

Veranstaltung mit Aha-Effekt

Frommholz präsentiert Kollektion 2013 am Hamburger Hafen

Hamburg statt Köln – erst im Dezember hatte Frommholz mit der Nachricht überrascht, die imm cologne 2013 zu Gunsten eines eigenen Events in der Hansestadt ausfallen zu lassen. Größere Flächen sowie eine Positionierung in einem modernen Umfeld lautete das Gebot der Stunde. Deshalb hatte der Premium-Polstermöbelhersteller vom 14. bis 16. Februar zu den Sofa Days in das ehemalige Englandterminal am Hamburger Hafen geladen. Dass die Präsentation der neuen Modelle und Konzepte aus-

gerechnet dort stattfand, wo früher Fähren und Kreuzfahrtschiffe anlegten, sei kein Zufall gewesen, wie Geschäftsführer Gero Walter Frommholz betont. Hamburg stelle einen besonders wichtigen Markt für das Unternehmen dar. Und die ebenso großzügige wie beeindruckende Location passe gut zu der momentanen Aufbruchsstimmung des Unternehmens.

Die Rechnung scheint aufgegangen zu sein: Bereits einen Tag vor dem offiziellen Startschuss zu den Sofas Days waren zahl-

reiche Pressevertreter angereist, um sich ein Bild zu machen von den Frommholz-Bestsellern sowie fünf neuen Modellen. Ihnen folgten in den nächsten Tagen rund 240 Kunden, die aus dem gesamten deutschsprachigen Raum und Benelux angereist waren. Am Samstag, dem letzten Veranstaltungstag, war der Showroom besonders gut gefüllt, standen hier die Türen doch auch den interessierten Endverbrauchern offen. „Frequenz und Resonanz waren enorm. Dass wir uns in Hamburg so

breit darstellen und unsere Fachkompetenz vom klassischen auch auf den modernen Bereich übertragen konnten, sorgte bei so manchem Kunden für einen Aha-Effekt“, erläutert Frommholz. „Wenn man sich dann noch ansieht, wie viele Konzepte wir verkauft haben, dann war die Entscheidung für die Sofa Days auf jeden Fall richtig.“

Mit den Sofa Days setzt Frommholz die Neuausrichtung konsequent fort, die bereits 2011 in die Wege geleitet wurde. Mit einer eigenständigen, modernen Kollektion versucht man seither, neben der angestammten Kundschaft auch neue Zielgruppen zu erschließen. Die Kooperation mit dem renommierten Designer Joachim Nees unterstrich die neue Dynamik. Er bereicherte das moderne Sortiment mit dem Programm „Avenue“ sowie dem Prototypen eines Hockers, der sich mit wenigen Handgriffen in einen komfortablen Ohrenbackensessel verwandeln lässt. Daneben ergänzte Frommholz die moderne Linie um neue Gestellvarianten in matt poliertem Chrom sowie einem Leder in Vintage-Optik. Zur Unterstützung des Handels am POS hatte man zusätzliche Joker im Ärmel – hochwertige Video-Stelen beispielsweise, die mit individualisierten Filmbeiträgen dem Endkunden einen Eindruck vermitteln von der Qualität „made by Frommholz“. Auch die neuen Marketing- und Studiokonzepte wurden von den Handelspartnern gut angenommen.



Kurs auf die Zukunft: (v.l.n.r.) Geschäftsführer Gero Walter Frommholz, Vertriebsleiter Mark Witt und Senior-Chef Dirk-Walter Frommholz (im Bild mit zwei Messehostessen) haben sich mit Designer Joachim Nees (r.) kompetente Unterstützung ins Boot geholt. Die ersten Ergebnisse der Kooperation konnten bei den Sofa Days begutachtet werden.

On course for the future: (left to right) Managing Director Gero Walter Frommholz, Sales Director Mark Witt, and Senior Partner Dirk-Walter Frommholz (in this picture with two trade fair hostesses) have brought in the competent support of designer Joachim Nees. The first results of the cooperation could be checked out at Sofa Days.

Photos: Forner



Event with aha effect – Frommholz presents its 2013 collection at Hamburg Harbor

Hamburg instead of Cologne – it wasn't until December that Frommholz made its surprise announcement that it would not take part in the imm cologne 2013 because it was holding its own event in the Hanseatic city instead. Larger display areas as well as positioning in modern surroundings were the order of the day. So the premium upholstery producer hosted Sofa Days in the former England Terminal at the Hamburg Harbor from the 14th to 16th of February. The fact that the presentation of the new models and concepts took place right where ferries and cruise ships used to dock was no coincidence, as CEO Gero Walter Frommholz emphasized. Hamburg is an es-

pecially important market for the company. And the generously sized and impressive location goes well with the spirit of optimism found at the company at the present time. The concept seems to have paid off: A day before the official start of Sofa Days, a large number of representatives of the press had already arrived to get a look at the Frommholz bestsellers as well as five new models. And in the days after that, about 240 customers from the entire German-speaking area and the Benelux followed them. On Saturday, the last day of the event, the showroom was especially crowded, as the doors were open for interested end customers as well. "The visitor frequency and

response were tremendous. The fact that we were able to show such a wide range in Hamburg and also transmit our expertise from the classical to the modern segment provided a real aha effect for some customers," explained Frommholz. "And if you also look at how much concepts we sold, the decision to take part in Sofa Days was definitely right."

With Sofa Days, Frommholz is continuing with the new orientation that was started in 2011: Since then, with a separate modern collection, the company has been trying to reach new target groups in addition to its regular customers. The cooperation with the renowned designer Joachim Nees un-

derlines the new dynamics. He has enhanced the modern assortment with the program "Avenue" as well as the prototype of a stool that can be turned into a comfortable wing-back chair in a flash. Furthermore, Frommholz has added new bases in matte polished chrome as well as leather with a vintage look to its modern line. To support retailers at the POS, the company had additional jokers up its sleeve – high quality video columns, for example, which give end customers an impression of the quality "made by Frommholz" quality with individualized films. The new marketing and studio concepts were also well received by the retail partners. sf

→ www.frommholz.de