

Polipol – neue Programme Ausgeschlafen in den Herbst

Polipol-Gruppe forciert die Digitalisierung und launcht „Hukla-Matratzen“ zur Hausmesse

Dienstag, 07.09.2021

Viel vorgenommen für die Hausmesse im September hat sich die Polipol-Gruppe aus Diepenau. Spricht man mit Geschäftsführer Marc Greve darüber, was alles ansteht und woran gerade gearbeitet wird, gerät man schnell ins Staunen. Konzentration auf Nachhaltigkeit, verstärkte Digitalisierung, Ausweitung der hauseigenen Marke Hukla mit einem Matratzensortiment, das die erst im vergangenen Jahr integrierten Oschmann-Polsterbetten ergänzen soll, und natürlich die permanent laufende Sortimentsarbeit in allen Vertriebschienen: „Wir arbeiten derzeit an unserer Vision von ‚Polipol 2025‘ – und da gehören alle diese Themen dazu, damit wir uns für die Zukunft gut aufstellen können. Das ist nicht nur für uns wichtig, sondern auch für unsere Kunden“, so Greve im Gespräch mit dem MÖBELMARKT.

Nachhaltigkeit muss gelebt werden

Ein wichtiger Aspekt dieser Zukunftsstrategie ist für Marc Greve das Thema Nachhaltigkeit, das bei der Polipol-Gruppe mehr sein soll als ein Marketing-Vehikel: „Wir als Mengenlieferant sind in der Lage, in diesem Bereich viel zu machen und den Kunden trotzdem einen guten Preis zu bieten.“ Polipol produziert ganz überwiegend innerhalb der Europäischen Union und hat hier bereits Standards entwickelt, auf die man sich als Kunde verlassen könne – und diese Standards habe man auch auf das Werk in Belarus übertragen. Ein verantwortungsbewusster Umgang mit den Ressourcen zählt daher ebenso zu den Kernwerten des Unternehmens wie ein hoher Sozialstandard beim Umgang mit den Mitarbeitern. „Menschen, Möbel und Umwelt“, das sind für den Polipol-Chef die drei Säulen der Nachhaltigkeit, die man in den Unternehmenswerten ganz selbstverständlich verankert habe, auch ohne bisher darüber viel zu reden. Das wird sich nun ändern. Auf der Messe wird das Thema mehr in den Fokus gerückt, auch um den Handel dafür zu sensibilisieren und um es in der Endkunden-Kommunikation intensiver zu nutzen. Denn auch dieser schaue inzwischen genauer hin, woher seine Möbel kommen, woraus sie gemacht sind. Um von der Wegwerfgesellschaft wegzukommen, sind Polipol-Sofas reparierbar, auch Einzelteile könnten neu hergestellt und ersetzt werden. Immer bessere Materialien würden zudem die Langlebigkeit der Polstermöbel erhöhen. So bricht man bei Polipol die globalen Themen auf die Branche herunter.

Digitalisierung wird zur Pflichtaufgabe

Das Thema Digitalisierung steht bei Polipol schon lange im Fokus. Von Anfang an hat man auf den IDM-Polster-Datenstandard gesetzt, der moderne Lösungen wie den Polster-Konfigurator erst möglich macht.

