

Nolte Delbrück: Neuer Background fürs Komfort-Thema

Kernkompetenz stärken



Neben dem modernen Bereich und dem Schranksystem „My Way“ gehört das Thema Komfort zu einem wichtigen Standbein von Nolte Delbrück. Um künftig noch individueller auf die Endkundenbedürfnisse reagieren zu können, ging das Unternehmen jetzt in die Offensive und befragte die Zielgruppe 50+ nach ihren Wünschen in puncto Schlafraumgestaltung.

Die Vermarktung von Möbeln für die Generation 50+ braucht neue Impulse.“ Davon ist Jens Nottmeier überzeugt. Viele Gespräche mit dem Handel, in denen der Wunsch nach innovativen Ideen für diese lukrative Klientel zum Ausdruck kam, nahm der Nolte Delbrück-Geschäftsführer zum Anlass, sich einmal ganz anders dem Thema Komfort-Einrichtung zu nähern. Zu diesem Zweck lud Nottmeier eine repräsentative Gruppe aus 50- bis 80-Jährigen nach Delbrück ein, um konkrete Zielgruppen-Recherche zu betreiben.

Dabei sollten die Damen und Herren zunächst einmal die bestehende Kollektion in der Hausausstellung genauestens unter die Lupe nehmen und bewerten. Was das durchaus kritische Publikum



Links: Erfolgreiche Neuverstellung zur M.O.W. 2005: Das Komfort-Programm „Lara“: Nolte Delbrück-Geschäftsführer Jens Nottmeier (oben links) will das Thema 50+ in diesem Jahr weiter forcieren.

auch gerne tat. „Die hohe Sachkenntnis hat mich überrascht“, so Jens Nottmeier, der sich über die rege Teilnahme freute. Die Gruppe zeigte sich beeindruckt von der beachtlichen Bandbreite, die Nolte Delbrück zu bieten hat, und besonders von der Auswahl aus insgesamt fünf Modellen im Komfort-Bereich. Auch die hohe Qualität und Funktionalität der Betten, Schränke und Beimöbel fand bei den Senioren großen Anklang. „Viele dieser Altersklasse starten

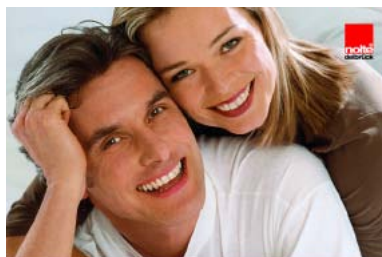
noch einmal in einen neuen Lebensabschnitt und wollen sich etwas Gutes gönnen, ohne dabei auf den letzten Euro zu schauen. Das macht die Zielgruppe so interessant.“

Zu den Favoriten im Nolte-Sortiment zählte bei den Besuchern eindeutig das neue Programm „Lara“. Die Kollektion positioniert sich mit schlichter Form, umfangreichen Typen und den Oberflächen Ahorn oder Wildkirsche als klassisch-moderne Interpretation.

Dass besonders im Hinblick auf Modernität noch Nachholbedarf im Markt besteht, ergab auch der 15-seitige Fragebogen, den die Gäste bereitwillig ausfüllten. Und deren Ergebnisse ganz aktuell bereits mit in die Produktentwicklun-

gen 2006 mit einfließen werden. „Ohne zu viel zu verraten, sehen wir neue Möglichkeiten, die Komforthöhe eleganter darzustellen. Außerdem wird mehr Farbe mit ins Spiel kommen“, wirft Jens Nottmeier einen ersten Blick auf die kommenden Partnertage im Mai und die Herbst-M.O.W. „Darüber hinaus gibt es weitere Ansatzpunkte, die Bequemlichkeit im Schlafraum zu erhöhen.“ Denn darauf kommt es den Zweit- und Dritteinrichtern an.

Doch nicht nur in Deutschland sondern auch auf den Exportmärkten sieht Nolte Delbrück in Zukunft noch weiteres Potenzial.



SCHLAFZIMMER



Links: Mit komplett neuem Erscheinungsbild der Kataloge startete Nolte Delbrück ins Jahr 2006. Übersichtlicher strukturiert und emotional ansprechend sollen sie Qualität zum Handel transportieren.



Mehr Infos:
www.nolteD.com