

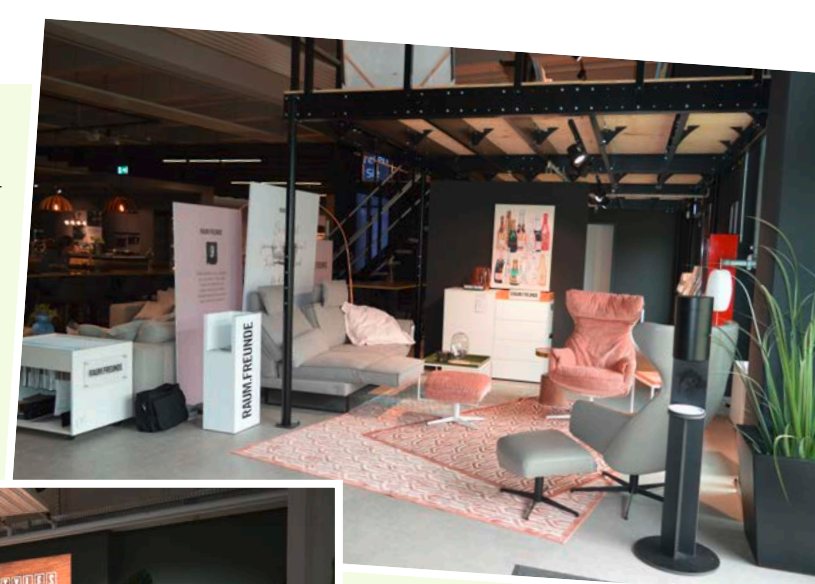


Optischer Blickfang bei der Hochwert-Kollektion Contur: der neue Polster Manufaktur-Shop.

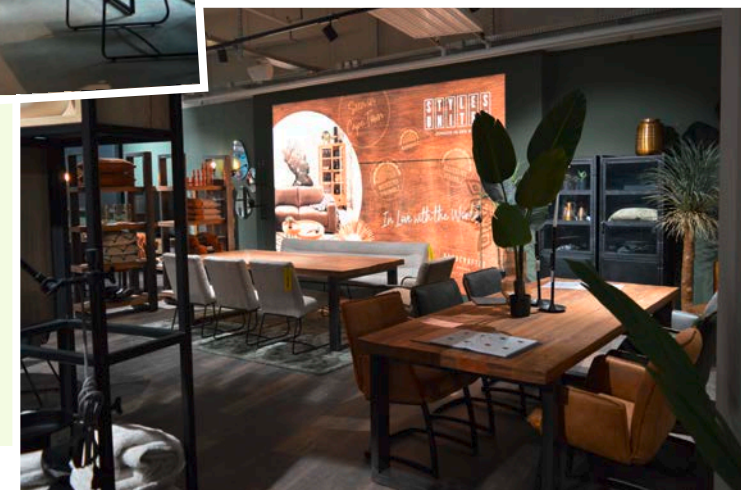


Die Kollektion „Natura Home“ setzt auf natürliche Materialien in hoher Qualität im Stil- und Materialmix. Neu vorgestellt wurden u.a. gleich drei neue Wohnprogramme.

„Raum.Freunde“ – junger, urbanen Chic im Retro- und Design-Mix. Neben Produktnews wurde die 360°-Vermarktung weiter gestärkt.



„Styles United“ bietet hochwertige Trendsetter-Möbel und Homestyle- Unikate für moderne Globetrotter. Zur Messe wurde u.a. fotografisch das kosmopolitische Flair geschärft.



EMV-Kollektionsmesse bei der Schuster Home Company:

Der POS als Marken-Bühne

Zum zweiten Mal inszenierte der Europa Möbel-Verband (EMV) seine Kollektions-Neuheiten in den Verkaufsräumen der Schuster Home Company in Gummersbach – ein ebenso eindrucksvoller wie nachhaltiger Win-win-Coup für Schuster, für den EMV als auch für die Industrie. Am Sonntag vor der Messe hatte der Verband zum Handelskongress in den Kölner Gürzenich geladen. Aus Gummersbach berichtet Gerald Schultheiß.

