

EMV: Vier Marken im Portfolio

Mit voller Import-Power

Parade-Marke im Import-Portfolio: Für die Outdoor-Marke „Home Islands“ werden die Fotos direkt vor Ort in Asien produziert. Das sorgt für Schnelligkeit in der Vermarktung.



„Louming“ ist für Menschen konzipiert, „die wissen, was sie wollen“ und richtet sich damit an eine etablierte Klientel. „TK'Away“ spricht dagegen jüngere Kunden an, die sich schnell und unkompliziert einrichten möchten.



Passend für jeden Arbeitsplatz: Bürostühle von Preiswert bis Profi-Qualität mit kleinen und großen Home-Office-Lösungen bietet die Marke „Obuiz – The Office Design“.

Garten oder Terrasse richtet. Die Verschmelzung von indoor und outdoor ist dabei ein Grundpfeiler der Kollektionsarbeit. „Wir wollen Menschen begeistern, die diesen Bereich als erweiterten Wohnraum in der Natur begreifen und gestalten wollen“, erläutert Einkaufsleiter Wolfgang Rauscheder.

Warum der EMV mit „Home

Islands“ erfolgreich ist, zeigt vor allem die Vermarktung. Die Exklusivität zieht sich konsequent vom Einkauf bis an den POS. Der beste Beleg dafür: Durch schnelle Location-Shootings vor Ort in Asien steht einzigartiges und hochwertiges Fotomaterial zur Verfügung.

„Die Import-Umsätze im EMV

steigen kontinuierlich, denn für unsere Mitglieder ist diese lukrative Ware ein wachsender Bestandteil in den Ausstellungen. Einerseits lässt sich die Ertragsseite stärken und andererseits werden dem Kunden exklusive Produktwelten präsentiert.“ sagt Ulf Rebenschütz.

www.emverbund.de

Weltweites, professionelles Sourcing ist auch beim EMV als Full Service Verband ein wichtiger Erfolgsfaktor für wirtschaftliche Effizienz. Die Einkaufsabteilung sucht auf allen relevanten Märkten nach schlagkräftiger und zuverlässiger Ware, um den Mitgliedern mehr Produktvielfalt und gute Kalkulationen zu ermöglichen.

Preiswürdigkeit. Darauf kommt es dem EMV bei der Import-Ware an. Schließlich gilt es, im Wettbewerb erfolgreich Preislagen zu besetzen. Doch genauso wichtig wie stimmige Kalkulationen ist das Service-Paket, das die Import-Verantwortlichen beim EMV rund um die Produkte geschnürt haben. So liegt der Bevorratungsgrad der Ware aktuell bei 90 Prozent, was nicht zuletzt an der logistischen Expertise und Kompetenz von

Maco Möbel liegt. Ein Großteil der Artikel wird für den Verband von dem Mitglied aus Oldenburg bevorratet. Für die Händler bietet dies ein schlagkräftiges Argument im Verkaufsgespräch: sofortige Verfügbarkeit. „So sind wir mit unserem aktuellen Sortiment sehr agil am Markt unterwegs, teilweise sogar schneller als die Großfläche“, erklärt EMV-Geschäftsführer Ulf Rebenschütz.

Auch kleinere Mitglieder profitieren von den Importen, denn vom Direktcontainer bis hin zu Kleinstmengen auf einer Europalette ist alles lieferbar. Zudem wird das Reklamationsmanagement von der Zentrale geleistet. Und auch was den Datentransfer betrifft, macht die Importware keine Ausnahme. Alle von Maco importierten Artikel sind im EMV-Intranet hinterlegt und eine

wöchentlich aktualisierte Lagerliste, die ebenfalls im Intranet eingestellt wird, erleichtert die Dispo-Planung der Mitglieder.

Die größte Leistung liegt aber darin, dass die Importware als durchgängige Markenkonzepte an den POS gebracht werden. Mittlerweile sind es schon vier: „Obuiz“ wird als Möbelmarke im Büro-Segment entwickelt, bei der sich alles um schnelle Verfügbarkeit für einen unkomplizierten Heim-Arbeitsplatz dreht. „TK'Away“ wird als konsumige Brand im Mitnahme-Segment etabliert, während „Louming“ auf höherwertige Ware abzielt und einen modernen, zeitlosen Lifestyle verspricht.

Ausgereift ist auch die Gartenmöbel Kollektion des EMV „Home Islands“, die sich an eine qualitätsbewusste Klientel mit Haus,