

MÖBELMARKT®

FURNITURE MARKET INTERNATIONAL

M



Interzum, Köln:
Plattform der Internationalität

Wellness & Komfort:
Der neue „Senior-Lifestyle“

SB/Discount:

Aldisierung contra Trading Up



Rolf Benz Preview 2006:

„Früher sehen, was kommt“

Unter diesem Motto veranstaltet Markenhersteller Rolf Benz vom 29. Mai bis 5. Juni erstmals eine Frühjahrsmesse in Nagold. Neben Produkt-Premieren erleben die Händler dort eine neu geordnete Kollektionsstruktur und hochkarätige Referenten.

Auf der Mailänder Möbelmesse war es deutlich zu sehen: Bei Rolf Benz weht ein frischer Wind. Das baden-württembergische Markenunternehmen präsentierte sich auf dem „Salone“ nicht nur trendbewusst im farblichen Zweiklang von Grün und Cyclam, sondern auch einheitlicher als auf den vergangenen Messen: Alle Polstermöbel waren in Naturweiß gekleidet, so dass sich die Besucher auf formale Aspekte konzentrieren konnten. Die neue Einheitlichkeit kommt nicht von ungefähr. Zur Preview werden die Nagolder mit einer modifizierten, an den Bedürfnissen ihrer jeweiligen Zielgruppen orientierten Kollektions-

struktur auftreten. Näheres wird zu diesem Zeitpunkt noch nicht verraten. Marketingchef Andreas Lechner: „Wir möchten dem Handel die Ergebnisse unserer Arbeit persönlich vorstellen“. Neu ediert wird zur Preview auch der Rolf-Benz-Katalog. Mit emotionalen

Bildern geht Rolf Benz noch näher an den Konsumenten heran.

Preview: Coffee-Lounge und Branchen-Transfer

Mittelpunkt der Rolf Benz Preview werden natürlich die neuen Produkte sein. „Wir werden Sofas in einem ‚merk-würdigen‘ Design zeigen“, bringt es der Vorstandsvorsitzende Frieder Löhner am Rande des Salone del Mobile auf den Punkt. Mit der Preview reagiere Rolf Benz auf den großen Erfolg, den man im letzten Jahr mit Jubiläumsmodell „Dono“ hatte. „Wir stellen dem Handel die neuen

Modelle dann vor, wenn er wirklich dazu bereit ist“, erklärt Löhner. So könne der Handelspartner vor der Sommerpause ordern, um die neue Kollektion im umsatzstarken Herbst in seinem Haus vorzustellen. Wie schon bei der Einführung von „Dono“ werde man die Preview mit einer konzertierten Aktion durch alle Wertschöpfungsstufen hinweg verbinden. Dies gelte ins-

Links: Für die Shootings der urbanen Rolf-Benz-Modelle in einer Mailänder Location zeichnete Jens Kittel, Leiter Consumer Marketing, verantwortlich. Hier Sessel „Loop“.

Unten links: Mit diesem neu entwickelten Logo werden künftig die Previews angekündigt.

Unten rechts: Jetzt online verfügbar und dank Impuls-E-Mails an die Handelspartner immer aktuell: Das Rolf-Benz-Memo, von dem man sich z. B. künftig auch Bild-daten für Werbeaktionen herunterladen kann. Seitens Rolf Benz wurde das Projekt federführend von Stefan Winkler, Leiter Retail Marketing, betreut.

(Fotos: Rolf Benz)



Rolf Benz Preview 2006 – Die Referenten:

- 29.05.05, 16 Uhr: Prof. Dr. Peter Littmann, Partner der Markenberatung Brandinsider und Professor der Universität Witten/Herdecke +++
- 02.06.05, 19 Uhr: Dr. Peter Haller, Mitbegründer und Geschäftsführer der Serviceplan Agenturgruppe für innovative Kommunikation, München +++
- 04.06.05, 19 Uhr: Andreas Henke, Leiter Marketing Services der Porsche AG.

besondere für das Marketing. Anlässlich des Events verwandelt sich der Nagolder Showroom in ein Kaffeehaus, das Zeit und Raum für den intensiven Austausch bietet. Inspirationen erhalten die Gäste nicht nur durch die Präsentation, an der die Kreativen des Hauses bereits jetzt mit großem persönlichen Einsatz arbeiten. Referenten aus der Markenwelt geben Einblicke in ihre Tätigkeit und regen zum immer wichtiger werdenden Blick über den Tellerrand an. Wer frischen Wind und neue „Momente, die berühren“ erleben will, sollte sich die Preview folglich nicht entgehen lassen! kh ○