

Orianta Design intensiviert Aktivitäten

Neue Wege im Waren- und im Dienstleistungsbereich

Gleich auf zwei Beinen, aber mit einer Blickrichtung steht Orianta Design fest im Markt. Das Unternehmen hat sich zum einen auf Dienstleistungen und zum anderen auf Warenversorgung mit Teppichen spezialisiert. Zielgruppe ist in erster Linie in beiden Sektoren der Möbel- und Einrichtungsfachhandel mit Teppichabteilungen. Um auf beiden Aktivitätsebenen Marktanteile zu halten und auszubauen, hat die Firma aus Karlsruhe nicht nur die Angebotspalette in Warenbereich ausgebaut, sondern auch ihre Bemühungen um ein komplettes und seriöses Dienstleistungsprogramm deutlich intensiviert.

Trend Design heißt ein neuer Markenname, unter dem Orianta Design jetzt dem Möbel- und Einrichtungsfachhandel ein hochwertiges Programm an handgetufteten Teppichen und an handgeknüpften Nepalteppichen anbietet, mit dem die Kunden ihr eigenes Profil als Anbieter anspruchsvoller Teppiche unterstreichen können. Um hier zu einem individuellen Stil zu kommen, der sich von den Massenangeboten abhebt, wurde die Designerin Roswitha Anton-Moseler mit der Kollektionsgestaltung beauftragt. Darüber hinaus kam exklusives Design durch eine Ausschreibung an der Fachhochschule Würzburg sowie durch Zukäufe von Entwürfen von talentierten Nachwuchs-Designern in dieses Programm. Dieses neue Angebot stieß nach Worten von Orianta Design-Geschäftsführer H. Ghaiumy auf eine so positive Resonanz, dass bei der Mustermesse eines namhaften Möbel-Einkaufsverbandes sogar mit Zuteilungen gearbeitet werden musste.

Aber nicht nur im Trading up, sondern auch im Mitnahmebereich sieht Ghaiumy Zukunftschancen. Für den Selbstbedienungsbereich wurde der Name Teppich Palletti kreiert. Unter dieser Bezeichnung können die Verbraucher in Möbelmärkten



Trend Design heißt das neue hochwertige Angebot an handgetufteten und handgeknüpften Teppichen, mit dem der Möbel- und Einrichtungshandel das eigene Profil schärfen kann. Die Orianta Design-Geschäftsführer H. Ghaiumy und M. Khodarrahm sowie die Außendienstmitarbeiter im Warenbereich Peter Jerke und Mathias Schlosser

und -hallen problemlos selbst aussuchen. Angeboten werden dabei Tuftware ebenso wie maschinengewebte Teppiche oder preiswerte handgeknüpfte Artikel aus Indien. Um diesen Warenfluss sowohl im Hochwert- als auch im SB-Bereich bewältigen zu können, kamen jetzt Peter Jerke und Mathias Schlosser als Außendienstmitarbeiter in das Team von Orianta Design. Beide sind Teppich-Profis, die auf eine langjährige Praxis in der Teppichbranche zurückblicken und damit auch die

vom Möbelhandel erwarteten Beratungsleistungen erbringen können.

Ausgebaut wurde auch der Außendienst im Dienstleistungssektor. Hier kam nach Karl Georg Hermann jetzt auch Dipl. Ing. S. Saidnia in das Beratungsteam von Orianta Design. In diesem Bereich bietet das Unternehmen aus Karlsruhe eine breite Palette von Leistungen, angefangen von einer gezielten Lageräumung über die Auflösung von Fachabteilungen und ganzen Geschäften bis

hin zu Events für Jubiläen, Geschäfts- und Abteilungseröffnungen oder andere besondere Anlässe. Dabei sieht sich Orianta Design in keinem Fall in der Reihe der sogenannten Totengräber der Teppichbranche, die im Hausrück-Verfahren und um jeden Preis Ware in den Markt schleudern, um Geschäftsinhabern einen möglichst „vergoldeten“ Abgang zu sichern und um sich selbst eine „goldene Nase“ zu verdienen. Ghaiumy: „Wir haben mit Sicherheit etliche Insolvenzen verhindert, weil wir uns rechtzeitig für eine vernünftige Lagerräumung eingesetzt haben, die einen Fortbestand der Fachabteilungen oder Fachgeschäfte gesichert hat.“

Naturngemäß geht dabei auch Orianta Design mit aggressiver Werbung und hohen Werbekosten ans Werk, aber die Seriosität hat absoluten Vorrang. Die wettbewerbsrechtlichen Vorschriften werden auf jeden Fall beachtet und die von Orianta Design gestellten Verkäufer treten nicht als dubiose Marktschreier, sondern als versierte Teppichkaufleute auf. 25 eigene Verkäufer sind momentan bei der Karlsruher Firma beschäftigt, die bei weitem nicht nur Aus- und Räumungsverkäufe, sondern vor allem auch bei Events eingesetzt werden. Darunter sind auch Möbelfachverkäufer, die bei gesamtthetischen Aktionen eines Möbel- oder Einrichtungshauses ihre Kompetenz zeigen können. Viel wichtiger als der eigentliche Verkauf aber ist Ghaiumy die Beratungstätigkeit im Vorfeld: „Wir sind Ideenlieferant, um die Effizienz und vor allem die Umsatz- und Gewinnzahlen eines Einzelhandelsgeschäftes in den grünen Bereich zu lenken. Wir sind fast mehr Unternehmensberater als Teppichhändler, verfügen aber im Gegensatz zu den meisten Unternehmensberatern über die entsprechende Branchenerfahrung.“

