

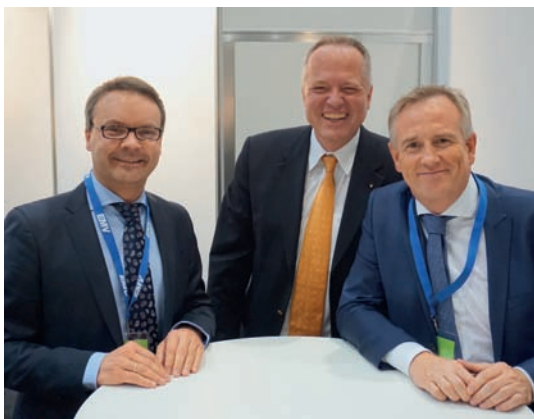


EMV: Messe in Leipzig

## „Am Puls der Zeit“

Für die Präsentation der freien Ware und der Eigenmarken-Kollektionen war der Platz in der Göttinger Lokhalle zu eng geworden. In der Halle 2 auf dem Leipziger Messegelände konnte der Europa Möbel-Verbund (EMV) am 20. und 21. November auf 11.000 qm nun groß aufspielen.

Rechts: EMV-Führungstrio mit den beiden Geschäftsführern Ulf Rebenschütz und Felix Doerr sowie dem Gesamtvertriebsleiter Michael Klessinger. Oben: Das Mega-Tablet als erweiterter Katalog am POS.



Die Präsenz der Industrie konnte sich sehen lassen: Insgesamt beteiligten sich 150 Aussteller an der Leistungsshow für das konventionelle Sortiment, Mitnahme/SB und die Kollektionspräsentationen für die „Europa Möbel Collection“, „Akad’or“, „Trendstore, Discount-Profi“ und die „Power“-Kollektion. „Wir befinden uns mit der hier präsentierten Ware im Zentrum des Mainstream-Geschmacks“, sagten die beiden EMV-Geschäftsführer Felix Doerr und Ulf Rebenschütz über das Messeprofil. Das Konzept

kam bestens an. Bis Montagmittag waren bereits mehr als 70 Prozent der Gesellschafter vor Ort.

Flexibilität stand für die Produktmanager des EMV im Fokus der diesjährigen Messe – schließlich decken sich sowohl die großen Wohnkaufhäuser als auch kleinere Mitgliedsunternehmen mit frischer Ware ein. Das gilt für die Kernsortimente als auch für Fachsortimente & Co. gleichermaßen. Von den 150 Firmen füllten 58 Lieferanten die Sortimente Mitnahme/SB, Schlafen, Wohnen, Polster und Speisen mit Leben.



Das Thema Fachsortimente hat beim EMV erheblich Fahrt aufgenommen. 30 Lieferanten, darunter Qualitätsmarken wie Emsa, Kela oder Rotho, aus allen relevanten Warenbereichen sind Ausdruck dafür, dass sich der Umsatz in den letzten Jahren mit GPK, Deko und Heimtex vervielfacht hat. Zusätzlichen Antrieb sollte das erstmalig präsentierte Leuchtenkonzept verleihen – nach dem Motto „Gemeinsam einkaufen – einzeln vermarkten“. Natürlich kommt auch hier die konsumige Ausrichtung mit marktgerechten Importartikeln zum Tragen, die gut dosierte Werbeanstöße ermöglichen und mit einer austarieren Logistik daher kommt, die für die teilnehmenden Händler ständige Verfügbarkeit anstrebt.

Im Hochwertbereich bewegt sich dagegen das neue Badmöbel-Konzept „Bad Oase – für besondere Momente“. Die Idee: Die besten Modelle führender Hersteller werden hier auf ganz eigene Art individualisiert und veredelt. Der Wellness-Faktor im eigenen Zuhause wird durch Exklusivität gewährleistet. Eine große Auswahl aus edlen Naturstein- und Quarzkomposit-Waschtischplatten sorgt für ein Ambiente, das man sonst nur aus 5-Sterne-Hotels kennt.

