Alliance Ordermesse 2019
Demonstration der Stärke

Dienstag, 03.12.2019

Wie von Rheinbach gewohnt, wurde auch die diesjährige 14. Ordermesse am 30. November und 1. Dezember wieder von einer besonders guten Stimmung beflügelt.

Zumal die Zahl der zur Messe und zur Abend-Party im Phantasialand in Brühl angereisten Gesellschafter 5% über jener des Vorjahres lag. So zählte der Alliance-Verband am ersten Advents-Wochenende insgesamt rund 1.700 Gäste aus Handel und Industrie – rund 900 davon alleine am vergangenen Sonntag.

Zur ausgelassenen Stimmung trug auch die Umsatz-Entwicklung im laufenden Jahr bei. So erwartet das Geschäftsführer-Duo Joachim Bringewald und Thomas Eck – trotz eines prognostizierten Rückgangs für November – für das Gesamtjahr ein deutliches Umsatzplus zwischen 2,3 und 2,5%.

Der besonderen Stärke von Alliance im Bereich Küche entsprechend liegt der Umsatzanteil in diesem Segment dabei einmal mehr über 30% – gefolgt vom Bereich Polstermöbel mit 24%. Die Segmente Wohnen und Speisen steuern in diesem Jahr jeweils über 7% des Umsatzkuchens bei.

Diese entgegen der Großfläche überaus positive Entwicklung demonstriert, nach Worten von Geschäftsführer Thomas Eck, die besondere Stärke des Alliance-Verbands: Die homogene Struktur ebenso agiler wie starker Gesellschafter, die – anders als viele Großflächen-Betreiber – noch in der Lage seien, ebenso kompetent wie hochwertig zu verkaufen. Eine Auffassung, die auch die Verbands-Lieferanten auf der Messe am Wochenende unisono unterstrichen.

Durch die zunehmende Konzentration und die damit verbundene drastische Uniformisierung im Möbelhandel sieht Eck für die guten Mittelstands-Häuser im Verband daher für die Zukunft sogar deutlich wachsende Chancen und Perspektiven.

Mit dem Start der neuen Hochwert-Schiene „goodBrands“ wird Alliance am Rande seiner Hauptversammlung am 5. Mai die diesbezüglichen Stärken und Potenziale seiner Gesellschafter auch konzeptionell weiter pushen.

Diese besondere Kompetenz für wertiges Verkaufen spiegelte sich auf der Messe auch auf allen Ständen der 60 ausstellenden Lieferanten in dem 4.000 qm umfassenden verbandseigenen Messezentrum wieder: „Dies ist von der Präsentation her die schönste und wertigste Messe, die wir hier je hatten“, lobte Bringewald die Industrie.

Die Aussteller ihrerseits wiederum hatten an der Rheinbacher-Messe einmal mehr besonders viel Freude, weil dort eine rege Ordertätigkeit im wahrsten Sinne des Wortes „garantiert“ ist.

Zu den konzeptionellen Highlights der Messe gehörte der Stand der ebenso frisch wie emotional relaunchten Verbands-Schiene „Lebenswert“ für natürliches Einrichten. Ein weiteres Highlight war u.a. der eindrucksvolle Relaunch des Flächenkonzeptes „Planpolster“ inklusive seiner zielgruppenspezifischen Unterteilung in die vier Bereiche „Comfort“, „Select“, „Trend“ und „Lounge“.

Insgesamt präsentierte Alliance auf seiner Messe zudem zahlreiche Exklusivitäten und Teilexklusivitäten sowie zehn neue Modelle für seine Eigenmarke „Casada“.

Auf Lieferantenseite erstmals mit dabei war Ada für den Bereich Schlafen. K+W schaffte es nach seinem starken Auftritt auf der M.O.W. zurück in den Kreis der in Rheinbach konzentrierten starken Lieferanten-Partner.

Eine der großen Stärken des Alliance-Verbandes liegt im digitalen Marketing, das von einer umfassenden Mediendatenbank bis zu einem zentralseitigen Stammdaten-Management bis in die Warenwirtschaft, inkl. – und das ist laut Verband einmalig in Deutschland – der für alle Alliance-Mitglieder kostenlos zur Verfügung gestellten Planungs-App „XcalibuR“ von Diomex reicht.

„Im Bereich Digitalisierung gibt Alliance also zurzeit richtig Gas und die Gesellschafter ziehen begeistert mit“, so ein sichtlich erfreuter und entspannter Thomas Eck am Abend des ersten Messetages.

Demonstration der Stärke

Links

- Alliance