

Portrait der ASSIMA Verbundgruppe

Die ASSIMA Verbundgruppe ist seit 50 Jahren in der Lederwarenbranche tätig. ASSIMA steht dabei für „Association Internationale de la **Maroquinerie**“ (Verein Internationaler Lederwarenhandel).

Gegründet 1960 als Arbeitsgemeinschaft Lederwaren (AGL) – Lederring GmbH von Eberhard Brecklinghaus, Günter Schugt (beide übrigens noch heute Gesellschafter der ASSIMA) und Klaus Lüter, hat sich die ASSIMA innerhalb dieses Zeitraums zur erfolgreichsten Verbundgruppe im deutschen Lederwaren-Einzelhandel entwickelt. In 1997 wurde mit ANCONIA, hervorgegangen aus dem Einkaufsverband „WESTRING“, eine weitere Verbundgruppe des Lederwaren-Einzelhandels integriert. Zum Jahresende 2009 gehören der ASSIMA 88 Gesellschafter mit 176 Verkaufsstellen an. Der Außenumsatz der Geschäfte in Deutschland liegt bei über 140 Millionen Euro.

Seit 2001 leitet Norbert Pfarr als Geschäftsführer die ASSIMA Verbundgruppe mit Sitz in Neuss. Er wird dabei unterstützt von einem sachkundigen Team aus 11 Mitarbeitern. Die ASSIMA bietet ihren Gesellschaftern zentralisierte Dienstleistungen im Einkauf und im Marketing sowie bei Weiterbildung, Training und Schulung an, schafft eine Plattform für den unmittelbaren Erfahrungsaustausch unter Mitgliedern und tritt darüber hinaus als Berater zu allgemeinen Fragen der Unternehmensführung auf. Mit dem jüngsten Angebot ASSIMA INNOVATIONSKREIS für Unternehmer wurde ein Programm geschaffen, das gezielt die unternehmerischen Qualitäten der ASSIMA Mitglieder verbessert und damit die gesamte Verbundgruppe noch stärker macht.

Zusätzlich zu den Aufgaben einer klassischen Verbundgruppe hat die ASSIMA Eigenmarken für ihre Lederwaren-Einzelhändler entwickelt, die unter den Namen „ASSIMA“, „LOUBS“ und „DARE“ erfolgreich am Markt agieren. Das Design wird intern entwickelt und weltweit mit externen Herstellern umgesetzt. Vier mal jährlich findet eine ASSIMA Messe statt, in deren Rahmen Mitglieder die Möglichkeit zur Order der Eigenmarken haben. Seit 2010 können während der außerhalb der Lederwarenmesse ILM stattfindenden Messen auch die wichtigsten Hersteller-Marken geordert werden. Damit bietet die ASSIMA Herstellern und Mitgliedern eine Gelegenheit, Zwischenkollektionen zeitnah zu ordern, und ergänzt damit den sonst üblichen, halbjährlichen Orderrhythmus der großen Messen zum Frühjahr/Sommer und Herbst/Winter zum Vorteil für alle Beteiligten. Eine weitere zukunftsweisende Innovation ist das Marketing- und Beschaffungskonzept ASSIMA PLUS, ein Beschaffungs- und Marketing-Konzept der systematischen (und ab 2011 vernetzten) Zusammenarbeit zwischen Einzelhandel und Markenherstellern, das die ASSIMA seit 2005 ihren Mitgliedern anbietet.

Mit der Vielfalt ihrer Angebote hat die ASSIMA eindrucksvoll und beispielgebend den Weg gewiesen, den heute moderne Verbundgruppen gehen können und müssen, um nachhaltigen Erfolg für ihre Mitglieder zu generieren.