

Polipol – Neue Programme

Digitalisierung als Wachstumschance

Polipol setzt zur Hausmesse auf stimmungsvolle Präsentation und digitale Helfer

Donnerstag, 24.10.2019

Wenn es um die Zukunft des Sofas geht, ist man sich bei Polipol sicher: Wer auf eine emotionale Präsentation setzt und die Chancen der Digitalisierung nutzt, der wird erfolgreich aus den Veränderungen der Märkte hervorgehen. Und genau diese Strategie lebt der Polstermöbel-Hersteller aus Diepenau auch vor, das war bei der 2019er-Ausgabe der Hausmesse ganz deutlich zu erkennen.

Denn je größer die Ausstellungsfläche in einer der größten Hausmessen Deutschlands wurde - seit der letzten Erweiterung stehen mehr als 7.000 qm zur Verfügung – desto wichtiger wurde es auch, nicht einfach nur neue Modelle zu zeigen, sondern diese stimmungsvoll zu inszenieren. Und diesbezüglich hat sich in den letzten Jahren bei Polipol viel getan. Alles wirkt deutlich ausdekorierter und emotionaler als noch vor fünf Jahren. Die große Fläche ist in erkennbar abgegrenzte Themenbereiche gegliedert und die einzelnen Modelle haben mehr Raum bekommen, um auf den Besucher zu wirken. Die „emotionale Präsentation“ hat das Team um Marketingleiterin Jessica Schlechte inzwischen perfektioniert und setzt Jahr für Jahr neue Highlights.

Und auch bei der Digitalisierung schreitet Polipol voran. Als einer der ersten Volumenanbieter von Polstermöbeln stellte man den Kunden seinerzeit sämtliche Artikel-Stammdaten im IDM-Polster-Branchenstandard zur Verfügung. Und seit einem Jahr arbeitet das Unternehmen intensiv mit dem den IT-Experten von „Dein Konfigurator“ zusammen, mit denen man den Polstermöbelkonfigurator zur Marktreife gebracht hat. Das Planungs-Tool läuft auf verschiedenen Plattformen. Auf einer handlichen Tablet-Lösung, mit der sich der Verkäufer in der Fläche frei bewegen kann, ebenso wie auf dem großen Beratungstisch, an dem der Verkäufer den Kunden die verschiedenen Planungsalternativen vorstellen und zusätzliche Produktinformationen und -Videos vorführen kann.

„Wir sind davon überzeugt, dass es die Kombination aus emotionaler Präsentation und digitaler Planung ist, die der Endverbraucher in Zukunft vom Handel erwartet. Wer hier die Chancen der Digitalisierung nutzt, wird damit auch in Zukunft wachsen“, so Polipol-Geschäftsführer Marc Greve. Greve ist sich diesbezüglich auch deswegen so sicher, weil die Erfahrungen bei Möbel Rieger in Heilbronn schnell gezeigt haben, dass schon kurz nach der Installation der ersten Planungstische hieran der Großteil aller Modelle geplant und verkauft wird: „Die einfache Bedienung, die unterstützenden Produktvideos und Informationen sowie die Anbindung an alle maßgeblichen Warenwirtschaftssysteme des Handels machen diese neue Art der Polstermöbelplanung zu einem ganzheitlichen Konzept, das aufgeht“, so Greve weiter. Mehrere Beratungstische sind auch in die Ausstellung in Diepenau integriert, zu Schulungszwecken, aber auch um dem Handel im Rahmen der Messe die vielen Möglichkeiten vorzustellen.

Wohnwelten ausgebaut

Die Vertriebsschienen Polipol, Megapol, Polinova, Zehdenick sowie die Marke Hukla präsentierten sich in jeweils eigenen Wohnwelten, die auch Anregungen für die Präsentation im Handel boten. Hier zeigte man, wie die einzelnen Modelle in Verbindung mit den Werbemittel-Konzepten des Unternehmens auch auf der Fläche eine emotionale Atmosphäre schaffen können, die die Kunden begeistert. Insgesamt waren dabei in allen Vertriebsschienen deutlich mehr Farben und Stoffe erkennbar, als dies noch in der Vergangenheit der

Fall war – Polstermöbel werden wieder bunter und variantenreicher, was der Vermarktung sicher zugute kommen wird. Ein ganz wichtiges Thema bleiben aber auch weiterhin die Funktionen, die dem Sofa je nach Vertriebschiene und Preislage motorisch oder manuell einen echten Mehrwert bieten. Vom Wallaway-

Relax-Beschlag bis zum Stauraum für das Gästebett war für jeden Geschmack das passende Extra dabei. Ganz neu im Sortiment ist außerdem das motorisch verstellbare Canapé mit Liegefunktion, das aus dem Stand in fast alle Sortimentsbereiche integriert wurde.

Ausstellungs-Highlights

Besonders viel Aufmerksamkeit erfuhr in diesem Jahr die Polinova-Kollektion. Hier wurde der Ausstellungsbereich komplett überarbeitet und die Lederkompetenz mit besonders hochwertigem POS-Material noch deutlicher herausgestellt.

Der Landhausbereich bei Polipol wurde ebenfalls noch umfangreicher gezeigt und erhielt eine moderne, zeitgemäße Optik, die mit stimmungsvollen Houses, begrünten Trennelementen und einem neuen, warmen Boden ein wohnliches Flair ausstrahlte. Auffällig waren bei den gezeigten Sofas vor allem neue Modelle mit attraktiven Stoffen in trendigen Blush-Farben, die einen Hauch von Skandinavien in die Ausstellung brachten.

Die im vergangenen Jahr vorgestellte, moderne Kollektion „Hukla Pure“ konnte im Verlaufe der letzten zwölf Monate sehr gut beim Handel platziert werden und wurde um einige zusätzliche Modelle erweitert. So gibt es neue Rehling-Modelle und als besonderes Relax-Highlight eine neue, motorische Beinauflage in Verbindung mit einer Sitztiefenverstellung – beides kam bei den Messebesuchern sehr gut an.

Gezielt wurde auch bei den jeweiligen Bestsellern in den einzelnen Vertriebschien Modellpflege betrieben. Mit neuen, zusätzlichen Sitzqualitäten, Sitzhöhen, Fußausführungen oder Funktionen soll es dem Handel ermöglicht werden, mit diesen Top-Modellen in der Ausstellung zusätzliche Kundengruppen anzusprechen.

Gute Messebilanz

Nach der Messe konnte Polipol-Chef Marc Greve eine erfolgreiche Bilanz ziehen: „Wir sind sehr zufrieden mit den Abschlüssen und Platzierungen und können eine gute Hausmesse verzeichnen.“ Damit steht einem weiteren erfolgreichen Jahr für die Gruppe eigentlich nichts im Weg, denn schon im vergangenen Jahr konnte man trotz des schwierigen Marktumfeldes ein weiteres Wachstum verzeichnen, von dem alle Unternehmensbereiche gleichmäßig profitiert hätten, erklärte Greve am Rande der Messe.

Arnd Schwarze

Digitalisierung als Wachstumschance

Links

- [Polipol](#)

Downloads

- [MM1019_061_HM_PR_Polipol.pdf](#)