

EMV: „Styles United“ am POS

# Starke Impulse setzen

„Styles United“ heißt die neue Handelsmarke des Europa Möbel-Verbundes. Vor allem Lifestyle-Fachsortimente sind dabei eine wichtige Zutat des Konzepts. Das Einrichtungshaus Interia in Kaiserslautern hat die Marke bereits erfolgreich platziert.



Einzigartige Lifestyle-Fachsortimente gepaart mit hochwertigen Möbeln: Das ist die neue Handelsmarke „Styles United“ des Europa Möbel-Verbundes.

Anfang September 2018 launchte der Europa-Möbel-Verbund seine neue Handelsmarke „Styles United“. Das Label steht für internationalen Lifestyle, das seinen Fans neue, originelle, hochwertige und handgearbeitete Trendsetter-Möbel bietet.

Das EMV-Mitglied Interia in Kaiserslautern, das in diesem Jahr 50-jähriges Bestehen feiert, hat die neue Marke bereits erfolgreich am POS inszeniert. Eine große Industrie-Glasfront und eine Treppe zur Empore, die den Loft-Charakter der Kollektion ideal widerspiegelt, bieten den passenden Rahmen für die Präsentation. Eine Backsteintapete, einzelne Deko-Inseln als Mitnahmeware sowie große Slogans und Ornamente als Wandtattoos schaffen genau die emotionale Atmosphäre, die den Kunden inspirieren und begeistern soll. Einladende Sofaecken gemixt mit coolen TV-Low-

boards und passende Accessoires runden das Styles-United-Angebot gekonnt ab.

„Styles United“ steht für einzigartige Inspirationen, die die Macher auf der ganzen Welt im Interieur-Bereich sammeln. Im Ergebnis entsteht ein Mix aus kombinierten Einzelstücken mit der starken Kraft der Authentizität. Das Label wird umfangreich in den sozialen Medien beworben und daher ist es unabdingbar, dass die Kunden das besondere „Look&Feel“ der Kollektion am POS genauso wiederfinden. Deshalb gibt der EMV seinen Lizenznehmern auch eine ausführliche Musterplanung sowie einen Styleguide an die Hand, der jedes Detail vom Fußboden über die Tapete bis hin zur Dekoration erklärt. „Wir sind überzeugt, dass für den Erfolg eines Produktes das Marketing entscheidend ist. Der Kunde sucht und kauft Emotionen, die mit diesem



Das Einrichtungshaus Interia in Kaiserslautern hat die neue Marke stilvoll am POS inszeniert. Besonders der Loft-Charakter von „Styles United“ wird in dem offenen Ambiente des Möbelhauses ansprechend wiedergegeben.



Produkt verknüpft sind. Die detaillierte Recherche, die Definition der Zielklientel und die Darstellung der kompletten Welt von „Styles United“ hat uns überzeugt. Deshalb auch die konsequente Umsetzung in der Ausstellung“, erklärt Interia-Inhaber Udo Langewand. Insgesamt 200 qm werden für das Shop-in-Shop-System benötigt.

Darüber hinaus wurde viel Wert auf die Schulung der Einrichtungsberater gelegt. Nicht nur Produktinformationen, sondern gerade auch die Kunden für das Lebensgefühl von „Styles United“ zu begeistern, war den Inhabern von Anfang an wichtig. „Wir haben durch ‚Styles United‘ eine starke Abgrenzung gegenüber unseren Mitbewerbern erreicht, da diese Art von Präsentation verbunden mit zielgruppengerechtem Marketing so noch nicht präsent ist“, so Langewand weiter. Unterstützt wird jeder Lizenznehmer zusätzlich durch ein umfangreiches Online-Marketing-Paket des EMV, bestehend aus Facebook und Instagram-Posts und Contentbeiträgen.

Neben „Styles United“ führt Interia auch die EMV-Handelsmarken „Raum.Freunde“ und „Contour“ erfolgreich. „Wir erreichen nun eine ganz neue, onlineaffine Zielgruppe. So fiel die Entscheidung für die Marke nicht schwer“, fasst Langewand zusammen.

■ [www.emverbund.de](http://www.emverbund.de)  
■ [www.styles-united.com](http://www.styles-united.com)