

Franke Home Company: „Zuhause bei Freunden“ in zwei Welten

# Die perfekte Symbiose

Über eine Million Euro hat Berndt Franke in die Hand genommen, um sein Lübecker Möbelhaus komplett „auf links zu drehen“. Mit dem Umbau einher ging der Verbandswechsel zum EMV und der Neuauftritt unter dem Label der „Franke Home Company“. Das Ziel: ein Trading-up durch mehr Käuferlebnis, schlagkräftige Qualitätsmarken und ebensolche Werbung. Unter dem Slogan „Zuhause bei Freunden“ treten dabei Küchen- und Wohnwelt getrennt und doch emotional verbunden auf.



Seit Januar firmiert Berndt Franke unter Franke Home Company, weil er das emotionale und hochwertige Marketing des EMV-Konzepts für seine Küchen und Wohnwelt schätzt.

Schon seit 2020 ist das 8.500 qm-Haus im Lübecker Ortsteil Moisling bekannt, bislang allerdings unter dem Namen Pfiff-Möbel. Gegründet von Berndt Franke und Jörg Deneke, gehörten auch zwei Filialen in Gägelow bei Wismar und Brüsewitz nahe Schwerin dazu – bis die Kompagnons die Entscheidung trafen, ab 2023 getrennte Wege zu gehen. Während die beiden VME-Häuser in Mecklenburg weiterhin unter Pfiff firmieren, hat sich Berndt Franke dem Europa Möbel Verbund angeschlossen, um fortan mit dem Vertriebskonzept „Home Company“ einen neuen Gang einzulegen. „Wir wollen frischer, moderner und hochwertiger auftreten, mehr Atmosphäre vermitteln, wie es auch unserem Umgang mit den Kundinnen und Kunden entspricht“, skizziert der Inhaber die Zielrichtung. Schon der neue Name setzt dafür ein klares Signal. Und macht neugierig, auch wenn sich die angestammte Klientel erst einmal umgewöhnen muss.

Tatsächlich sind es gleich zwei Label, die an der Fassade des eingeschossigen Gebäudes aufmerksam machen, denn neben der „Franke

Home Company“ stehen die „Franke Küchenwelten“ als eigenständiger Bereich – der auch über einen separaten Zugang samt eigenem Parkplatz von der Rückseite aus zugänglich ist. Zwei Welten unter einem Dach, die aber intern verbunden sind: Dafür steht die Symbiose zweier Kompetenz-Schwerpunkte. Immerhin erwirtschaftet das Küchensegment rund 40 Prozent des Umsatzes und soll durch die Neugestaltung sogar 50 Prozent erreichen, so strebt es Franke an.

Statt 50 Musterküchen sind es nun 32 Küchen, die sich auf 1.500 qm präsentieren. Dafür sind sie großzügiger und locker arrangiert, bringen Material und Planung besser zur Geltung und machen Platz für eine offene, betont wohnliche Gestaltung. Dabei sorgen nicht nur Essplätze, sondern auch großzügige Polsterlandschaften für ein ganzheitliches Zuhause-Gefühl. „Wir haben bewusst die Bereiche vermischt, weil wir alles können“, erklärt Berndt Franke. Umgekehrt findet sich ebenso am Übergang der Wohnwelt eine Küche und noch deutlicher wird dies in den beiden stilkonformen „Musterhäusern“, die gleich im Entree hinter angelegten Mauern dazu einladen, alle Sortimente bis hin zu Bad und Schlafraum zu begehren.

Während im Bereich Wohnen die EMV-Kollektionen der Verbandslabel Contur, EMC, Global, Lebensart, Natura, Raumfreunde und Styles United ebenso wie Musterring und WK eigene Hochwert-Akzente setzen, liegt der Fokus in der Küchenwelt wie bisher auf dem Hauptlieferanten Nolte – einschließlich Nolte Express und den neuen Upgrades unter „Nolte Neo“ – sowie Leicht



Seit langem ist Nolte Hauptlieferant. Für das Trading-up kamen jetzt drei „Nolte neo“-Küchen dazu.

und Decker als weitere Topmarken. Neu installiert wurde ebenso das Beleuchtungssystem, das mit seinen LED-Spots an schwarzen Deckenschienen die Darstellungen akzentuiert. Gleich am Eingang zur „Franke Küchenwelt“ fallen zudem zwei lange Tafeln mit rund 60 Sitzplätzen vor einer großen Showküche auf: die Eventzone. Hier finden sowohl Netzwerktreffen mit Geschäftskunden aus dem Objektbereich (darunter zahlreiche Vermieter von Ferienwohnungen) als auch Kochshows, zum Beispiel zu den regelmäßigen Hausmessen, oder auch ganz andere Events wie ein Kniggekurs statt. „Wir wollen den Slogan ‚Zuhause bei Freunden‘ aktiv leben,“ betont dazu der Inhaber. Dies soll in der Küche als traditioneller Lebensmittelpunkt genauso spürbar werden wie in den jeweiligen Relaxzonen. Unterstrichen wird die Botschaft durch das Marketing, das der Verband in Form von Prospekten, einer gemeinsamen Homepage und Social-Media-Aktivitäten für die Home Company bereitstellt. „Wichtig ist uns, dass jeder die aus der Werbung geweckten Vorstellungen und Wünsche in unserer Ausstellung wiederfindet“, betont Berndt Franke.

