

Die Zukunft des Fachhandels „live“

Erfolgreicher „Fit for Future“-Kongress des EMV in Ingolstadt

Über 200 Teilnehmer waren trotz bayerischer Ferien und Feiertag nach Ingolstadt gereist, um beim „Fit for Future“-Kongress des Europa Möbel-Verbundes (EMV) dabei zu sein. Kreative Köpfe aus den verschiedenen Bereichen der Verbundgruppe präsentierten gemeinsam mit den Geschäftsführern Felix Doerr und Ulf Rebenschütz einen spannenden Tag voller neuer Konzepte und wegweisender Maßnahmen für die Anschlusshäuser.

Vollblutunternehmer Klaus Kobjoll, Geschäftsführer des Vier-Sterne-Tagungshotels Schindlerhof in Nürnberg, begeisterte das Publikum. Sein Credo: Die Stimmung in einem Betrieb ist wichtiger als Wissen und Kapital. Er forderte mehr Mut zu Unkonventionellem und betonte, dass Kaufentscheidungen heute weniger nach dem Preis, sondern nach Emotion und der Unternehmensperformance getroffen werden. „Charmant verführen“ nennt er sein Erfolgsrezept.

In der anschließenden Präsentation unter der Regie von EMV-Gesamtvertriebsleiter Michael Klessinger überzeugte das große Verbandspaket der Leistungsangebote für digitales Marketing, Ausbildung und Recruiting. Zusammen mit frischen Dienstleistungsideen machten die Neuerungen den Tag in Ingolstadt für alle Teilnehmer zu einem inspirierenden Erlebnis.

Faszination Digitalisierung

Prof. Dr. Klaus Gutknecht von der Elaboratum Consulting warnte vor dem enorm hohen Tempo der digitalen Entwicklung. Er prognostizierte für die nächsten zehn Jahre einen Online-Umsatz bei Möbeln von 20 Prozent. Der Verband sieht hier aber eher eine Chance, denn die Digitalisierung verbessert auch die Prozesse im Verkauf. Geschäftsführer Ulf Rebenschütz betonte: „Keine Angst vor der digitalen Welt, im Gegenteil: Sie ist der Turbo für Weiterentwicklung im Möbelhandel.“ Deshalb ist die Website künftig auch der Schlüssel des Marketings. Wichtig sei es, den Internetauftritt kompetent zu gestalten, emotional aufzuladen und immer aktuell zu halten. Torsten Godisch, Leiter Digital Business beim EMV, stellte dazu ein umfangreiches Programm mit Content-getriebenen Tools vor, um Wahrnehmbarkeit und Reichweiten der mittelständischen Gesellschafter zu steigern.

POS – der Point of „Emotion“

Das Team aus der Fahrenzhausener Verbandszentrale ging in Ingolstadt zudem mit einem wegweisenden Konzept zur Emotionalisierung des Verkaufsraumes an den Start. Mit dem Ziel, dass der Kunde überall im Geschäft ein Zusammenspiel von realer und digitaler Welt mit gefühlsbetonten Botschaften, Produktinformation und persönlicher Beratungskompetenz erhält.

Die EMV Kompetenz-Schmiede

Als weiterer zentraler Erfolgsfaktor im Möbelmittelstand wirken die Mitarbeiter. „Personal ist heute das relevante Differenzierungsmerkmal im Wettbewerb“, erklärte Christiane Geuting von der HRC Unternehmensgruppe. Sie stellte ein neues Bildungsnetzwerk des Verbandes vor: die modulartig aufgebaute Akademie. „Damit schaffen wir ein Angebot für zukunftsweisendes vernetztes Lernen, um sich durch bestens ausgebildete Mitarbeiter am Markt zu differenzieren. Wir wollen eine Kompetenzschmiede für Verkaufsexzellenz.“ Dabei soll ein Berufsbild entstehen, das unter der Berufsbezeichnung des „Home Stylisten“ den Mitarbeiter vom Verkäufer zur Beraterpersönlichkeit weiterentwickelt. Das ehrgeizige Ziel: Der EMV will die Händlergemeinschaft mit der besten Beratungskompetenz werden.

Das EMV-Küchenkonzept „Jensen/Urban“

Darüber hinaus präsentierte Willibert Fröschen, Vertriebs- und Marketingleiter Küchen, das neue EMV-Konzept „Jensen/Urban“ für das wachsende Marktsegment ab 10.000 Euro Verkaufspreis. Das Versprechen: Den höchsten Grad an individueller Wunscherfüllung beim Verbraucher zu erreichen. Die neuen Modelle sind komplett eingebunden in ein Digital-Signage-Vermarktungspaket, das von Videomapping und der besonderen Inszenierung über LCD-Bildschirme mit Bewegungsbildern bis hin zu XXL-Touch-Bildschirmen am POS reicht.

Die neue Schuster Home Company in Ingolstadt

Highlight des Kongresses war die zum Abschluss des Tages stattfindende Besichtigung des „Fit for Future“-Pilothauses Schuster HOME COMPANY, durch das Geschäftsführerin Karena Schleicher die Kollegen führte. Als echtes Vorzeigehaus gab es nach einem halben Jahr Umbau perfektes Storytelling in emotionaler Umgebung zu entdecken. Eine komplett veränderte Küchenausstellung – bereits mit „Jensen/Urban“ – dazu Wohnen und Speisen kombiniert, überzeugte die Händler. Das Möbelhaus beeindruckt auf 3.400 Quadratmetern durch außergewöhnliche Inszenierungen – inklusive des EMV-Moduls RAUM.FREUNDE. Weniger Zwischenwände sorgen für Transparenz, dramatisierende Beleuchtung und viele digitale Implementierungen machen das ganze Haus zu einem wegweisenden „Point of Emotion“ in der Branche. Ebenfalls bemerkenswert: Für die Homepage der Schuster HOME COMPANY hat die Verbundgruppe bereits umfangreichen Content zur Verfügung gestellt.

Fahrenzhausen, den 7. November 2016

Kontakt für Redaktionen:

Europa Möbel-Verbund
Susanne Schiffner-Geringer
Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
Tel.: 08133/89-104
Fax: 08133/89-199
E-Mail: schiffner-geringer@emverbund.de