Für seinen Handelskongress im Gürzenich am 15. Mai hatte der EMV ein hochkarätiges Programm mit Keynote-Speakern und Impuls-Vorträgen von EMV-Experten und Dienstleistern sowie einer Fachausstellung kuratierter Partner zusammengestellt. Das Event inklusive Abendprogramm, zu dem rund 240 Händlerinnen und Händler am Sonntag nach Köln gereist waren, war laut EMV-Geschäftsführer Felix Doerr ebenso wie die Kollektionsmesse trotz der derzeitigen Herausforderungen im Markt von sehr guter Stimmung geprägt. Zur Präsentation der Kollektions-News des Verbands am 16./17. Mai im nahegelegenen Gummersbach reisten dann sogar rund 280 der insgesamt ca. 450 Gesellschafterinnen und Gesellschafter des Verbands an. Auf der rund 7.100 qm umfassenden Ausstellungsfläche der Schuster Home Company erwartete sie über die kompletten zwei Etagen eine vollumfassende

de Schau der Extraklasse der EMV-Eigen-Kollektion einschließlich der Neuheiten für die Saison 2022/23. So ist im neuen Einrichtungshaus der Familie Schuster der Messebau zugleich auch der Ladenbau. Weshalb die

„Das neue Messekonzept für unsere Handelsmarken passt perfekt zu unserer Nachhaltigkeits-Strategie.“

Felix Doerr, Ulf Rebenschütz

Eigenmarken des EMV sehr aufwändig und zielgruppengerecht in Szene gesetzt sind, was sich auf einer temporären Messe niemals rechnen würde. So zelebrierten Ladenbauer Werner Quadt und sein Team von CVO Germa-

ny die einzelnen Kollektionen quasi auf eigens auf sie und ihre jeweiligen Zielgruppen zugeschnittenen Bühnen – und damit zugleich auch das Credo des Verbands: „Retail is detail“. Nicht von ungefähr sieht der EMV seine Eigenmarken denn auch als wohlbekannte Stärke des Verbands an, zumal die Bedeutung von Exklusivmarken für den Möbelhandel in den letzten Jahren zunehmend steige. Die Präsentation bei Schuster ist denn auch rein nach Kollektionen statt nach Warengruppen strukturiert. Die einzige Ausnahme ist der Bereich Schlafen. In Verbindung mit viel Tageslicht und Fenstern ist so sicher eines der schönsten Einrichtungshäuser entstanden, das im zweiten Stock neben den Eigenmarken-Bühnen auch eine rund 800 qm große Fachsortimente-Abteilung umfasst. Auf der Dachterrasse feierte zudem die Idyl-Gartenmöbel-Kollektion Ihre Premiere.

Da der permanente Showroom nach Verzögerung wegen der Umsetzung diverser Brandschutz-Maßnahmen seine Tore wie geplant bald auch für Endkunden öffnen kann, ein maximal nachhaltiges Messe-Konzept.

Der Fokus der EMV-Kollektionsmesse 2022 lag vor allem auf der Hochwert-Kollektion Contur. Hierbei wurde der POS durch konzeptionelle Ansätze gestärkt – so etwa durch den Polster Manufaktur-Shop für Cuneo, der optisch auch das Messe-Highlight war.

Ebenfalls im Zentrum der Kollektions-Präsentation standen die Marken Global Wohnen und Natura. Auch die Inszenierung und News der Brands Lebensart, Styles United, Comfort Republic, Couchliebe, EMC und Raumfreunde konnten die Händlerinnen und Händler ebenfalls überzeugen.

Die 360-Grad-Vermarktung der Handelsmarken durch POS-Konzepte, Journale, Prospekte, Online- und Social-Media-Marketing, B2C-Daten, Händlerwebseiten-Angebote und dem verbandseigenen Onlineshop Homepoet sollen für eine erfolgreiche Vermarktung, Profilierung und Kompetenz der Kollektionen sorgen.

„Der persönliche Dialog auf dem Handelskongress und der anschließenden Messe sind für uns alle wichtig. Und das neue Messekonzept für unsere Handelsmarken, das wir mit der jährlichen Präsentation bei Familie Schuster in Gummersbach entwickelt haben, passt perfekt zu unserer Nachhaltigkeits-Strategie“, freuten sich die beiden

EMV-Geschäftsführer Felix Doerr und Ulf Rebenschütz. Wie Ulf Rebenschütz unterstrich, halte auch bei den Verbrauchern der Trend zu wertigerem und nachhaltigerem Möbel-

konsum weiter an. „Mit den aktuellen Preisentwicklungen steigen aber auch die Erwartungen der Konsumenten an den Service“, so Rebenschütz. Wie Felix Doerr bilanzierte, sei die ZR-

Umsatzentwicklung nach wie vor sehr gut, obgleich die Auftragsgänge seit Ende April rückläufig seien. „Mit unserem Kongress haben wir daher Impulse für die Zukunft gegeben“, so Doerr.



XXXXXXXXXXXX, Patrick Schuster, EMV-Vertriebsleiter Michael Klessinger, Felix Doerr, Ulf Rebenschütz, EMV-Einkäufer Sebastian Schlüter, Global-Produktmanager Thomas Garschke, MMMMM Schuster, XXXXXX und XXXXXX Fotos: Schultheiß