

INDIVIDUELLE DACHMARKE

20 JAHRE ERFOLG IM EUROPA MÖBEL-VERBUND

Seit ihrer Gründung im Jahr 2004 hat sich die **Home Company** als Marke zu einem bedeutenden Akteur im Möbelhandel entwickelt. Zeit für ein Zwischenfazit im Jubiläumsjahr.



Das Standortkonzept Home Company des EMV feiert sein 20-jähriges Jubiläum. Mittlerweile gehören 30 Häuser wie z. B. Hünting und Wirth (r.) dazu. Bis Ende des Jahres kommen fünf weitere Standorte dazu.

Die erste Eröffnung unter der Marke Home Company erfolgte im September 2004 mit Schuster in Ingolstadt: Seitdem ist viel passiert. Als Unternehmerrmarke des Europa Möbel-Verbundes (EMV) vereint die Home Company heute rund 30 Standorte, darunter vier Küchenfachmärkte. Im Jubiläumsjahr 2024 setzt die Home Company ihren Expansionskurs fort: Bis Ende des Jahres werden fünf neue Standorte eröffnet, darunter Häuser von Beyhoff, Bischoff und Holtmann Küchen.

„Für uns ist es ein Beweis, dass wir mit unserer Markenstrategie richtig liegen, denn gerade in der heutigen, sehr komplexen Möbelzeit können wir noch eine Schippe drauflegen. Die Tatsache, dass in diesem Jahr auffallend viele Küchenstandorte neu hinzugekommen sind, zeigt, dass wir das Markenkonstrukt inzwischen viel flexibler aussteuern können als noch zu Beginn“, so Andreas Brandel, Vertriebs- und Marketingleiter Home Company.

KOOPERATIVES MARKETING

Ein wichtiger Schritt in der Markenentwicklung war die erstmalige Präsenz der Home Company in TV-Spots im Jahr 2024. Diese gezielte Werbung in TV und digitalen Medien hat wesentlich zur Steigerung der Markenbekanntheit beigetragen.

Generell setzt Home Company auf kooperative Marketingstrategien, die es unabhängigen Möbelhändlern ermöglichen, Kampagnen gemeinsam zu planen und umzusetzen. Diese Zusammenarbeit senkt die Kosten, erhöht die Reichweite und fördert den Wissensaustausch sowie die Bündelung von Ressourcen. Das Ergebnis ist ein einheitlicher und starker Markenauftritt.

INDIVIDUELLES BRANDING

Trotz der gemeinsamen Dachmarke bietet Home Company den einzelnen Mitgliedshäusern die Möglichkeit, ihre regionale Identität und ihre spezifischen Stärken zu



betonen. Diese Balance zwischen lokaler Authentizität und überregionaler Markenkraft ermöglicht es den Einrichtungshäusern, ihre individuelle Markenstärke zu bewahren und gleichzeitig von der größeren Dachmarke zu profitieren.

GEZIELTE ANSPRACHE

Die Home Company legt großen Wert auf eine differenzierte Ansprache der unterschiedlichen Zielgruppen. Mit maßgeschneiderten Marketingbotschaften auf unterschiedlichen Kanälen wird auf die spezifischen Bedürfnisse und Vorlieben der Kund:innen eingegangen. Die Marketingstrategie umfasst klassische Werbung, Social Media und Content Marketing, um die Interessen der Zielgruppen effektiv zu adressieren. Ein starker Fokus liegt auf digitalem Marketing, einschließlich SEO, Social Media und Online-Werbung. Die gemeinsame Online-Plattform von Home Company dient dazu, Produkte zu präsentieren, Kund:innen zu inspirieren und den Verkauf zu fördern. Diese digitale Präsenz trägt wesentlich zur Markenbekanntheit und Kund:innengewinnung bei.

LOKALE BINDUNG

Die Partner:innen der Home Company legen besonderen Wert auf die emotionale Bindung zu ihren Kund:innen. Durch Storytelling, die Einbindung in lokale Events und die Betonung der regionalen Verwurzelung wird eine persönliche und vertrauensvolle Beziehung aufgebaut. Unterstützt wird dies durch eine starke Präsenz in den lokalen Medien und gezielte Sponsoringaktivitäten.