Im Zentrum der gesamten EMV-Messe stand die „Europa Möbel Collection“, die mit 323 Lizenznehmern flächendeckend vertreten ist. Die Gesellschafter konnten sich auf einer eigenen, 1.000 qm großen EMC-Standfläche von der Strahlkraft der Eigenmarke überzeugen. Dreh- und Angelpunkt der Sonderfläche war ein überdimensionales Tablet, auf dem sich die Besucher interaktiv durch das neue E-Paper und die EMC-Journale klicken konnten.

Die Liste der neuen Kollektionsbausteine nahm beinahe kein Ende: Hinter „EM Multiplan“ verbirgt sich ein neues Wohnsystem, „EM Davos“ steht für Schlaf- und Sitzkomfort auf kleinstem Raum, für „EM Armadio“ gibt es eine Reihe von Produkterweiterungen, „EM Grenoble“ ist ein komplett neues Boxspringbettensystem, „EM Tirol“ lädt zum gesunden Sitzen ein, „EM Samara“ überzeugt weiterhin mit großer Systemvielfalt, „EM Tasedi“ bietet ein neues Tisch- und Stuhlsystem und „EM Dineo“ überzeugt mit beliebten Eckbanksystemen.

Das absolute Highlight war allerdings die neue ergänzende Hochwert-Marke „EM Selection“, hinter der sich Exklusivmodelle von Hülsta (Wohnwand, Schlafzimmer-schrank und Beistellkommoden) und Schlaraffia verbergen.

Die neuen „Akad’or“-Modelle basieren auf Megatrends aus der Welt der Sofas. Diese wurden in Form von stylischen Wohnbildern auf eine Bühne gehoben, sodass eine harmonische und wertige Präsentation im edlen „Milano-Style“ entstanden ist. Noch spektakulärer ist die Wirkung der „Power“-Kollektion: Die Flächengestaltung im Steampunk-Ambiente mit vielen metallischen Accessoires – sogar mit kupfernen Totenköpfen – sorgten für Staunen bei den Besuchern. Die konsumigen Schnelldreher sind so auf eine ganz ungewöhnliche Weise inszeniert worden – denn langweilig war gestern. Oder wie EMV-Geschäftsführer Ulf Reben-schütz meint: „Wir sind mit unseren Themen am Puls der Zeit.“

Auch in Sachen Import- und SB-Ware hat der EMV noch mal nachgelegt. So wurde für „Trendstore“ die Eigenmodell-Kollektion weiterentwickelt und ein neues Werbekonzept für 2017 präsentiert. Das Stichwort: „Trendstore Plus“. Ein weiteres Highlight im SB-Segment ist eine Küche von Bega-Consult zu einem Knüllerpreis, die bereits am ersten Messetag 2.200 Mal verkauft wurde. Dass es im Preiseinstiegs-segment aber nicht nur um simple Ware geht, zeigen die Wohn-Typenprogramme „Switch“ und „Prag“ sowie das Polster-Programm „MyNopoly“.

Bei den Asien-Importen lag der Schwerpunkt auf Fernsehsesseln und Stühlen. Ganz neu im Programm sind Gartenmöbel, die von der eigenen, ebenfalls aus Asien importierten „Home Islands“-Serie angetrieben werden. Kein Wunder, dass der Importumsatz in diesem Bereich bereits siebenstellig ist.

Der Boden für eine erfolgreiche Einrichtungssaison ist für die EMV-Händler mit der Leipziger Messe bestellt. Die nächsten Termine sind die Kollektionspräsentation am 21. und 22. Mai 2017 in Berlin sowie die EMV-Messe – inklusive Küche – am 5. und 6. November 2017 in München.

SASCHA TAPKEN

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



Von oben: Das neue EMV-Leuchten-Konzept. Anhand von drei Trend-Kojen zeigte der EMV zudem stylische Wohnbilder. Exklusive Hülsta-Wohnwand für den EMV unter dem Label „EM Selection“. Rechts: Die „Europa Möbel Collection“ stand im Zentrum des Messegeschehens – mit einer 1.000 qm großen Fläche.

