

EMMK-MESSE – EMV

ZWEI NEUE BRANDS AUF EINEN STREICH

In einer schwachen Konjunktur lassen sich Verbraucher nur mit frischen Ideen und neuen Konzepten aus der Reserve locken. Entsprechend legte der **EMV** auf der EMMK-Messe kräftig nach – mit gleich zwei neuen Markenwelten.



Foto: EMMK

Frank Haubold, Category Manager Küche, und seine Teamkollegen präsentieren die neue Küchenmarke Livøna dem Publikum vor.

Ganze 107 Industriepartner waren vor Ort, darunter 53 Leistungslieferanten. Zehn EMV-Konzeptstände und sechs EMV-Küchenkonzepte zeigten eindrucksvoll, dass der Verband alles daran setzte, seinen Anschlusshäusern ein breites Angebot zu präsentieren. Gleichzeitig sahen die beiden Geschäfts-

führer Ulf Rebenschütz und Knut Albert deutlichen Handlungsbedarf:

„Wir müssen uns vor Augen halten, dass das Preisniveau in den vergangenen Jahren um 30, teilweise sogar 40 Prozent gestiegen ist“, betonte Rebenschütz mit Blick auf das Küchensegment. Dennoch habe sich der Küchenverkauf erholt – der EMV-Küchenverband KSV liegt voraussichtlich rund 4 Prozent über dem Vorjahr. Nun

gehe es jedoch darum, neben dem Umsatz auch wieder Mengen zu generieren.

NEUE KÜCHENMARKE LIVØNA

Und genau das ist die Triebfeder für das neue Sortiments- und Flächenkonzept „Livøna“: skandinavisch, smart und selbstbestimmt. Category Manager Frank Haubold präsentierte dem Messepublikum das neue Label, das in einer attraktiven Preislage mit sympathischer Markenwelt ansetzt und sich sichtbar an eine Ikea-affine Zielgruppe richtet. Für einen schnellen Start gibt es fertig ausgearbeitete Studiokonzepte für Verkaufsflächen von 50, 100 und 150 Quadratmetern.

KÜCHE AKTIV IM NEUEN LOOK

Auch das seit über 30 Jahren erfolgreiche Fachmarktkonzept „Küche Aktiv“ wurde umfassend überarbeitet. Wertiger Ladenbau, eine moderne Corporate Identity und eine emotionale Markenführung schaffen ideale Voraussetzungen für serviceorientierte Küchenspezialisten, die sich lokal als starke Marke positionieren möchten – ob als eigenständiges Studio oder als Shop-in-Shop im Möbelhaus. Das neue Konzept schafft Räume, in denen Menschen gern zusammenkommen sollen.

KLARHEIT MIT NEUEM NAMEN

Der Markenauftritt „Herzstück“ wurde zu „Rayn Studio“ weiterentwickelt. Die Marke steht mehr denn je für zeitloses Design, modulare Lösungen und verantwortungsvolle Materialien und richtet sich an designorientierte Küchenstudios und Möbelhäuser.

Der KSV – Küchen SpezialVerband des EMV – präsentierte ein neues KSV-Wohn-

Skandinavisch wird es mit der neuen Marke Jakobsen Copenhagen. [Produktmanager Matthias Spettmann](#) und sein Team freuten sich über die positiven Feedbacks der Händler.



Foto: EMMK

konzept sowie Services zur digitalen Positionierung der Händler, inklusive POS-Konzepten und Sportmarketing-Maßnahmen.

DER MESSEAUSKLANG

Der Messesonntag endete stimmungsvoll. Rund 2.000 Gäste aus Industrie und Handel ließen den Abend in der Glashalle der Leipziger Messe ausklingen. Die zweitägige Messe machte deutlich, dass der Mittelstand eine Zukunft hat – wenn er agil bleibt und sich kontinuierlich weiterentwickelt.

SASCHA TAPKEN

www.emverbund.de



Stimmungsvolle Abendveranstaltung in der Glashalle der Leipziger Messe.

Foto: Sascha Tapken



Markus Schüller, Geschäftsführer Schüller Küchen, war gleich mit zwei neuen Küchenmodellen in Leipzig vertreten.