



Marken-Erlebnis-Zentrum wird erweitert um eine ‚Gläserne Manufaktur‘
**Neues touristisches Highlight im Sauerland: Die WESCO-
‚alumentur‘**

29.7.2011

Nur vier Monate nach der Eröffnung der VILLA WESCO fügt die Arnberger Design-Premiummarke WESCO einen weiteren Baustein zum Konzept ‚Marken-Erlebnis-Zentrum‘ hinzu. Im Beisein von Dr. Karl Schneider, Landrat des Hochsauerlandkreises, und Thomas Weber, Geschäftsführer des Sauerland Tourismus, wurde heute die ‚alumentur‘ eröffnet. Hier wird ab sofort die Produktion der neuen aluments-Möbel-Serie für Besucher hautnah erlebbar gemacht. Damit wird die touristische Attraktivität des Besuchermagnets VILLA WESCO weiter gesteigert. In der ‚Gläsernen Manufaktur‘ am Produktionsstandort Arnberg können Interessierte nicht nur bei der Produktion der WESCO-Aluminium-Möbel zuschauen, sondern in der angegliederten Möbel-Ausstellung auf ca. 500 qm Fläche auch einen Eindruck von den vielfältigen Gestaltungsmöglichkeiten der Serie gewinnen.

HSK-Landrat Dr. Schneider hob in seinen Worten zur Eröffnung der ‚alumentur‘ besonders die Tatsache hervor, dass Markenhersteller WESCO sich mit dem Projekt VILLA WESCO explizit zum Standort Sauerland bekennt. Mit dem ‚alumentur‘ stelle WESCO besonders das in den Vordergrund, was die Industrieregion Sauerland auszeichnet, nämlich hochqualifizierte Facharbeiter und deren handwerkliches Können.

Die VILLA WESCO mit Outlet, Kochschule und angrenzender Gastronomie direkt am Ruhrufer hat sich in kurzer Zeit zu einem d e r touristischen Highlights im Sauerland entwickelt. Mit dem Bekenntnis zum Standort

Sauerland hat WESCO bei den Besuchern den Puls der Zeit getroffen. Denn die Gäste – darunter viele Fahrrad-Touristen vom angrenzenden RuhrtalRadweg und Sauerland-Touristen – sind begeistert davon, die bekannte Haushaltswaren-Marke so hautnah zu erleben. Ein Besuch in der VILLA, dem angrenzenden Park und dem Sandstrand an der Ruhr, dem italienischen Restaurant Da Vinci und jetzt in der neuen ‚alumentur‘ verbindet alles, was man für einen informativen und erholsamen Tag braucht – Shopperlebnis und italienisches Lebensgefühl inklusive. ‚Wir betreten mit dem Konzept Neuland, doch wir sind sicher, dass wir auf dem richtigen Weg sind,‘ so Egbert Neuhaus, geschäftsführender Gesellschafter des 1867 gegründeten Familienunternehmens. ‚Wir holen den Kunden in seiner Freizeit ab und bringen ihm auf angenehme Weise unsere Marke und unsere Produkte näher. Wer als Marke langfristig überleben will, muss aktiv auf seine Kunden zugehen, und zwar nicht virtuell, sondern real und erlebbar.‘

Mit der Eröffnung der ‚alumentur‘ baut WESCO sein Marken-Erlebnis-Zentrum mit direkter Lage an der Ruhr und dem gut frequentierten RuhrtalRadweg weiter aus. ‚Eine Marke braucht eine Seele – und wo kann man diese besser vermitteln, als am Unternehmensstandort,‘ so Egbert Neuhaus weiter. ‚In der ‚alumentur‘ zeigen wir dem Kunden, wie High Tech und handwerkliche Tradition bei WESCO Hand in Hand gehen. Trotz hoher Automatisierung im Produktionsprozess ist das fertige Produkt letztendlich das Ergebnis der hohen Professionalität unserer Mitarbeiter und deren handwerklichem Können. Letzteres kann durch keine Maschine ersetzt werden!‘ Die Möbel-Serie ‚aluments‘ wird in einem aufwendigen mehrstufigen Fertigungsprozess mit einem hohen Anteil an Handarbeit hergestellt. Ob Tische, Bänke oder Sideboards – WESCO aluments bietet nahezu unbegrenzte Gestaltungsmöglichkeiten, passgenau auf Kundenwunsch hergestellt.

Pressekontakt

Wesco - Petra Ohlmeyer - Marketing/PR
Bahnhofstr. 205 - D-59759 Arnsberg
Telephone: +49 (0) 29 32/4 76-0 - Fax: +49 (0) 29 32/4 76-55
e-mail: petra.ohlmeyer@wesco.de
Websites: www.wesco.de – www.villa-wesco.de