

Das zielsichere EMV-Führungsteam (v.l.): CMO Andreas Merz, CAO Barbara Birnkammer, GF Felix Doerr, GF Ulf Rebenschütz, CPO Wolfgang Rauscheder, CSO Michael Klessinger.

## FACTS

- > 3. Kollektionspräsentation bei Schuster Home Company Gummersbach
- > Ausstellungsfläche: 7.100 qm, davon 800 qm Fachsortimente
- > Highlight: Mark Kühler als neuer Markenbotschafter der Europa Möbel Collection
- > „Homepoet“: Launch des Küchenportals in Kooperation mit Kitchenadvisor

www.emverbund.de



EMV: Kollektionspräsentation 2023

# You'll never sell alone!

Bereits zum dritten Mal fand die große EMV-Kollektionspräsentation bei der Schuster Home Company in Gummersbach statt. Am 7. und 8. Mai begeisterten die verbandseigenen exklusiven Handelsmarken des EMV die mehr als 600 Gäste, die sich die vielen News nicht entgehen lassen wollten. Begleitend zu den Produkten stand das Marketing im Fokus – mit dem zentralen „Homepoet“-Onlineshop als Dreh- und Angelpunkt.

Ohne Marketing keine Marke(n). Insofern war es der richtige Auftakt für die Kollektionspräsentation, dass sich die EMV-Händler am Sonntagmorgen im größten Kino von Gummersbach versammelten, um einen Blockbuster vom EMV-Marketingteam unter Leitung des neuen CMO Andreas Merz zu erleben. In einer unterhaltsam gestalteten zweistündigen Präsentation,

stellten die EMV-Expert:innen die Strategie und konzeptionelle Ausrichtung der Verbandsmarken vor. Der Systemgedanke wurde unter dem Titel „You'll never sell alone“ besonders deutlich: Das komplette Omnichannel-Marketingangebot der EMV-Marken sowie die ganzheitlich abgestimmten Sortimente verfeinern die Kundenansprache und werden durch den verbandseigenen Online-

shop „Homepoet“ zusätzlich in der Vermarktung unterstützt. Grundlage dafür ist auch der riesige Daten-Fundus inklusive CGI, um die Produkte auf allen Kanälen ansprechend zu promoten.

Dabei wird das Angebot für die Endverbraucher:innen immer größer. Denn im Mai wurde auf der Plattform „Homepoet“ die neue Warengruppe Küche in Kooperation mit der Kitchenadvisor GmbH über ein Leadgenerierungsportal gelauncht, sodass mit vorqualifizierten Kundenkontakten Frequenz direkt auf die Flächen der EMV-Küchenhändler geleitet wird.

Bei der anschließenden Sortimentspräsentation zeigten die Kernlieferanten der Handelsmarken „Contur“, „Global“, „Lebensart“, „Natura“, „Raumfreunde“ und die „Europa Möbel Collection“ eine Vielzahl neuer Modelle. Auch die Marken „Styles United“, „Comfort Republic“, „Couchliebe“ und die jetzt zum Saisonstart gelaunchte neue Hochwert-Outdoor-Marke „Idyl“ überzeuften mit ihren Neuheiten.



Alle Marken münden in den „Homepoet“ ein, um über den zentralen Onlineshop Kund:innen für die Gesellschafter zu aktivieren.

Die junge Kollektion „Raumfreunde“ fand dieses Mal besonders viele Fans, denn mit Lieblingsstücken und besonderen Details untermauerte die Marke sehr gekonnt ihre Unabhängigkeit.

An der „Natura“-Kollektion wurde intensiv weitergearbeitet, hier ging es aber nicht nur um Produkte, sondern auch um einen verfeinerten POS-Auftritt.

Viele Freunde hat innerhalb des ersten Jahres nach dem Launch auch die „Idyl“-Kollektion gefunden. Die Outdoor-Marke hat den

Exklusivitätsgrad des Sortiments dabei noch einmal erhöht.

So können sich die EMV-Gesellschafter aus der großen Markenwelt ihr Best-of zusammenstellen, um unterschiedliche Zielgruppen zu erreichen. Die Fundamente dieses Baukastensystems bilden die Kollektionen „Global“, „Contur“ und „Europa Möbel“. Mit dieser Strategie liegt der EMV auf Kurs, wie die Geschäftsführer Felix Doerr und Ulf Rebenschütz untermauern: „Unser Marken-Portfolio bietet ein einzigartiges, breites, immer

aktuelles Spektrum an exklusiven Sortimentskollektionen, die genau auf diverse Zielgruppen zugeschnitten sind und deren Interieurwünsche erfüllen. Unsere Händlerinnen und Händler können aus dem breiten Angebot des EMV für ihren Standort geeignete Lizenzbausteine wählen, um den Unternehmenserfolg zu steigern. Wir sind sehr stolz auf unser Team, das wieder mit großem Engagement unsere Gesellschafter mit dieser Präsentation überzeugen konnte.“

SASCHA TAPKEN



Viel los in Gummersbach: Die Messe war auch aufgrund der vorgeschalteten Marketing-Präsentation sehr gut besucht.