„In der Home Company steckt geballtes Möbelhandels-Know-how. Einerseits wissen wir, wo Schwarmintelligenz und gemeinsame Investitionen gefragt sind, andererseits pflegen wir die individuelle regionale Stärke der Partner. Die Home Company vereint das Beste aus zwei Welten“, erklärt Brandel abschließend.

SASCHA TAPKEN

www.emverbund.de
<https://homecompany-moebel.com>

5 FRAGEN AN ANDREAS BRANDEL

MK Herr Brandel, die Home-Company-Partner:innen sind eine eingeschworene Gemeinschaft. Was muss ein Händler mitbringen, um dazuzugehören?

Unternehmer:innen müssen Lust haben aktiv die Zukunft in der Möbel- und Küchenbranche neu zu gestalten, dabei die Bereitschaft zu haben, alte Wege zu verlassen und offen für unkonventionelle neue Dinge zu sein.

Was ist das Besondere an dem Konzept Home Company?

Die Möbel- und Küchenbranche steht vor tiefgreifenden Veränderungen, und genau darin liegt das Besondere am Home Company Konzept. Anstatt an alten Mustern festzuhalten, blicken wir mutig nach vorne. Unsere Bereitschaft dies zu tun ist nicht nur eine strategische Entscheidung, sondern auch Ausdruck unserer Leidenschaft für Innovation und Fortschritt. Unsere

Unternehmer:innen sind stark vernetzt und sie stellen sich mit ihrer Vision dieser Herausforderung. Die Gruppendynamik, die daraus entsteht, ist der Treibstoff, der uns vorantreibt. Jeder Unternehmer:in bringt individuelle Stärken ein, doch gemeinsam schaffen wir eine Synergie, die uns befähigt, Großes zu leisten. Diese Zusammenarbeit ist unser größter Wettbewerbsvorteil.

Wir haben nicht nur den Mut, traditionelle Pfade zu verlassen, sondern vor allem die Begeisterung, die Zukunft mit frischen Ideen und modernen Technologien aktiv zu gestalten. Die Lust auf Neues, auf Weiterentwicklung und auf die Gestaltung einer Branche, die sich im

Umbruch befindet, ist tief in unserer DNA verankert. Home Company setzt neue Maßstäbe und schafft eine nachhaltige Zukunft – für die Möbel- und Küchenbranche, für unsere Unternehmen und für unsere Kund:innen. „Wir Möbeln die Branche auf“.



Andreas Brandel ist Vertriebs- und Marketingleiter Home Company im Europa Möbel-Verbund.

Warum arbeiten Sie gern für die Home Company?

Zunächst einmal habe ich eine große Leidenschaft für Möbel und Inneneinrichtung. Es macht mir Spaß, jeden Tag mit Produkten zu arbeiten, die mich faszinieren. Außerdem bieten mir der EMV und die Inhaber:innen der Home Company viel kreativen Freiraum, sei es bei der Entwicklung von Marketingstrategien oder beim Einbringen neuer Ideen. Dieses kreative Umfeld motiviert mich und lässt mich immer wieder neue Dinge ausprobieren.

Außerdem genieße ich die dynamische und abwechslungsreiche Arbeitsatmosphäre. In meiner Position im Vertrieb und Marketing gibt es immer wieder neue Herausforderungen und Möglichkeiten, was die Arbeit spannend und erfüllend macht. Nicht zu vergessen ist das tolle Team, mit dem ich zusammenarbeite. Ein kollegiales und unterstützendes Umfeld ist mir sehr wichtig und ich schätze die Zusammenarbeit mit meinen Kolleg:innen sehr. Mein Herz schlägt eindeutig für „Home Company – Möbel Dein Leben auf!“

Was sind die nächsten Steps für HC?

Ich stelle mir als nächsten Schritt eine ausgelagerte Personalentwicklung vor, die die HC-Partner unterstützt, um Mitarbeiter:innen zu gewinnen und zu entwickeln. Zudem hat Home Company 2024 einen Pitch für eine neue Kreativagentur durchgeführt, mit der wir neue Standards setzen wollen, die dem neuen Kaufverhalten Rechnung tragen.

Wann gibt es endlich eine Home-Company-Collection?

Das ist eine gute Frage, erste Ideen und Ansätze gibt es bereits in der Gruppe. Einen genauen Fahrplan haben wir dafür nicht, aber es ist vorstellbar, die Ideen bis 2025 zu konkretisieren.