



Goldkante

Presseinformation Februar 2010 „erfolgreicher Messestart für ADO“:

ADO – Vorbild auf der Heimtextil mit neuem Messekonzept

Ein Kilometer Stoff in einer märchenhaften Inszenierung sorgte für eine erfolgreiche Heimtextil. ADOs Kompetenz Stoffe zu (be-)leben wurde durch einen imposanten Messeauftritt mit dem „Spooky Castle“ wieder einmal deutlich unterstrichen. Zahlreiche deutsche sowie gute internationale Kontakte konnten auf dem über 400m² großen Messestand geknüpft und ausgebaut werden. „Neben einem qualitativ hochwertigen Inlandsgeschäft blicken wir auf ein fulminantes, internationales Kontaktgeschäft zurück. Die Qualität der Geschäfte erfreut uns sehr und bestätigt uns in unserem einmaligen Messekonzept“, so ADO Marketingleiter Armin Strube.

Die Heimtextil ist nach wie vor eine wichtige Messe für ADO. Zukünftig wird die Frage, wie die Heimtextil als Messe zu nutzen ist, sicherlich an Bedeutung gewinnen, glaubt Armin Strube. Denn auch der von der Messegesellschaft ausgewiesene Besucherzuwachs um 6% konnte das Kerngeschäft der ehemaligen Ordermesse nicht steigern. Die Kontaktfrequenz hat laut ADO Geschäftsführung hingegen deutlich zugenommen. Allerdings sollten die Aussteller zum Ausdruck bringen, dass das Konzept der Messe vor allem in den Hallen 3.0 und 3.1 ggf. überarbeitet werden muss. Das Forum Messe muss wieder verstärkt genutzt werden und große Markenvertreter der Heimtextilbranche müssen als Aussteller zurückgewonnen werden, sonst mangelt es irgendwann an „Sparringspartnern“ die den Wettbewerb beleben.

„Als Highlight der Messe sehen wir selbstbewusst unseren eigenen Messeauftritt“, sagt Armin Strube. „Wir haben es geschafft, die internationalen Kontakte deutlich zu steigern. Dies zeigt uns, dass wir mit dem offenen Standkonzept auf dem richtigen Wege sind.“ Die Vorreiterrolle mit einem zweigeteilten Stand hat sich bewährt und erfreute sich hoher Resonanz. Der POS wird immer wichtiger für die mittelständischen Unternehmen und so hat ADO dieses Jahr erstmalig ein neues Messekonzept ausprobiert. Ein großer Stand zur Kollektionsvorstellung und ein zweiter Stand vis-à-vis, zur Präsentation neuer POS-Konzepte. Die Shop-Planungsgespräche konnten somit abseits „des Trubels“ qualifiziert und in einer privaten Atmosphäre stattfinden. Gemäß ihrer eigenen Aussage empfanden die Besucher ADOs Messekonzept durchweg positiv und authentisch und waren begeistert von dem starken Auftritt des Unternehmens.

„Unser Außendienst konnte zudem sehr gute Erstkontakte knüpfen und es fanden erstmalig auch internationale Shopgespräche für die Zukunftsmärkte Russland sowie die USA statt.“ Der Trend geht aus ADOs Sicht von der nationalen Ordermesse hin zu einer internationalen Kontaktmesse.

Weitere Informationen und Bildmaterial über:

Thalau : PR public relations

Alte Hafenstraße 14, 28757 Bremen

T: 0421 62 50-444 | F: 0421 62 50-445

kontakt@thalaupr.de | www.thalaupr.de

Abdruck honorarfrei. Belegexemplar erbeten.



Goldkante

Fazit: Die wachsende Bedeutung der Messen steht für ADO außer Frage. Das Unternehmen wird über Frankfurt hinaus in Dänemark auf der „Tex-Stil“, in Gent auf der „Intirio“ und auf der „MosBuild“ in Moskau ausstellen.

Messeimpressionen ADO:



ADO Messestand auf der Heimexsil



ADO Messestand Shop-Konzept



ADO Dessin 3048

ADO Dessin 8294

ADO – Das Unternehmen

ADO ist ein Familienunternehmen und produziert seit 1954 in seinem Stammwerk in **AschenDOrf**/Deutschland Gardinen- und Dekorationsstoffe nach höchsten Qualitätsmaßstäben. Als Hersteller gewährt ADO auf sämtliche Erzeugnisse fünf Jahre Garantie in Bezug auf Formstabilität und Lichtbeständigkeit. Seit 1968 steht die Goldkante als Markensymbol für die einzigartige Qualität und das international anerkannte Spitzen-Design der Stoffe aus Aschendorf.

Für Ihre Angaben im Herstellerverzeichnis:

ADO Goldkante GmbH
Hüntestr. 68
D-26871 Aschendorf
Telefon: +49(0) 4962-5050
Fax: +49(0) 4962-6392
Internet: www.ado-goldkante.de

Weitere Informationen und Bildmaterial über:

Thalau : PR public relations
Alte Hafensstraße 14, 28757 Bremen
T: 0421 62 50-444 | F: 0421 62 50-445
kontakt@thalaupr.de | www.thalaupr.de
Abdruck honorarfrei. Belegexemplar erbeten.