

Polipol – Neue Programme

Der passende Look für alle Modelle

Polipol Gruppe legt auf der imm cologne in allen Vertriebslinien noch einmal kräftig nach

Dienstag, 31.03.2020

„Wer in Köln erfolgreich sein will, muss echte Neuheiten zeigen“, erklärt Polipol-Chef Marc Greve im Gespräch mit dem MÖBELMARKT, während sein Blick über den gut besuchten Messestand des Unternehmens auf der imm cologne schweift. Und mit Neuheiten hat die Polipol-Gruppe auch in diesem Jahr wirklich nicht gegeizt, alle Vertriebslinien glänzten zur Messe mit neuen Modellen und Bezugstoffen, was bei den Kunden bestens ankam: „Wir freuen uns über eine sehr erfolgreiche Messe in Köln und sehr gute Platzierungen im Handel“, so Greve weiter, der ein durchweg positives Messerfazit zieht. Dies ist umso bemerkenswerter, weil Polipol bereits auf eine sehr gute Hausmesse zurückblicken kann. Für Greve behält die Kölner Messe auch weiter ihre große Bedeutung, gerade was den internationalen Markt angeht – die hier geführten Gespräche und die neuen Kontakte könne man eben nirgendwo sonst generieren. Aber für diesen Erfolg hat die Gruppe aus Diepenau auch kräftig Gas gegeben. Und das in allen Bereichen.

Hukla goes #social

Gerade bei Hukla, „der bezahlbaren Marke“ der Polipol Gruppe, bedeutete das auch eine Konzentration auf die Publikumstage. Seit neuestem ist die einzige Endverbrauchermarke in der Gruppe auch auf den Social-Media-Kanälen Facebook und Instagram unter dem Namen „hukla.de“ vertreten, um dort ihre Zielgruppen auf eine neue, spielerische Art anzusprechen und vor allem, um die Marke weiter zu etablieren. Hierfür werden nicht nur die Hukla-Produkte in den Mittelpunkt gestellt, sondern vor allem auch die Menschen dahinter. Für die imm cologne hatte man auf dem Hukla-Stand eine Foto-Aktion für Endkunden an den Publikumstagen auf die Beine gestellt. In einem coolen Foto-Set konnte man sich hier gemeinsam mit dem Modell, das auch auf den Hukla-Pure-Werbefotos zu sehen ist, fotografieren und filmen lassen. Die Bilder gab es dann als Print für daheim, oder sie wurden direkt in den sozialen Netzen geteilt. Aber natürlich konnte auch Hukla mit einigen Produktneuheiten aufwarten. Dazu gehörte nicht nur der neue Stoff „Solea“, der bei den Fachbesuchern sehr gut ankam, sondern auch komplett neue Relling-Sofas sowie ein Sessel mit Aufstehhilfe und Trolley-Funktion, durch die er sich besonders einfach in der Wohnung versetzen lässt.

Nachhaltigkeit ist Trumpf

Das Fokus-Thema Bezugstoffe stand bei allen Vertriebslinien im Mittelpunkt. Gerade verschiedene

Stoffe in Leder-Optik und -Haptik liegen bei den Polstermöbel-Profis aus Diepenau voll im Trend. Bei Polinova kam zudem eine neue Lederqualität in Vintageleder-Optik hinzu, die ebenfalls sehr gut aufgenommen wurde. Die auf Leder-Sofas spezialisierte Vertriebslinie hatte bereits zur Hausmesse neue Modelle in moderner Optik und mit schicken Ziernähten an den Armteilen präsentiert. Dieser Weg wurde auch in Köln weiterverfolgt, so dass hier umfangreiche Nachplatzierungen im Handel generiert werden konnten. Das aktuelle Trend-Thema Nachhaltigkeit ist der Polipol-Gruppe schon lange eine Herzensangelegenheit. So wurde schon seit Jahren bei Neubauten und in den Produktionsstätten auf Energie-Einsparung und Abfallvermeidung Wert gelegt. Zur imm cologne wurden jetzt auch erste Bezugsstoff-Kollektionen aus recycelten PET-Flaschen in der Megapol-Kollektion eingeführt: „Damit gehen wir unseren Weg zu nachhaltiger Produktion und nachhaltigen Produkten konsequent fort. Um ein Sofa zu beziehen, werden rund 650 alte PET-Flaschen recycelt und so einer neuen Verwendung zugeführt. Das kam bei unseren Kunden sehr gut an“, erklärt Marketingleiterin Jessica Schlechte. Auch in der Zukunft werde das Thema Nachhaltigkeit in allen Unternehmensbereichen konsequent weiterverfolgt, was auch zu neuen Konzepten und Lösungen führen werde.