Basis des Erfolges bei diesem Konzept ist das Vertrauen, das sich Orienta Design in der Einrichtungs- und Möbelbranche erarbeitet hat. Wenn ein Möbel- oder Einrichtungshaus Schwierigkeiten mit der Teppichabteilung hat oder eine größere Aktion oder eine Veranstaltung plant, wendet es sich an seinen Einkaufsverband. Der empfiehlt dann vielfach als beratendes und ausführendes Organ die Firma Orienta Design. „Das kann aber nur funktionieren,“ so Ghaiumy,

ne Teppichabteilungen. Auch dies sind Einsatzgebiete für die 25 eigenen Verkäufer, die nach Worten von Ghaiumy dringend Verstärkung brauchen.

Dabei sind diese Abteilungen durchaus nicht eng an Orienta Design gebunden. Die Abteilungsleiter können nach ihren Vorstellungen und nach den Anforderungen der Kunden ihre Teppiche einkaufen, wo sie wollen. Dieses Prinzip der Selbständigkeit gilt bei Orienta Design für alle Be-



Mit Teppich Paletti hat Orienta Design dem Möbel- und Einrichtungshandel ein verkaufsstarkes Sortiment an SB-Teppichen bereit gestellt.

„wenn alle bisherigen Kunden mit den erbrachten Leistungen zufrieden waren. Mundpropaganda kann in einer solch überschaubaren Branche die beste, aber auch die schlechteste Werbung sein.“ Mittlerweile kommen selbst Banken und Insolvenzverwalter zu Orienta Design, wenn es darum geht, „saubere“ Lösungen für ihr Klientel zu finden.

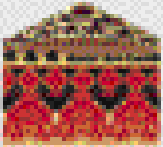
Dass mit Teppichen aber durchaus in Möbel- und Einrichtungshäusern Geld zu verdienen ist, zeigt Orienta Design selbst. Immerhin betreibt die Firma in eigener Regie in sechs Häusern eige-

schäftigten. Nicht über Hierarchien, sondern über Eigenverantwortung soll der Erfolg erreicht werden.

Nur die Fachverkäufer müssen dort antreten, wo sie gerade gebraucht werden. Im letzten Jahr war ihr Einsatz bei 250 Aktionen erforderlich. Im ersten Halbjahr 2003 standen 83 Events sowie Aus-, Schluss- und Räumungsverkäufe auf dem Programm. Die Kapazität reicht für sieben bis acht Aktionen pro Woche, wobei niemals von dem Prinzip abgewichen wird, dass immer jemand von der Führungsmannschaft vor Ort zu sein hat.

A & A Amini Art GmbH

Großimporteure für Orientteppiche,
Kelim und Kunstgegenstände aus
Afghanistan-China-Indien-Iran-
Kaukasusgebiet-Pakistan-Türkei-Turkmenistan



Liebe Geschäftsfreunde,
wie gut sind Ihnen und Ihrem
eigenen Zehner verhalten nach neuen
Strategien


Wie die Brüder Zeh und Ghaiumy Amini
abermals Geschäftsführer von A & A
Orient-Teppich-Import GmbH,
Karlsruhe haben eine neue Firma
gegründet, die A & A Amini Art GmbH.

Wir wollen damit unser Know-How im
internationalen Orientteppichhandel
noch effektiver einsetzen. Denn von
Qualität und Preis sind diese Märkte in
den nächsten Jahren bestimmt werden.
Neben bei jahrzehntelangen Erfahrungen in der Teppichbranche


Wir werden am Standort, die in unserem neuen Kleinbetrieb
begonnen zu dürfen.

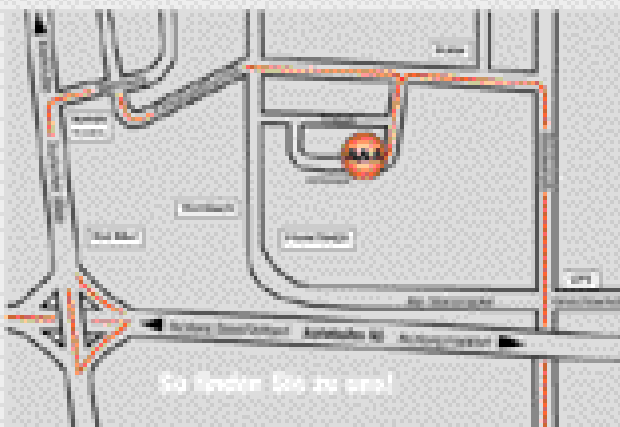
Wir freuen uns auf Ihren Besuch in Karlsruhe

Kulturkäre Amini
Firma A & A Amini Art



Gegründet April





So finden Sie zu uns!

**Junkersstraße 7
76139 Karlsruhe**

**Telefon: 0721 / 66 35 00
Fax: 0721 / 66 35 0-10
E-Mail: amini.art.gmbh@t-online.de**