

Warum kompliziert, wenn es auch einfach geht? Das haben sich nun auch die Macher der Seek gedacht und sich mit Trade Union zusammengeschlossen, um den Prozess der Ordersituation auf der Seek so angenehm wie möglich zu gestalten. Das Ziel: konzentriertes Arbeiten sowie gute Geschäfte zu begünstigen.

Der Wandel bringt neue Player und neue Konzepte mit sich. Während im Wettbewerb stehende Firmen in Vergangenheit versucht haben, geschäftliche Berührungspunkte zu vermeiden, sucht die neue Generation Wege des Miteinanders. Ein absolutes Novum. Auf dem Community-Gedanken basierend und mit dem Ziel, erfolgreiche Geschäfte zu begünstigen, haben gute Köpfe der Branche die Trade Union initiiert. Die Idee dahinter ist, dass sich diverse Brands auf einer Fläche zusammenschließen und schließen ihre Produktgruppen gemeinsam präsentieren. Somit soll gewährleistet werden, dass die Retailer sinnvoll und markenübergreifend vor Ort ordern können.

Es geht aber auch darum, gemeinsame Ziele zu definieren und diese auch umzusetzen, an Qualität in allen Belangen zu feilen und geschätzten Partnern den Raum zu geben, den sie verdienen. Vor Ort werden sich kommende Ausgabe Brands präsentieren, die genau diese Werte vertreten: Porter-Yoshida & Co, Filson, Pendleton Woolen Mills, Snow Peak, Monokel Eyewear und Shinola.

„Seek ist seit Jahren eine international wichtige Plattform für uns, die wir sehr schätzen. Hier treffen wir immer auf relevante Einkäufer, Presse und Partner. Zusammen haben wir die Trade Union gegründet“, so Felix Engelmann, Haptiques GmbH. „Die Trade Union, ist ein Zusammenschluss von Brands und Gleichgesinnten, die ihren Partnern den optimalen Raum für effizientes Business geben wollen. Es geht darum die Zeit während der Messe richtig zu nutzen und Ergebnisse zu erzielen. Mittlerweile ist es gängig, dass Einkäufer an die Stände kommen und überzeugt vom Produkt sind – allerdings bleibt die Order aus. Das wollen wir wieder ändern. Wir wollen die Zeit der Einkäufer und unsere so produktiv wie möglich gestalten und den Mehrwert einer Messe richtig nutzen.“ Weitere Informationen unter www.seekexhibitions.com.