Zeitlose Optik

Immer wichtiger werden in allen Vertriebslinien moderne, zeitlose Optiken. So gehören bei Polipol die „Polifit“-Sofas mit ihrem ergonomischen Komfort schon länger zu den absoluten Erfolgsmodellen. Das „Polifit“-Konzept wurde nun auch auf Polinova übertragen, so dass die bisher eher konsumige Vertriebslinie neue Zielgruppen erschließen kann, die sowohl auf eine moderne Optik als auch auf hochwertiges Leder Wert legen. In der Vertriebslinie Polipol wurden ebenfalls neue „Polifit“-Einzelsofas nachgelegt, die gut platziert werden konnten, genau wie die beliebten TV-Center-Lösungen. Aber da jeder Trend auch seinen Gegentrend benötigt, ist auch die Nachfrage nach den „Landart“-Modellen aus der Polipol-Vertriebslinie ungebrochen. Um den Fans dieser Optik ebenfalls für eher kleinere Räumlichkeiten das passende Sofa bieten zu können, hat man hier noch mal einige Modelle in etwas schlankerer Optik nachgelegt.

Besser präsentieren – mehr verkaufen

Schon lange legt man bei Polipol Wert darauf, dem Handel nicht nur gut verkäufliche Sofamodelle an die Hand zu geben, sondern ihn auch beim Verkauf zu unterstützen. Und das beginnt schon bei der Präsentation: „Der Kunde muss sich in Welten bewegen können, wenn man ihn mit seinem persönlichen Geschmack abholen will“, so Jessica Schlechte. Deswegen legt die Polipol-Gruppe auch bei ihrer Messepräsentation immer größeren Wert auf eine stimmige Präsentation der verschiedenen Vertriebslinien. Der Messestand war daher wieder in bis ins Detail ausdekorierte Geschmackswelten eingeteilt, die den Besuchern aus dem Handel einen Eindruck vermittelten, wie die Sofas am POS besonders wirksam präsentiert werden können. Eine wichtige Rolle spielt beim Thema Verkaufsförderung auch der digitale Planungstisch von „DeinKonfigurator“. Auch auf der imm cologne nutzten wieder viele Handelspartner die Gelegenheit, sich das Planungs-Tool und dessen Möglichkeiten erläutern zu lassen: „Die digitalen Planungsmöglichkeiten sehen wir als große Zukunftschance“, so Marc Greve. Denn der Kunde werde bei dieser Planungslösung mit eingebunden, könne seine eigenen Vorstellungen viel besser mit einbringen und habe ein viel intensiveres Einkaufserlebnis. Damit steige auch die Chance auf einen Verkaufsabschluss. „Außerdem können wir schon jetzt klar feststellen, dass der Durchschnittswert pro verkaufter Garnitur bei der Nutzung des Planungstisches ansteigt, weil der Kunde hier viel besser sehen kann, was sein Sofa bei der Auswahl einer bestimmten Funktion alles kann“, so Greve weiter. Diese digitale Planung ist für den Polipol-Chef die perfekte Verbindung von Handwerk und Tradition mit Digitalisierung und Modernität. *Arnd Schwarze*

Der passende Look für alle Modelle

Links

- [Polipol](#)
- [Artikel als PDF](#)