



Felix Doerr (rechts), Ulf Rebenschütz:
„Tolle Order-Messe ganz am Puls der Zeit.“



EMV- Ordermesse: Zentrum des Mainstreams

Ganz am Puls der Zeit – und nochmals 3.000 qm Power-Fläche mehr als im Vorjahr in Göttingen: Auf 11.000 qm präsentierte der Europa Möbel Verbund (EMV) am 20./21. November in der Neuen Messe Leipzig seine freie Ware und Eigenmarken-Kollektionen. 150 starke Lieferanten-Partner standen hinter der Leistungsschau des Verbands für das konventionelle Sortiment, für SB/Mitnahme, für die „Europa Möbel Collection“, für „akad’or“, Trendstore und Discount-Profi sowie die „Power-Kollektion“: eine starke Messe, zumal 70% der EMV-Gesellschafter bereits bis Mittag des ersten Messtags schon vor Ort waren. Aus Leipzig berichtet Gerald Schultheiß.

„Wir befinden uns mit der hier präsentierten Ware im Zentrum des Mainstream-Geschmacks“, brachten die Geschäftsführer Felix Doerr und Ulf Rebenschütz das Profil der Herbstmesse des EMV auf den Punkt.

Decken sich hier doch sowohl die großen Wohnkaufhäuser im Verband als auch kleinere Mitgliedshäuser mit frischer Ware von den Herbstmessen ein – sowohl bei den Kern- als auch den Fachsortimenten. Flexibilität war vor diesem Hintergrund denn auch das absolute Leitprinzip der Power-Messe.

Das Kraft-Zentrum der Ordermesse war die „EM Collection“, die erstmals auf einer 1.000 qm starken Sonderfläche inszeniert wurde. Dreh- und Angelpunkt war ein überdimensionales Tablet, auf dem sich die 323 angereisten Lizenznehmer der EMC interaktiv durch das neue E-Paper und die Journale der EMC klicken konnten. Eines der konzeptionell völlig neuen Highlights der Messe war die dort lancierte Hochwert-Marke „EM Selection“ als



Abrundung nach oben; hinter ihr stehen Exklusivmodelle der Marken Hülsta und Schlaraffia. Ebenfalls im Hochwertbereich positioniert ist das neue Badmöbel-Konzept „Bad Oase“ des EMV – ein weiteres neues Konzept-Highlight der Messe. Die Idee dahinter: die besten Badmöbel dreier führender Hersteller auf ganz eigene Art zu individualisieren und zu veredeln: Qualität und Design für „besondere Momente.“

Die Sofa-Modelle bei „akad'or“ spiegeln die Megatrends aus der Mitte des Polster-Marktes, harmonisch und wertig im „Milano-Style“ präsentiert. Die „Power-Kollektion“ wiederum mit ihren Schnelldreher-Garnituren war im „Steam Punk“-Style völlig ungewöhnlich inszeniert – eine Inszenierung, die Händler übernehmen können. Für Trendstore wurde die Eigenmodell-Kollektion mit typischer SB-Ware und Messekrachern weiterentwickelt und

mit „Trendstore Plus“ ein neues Werbekonzept für 2017 präsentiert. Bei seinen Asien-Direktimporten legte der EMV den Fokus neben Fernsehsesseln und Stühlen erstmals auch auf Gartenmöbel. Ein wichtiger Bestandteil dieser neuen Kollektion ist die „Home Island“-Serie des EMV. Das dritte neue Konzept-Highlight der Leistungsschau war das EMV-Leuchtenkonzept: Die konsumigen, marktgerichten Importartikel-Module werden

Gemeinsam einkaufen, die Module aber individuell nutzen: Hinter stylischen Eye-Catchern des Leuchten-Konzepts steckt konsumige Importware.

zwar gemeinsam eingekauft, können aber je nach eigenem Bedarf nach Belieben einzeln vermarktet werden. Im kommenden Jahr findet die Kollektions-Präsentation des EMV am 21./22. Mai in Berlin statt, die Order-Messe inklusive Küche dann am 5./6. November in München.



Kraftvolle Abrundung der „EM Collection“ nach oben: Ihre neue Hochwert-Marke „EM Selection“ wurde zusammen mit Hülsta und Schlaraffia entwickelt.



Eigene Import-Power und Megatrends für die Mitte des Marktes – hier im Fall der „Power-Kollektion“ inszeniert im „Steam Punk“-Stil. Fotos Schultheiß, EMV