Dieser wird vom Handel immer besser angenommen und führt dort, wo er zum Einsatz kommt, zu spürbar besseren Umsätzen. Doch damit will man es in Diepenau nicht bewenden lassen: „Wir haben die Daten, bereiten sie auf und stellen sie zur Verfügung. Aber der Handel muss damit auch etwas machen“, ist Marc Greve überzeugt. Die Sortimente und Konzepte müssten dem Endkunden auch online präsentiert werden. Denn dieser informiert sich vor dem ersten Besuch im Möbelhaus intensiv online, und wenn er in ein Möbelgeschäft geht, will er sich auch sicher sein, dass er sein Wunschsofa, das er im Internet gefunden hat, dort auch vorfindet – zum Probesitzen und haptischen Erleben. „Wir erleben ja schon heute, dass die Frequenz im Handel nachlässt. Die Kunden, die dann ins Möbelhaus kommen, haben aber einen sehr konkreten Kaufwunsch. Mit unseren Planungs-Tools kann der Verkäufer den Kunden begeistern – auch für zusätzliche Funktionen – und damit einen höheren Bon erzielen.“ Ein nächster Step in Sachen Digitalisierung, der auf der Hausmesse vorgestellt wird, ist die „PoliSales App“ für den Handel. Diese kombiniert eine umfangreiche Wissensdatenbank zu verschiedenen Themenbereichen rund um die Möbel mit einer smarten Filtermöglichkeit. Mit wenigen Klicks lassen sich auf dem Smartphone Informationen wie Funktionsbeschreibungen, Produkt-videos oder Bezugsmaterialien abrufen und damit das Verkaufsgespräch abrunden. Polipol verspricht mit der App „eine neue Art des Verkaufens“, denn der Fachhändler hat alle Informationen zum gesamten Polipol-Sortiment jetzt immer direkt am Produkt handlich auf dem Smartphone zur Verfügung und kann Fragen oder Wünsche des Kunden direkt in die Beratung einfließen lassen, ohne sich erst an seinem Beraterplatz rückzuversichern. Durch das Aufzeigen von Kombinationsmöglichkeiten und visuellen Veranschaulichungen für den Kunden lassen sich noch einfacher Zusatzumsätze generieren. Und auch die spezifischen Eigenschaften der verschiedenen Stoff- und Lederqualitäten sind hier hinterlegt, so dass auch in diesem Bereich mit passenden Pflege- und Reinigungshinweisen optimal beraten werden kann. Darüber hinaus erfährt der Berater hier alles Wichtige rund um Polipol. Von Schulungsterminen und Veranstaltungen des Unternehmens bis zu Hintergrundinformationen und der Firmenzeitschrift „Ohne Sofa geht’s nicht“ sind hier alle aktuellen Informationen gebündelt.

Hukla kehrt mit Matratzen zu den Wurzeln zurück

Mit den Kollektionen Hukla und Hukla Pure im Bereich Relaxsessel und Formschaum-Sofas ist die Polipol-Gruppe seit der Übernahme der Markenrechte hervorragend im Handel platziert. Und nachdem im vergangenen Jahr auch erstmals die Oschmann-Polster- und Boxspringbetten unter dem Dach der Polipol-Gruppe präsentiert wurden, ist es nur folgerichtig, dass man das Sortiment jetzt um eine Matratzen-Kollektion unter dem bekannten Markennamen Hukla erweitert. Hierfür wurde mit der Hukla Comfortbetten GmbH & Co. KG eigens eine neue Firma gegründet. Und diese soll, wie der Name schon verrät, neben den Matratzen auch eine künftige Hukla-Betten-Kollektion vermarkten. Unter dem Motto „Hukla – So will ich schlafen“ wurden drei Matratzenthemen entwickelt. Bei „Move it“ handelt es sich um 4-in-1-Wendematratzen mit zwei Härtegraden und einem Bezugscover mit Sommer- und Winterseite. Mit „Mix it“ bietet Hukla größtmögliche Individualisierung, da hier verschiedene Kerne, Bezüge und Schaumauflagen miteinander kombiniert werden können. Und bei „Touch it“ bekommt der Kunde eine Matratze mit von Hand in den Schaumkern eingelassenen Federn. Alle Matratzen sind dabei auf der Unterseite mit einem atmungsaktiven Funktionsbezug aus einem 3D-Klimagewebe ausgestattet und können so eine optimale Luftzirkulation gewährleisten – ein Thema, das dem Verbraucher immer wichtiger wird.

Es gibt also reichlich Themen, für die ein Besuch auf der Polipol-Hausmesse lohnt. Ob persönlich in Diepenau oder per virtueller Führung. Denn diese Option hat sich bestens bewährt und wird natürlich auch wieder angeboten.

moebelmarkt.de PRODUKT

Ausgeschlafen in den Herbst

Links

- [Homepage des Unternehmens](#)
- [Seite 30+31](#)

Weiterführende Links

- -