

Seit 2010 laden die Gastgeber der Welcome Home Tour ihre Kunden zu sich „nach Hause“ ein. Nun wurde das Konzept dem Zeitgeist und den Wünschen der Kunden entsprechend angepasst: Händler können jetzt Industriekunden einladen, um ihnen vor Ort zu zeigen, was hinter einem Werbeartikel steckt.

Welcome Home 2016

Mit neuem Konzept ins sechste Jahr



Die Gastgeber der Welcome Home Tour auf dem roten Sofa, das die ungezwungene Atmosphäre im eigenen Hause symbolisiert: Hinten (v.l.): Dennis Dennig (Jung Bonbon), Tanja Lumpp (Daiber), Peter Leseberg (Halfar), Dirk Haynberg (aditan), Jan Breuer (mbw) und Jochen Ullmann (uma). Vorne (v.l.): Uwe Thielsch (koziol), Meinhard Mombauer (Reflects by LM Accessoires), Volker Giesel (Fare) und Jürgen Geiger (Geiger-Notes).

Die Firmen Halfar, Koziol, Gustav Daiber, Fare, Geiger-Notes, Jung Bonbonfabrik, Reflects by LM Accessoires GmbH, mbw und UMA hatten am 24. August die Presse in die Räumlichkeiten von LM nach Köln eingeladen, um über die Weiterentwicklung der Welcome Home Kooperation zu informieren. „Wer Fachwissen, persönliche Nähe und Bewusstsein für die Wünsche des Kunden in den Fokus rückt, ist allen Online-Vertriebs-Initiativen einen großen Schritt voraus. Deshalb werden Netzwerke wie Welcome Home immer wichtiger“, erklärte Meinhard Mombauer den Erfolg der Unternehmens-Kooperation. Der Geschäftsführer von Reflects by LM Accessoires war zusammen mit Peter Leseberg von Halfar der Initiator der Veranstaltung, zu der alljährlich im November/Dezember neun Lieferanten ihre Türen öffnen.

Einbindung von Industriekunden

Peter Leseberg informierte: „Welcome Home ist zu einer Marke geworden, die für Qualität steht. Im sechsten Jahr haben wir nun einige Veränderungen am Konzept vorgenommen: Wir haben das Logo und den Internet-Auftritt überarbeitet. Außerdem werden in diesem Jahr erstmals Industriekunden kontrollierten Zugang zur Veranstaltung haben. Damit sind wir den Anforderungen des Marktes und den Bedürfnissen unserer Kunden nachgekommen“. Jetzt sei der ideale Zeitpunkt für eine Anpassung, zumal auch auf der kommenden PSI an einem Tag auch Industriekunden auf Händlereinladung zugelassen sind. „Alle Mitglieder des Welcome Home-Netzwerks unterstützen diesen Schritt des PSI und auch deshalb war die Einbindung von Industriekunden ein logischer Schritt für uns“.

Einladung über den Händler

Damit der persönliche Charakter der Veranstaltung erhalten bleibt, darf jeder Händler nur zwei Kunden mitbringen. Deswegen wird es auch keine Mailingaktionen geben und es werden keine Datenbanken eingebunden, um die Industriekunden zu erfassen. Die Anmeldung läuft allein über den Händler, der auch gemeinsam mit seinem Kunden erscheinen muss. Selbstverständlich, so sind sich die Veranstalter einig, handelt es sich nicht um eine grundsätzliche Öffnung für die Industrie. Ob er einen Kunden einlädt, entscheidet der Großhändler selbst. Jeder Industriekunde wird seinem Händler zugeordnet, von diesem persönlich begleitet und betreut. Der Gedanke hinter diesem Schritt ist vom Anspruch getragen, für die Großhändler Mehrwert durch Transparenz zu schaffen und vor einem sich verändernden Markt die gemeinsamen Kräfte im Sinne des gemeinsamen Geschäfts zu bündeln. Der Großhändler deckt durch diese Maßnahme ein zusätzliches Kompetenzfeld auf und stärkt seine Position beim Industriepartner.

