

Erfolgsfaktoren, die den Unterschied ausmachen - EMV Kollektionspräsentation 2019

Lebensstil- Orientierung und erfolgreiche Handelsmarken sowie ein neues Polsterlabel in Göttingen

Schon seit Jahren verfolgt der Europa Möbel-Verbund erfolgreich seine konsequent auf den Kunden fokussierte Handelsmarken-Strategie. Und genau das setzt der EMV auch in Zukunft weiter fort. Auf seiner Kollektionspräsentation, die am 26. und 27. Mai in der Göttinger Lokhalle stattfand und 85 Prozent der Lizenznehmer anzog, präsentierte die Fahrenzhausener Gruppe umfangreiche Neuerungen sowie strategische Anpassungen im Bereich Marketing bei verschiedenen Handelsmarken. Hauptakteure in diesem Jahr: die Kollektionen Natura Home, Lebensart und ganz frisch Comfort Republic. „Die Kunden verlangen heutzutage immer mehr individuelle, ganz auf sie ausgerichtete Produkte, um sich einen besonderen Rückzugsort zu schaffen. Genau das bieten wir mit unseren umfangreichen, zielgruppen-orientierten Kollektionen und Modulen an“, unterstreichen die beiden EMV-Geschäftsführer Ulf Rebenschütz und Felix Doerr.

Marketing strategisch verfeinert

Noch emotionaler und wertiger geht es künftig bei Natura Home zu. Die Handelsmarke, die auf natürliche Materialien, hohe Qualität und klare Linien setzt, erhält in diesem Jahr ein komplett überarbeitetes Marketing. Dabei wird der Mensch stärker in den Mittelpunkt gerückt und emotional angesprochen. Begriffe wie Entschleunigung, Nachhaltigkeit, Gemütlichkeit, Wärme, hochwertige, natürliche Materialien prägen dabei das Erscheinungsbild der Marke. Das Sortiment im Bereich Schlafen wurde erweitert: Natura Alpin zeigt Boxspringbetten und Schlafsysteme. Darüber hinaus rundeten zwei neue Massivholzprogramme und Polsterkreationen das Bild von Natura Home gekonnt ab.

Wenn es um den romantischen Landhausstil geht ist Natura Lebensart, mit ihrer oft nordisch inspirierten Kollektion, eine feine Adresse. Um das schon jetzt starke Kollektions-Modul eigenständiger zu machen und noch mehr Profil zu geben, löst es sich jetzt aus der Natura-Reihe und wird ab sofort unter dem Label „Lebensart“ geführt. Das Marketing wurde komplett überarbeitet. Ein neues Logo sowie eine emotionale Bildsprache verleihen der Marke einen modernen Look. Das Highlight ist ein neues Einzelmöbelprogramm, das an das Flair der Provence erinnert. Dabei kann der Kunde zwischen verschiedenen Farben, aber auch Styles wie verschiedene Vintage-Merkmale wählen. Ob rustikal oder glatt natürlich – der Ideenvielfalt sind hierbei keine Grenzen gesetzt.

Neue Module für eine noch breitere Zielgruppenansprache

Die im Herbst 2018 neu gelaunchte Marke „Styles United“ präsentiert aufgrund der hohen Nachfrage und erfolgreichen Markteinführung schon in Göttingen ein neues Massivholzprogramm: moderne Einzelmöbel aus einem Materialmix aus schwarzem Metall und ganz besonderen Eiche-Oberflächen sind genau auf den Geschmack moderner Globetrotter zugeschnitten, die einen internationalen Wohnstil lieben.

Eine neue Marke im Aufbau: Der qualitätsbewusste Kunde, im Alter zwischen 40 und 70 Jahren, finanziell gut situiert, legt Wert auf moderne Möbel mit einer designorientierten Formensprache. Wertig und geschmackvoll sollen sie sein – trotzdem dürfen Komfort und Wohlfühlen nicht zu kurz kommen. Um genau diese Zielgruppe noch besser bedienen zu können, hat der Europa Möbel-Verbund die Polstermarke Comfort Republic ins Leben gerufen. Die Kollektion verfügt über eine hohe Eigenständigkeit, sie ist aufmerksamkeitsstark und strahlt eine große Wiedererkennung aus. Eine umfangreiche Leder- und Stoffkompetenz schafft Flexibilität und erfüllt den wertigen Anspruch der Konsumenten. Auf der Verkaufsfläche wird die Ware in einem zielgruppengerechten Studio-Konzept vermarktet. Für besonders großen Gesprächsstoff sorgte die konsumige Preislage der Produkte. Ab 2020 startet außerdem eine groß angelegte Online-Kampagne, um Comfort Republic auch crossmedial zu bewerben.

Starke Kollektions-Neuheiten

Auch die bewährten Handelsmarken überzeugten auf der Kollektionspräsentation mit jeder Menge News. So wurde die Kollektion von Raum.Freunde durch das Thema „Small Space Living“ ergänzt. Angesichts der zunehmenden Platzknappheit in den Städten und der flexibleren und unvorhersehbaren Lebensläufe muss Wohnen neu gedacht werden. Raum-Freunde stellte nun die passende Lösung für das wachsende Problem mit wandelbaren, multifunktionalen Polstermöbeln sowie erstmalig hochwertigen Schlafsofas vor. Auch im Bereich Wohnen setzt Raum.Freunde mit kleinen smarten Workstations stark auf „Small Space Living“.

Contur Einrichten wird 40! Passend zum neuen emotionalen Zeitgeist, der stark durch die sozialen Medien geprägt wird, erhält die Marke 2019 ein Relaunch: Contur wird femininer, lebensnah, lässig und stylish. Dies zeigt sich in der neuen Bildgestaltung, mehr Content für digitale und analoge Kanäle und auch in der Auswahl neuer Modelle.

Komfort und Qualität sind die wichtigsten Attribute für die Kollektionsfamilie Global. Global family setzt den Schwerpunkt in diesem Jahr mit dem Boxspringstudio „Global Valencia“ und dem Matratzenstudio „Global goodnight“ im Bereich Schlafen. Bei Global select, die Marke für gut situierte und junggebliebene Kunden ab 45, waren die designorientierten Stühle und Sessel „Global Saltino“ mit ihrer großen Bandbreite an optischen Interpretationsmöglichkeiten sicher eines der Messehighlights in Göttingen. Versteckten Komfort bietet das Polsterprogramm „Caleta“ der Marke Global comfort. Trotz verschiedener Funktionen bestechen die Möbel durch ihre leichte Optik, die die anspruchsvolle Zielgruppe ab 60 Jahren komplett überzeugen wird.

„Wir sind stolz, unseren Gesellschaftern viele Neuheiten mit an die Hand zu geben, damit sie sich in der herausfordernden Handelslandschaft optimal von den Mitbewerbern absetzen können. Unsere Handelsmarken sind in den vergangenen Jahren kontinuierlich gewachsen. Mit der neuen strategischen Marketingausrichtung und der bewährten Kundenfokussierung wird uns dies auch in Zukunft gelingen“, betonen Felix Doerr und Ulf Rebenschütz.

Neben der umfangreichen Sortimentspräsentation kam auch das Netzwerken in Göttingen nicht zu kurz. Denn am ersten Messttag gab es nach getaner Arbeit genug Zeit zum geselligen Beisammensein. Dafür hatte der Verband die Rebel Tell Band engagiert, die auf eine ganz selbstverständliche und erfrischend verrückte Art und Weise Schlager und Rock'n'Roll miteinander vereint und den Gästen richtig einheizte.

Fahrenzhausen, den 28. Mai 2019

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
www.emverbund.de