Rund zwei Monate hat es gedauert, bis die Küchenausstellung umgebaut war (nur zwei „alte“ Kojen durften bleiben), sodass am 27. Dezember Eröffnung gefeiert werden konnte. Ein Kraftakt, der sich nach Aussage des Inhabers schon nach den Feiertagen ausgezahlt hat. Die Frequenz sei besser als viele erwartet haben. „Selbst wenn die Frequenz stagniert, lässt sich dies durch höhere Durchschnittswerte ausgleichen“, gibt sich Franke optimistisch. Schon jetzt wird

ein großer Teil der Küchen über 20.000 Euro verkauft.

Grundsätzlich erhofft sich der 58-Jährige, mit dem neuen „Home Company“-Auftritt neben der angestammten Klientel auch neue, tendenziell jüngere Kund:innen zu erschließen. Besonders im Fokus sind die Mitteldreißiger. Passend zum Generationswechsel, der sich gerade im eigenen Hause anbahnt. Denn die jüngste Tochter, Victoria Hamann (23), wird gegen Ende des Jahres nach ihrem Dualen BWL-Studium in den Betrieb eintreten – und dann wohl ihrerseits für frische Ideen im Geschäft sorgen.

HEIKE LORENZ



## „HOME COMPANY“ IM FLOW

26 Partner haben sich dem Vermarktungskonzept „Home Company“ des EMV angeschlossen, wobei gerade in jüngster Zeit Zuwächse zu verzeichnen sind. Im Mittelpunkt steht die emotionale, lifestyleorientierte Inszenierung am PoS mittlerer und kleinerer Einrichtungshäuser, verstärkt auch für separate Küchenwelten oder reine Küchenstudios.



Andreas Brandel, Vertriebsleiter Home Company: „Lübeck ist ein guter Standort, der uns im Norden noch gefehlt hat.“

Neben den exklusiven Handelsmarken des EMV im Wohnbereich unterstützt das Konzept unter Leitung von Andreas Brandel die Mitglieder durch regelmäßige Händlertreffen sowie Verkäufer- und Inhaberschulungen und vor allem durch die 360-Grad-Kommunikation. Diese reicht von Hauszeitungen, Prospekten, Direct-Mailings, Plakaten und Anzeigen bis zu Radiospots, Internetauftritt und Viralkampagnen für ein unverwechselbares Profil.

Zu den Neueröffnungen 2022/23 zählen (neben Lübeck):

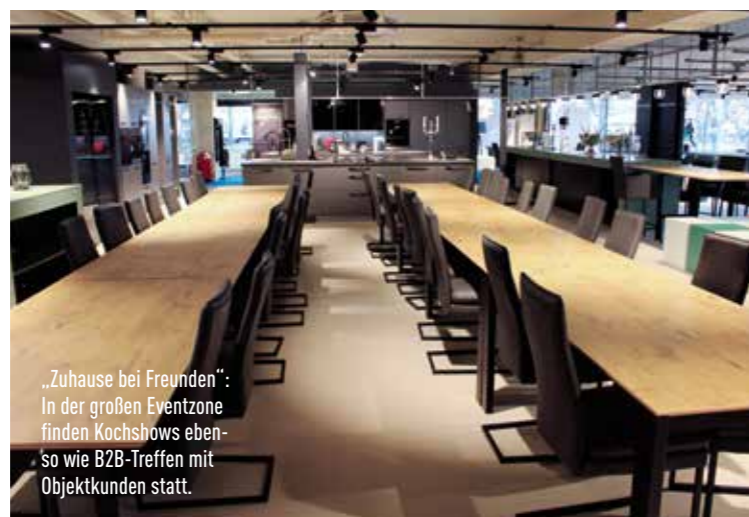
- Holtmann HC in Oberkirchen-Gelldorf: seit Januar 2023
- Brümmerhoff HC in Schneverdingen (inkl. Küchenwelt): seit 23. Dezember 2022
- Maco HC in Berlin: seit 2.1. umfirmiert in Home Company
- Bley HC in Wertje (Niedersachsen): geplante Eröffnung im Februar
- Hesebeck HC in Henstedt-Ulzburg: Eröffnung im April/Mai 2023 mit 3.500 qm großer Küchenwelt

■ <https://homecompany-moebel.com>

## FACTS

- › Franke Home Company: ehemals Pfiff, gegründet 1990
- › Größe: 8.500 qm, davon Küchenwelt 1.500 qm
- › Inhaber: Berndt Franke
- › Lieferanten: Nolte Küchen inkl. Express und Nolte neo, Leicht, Decker, Miele, Bauknecht, Bosch, Bora
- › 45 Mitarbeiter
- › Verband: EMV

■ [www.franke-hc.de](http://www.franke-hc.de)



„Zuhause bei Freunden“: In der großen Eventzone finden Kochshows ebenso wie B2B-Treffen mit Objektkunden statt.



Schick präsentieren sich die Frontenmuster in Standregalen, die von einer Innenarchitektin gestaltet wurden.

