

EMV-Messe 2017: „Die Wucht der Platzierungen“ 150 Aussteller auf 15.000 qm – Neue Eigenmarke „Casea“ – Exklusive Hausgeräteserie unter der Marke Whirlpool

Die EMV-Messe in München geriet nach zweieinhalb erfolgreichen Tagen (5. bis 7. November) zu einer Demonstration der Stärke. Insgesamt beteiligten sich 150 Aussteller auf 15.000 qm Fläche an der Leistungsshow für das konventionelle Sortiment, Mitnahme/SB und die Kollektionspräsentationen für die Europa Möbel Collection, akad'or und die Power-Kollektion (Halle C3). Die Küche hatte in Halle C4 ihren großen Auftritt. Dabei sorgte die Mannschaft des Europa Möbel Verbunds in mehreren Bereichen für Highlights, weshalb die Rekordbeteiligung der Anschlusshäuser kaum überraschte.

Gleich im Entree der Wohnmöbel-Halle C3 konnten die Mitgliedsunternehmen die neue Fachsortimente-Marke „Casea“ in Augenschein nehmen, die zum Start Heimtextilien und Leuchten beinhaltet. Die Resonanz auf das neue Label, das von der Verpackung über die Artikelkennzeichnung bis hin zum POS-Paket aus einem Guss konzipiert wurde, fiel sowohl von den Wohnkaufhäusern als auch von kleineren Handelsformaten sehr positiv aus. Die „Casea“-Pilotfläche beim Möbelhof in Ingolstadt liefert bereits seit Ende letzter Woche erste Ergebnisse, die zur Nachahmung verleitet.

Gegenüber vom „Casea“-Stand zeigte der Import-Manager Sebastian Schlüter, dass das Sourcing des EMV eine höhere Drehzahl erreicht hat. Auf 300 qm wurden auf einen Schlag drei neue Marken für die Importware des Verbands eingeführt – „Qbiz“ (Büromöbel), „TK Away“ (Mitnahme) und „Louming“ (konventionelles Wohnen). Selbst im „Trendstore“-Sortiment sind bereits Importmodelle in der Zuteilung zu finden. Die Outdoor-Kollektion unter dem Label „Home Islands“ entwickelt sich zudem stetig weiter.

Die immer komplexeren Herausforderungen im Sourcing zeigten sich auch an anderer Stelle: Mit einer an der Fashion-Branche orientierten Kollektionsarbeit traten die beiden Eigenmarken „Contur“ und „Global“ in Erscheinung: Fortan werden die Schienen auch unterjährig mit neuer Ware bestückt.

Mit einem Paukenschlag meldete sich auf 5.500 qm nach zwei Jahren die Küchen-Schau des Verbands zurück: Der EMV wird zukünftig exklusiver Handelspartner der US-amerikanischen Whirlpool Corporation. Rund ein Dreivierteljahr haben die beiden Küchenverantwortlichen beim EMV, Willibert Fröschen und Roland Brandl, an dem Konzept gefeilt. Jetzt gibt es 48 Geräte im Sortiment, die vom unteren bis zur gehobenen Preislevel reichen, inklusive Marketing. „Darauf haben unsere Händler gewartet. Mit diesem Sortiment haben sie deutlich mehr Handlungsspielraum gewonnen, um ihre Ausstellungen zu konzipieren“, sagt Fröschen.

Doch auch an den Ständen der 60 ausstellenden Unternehmen im Küchenbereich gab es jede Menge zu entdecken. Etwa neue „Herzstücke“ von Häcker-Küchen, ein Schnell-Lieferprogramm von Schüller sowie deren „Easy&Clean“-Konzept für den

Hauswirtschaftsraum oder das neue Küchenmagazin für die „Contur“- und „Global“-Küchen. Mit diesen Aktivitäten unterstrich der EMV die Bedeutung seiner größten Warengruppe.

Die jährlich stattfindende Ordermesse, die im 2-Jahres-Takt durch Küche ergänzt wird, hatte in diesem Jahr eine große strategische Bedeutung für die Anschlusshäuser, aber auch für die Lieferanten: „Jeder hier hat die Wucht der Platzierungen gespürt. Es ging uns bei unserer großen Messe auch darum, die Verbindlichkeit gegenüber der Industrie zu pflegen und zu intensivieren“, erklärte Geschäftsführer Felix Doerr.

Dementsprechend stark präsentierten sich auch die Basiskollektionen des EMV wie die „Europa Möbel Collection“, die mit 324 Lizenznehmern flächendeckend vertreten ist. Die Gesellschafter konnten sich auf einer eigenen, 1.000 qm großen EMC-Standfläche von der Strahlkraft der Eigenmarke und den Neuheiten überzeugen. Dazu gehörten die neuen Warengruppen klassisches Polsterbett, Komfortzimmer als Allrounder in Dekor mit Maßanfertigung und Garderobe. Vorgestellt wurde darüber hinaus ein neues POS-Konzept für das EMC Matratzenstudio, das das freie „schlafgut“ Konzept integriert hat und somit zwei gute Themen zu einem schlagkräftigen POS-Paket vereint.

Die akad'or-Kollektion stellte nicht nur ihre hohe Lederkompetenz in den Fokus des Auftritts, sondern vollzog sogar den Roll-out ins Schlafzimmer. Der brandneuen Boxspringbettenkollektion gelingt es, hohe Produktkompetenz mit geringem Platzbedarf zu vereinen. Der Name, des Programms, das ab drei Ausstellungsmodellen problemlos modular und kundengerecht alle Preislagen abbilden kann: „akad'or night“

Somit gab es für die EMV-Mitglieder und die Industrie genug Gründe zum Feiern. Dementsprechend platzte der Löwenbräu-Keller am Sonntagabend mit 1.300 Gästen aus allen Nähten. Die nächste Messe des EMV findet am 4. und 5. November 2018 in Leipzig statt. Der Handelskongress wird am 22. April 2018 in Köln organisiert, die Gesellschafterversammlung gibt es am Folgetag.

Fahrenzhausen, den 7. November 2017

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