Von Profis für Profis

Damit die Veranstaltung von Größe und Aufwand her überschaubar bleibt, soll es auch bei den neun Kooperationspartnern bleiben. „Jedes Unternehmen unserer Gruppe hat den Status eines Spezialisten und die Zugehörigkeit ist gleichbedeutend mit einem hohen Qualitätsstandard. Wir passen sehr gut zusammen und die Entscheidungsfindung ist unproblematisch. Deswegen ist unsere Gruppe auch nicht beliebig erweiterbar“, erläuterte Meinhard Mombauer auf eine diesbezügliche Frage hin. Dass die Zusammenarbeit funktioniert und Früchte trägt, erkennt man auch daran, dass mit einer Ausnahme noch alle Gründungs-Mitglieder an Bord sind. Lediglich Senator schied 2014/2015 freiwillig aus und wurde ideal durch den Schwarzwälder Schreibgeräte-Spezialisten UMA ersetzt. Auch auf Händlerseite hat man es bei Welcome Home mit Profis zu tun, denn in der Regel sind es die ambitionierten und wissbegierigen Kunden, die sich auf den Weg zu ihrem Lieferanten machen. Deswegen geht man auch davon aus, dass deren Kunden ebenfalls engagierte, namhafte Unternehmen sind, die die Chance ergreifen, Werbeartikel an

ihrem Ursprung kennen- und begreifen zu lernen. An die Händler ergeht die Einladung, die Lieferanten mit mehreren Mitarbeitern zu besuchen. Denn es ist ausdrücklich erwünscht, dass sich auch die Sachbearbeiter von Händler und Lieferant persönlich treffen können, um Verständnis und konstruktive Zusammenarbeit zu befördern.

Viel mehr als eine Roadshow

Auch die bisherige Geschichte der erfolgreichen Kooperation wurde in Köln noch einmal lebendig. Von Anfang an wollte man sich von der üblichen Roadshow bewusst distanzieren: Keine unpersönlichen Hotels, kein übliches Messegeplänkel und keine auf das Notwendige reduzierten Informationen. Es sollte gemütlich zugehen, die Atmosphäre der Vorweihnachtszeit einfangen und das persönliche Band zum Kunden enger werden lassen. Die Veranstaltung sollte Spaß machen, Wärme ausstrahlen und führende Köpfe der Branche vereinen. Und vor allem sollte sie die Besucher fundiert informieren und ihnen wirklich etwas bringen. So fanden sich Veranstalter aus unterschiedlichen Regionen und mit verschiedenen Schwerpunkten zusammen, die sich gut ergänzen.

Individuelles Flair und viel Information

„Erleben Sie uns zu Hause, sehen Sie, wie wir jeden Tag arbeiten und lernen Sie von uns bei Führungen, lernen wir voneinander in ausführlichen Gesprächen mit viel Zeit“ – diese Einladung in ihre Unternehmen sprechen die Veranstalter seit 2010 jedes Jahr im Dezember an ihre Kunden aus. Der Fokus liegt weniger auf den Produkten, es geht eher darum, gegenseitiges Kennenlernen, individuelles Flair und Nähe möglich zu machen und Besucher hinter die Kulissen schauen zu lassen. Wer einmal live gesehen hat, wie Kalender, Tassen, Kugelschreiber, Taschen, Schirme, Süßigkeiten und viele andere Lifestyle- und Designprodukte hergestellt oder veredelt werden, der lernt nicht nur seinen Lieferanten viel mehr zu schätzen. Er kann auch seinem Kunden auf einer ganz anderen Ebene begegnen, indem er sein Produktwissen in die Beratung mit einbringt. Eine Win-win-Situation, von der alle Handelsstufen profitieren. Das Konzept ist bisher aufgegangen und so waren auch in Köln alle Kooperationspartner in bester Laune und voller Erwartung auf die kommende Saison. <



Ein großes Dankschön ging an Melanie Breuer (li.) und Maria Jürgensen von LM für ihren Einsatz im Rahmen der Veranstaltung.

Welcome Home 2016

29.11. Eventlocation Edelfettwerk, Hamburg

30.11. HALFAR SYSTEM GmbH, Bielefeld

1.12. REFLECTS by LM ACCESSOIRES GmbH, Köln

6.12. Eventlocation Alte Gärtnerei, München

7.12. Jung Bonbonfabrik GmbH & Co. KG, Vaihingen an der Enz

8.12. Geiger-Notes AG, Mainz-Kastel

Anmeldung unter:

www.welcome-home-tour.de