

DEZEMBER 2011 20. JAHRGANG DEUTSCHLAND € 4,60 ÖSTERREICH € 4,80 G6095

Test- und Wirtschaftsmagazin **FACTS**

FACTS

Test- und Wirtschaftsmagazin

CHRONY

ABBY

Marketing und Vertrieb heute

IST DER LACK AB?

Dezember 2011

And the award goes to . . .

Die Produktfamilie „Sail“ von der Marke Grammer Office des Herstellers Sato Office GmbH hat bereits einige Auszeichnungen erhalten. Jetzt dürfen sich die Ergonomie-Experten aus Ebermannsdorf auch mit einem iF-award schmücken.



Insgesamt 2.923 Einreichungen in dem Bereich Produktdesign lagen zur Beurteilung vor. In der Kategorie Office/Business gehört der Bürodrehstuhl „Sail“ zu den Gewinnern der begehrten Auszeichnung. Seit 58 Jahren ist der iF product design award ein weltweit anerkanntes Markenzeichen, wenn es um ausgezeichnete Gestaltung geht. Die Marke iF hat sich als Symbol für herausragende Designleistungen längst auch international etabliert.

UNVERWECHSELBARES DESIGN

Die Stuhlfamilie „Sail“ wurde mit Fokus auf natürliche Funktionalität gestaltet. „Sail“ besticht durch modernes Design, das sich dem Raum anpasst und diesen gestaltet, ohne ihn zu dominieren“, beschreibt Designer Ray Carter, der „Sail“ sein unverwechselbares Aussehen gab. Designer und Konstrukteure schufen mit dem „Sail“ eine transparente,

leichte und natürliche Form. Dazu kommen eine hohe Funktionalität und ergonomischer Sitzkomfort.

Die Sato Office GmbH mit ihrer Marke Grammer Office entwickelt ergonomische Sitztechniken und setzt dabei auf eine enge Zusam-

menarbeit mit der Forschung. Das Ziel: Lösungen zu verwirklichen, die auf dem neuesten Stand der Ergonomie und Technik sind. Menschen sollen im Büro komfortabel sitzen und sich jederzeit natürlich bewegen können, ohne von der Technik reglementiert zu werden. (nh) ■



Positive Zwischenbilanz

Fast ein Jahr ist vergangen seit der Übernahme der Sato Office GmbH durch die Nowy Styl Group. Mit der Zusammenlegung des Vertriebs und der Integration der Marke Grammer Office in das Portfolio von Nowy Styl sind die ersten Schritte zu einer einheitlichen Markenkommunikation getan. FACTS sprach mit Gordon Arnemann, Geschäftsführer Nowy Styl Deutschland, Lutz Niedan, Vertrieb, und Marion Kurz, Marketing, über die Auswirkungen der Übernahme.

FACTS: Nach der Übernahme von Sato / Grammer Office wurde nun auch der Vertrieb beider Unternehmen zusammengelegt. Gibt es hier schon spürbare Effekte?

Lutz Niedan: Der Begriff „spürbare Effekte“ ist dehnbar. Deutlich erkennbar ist die verbesserte Vertriebs- und Beraterfunktion unsererseits gegenüber dem Fachhandel. Mit dem umfangreichen Programm, ausgerichtet auf verschiedenste Anforderungen, sind wir in der verbesserten Situation, schneller auf Handels- und Marktansprüche zu antworten. Der Handel honoriert dies entsprechend.

FACTS: Bleibt der Standort Ebermannsdorf auch zukünftig erhalten?

Gordon Arnemann: Mit der Sato Office GmbH in Ebermannsdorf haben wir die Kompetenz der Glide-Tec-Mechanik. Es wäre töricht, in diesem Kompetenzcenter Know-how abzubauen und anderswo hinzutransportieren. Das gilt nicht nur für die Entwicklung von Sitzmöbeln, sondern im besonderen Maße auch für die Herstellung. Die Kennzeichnung „made in Germany“ hat immer noch einen guten Ruf.

FACTS: Grammer Office ist seit Kurzem offiziell eine neue Marke im Portfolio der Nowy Styl Group. Welche Erwartungen verknüpfen Sie damit?

Marion Kurz: Die Sato Office GmbH mit der Marke Grammer Office hat sich bei Herstellung und Vertrieb eindeutig dem B2B-Markt

verschrieben. Mit der Produktion von Sitzsystemen für Büro, Kino, Theater, Hörsaal oder Kongresscenter ergänzt das Unternehmen in idealer Weise das Portfolio der Nowy Styl Group. Das gilt natürlich auch im umgekehrten Sinne für die Sato Office GmbH und ihre Fachhändler mit den Produkten von Nowy Styl. Wie Lutz Niedan schon sagte, wir haben jetzt ein umfangreiches und somit ein abgerundetes Angebot.

FACTS: Sind Veränderungen in der Produktpalette von Grammer Office geplant?

Kurz: Als Entwicklungs- und Kompetenzzenter sind wir in Ebermannsdorf für Grammer Office ständig aktiv, neue Sitzlösungen zu finden und die vorhandenen zu optimieren, und, was den sinnvollen Zusammenschluss unterstreicht, das gilt auch für Nowy Styl. Auf

der Orgatec 2012 werden wir mit überzeugenden Neuheiten aufwarten.

FACTS: Welche strategische Ausrichtung wird Nowy Styl in Deutschland zukünftig einnehmen?

Arnemann: Als Global Player werden wir weiterhin in allen Vertriebskanälen tätig sein. Das schulden wir nicht nur unserem Ruf, sondern auch der umfangreichen Produktpalette. In Deutschland möchten wir speziell für den Fachhandel im Bereich der Sitzmöbel ein verlässlicher Partner sein. Die Kombination von Grammer Office und Nowy Styl bietet die Garantie der richtigen Entscheidung. Hier findet der Nutzer ein breit gefächertes Portfolio, das in Deutschland jedem Vergleich standhält.

Nadia Hamdan ■