

EMV: Die Polsterkollektion „Comfort Republic“

# Das Land der schönen Polster



Die Marke „Comfort Republic“ besticht durch eine umfangreiche Leder- und Stoffkompetenz und erfüllt damit den wertigen Anspruch der Konsumenten.

Der Europa Möbel Verbund hat mit „Comfort Republic“ viel mehr als nur eine Möbel-Kollektion entworfen. Sie entspricht in ihrer Konzeption der heutigen digitalen Gesellschaft: „Unsere neue Marke macht seine Kunden zum Teil einer Community. Eine Community, die für Komfort, Anspruch, Zeitgeist und Smartness steht“, erklärt Matthias Spettmann, Abteilungsleiter Vertrieb Polster beim EMV.

„Comfort Republic“ steht für Modernität, Wertigkeit, Eleganz und smarte Preiswürdigkeit. Dies kommt auch in der edel und großzügig anmutenden Bildsprache zum Ausdruck, die über alle Kanäle gezogen wird.

Den Anschlusshäusern genau auf ihre Zielgruppen zugeschnittene Konzepte zur Verfügung zu stellen, gehört zu den Zielen des EMV und ist auch mit der neuen Marke gelungen. „Comfort Republic“ ist mit und für unsere Händler entstanden. Vom Sofa bis zur Vermarktung ist alles komplett durchdacht“, erklärt EMV-Geschäftsführer Ulf Rebenschütz.

Angesprochen werden soll der qualitätsbewusste Kunde im Alter zwischen 40 und 70 Jahren, der finanziell gut situiert ist und Wert auf moderne Möbel mit einer designorientierten Formensprache legt.

Diese feine Zielgruppenansprache ist in unterschiedlichen Stu-

dio-Größen möglich, womit den individuellen räumlichen Gegebenheiten der Händler Rechnung getragen wird. Die Umsetzbarkeit ab einer Fläche von 99 qm und ein überschaubares Investitions- und Zuteilungsvolumen machen die Umsetzung eines Markenstudios so einfach wie attraktiv.

Die exklusiven Sofamodelle finden ihre Ergänzung in Wohnaccessoires und einem durchdachten Marketing-Paket, bei dem alle Bestandteile aufeinander abgestimmt sind. Von der Zielgruppendefinition über die Sofamodelle bis zur schlüssigen Studio-Vermarktung – „Comfort Republic“ ist dafür gemacht, den Wertschöp-

fungsgedanken der Händler mit Leben zu füllen.

Die „Comfort-Republic-Händler“ bekommen somit ein Rundum-sorglos-Paket an die Hand. „So entsteht ein höchst individuelles Markenbild, das zur unverwechselbaren Eigenständigkeit des Händlers beiträgt“, erklärt Matthias Spettmann. Unmittelbar nach der Marken-Präsentation in Göttingen sind bereits über 100 Studios in Planung. Das offizielle Rollout startet am 1. Oktober 2019 mit kräftigem Rückenwind.

Natürlich wird „Comfort Republic“ auch digital begleitet. Neben einer Marken-Homepage sorgt die EMV-eigene Content-Plattform für konkrete, auf das Label abgestimmte Inhalte, die die digitalen Aktivitäten der Händler zum Erfolg führen soll. Im kommenden Jahr erhält die Marke dann weitere Unterstützung und Bekanntheit durch eine umfassende Kampagne in den sozialen Medien.

■ [www.emverbund.de](http://www.emverbund.de)



Emotional und mit modernstem Marketing zugeschnitten auf den Kunden der Zeitgeist, Anspruch und Smartness verkörpert.