

EMV: Kollektions-Präsentation 2017 in Berlin

Neuheiten-Show auf „Event-Island“ – Immer schärfere Kollektionsprofile – Feintuning für immer individuellere Kunden

Der konsequente Ausbau der verbandseigenen exklusiven Handelsmarken zählt zu den strategischen Erfolgsfaktoren des Europa Möbel-Verbundes (EMV). Die große Kollektions-Präsentation 2017, die in diesem Jahr am 21. und 22. Mai in Berlin stattfindet, stellte dies erneut unter Beweis. Für die Neuheiten-Schau wurde mit dem „Event Island“ eine außergewöhnliche Location im historischen Industrie-Areal auf der Spandauer Havel-Insel Eiswerder gefunden.

Auf einer Ausstellungsfläche von 3.180 Quadratmetern zeigten 61 Kernlieferanten aus dem In- und Ausland eine Vielzahl attraktiver Modelle für die verbandseigenen Handelsmarken „Natura“, „Global“, „Contur“ und Raum.Freunde. Mit der Präsentation stellte der EMV erneut seine hohe Kollektionskompetenz unter Beweis.

12 Monate Erfahrung mit den neuen Kollektionsmodulen

Fast ein Jahr ist es her, dass zur verfeinerten Kundenansprache neue Kollektionsmodule eingeführt wurden, um die Handelsmarken auf ein noch profilierteres Level zu heben. „Sehr schnell haben unsere Händler die Chance genutzt, durch Spezialisierung auf die zu ihnen passenden Module noch gezielter auf ihre Kunden einzugehen und ihr Profil am Markt weiter zu schärfen,“ betonen die beiden Verbandsgeschäftsführer Felix Doerr und Ulf Rebenschütz. Besonders „Raum.Freunde“ wurde seitdem hervorragend von Händlern und Endverbrauchern angenommen. Die Handelsmarken-Ausschüsse des Europa Möbel-Verbundes haben für die diesjährigen Innovationen weiter gefeilt und feinjustiert und dabei eine Vielzahl aktueller Trends internationaler Einrichtungsmessen wie Köln oder Mailand verarbeitet.

Ein starkes Neuheiten-Paket

Die „Natura“-Kollektion zählt heute mit ihren Modulen zu den wachstumsstärksten des Europa Möbel-Verbundes. „Natura Lebensart“ sorgt für internationale Atmosphäre und begeistert in diesem Jahr durch die hochwertigen „Louisiana“-Wohn- und Speisemöbel im beliebten East Coast Style. Das Chesterfield Sofa „Charleston“ besticht durch klassisch englische Eleganz. Maßgeschneidert für die Zielgruppe auch die Rockfort Möbel im stylischen Club House Stil. Das Modul „Natura Home“ punktet mit natürlichen Materialien in hoher Qualität. In diesem Jahr steht Leder im Vordergrund. Auch in sämtlichen Marketingunterlagen wird die Lederkompetenz der Kollektion deutlich profiliert.

Die drei Module der Global Kollektion bieten in Berlin eine ganze Reihe verkaufsstärkerer Modelle. Bei „Global family“ liegt der besondere Schwerpunkt in diesem Jahr auf dem Thema Schlafen: Zwei neue Schranksysteme wurden präsentiert, eines in Hochglanz, ein weiteres in Lack und Echtholz mit passenden Bettenlagen.

Highlight ist ein begehrter Schwebetürenschränk. Ebenfalls neu gelauncht wird das „Global Goodnight“-Matratzenstudio inklusive frischem POS-Konzept. „Global select“, das Modul für gut situierte, aktive und junggebliebene Kunden 45 plus, erfährt nochmals eine prägnante Profilschärfung sowohl im Sortiment als auch im Marketing. Vor allem die neue Foto-Linie wird der Kollektion noch mehr Eigenständigkeit für eine adäquate Zielgruppenansprache geben. An den klassischen Kunden 60 plus richtet sich „Global comfort“. Die Kollektion wird in diesem Jahr vor allem im Bereich Polstermöbel gestärkt. Die neuen Programme überzeugen entsprechend dem Kollektionsnamen mit besonderem Komfort. Der reicht von manuellen bis motorischen Relaxfunktionen, Kopfteilverstellung, Klapprücken bis hin zu außergewöhnlich weichem Sitzkomfort.

Messe-Highlight: Raum.Freunde und Contur

Die Hochwertmarke „Contur“ überzeugt auch in Berlin wieder mit Design und Qualität im puristischen Stil und moderner Eleganz. Mehrere neue Sofas mit grenzenlosem Sitzgenuss, die das Zeug zum Klassiker haben, stehen im Focus. Dazu zählt u.a. eine ganze Stuhlfamilie mit drei Untergestell-Variationen in schnörkelloser Ästhetik sowie ein Lack-Massivholz-Bettprogramm für Design-Enthusiasten.

Natürlich hält die vor einem Jahr ins Leben gerufene „Raum.Freunde“ Kollektion – Motto: junger und urbaner Chic im Retro- und Design-Mix – etwas Besonderes bereit. Einen charakterstarken Ohrensessel im Leder-Stoff-Mix, Ton-in-Ton oder italienisch elegant mit besonderen Nahtdetails. Die „Raum.Freunde“-Kollektion ergänzt ab sofort ein ungewöhnliches Materialspiel im Scandi Design, bewusst kleinformig für kompakte Wohnraum-Grundrisse und neue spannende Lebensentwürfe konzipiert. Und mit dem Soundmöbel „Niba“ erhalten die Händler ein echtes akustisches Zuckerstück.

Qualitätsmanagement ist Teil der Kollektionsarbeit

„Unsere Handelsmarken sind in den vergangenen 24 Monaten erheblich weiterentwickelt worden“ erläutern Felix Doerr und Ulf Rebenschütz. „Das Raster der Bausteine und des begleitenden Marketings in unserer Verbundgruppe ist heute stärker ausdifferenziert als in der Vergangenheit, weil die Individualisierung des Kunden in hohem Maße voranschreitet.“ Das permanente Steuern der Handelsmarken des Verbandes ist heute Ergebnis eines kontinuierlichen Verbesserungsprozesses, Qualitätsmanagement ist laufender Bestandteil der Kollektionsarbeit des Verbandes. „Dahinter steht ein in vielen Jahren gewachsener Erfahrungsschatz, von dem die Händler, die sich im Europa Möbel-Verbund zusammengeschlossen haben, heute profitieren“ betont die Geschäftsführung.

Weitere EMV-Messen

Die nächste wichtige Veranstaltung im Messekalender stellt die EMV-Ordermesse am 5. und 6. November in der Messe München dar, auf der sich in diesem Jahr auch das Küchensegment präsentiert.

Fahrenzhausen, den 22. Mai 2017