



EMV-Kollektionspräsentation 2023 in Gummersbach:

Die Marken weiter schärfen

Die sehr rege besuchte große Kollektionspräsentation des Europa Möbel-Verbands (EMV) begeisterte am 7. und 8. Mai die Gesellschafterinnen und Gesellschafter und setzte ein Ausrufezeichen hinter der Kompetenz des Verbunds für Exklusivkollektionen und bei deren starker Inszenierung am POS. In den Verkaufsräumen der Schuster Home Company präsentierte die Europa Möbel Collection (EMC) dazu zudem ihren neuen Markenbotschafter Mark Kühler. Aus Gummersbach berichtet Gerald Schultheiß.

Idyl präsentierte u. a. eine Lounge in Hularo-Geflecht sowie weitere exklusive Elemente für einen hohen Design- und Qualitäts-Anspruch auch draußen im Freien.

Bereits zum dritten Mal fand die Neuheiten-Show der verbandseigenen Handelsmarken bei der Schuster Home Company statt: Ein reales Möbelhaus als rund 7.100 qm große, perfekt inszenierte Marken-Bühne für alle Exklusivkollektionen des EMV zuzüglich ca. 800 qm für Fachsortimente. Ein eindrucksvoller Win-win-Coup für Schuster, die Gesellschafter, die Industrie-Partner sowie den Verband selber. Und Menschen lieben Marken, da sie ihnen Orientierung bieten: Laut einer Befragung im Auftrag des EMV trifft dies gerade auch auf jüngere Konsumentinnen und Konsumenten zu, wie die Geschäftsführer Felix Doerr und Ulf Rebenschütz betonten. Zumal starke Marken mehr Marge bringen.

In seiner starken Markenwelt sieht der EMV auch einen USP: Mit seinem breiten Portfolio an Exklusivmarken bietet er ein differenziertes Spektrum immer nachhaltigerer Marken-Kollektionen, die exakt auf die Wünsche und Bedürfnisse

unterschiedlichster Zielgruppen ausgerichtet sind.

Zum Auftakt des Events gehörte die Bühne einer Show des EMV-Marketingteams um den neuen CMO Andreas Merz zur künftigen Strategie und Ausrichtung der EMV-Marken. So verfeinern das Omnichannel-Marketing-Angebot der Marken und ihre ganzheitlich abgestimmten Sortimente die Kundenansprache und werden durch den EMV-Onlineshop Homepoet zusätzlich in ihrer Vermarktung unterstützt.

Launch von Küchen auf dem Homepoet des EMV

Am 4. Mai wurde auf dem Homepoet auch die Warengruppe Küche gelauncht. Seither wird in Kooperation mit Kitchenadvisor über ein Leadgenerierungs-Portal vorqualifizierte Frequenz auf die Flächen der EMV-Küchenhändler geleitet. Alle Modelle der EMV-Exklusivkollektionen werden auf dem Ver-

bandsshop Homepoet präsentiert. Bereits rund 150 Modelle sind einfach, intuitiv und mit Preisermittlung in 3 D über die Konfiguratoren-Software Visual Furniture planbar, wie Doerr auf der Messe vorführte.

Bei der Sortimentspräsentation selbst zeigten die Kernlieferanten der Handelsmarken Contur, Global, Lebensart, Natura, Raum.Freunde und EMC viele attraktive Modelle. Auch die Marken Styles United, Comfort Republic, Couchliebe und die neu gelaunchte Hochwert-Outdoor-Marke Idyl überzeugten mit ihren Neuheiten.

Getreu dem Verbands-Credo „Retail is Detail“ lag der Fokus – neben Neuheiten und Nachhaltigkeit bis in Lieferketten hinein – darauf, die Verbands-Marken und ihren Auftritt offline wie online weiter zu schärfen.

