

# Alliance Verband

## Neuer Hochwertbereich Ambienta gestartet

Dienstag, 23.08.2022

**Nach langer und intensiver Vorbereitung hat der Alliance-Verband im Rahmen einer Kickoff-Veranstaltung das Konzept für den neuen Hochwertbereich unter der Dachmarke Ambienta vorgestellt.** Unter der Dachmarke Ambienta führt Alliance zukünftig verschiedene Sub-Brands für unterschiedliche Lebensbereiche. Der erste Schritt wurde mit Ambienta Loft bereits getan. Noch in diesem Jahr will Alliance erste, repräsentative Pilotflächen umsetzen. Als Kernlieferanten sind ausschließlich namhafte Hersteller vorgesehen, wodurch der qualitativ hohe Anspruch an die Dachmarke sichergestellt werde. Durch eine verbesserte Anbindung der bestehenden Lieferanten seien für die Gesellschafter beste Konditionen und kurze Lieferzeiten garantiert, so der Verband. Die exklusive und lizenzierte Vermarktung von Ambienta Loft wird in der Planung und Umsetzung durch ein Ladenbau- und Architektennetzwerk unterstützt. „Das veränderte Kaufverhalten der Endkunden und die allgemein schwierigen, wirtschaftlichen Rahmenbedingungen machen es notwendig, neue Käuferschichten in den Fokus zu nehmen“, sagte Marc Mispelkamp (Head of Brand Development). Die Zielgruppe des neuen Premiumsegments definiert sich als eher junger, zumeist hochgebildeter, postmoderner Personenkreis in urbanem Umfeld. Die eigene Identität dieser selbstbewussten Lifestyle-Architekten wird oftmals unmittelbar durch hochwertige Marken geprägt. Aktuell existieren in Deutschland etwa 400 Einrichtungshäuser, die im Hochwertbereich aktiv sind und gemeinsam über ein außerordentliches Umsatzvolumen verfügen. Hinzu kommen noch etwa 130 Häuser, deren Fokus speziell auf Ökologie, Nachhaltigkeit und Langlebigkeit liegt. Die umfangreichen, ganzheitlichen Marketingmaßnahmen für Ambienta beinhalten, neben einer zentralen Website und Social Media-Kampagnen, auch ein gut aufeinander abgestimmtes PoS-Konzept und je nach Sub-Brand ein Brandbook oder individualisierbare Journale. Darüber hinaus wird ein Händlerfinder dafür sorgen, dass Endkunden direkt zum Anschlusshaus geleitet werden.

Das Markengebäude des Lieferanten Glaskoch, der mehrfach für seine Architektur und sein Design ausgezeichnete Leonardo Glass Cube im ostwestfälischen Bad Driburg, lieferte den perfekten Rahmen für die Kickoff-Veranstaltung. Annähernd 30 interessierte Teilnehmer, die zusammen 35 Standorte vertreten, konnten Jürgen Feldmann (Geschäftsführer), Daniel Borgstedt (Geschäftsführer) und Marc Mispelkamp zur Auftaktveranstaltung begrüßen. Als Gastredner referierte der prominente Autor Achim Fringes zum Thema Verkaufsförderung und Neuro-Merchandising.

## Neuer Hochwertbereich Ambienta gestartet

### Links

- [Alliance Verband](#)

