

Möbelhof Ingolstadt: Führt EMV-Marke Casea ein Pilotprojekt ist *geglückt*

Der EMV hat sich im Bereich Fachsortimente mit seiner neuen Verbandsmarke „Casea“ professionalisiert. Ein Großteil der Heimtextilien wurden exklusiv für das Label entworfen. Der Möbelhof in Ingolstadt hat als Pilotheus die Marke auf einer prominenten Fläche platziert – inklusive „Casea“-Shop-Lösung. Möbelhof-Geschäftsführer Martin Stephan zieht Zwischenbilanz.

Seit November 2017 vermarktet der Möbelhof Ingolstadt als Pilotheus die „Casea“-Heimtextil-Sortimente des Europa Möbel-Verbundes. Die erste Zwischenbilanz ist mehr als positiv.

„Casea“ als neue Verbandseigenmarke des EMV für Fachsortimente ist für uns als Einrichtungshaus von extrem großer Bedeutung. Deshalb haben wir uns für eine ‚Casea‘-Heimtextil-Shop-Lösung auf einer A-Fläche entschieden. Das Sortimentskonzept inklusive der gelungenen Farbwelten 2017/2018 sowie der hohen Shopattraktivität führt zu einer spürbar höheren Kundenfrequenz auf dieser Fläche. Die noch unbekannteren Sortimente werden durch die professionelle Marketingkonzeption und POS-Um-

setzung vom Kunden als echte Marke wahrgenommen“, erklärt Martin Stephan, Geschäftsführer des Möbelhofs Ingolstadt. Die Differenzierung zum Wettbewerb in Kombination mit Margensicherung ist bedeutend. „Insbesondere im Hinblick auf den weiter anhaltenden Margenverlust bei den etablierten Marken ist es wichtig, eine neue aufzubauen die wirtschaftlich interessante Perspektiven bietet. Die Umsätze sind äußerst vielversprechend, der Kunde lässt sich von dem Auftritt und dem guten Preis-/Leistungsverhältnis überzeugen.“

Die Marke „Casea“ ist im mittleren Preissegment angesiedelt – die Sortimentsphilosophie eine Mischung aus Kompetenz- und Themenvermarktung. Zur Konzeptphilosophie gehört auch eine hohe Lieferantenkonzentration. Die Ware ist in der Regel bei der Industrie bevorratet und kann bedarfsgerecht nachdisponiert werden. Werbeseiten sowie eine onlinefähige Artikelvermarktung runden das Konzept ab.

„Natürlich gab es auch anfängliche Vorbehalte im Team. Eine neue, jedoch unbekanntere Marke auf so großer und bester Fläche inklusive einem gewissen Invest für Innenausbau und Ladenbau? Die schnellen Abverkäufe und überproportional hohen Nachdispositionen vieler Sortimente zeigen, dass die Entscheidung richtig war. Das Verkaufsteam steht mittlerweile voll hinter ‚Casea‘. Die bislang erreichten Kalkulationen in Verbindung mit den hohen Lagerumschlägen sind extrem positive Beiträge zur Steigerung der Gesamterlöse der Heimtextilabteilung“, erinnert sich Martin Stephan.

Als nächstes Pilotprojekt soll die Umsetzung des „Casea“-Leuchten-Shops im Möbelhof Ingolstadt folgen.

Beim Möbelhof Ingolstadt liefert die Pilotfläche der „Casea“-Heimtextil-Sortimente vom EMV eine erste Zwischenbilanz. Und diese fällt laut Geschäftsführer Martin Stephan positiv aus.

www.emverbund.de

