

# **Neue Programme**

## **Weichen für die Zukunft gestellt**

### **Machalke stellt sich mit einer differenzierten Sortimentsstruktur neu auf**

Dienstag, 01.03.2016

Der Polstermöbelspezialist Machalke hat sich unter der Prämisse „Die Schönheit des Echten“ ein klares Profil gegeben. Seit 40 Jahren produzieren die Machalke Polsterwerkstätten im oberfränkischen Hochstadt hochwertige Qualitätspolstermöbel in einer klassisch-modernen Designsprache. Dabei legt die Polstermanufaktur großen Wert auf solide Handwerksqualität, auf charakterstarke, naturbelassene Leder sowie eine nachhaltige und verantwortungsbewusste Produktion.

Gestärkt durch die Übernahme und Integration in die Möbel-Division Neofacture unter dem Dach von Prevent Home erhält sich Machalke seine Eigenständigkeit und stellt sich mit einer überarbeiteten Sortimentsstruktur neu auf. Für den langfristigen Geschäftserfolg hat Machalke jetzt ein zukunftsorientiertes Konzept aufgesetzt, in dem vier Linien unterschieden werden.

Die Marke Machalke mit ihrem Katalogprogramm und ihren selektiven Modellen steht dabei für den klassischen Markenkern mit einer deutlichen Ausprägung auf zeitlose, hochwertig verarbeitete Programme in einer unvergleichlich großen Lederauswahl in einer kubisch-modernen Formensprache. Hiermit werden der Fachhandel und der Hochwertbereich der qualifizierten Großfläche angesprochen.

Unter dem Label „machalke select“ wird es künftig eine Kollektion geben, die ausschließlich der Vermarktung über den Fachhandel vorbehalten bleibt. „In diesem Sortiment können wir alle Register einer individuellen, handwerklichen Fertigung ziehen. Formal knüpfen wir an die bekannte Modellphilosophie an. Gerade die beratungsstarken Fachhändler können hier die umfassende Planungstiefe des Programms ausschöpfen“, erklärt Thomas Schlosser, verantwortlich für die Produktentwicklung bei Machalke.

Ein besonderes Augenmerk in der Entwicklung gilt jedoch den beiden Sparten, die künftig die Zielgruppen im preislichen Unterbau zu den vorhandenen Sortimenten einnehmen sollen. Unter dem Label „Pure by machalke“ wurden bereits die ersten Themen vorgestellt, die eine junge, moderne Linie repräsentieren und Machalkes Attraktivität für Lifestyle-orientierte Einrichtungshäuser und den Online-Vertrieb steigern sollen. Durch die Konzentration auf verkaufstarke Typen und Kombinationen sowie trendgerechte Bezüge in Stoff und Leder wird die Komplexität begrenzt und eine zielgruppengerechte Preislage erreicht. Mit der Kollektion „Crack“ wurde vor nahezu 20 Jahren eine über viele Jahre sehr erfolgreiche Vermarktungslinie eingeführt. Mit „Pure by machalke“ will man an diese Erfolge anknüpfen.

Die wichtigste Ergänzung des Sortiments ist mit dem neuen Label „Life by machalke“ geplant. „Im Kern geht es um die Entwicklung eines Kollektionsbausteins mit Polsterprogrammen in werberelevanten Preislagen, mit denen wir uns einem breiteren Marktsegment öffnen wollen“, so Schlosser weiter. „Die

Gestaltung berücksichtigt die aktuellen Anforderungen an die Ästhetik und im besonderen Maße an Komfort fördernde Funktionen mit und ohne elektrische Unterstützung. Dieses Marktsegment ist aufgrund seiner Umsatzrelevanz zwar am stärksten umkämpft, mit für Machalke spezifischen Details und besonderen Ledern können wir jedoch zusätzliche Akzente und Verkaufsargumente anbieten.“

Erste Modelle werden auf den Frühjahrsausmusterungen präsentiert. Bei der Umsetzung dieser Linie kann Machalke auf das Netzwerk von Prevent Home und deren globalisiertes Sourcing zurückgreifen. Dadurch lassen sich Wettbewerbsvorteile erzielen, die für den Erfolg von „Life by machalke“ eine wichtige Basis darstellen.

„Mit diesem breiten Angebot an Preislagen und Vermarktungslinien kann unser Vertrieb – von der Marke bis zum selektiven Sortiment – nahezu alle Möbelhandelsformen individuell bedienen“, wie Thomas Schlosser ausführt. „So sehen wir uns gut gerüstet für die Zukunft.“ hoe

[zum Seitenanfang](#)