



Die große Show der Verbandskollektionen des EMV

# Maßgeschneiderte Module aus der „Kraft-Zentrale“

Die „Kraftzentrale“ des Duisburger Landschaftsparks bot den passenden Rahmen für die außergewöhnliche Kollektionspräsentation des Europa Möbel-Verbundes EMV. Der Verband stellte auf 3.000 qm ein verfeinertes, zielgruppenorientiertes Modul-Konzept vor. Maßarbeit für die drei Handelsmarken Contur, Global und Natura.

Eine „konsequent auf den Kunden fokussierte Strategie“ konnten die Anschlusshäuser des Europa Möbel-Verbundes EMV an zweieinhalb Tagen live in Augenschein nehmen. Auf 3.000 qm Messe in der Duisburger „Kraftzentrale“ wurden die Handelsmarken Contur, Global und Natura in neuen Modulen präsentiert, um eine noch konsequentere Zielgruppenansprache zu ermöglichen.

„Gemeinsam mit unseren Handelspartnern haben wir die Kollektionen unter die Lupe genommen. Die Kunden haben sich immer mehr individualisiert, sodass eine neue Zielgruppen-Ausrichtung notwendig

Rechts: „Die Einführung dieser Module bedeutet für uns einen Meilenstein.“ EMV-Vertriebschef Michael Klessinger, EMV-Geschäftsführer Ulf Rebenschütz und Felix Doerr sowie Arnd Ziemer, Chefredakteur „möbel kultur“ (v. l.).



Fotos: Michael Plettenberg

geworden ist“, betonen die Geschäftsführer Felix Doerr und Ulf Rebenschütz. Schließlich können die Handelspartner ihr Möbelhaus jetzt noch präziser auf ihre Region und die lokale Kundschaft zuschneiden. Dabei haben sie die freie Wahl – der Kollektionsmix ist absolut erwünscht. Gleichzeitig bietet der Verband ihnen ein maßgeschneidertes Marketingpaket an. „Unsere Gesellschafter können flexibler und individueller agieren als je zuvor.“

Auch wenn die große, multimediale Vorpräsentation am Sonntagmorgen zum Messebeginn eher auf den Bauch zielte und sich weniger an der Ware orientierte, so konnten sich sämtliche Kollektionsbausteine wirklich sehen lassen.

Allen voran die großzügig inszenierten „Raumfreunde“, dem neu aufgesetzten Modul bei Contur. Der Markenname konnte bis Messebeginn unter Verschluss gehalten werden, die Überraschung gelang. Ein eigenständiger Baustein, hinter dem die Marke Contur steht. Mit neuen Lieferanten und komplett eigener Kollektion, die durch Lässigkeit besticht: mit Einzelmöbeln, Polstern und Einzelsesseln, Beistelltischen und Accessoires. Einer Ware, die ohne Tiefe in den Typenplänen auskommt. Wodurch günstige Preislagen möglich sind, da beim Hersteller weniger Komplexität entsteht. Das Modul will Händler ansprechen, „die etwas Frisches brauchen“: eine moderne, urbane Kollektion, nicht flippig, sondern bodenständig und mit Komfort – 200 qm Fläche reichen aus. Im März fanden bereits die letzten Ausmusterungen statt, dann ging es gleich ins Fotostudio. Sodass zum Messestart ein fertiges Marketingpaket vorlag. Zum Kollektionsstart im Herbst wird das Sortiment zudem im Stylescout implementiert sein. Auch der Andruck eines attraktiven Journals lag vor. „Wir haben bereits Produktfilme in genau den Räumlichkeiten gedreht, in denen diese Menschen leben“, berichtet EMV-Vertriebschef Michael Klessinger. „Mit einer Story, die ganz einfach zu erzählen ist. Mehr Authentizität geht nicht.“

Der Abstand der „Raumfreunde“ zur Contur-Kollektion ist gut sichtbar, diese ist etwas kleiner geworden, konzentrierter in der Aussage. Contur-Produktmanager Philipp Goreth zeigte spannende, neue Oberflächen in Glas und Keramik mit super Hap-

tiken, in schönen Farben mit interessanten Kontrasten zu den Polstermöbeln. Auch wenn die Systeme weiterhin Kern der Contur-Kollektion bleiben, so wird doch häufig das solitäre Thema gespielt, zum Beispiel mit außergewöhnlichen Highboardlösungen oder mit schicken, verstellbaren Einzelsesseln sowie Polstermöbeln mit kleinen Lösungen im Typenplaner. Die Contur-Kollektion ist weiterhin zu 80 Prozent von bestehenden Lieferanten besetzt, 20 Prozent kamen neu hinzu.

Auch die große Verbandsmarke Global ist jetzt dreigeteilt und deutlich modernisiert, insbesondere der „Select“-Baustein – gut geeignet als Einstieg zu Contur – hebt die Kollektion deutlich vom Mainstream, der aber mit „Family“ immer noch gut abgedeckt wird.

Die wachstumsstarke Natura-Kollektion wurde ebenfalls in drei Bausteinen noch schärfer profiliert: Zu „Natura Home“ als Basis kommen nun „Natura Trend“ (für 170 qm VK-Fläche) und „Natura Lebensart“ (220 qm) als Aufbaumodul. „Wir suchen exklusive Lieferanten und Themen, die nicht auf der Großfläche stehen, und schaffen uns dabei Schwerpunktpartner in der Industrie“, berichtet Produktmanager Alexander Weiß. Allein der Polsteranteil liegt bei Natura bei 40 Prozent, da bringt eine Konzentration im Einkauf erhebliche Vorteile. Einige erfolgreiche Longseller laufen in dieser Kollektion unverdrossen, ansonsten ist das Angebot höchst aktuell. Immerhin: Von fünfzehn Top-Kastenmöbelprogrammen des EMV stammen sieben aus der „Natura Home“-Kollektion. Alexander Weiß: „Auch wenn Kastenmöbel schwierig laufen, wir kämpfen und testen immer wieder neue Ideen. Und: Alle unsere Möbel können etwas, mit Standardmodellen wären wir – und das gilt für alle Kollektionen – nicht erfolgreich.“

Deshalb wird auch beim EMV inzwischen weltweit beschafft, „auch das Entwickeln von Modellen funktioniert selbst in fernen Ländern wie Vietnam“, berichtet Geschäftsführer Ulf Rebenschütz. „Wichtig ist, dass die Lieferkette transparent ist.“ Die Ware wird über Importeure kommissionsweise bestellt, hat in der Regel zwölf Wochen Lieferzeit und wird dann „ganz normal“ als Kundenkommission zum Möbelhaus geliefert.



Spannend war zu beobachten, wie Händler bereits auf der Messe die Module für ihre Bedürfnisse mischten. Natura-Spezialisten entschieden sich mit „Global Comfort“ für ihre Best-Ager-Kunden. Häuser mit jungen Unternehmern, die Lifestyle verstehen, nahmen die „Raumfreunde“ ins Programm. Das funktionierte problemlos, da alle Bausteine ohne Dubletten präzise aufeinander abgestimmt sind. Übrigens: Alle Details dazu ab Seite 43.

www.emverbund.de



Ganz oben: Starker Andrang beim Messehighlight, den „Raumfreunden“. Mitte: „Natura Lebensart“ mit spannenden Sortimenten aus aller Welt, die „besonders“ sind. Links: Die Leuchtsäulen signalisieren die konsequente Modularisierung der „Global“-Kollektion.