „Smart“, „Natur“ und „Design“ passend zu ihrer eigenen Positionierung individuell zu branden, erläuterte Dirk Stoppelenburg.

Womit die freien Sortimente selbst von Verbands-Kollegen nicht mehr vergleichbar seien und somit auch eine Vermarktungs-Ruhe in den eigenen Reihen garantiert werde.

„Wir bündeln Ressourcen und heben den Neutralisierungs-Gedanken auf eine komplett neue Stufe. Unsere Gesellschafter werden dadurch absolut unvergleichbar und erhalten einen starken Kalkulationsschutz – stationär als auch online“, so der Einkaufs-Chef.

Beide Konzepte seien frei skalierbar und könnten sich dem jeweiligen Haustyp anpassen. So werde ein 2.000 qm großes Haus nicht vom Marketing-Paket erschlagen während die Konzepte in einem 15.000 qm-Haus nicht untergingen. Dazu stellt Alliance den Händlern u.a. auch ein umfangreiches Paket an Marketing- und Dekorations-Leistungen zur Verfügung.

„Home“ und „Luxxea“ lösen in der Eigenmarken-Architektur des Verbands mehrere bisherige Neutralisierungs-Konzepte ab und werden flankiert von den exklusiven Eigenmarken „Casada“ für den Konsum-Bereich und „Ambienta“ für das gehobene Segment.

Digitalisierungs-Offensive

Auch bei der Digitalisierung geht Alliance in die Offensive und entwickelt sich zu einem digitalen Service-Provider, wie der Leiter der Digitalabteilung, Martin Tappe, betonte.

Die Leistungs-Palette sei sehr umfangreich und folge einem klaren Konzept. „Wir orientieren uns ganz klar am Weg des Verbrauchers und schaffen für jeden Berührungspunkt ein entsprechendes digitales Gegenstück zur analogen Welt. Hierbei setzen wir stark auf Automatisierung und intelligent verbundene Systeme. So sind wir in der Lage, mit einer verhältnismäßig kleinen Mannschaft den gesamten Verband schnell und kompetent mit Digitaleleistungen zu versorgen“, so Tappe.

Alliance habe sich auch zu einem Datencenter entwickelt, um die Gesellschafter über weitreichende Strukturen schnell mit Informationen und Daten zu versorgen. So umfasse das Medien-Center des Verbands bereits mehrere hundert Videos, über 1.000 Facebook- und Instagram-Posts, Verkäufer-Briefings und eine umfangreiche Bilddatenbank. Jeder Prospekt sei auch in einer digitalisierten Variante kostenlos verfügbar und könne über eine verbandseigene Software-Entwicklung individuell angepasst und sekundenschnell über den gesamten Verband ausgerollt werden.

Offizielle Begrüßung von Thomas Eck auf der legendären Messe-Party

Zum Auftakt der legendären Messe-Party am Samstagabend – auch in diesem Jahr wieder in der „Wuze Town“ im Phantasialand in Brühl – begrüßte Aufsichtsrats-Chef Volker Peeck offiziell den neuen Verbands-Geschäftsführer Thomas Eck, der just zur Odermesse die neue Aufgabe an der Seite von Joachim Bringewald antrat.

Eck präsentierte sich in seiner Antritts-Rede als verantwortungsvoller und zupackender Macher, indem er neben der Aufbruch-Stimmung, die er verbreitete, ebenso deutlich unterstrich, dass Bringewald als Mentor

an seiner Seite aber auch die nötige Kontinuität garantiere. „Ich verspreche Ihnen, dass wir gemeinsam erfolgreich in die Zukunft gehen werden“, so der 52-jährige Vertriebs-Profi, der für Vertrieb, Marketing, Gesellschafter-Betreuung und Akquisition zuständig zeichnet.

Sein Vorgänger Andreas Varnholt, der Ende September in der Ruhestand wechselte und keine Verabschiedung in diesem großen Rahmen gewünscht hatte, wurde daher in Abwesenheit mit großem Applaus verabschiedet.

Die Messe-Party selbst machte sodann ihrem Ruf wieder alle Ehre – nicht nur mit einem ausgezeichneten Dinner und den beiden rasanten Indoor-Achterbahnen, sondern auch mit einer bärenstarken Band, welche die Stimmung unter den rund 1.000 Gästen aus Handel und Industrie aus dem Stand so richtig anheizte.

Zeit für Neues!

Links

- [Alliance](#)