So wurde Contur laut Dirk Bachmann, Kollektionsmanager Contur und Raum.Freude, über Materialität und Verarbeitung noch etwas hochwertiger, aber

auch etwas weicher und runder. Zur besseren Abgrenzung wurden zudem Lieferanten gewechselt. Raum.Freunde wiederum wurde im Sortiment noch breiter. Eine Highlight dort war ein Tisch mit Platte aus Bambus als schnell nachwachsendem, nachhaltigen Material, das zudem härter ist als Eiche.

Nachhaltigkeit wird bei jedem Produkt hinterfragt

„Wir hinterfragen bei jedem Produkt seine Nachhaltigkeit – das ist für uns längst Standard“, erläutert Bachmann. Contur stellt zudem Qualität als beste Form der Nachhaltigkeit heraus. Bei EMC ist Heimwerker-König Mark Kühler, bekannt aus TV-Formaten wie „Wohnen nach Wunsch“ oder „Schrauben, Sägen, Siegen“, jetzt Marken- und Qualitäts-Botschafter. „Mark Kühler verkörpert den Mittelstand und steht für die Werte der Marke EMC,“ so Oliver Hemmerich, Vertriebsleiter Europa Mö-



Oliver Hemmerich präsentierte die Kampagne mit dem neuen Marken- und Qualitäts-Botschafter von EMC, dem Heimwerker-König Mark Kühler.



Noch bis kurz vor Messeschluss am Montag war die Händlerfrequenz in den Räumen des Kollektionshauses Schuster Home Company ungebrochen rege.



Schlafen wie die Royals: Am Krönungs-Wochenende in London feierte der britische Hoflieferant Sleeppeezee in Gummersbach Premiere bei Contur.



Neu präsentiert wurden u.a. hochwertige designorientierte Sideboards für die urbane und kreativ eigenständige Kollektion Raum.Freunde. Fotos: Schultheiß

bel Collection. Neben Social Media Content und Videoclips wurden auch POS-Materialien vorgestellt. „Der Slogan ‚Die verstehen Ihr Handwerk‘ lässt sich auf die ganze Prozesskette übertragen – von der Produktentwicklung über die Beratung bis hin zum Monteur“, so Hemmerich. Zu den vielen Bausteinen und Feinheiten zur weiteren Stärkung der EMV-Markenwelt gehörten auch neue POS-Konzepte für Natura und Lebensart – wie Leucht- und Kojen-Schilder, Selling-Cards, Katalog-Ständer oder Produkt-Steelen – alles per QR-Code mit der Markenwelt im Web verlinkt.

Starke Inszenierung eines starken Portfolios

Das präsentierte und toll inszenierte EMV Produkt- und Markenportfolio begeisterte auch die anwesende Industrie. „Unser Marken-Portfolio bietet ein einzigartiges, breites, immer aktuelles

Spektrum voll exklusiver Sortiments-Kollektionen, die genau auf diverse Zielgruppen zugeschnitten sind und deren Interieur-Wünsche erfüllen. Unsere Händlerinnen und Händler können aus dem breiten Angebot des EMV für ihren Standort geeignete Lizenz-Bausteine wählen, um den Unternehmens-Erfolg zu steigern. Wir sind sehr stolz auf unser Team, das wieder mit großem Engagement unsere Gesellschafterinnen und Gesellschafter mit dieser Präsentation überzeugen konnte“, freuten sich Doerr und Rebenschütz. Zumal angesichts der generellen Kaufzurückhaltung im Handel die Zuteilungen mit Augenmaß definiert wurden. Wobei bei Contur noch keine Zurückhaltung zu spüren war, bei Raum.Freunde z.B. hingegen schon – zumindest im Vergleich zum Rekordjahr 2022, in dem die Kollektion um 50% zulegte. „Es ist immer wichtig, womit ich mich vergleiche – und in Relation zu 2019 sind viele Händler noch im Plus.“, so Doerr. *MM*



Auch das Profil von Natura und Lebensart wurde mit POS-Paketen geschärft. Fotos: EMV

