



Links: Zufriedene Gesichter bei den Geschäftsführern auf einer erfolgreichen EMMK Messe (von links): Jens Hölper (Garant), Felix Doerr und Ulf Rebenschütz (EMV) sowie Torsten Goldbecker (Garant). Foto: Schwarze



Verbandsmesse in diesem Jahr einen besonderen Stellenwert: „Da wir im Januar keine Messe in Köln haben, ist dies für unsere Mitglieder die einzige Gelegenheit, die neue Ware zu sehen.“ Und das sei auch besonders wichtig, wenn man das schwierige Marktumfeld mit seinem hohen Maß an Unsicherheiten berücksichtigt. Ulf Rebenschütz betonte in dem Zusammenhang allerdings, dass die mittelständischen

Künftig wird es aber wieder darum gehen, Leads zu generieren und Kunden zu gewinnen – und da haben wir hier gute Angebote für unsere Mitglieder und Gesellschafter.“

Interior Insights überzeugt

Schon vom Start weg überzeugen konnte das neue Hochwert-Messeformat Interior Insights, das erstmals Be-

Ober: Michael Busch, Management Marken- & Handelskonzepte bei Garant, auf dem neuen Big-Sofa der Garant-Hochwertmarke Aera, die in der Interior-Insights-Halle gemeinsam mit Top-Marken aus der Industrie gezeigt wurde. Foto: Schwarze

EMMK Ordermesse

„Tolle Angebote aus beiden Verbundgruppen!“

Seit drei Jahren besteht die gemeinsame Einkaufsgemeinschaft EMMK der Mittelstands-Verbände Garant und EMV nun und hat sich für die Beteiligten zu einer echten Erfolgsgeschichte entwickelt: „Wir haben eine etablierte, partnerschaftliche Zusammenarbeit und konnten alle Pläne umsetzen, die wir uns vorgenommen haben“, betonte EMV-Geschäftsführer Felix Doerr auf der zweiten gemeinsamen EMMK-Messe in Präsenz und ergänzte: „Wir zeigen hier tolle Angebote aus beiden Verbundgruppen.“ Diese fand nach der Premiere in Leipzig im 2021 dieses Mal im A2-Forum in Rheda-Wiedenbrück statt. Mehr als 100 Lieferanten präsentierten dort ihre Sortiments-Neuheiten und -Bestseller. Zugleich feierte mit „Interior Insights“ ein neues Gemeinschafts-Konzept Premiere.



Die Marke Aamu der Garant-Gruppe steht voll im Zeichen des hochwertigen, natürlichen Wohnens. Die „Kaaalund“-Kollektion wurde zur Messe um einen schicken Essplatz erweitert. Foto: Garant

Die Geschäftsführer Jens Hölper sowie Felix Doerr sehen das Potenzial für das Marktsegment der Interior-Insights-Aussteller bei rund 200 ihrer Gesellschafter und Handelspartner. Ulf Rebenschütz ergänzte zudem, dass die Verbände in diesem Segment auch eine gewisse Offenheit für selektive Vermarktungsmodelle der Markenhersteller zeigen müssten, um allen Beteiligten gerecht zu werden.

Aera und Aamu inszeniert

Die Garant Gruppe zeigte in diesem Umfeld ihre eigenen Hochwertmarken Aera und Aamu, die sich hervorragend in dieses Premium-Marken-Sortiment eingliederten. Bei Aamu lag der Fokus auf der „Kaaalund“-Serie, die um eine attraktive

Auf insgesamt rund 10.000 qm Ausstellungsfläche konnten die trotz des schwierigen Marktumfeldes zahlreich angereisten Garant- und EMV-Händler die gesamte Welt des Wohnens in den Segmenten Wohnen, Speisen, Polster und Schlafen erleben. Die verhandelten EMMK-Leistungsgruppensortimente 2023 waren nach Warengruppen sortiert auf die Hallen des A2 Forums aufgeteilt. Die Order der Sortimente war der klare Messesfokus. Beide Verbände zeigten zudem auf verbandsexklusiven Flächen auch weitere eigene Kollektionen und Konzepte, Garant beispielsweise die Kollektionsmarke Liva sowie im hochwertigen Wohnbereich die De-

sign-Marke Aera und Aamu als Kollektion für das nachhaltige Einrichten. Der EMV nutzte die Messe derweil für die Premiere der Europa Möbel Collection Küche + Bad und setzte gleichzeitig das Vermarktungskonzept Couchliebe umfassend in Szene.

Messe mit besonderem Stellenwert

Am Rande der Veranstaltung stellten sich die Geschäftsführer von Garant, Torsten Goldbecker und Jens Hölper, sowie vom EMV, Felix Doerr und Ulf Rebenschütz, auch den aktuellen Fragen zur Branche. Für Jens Hölper hat die



Der EMV feierte seine erfolgreiche Premiere der Warengruppe Küche und Bad für die Europa Möbel Collection (von links): Roland Brandl, Leiter Einkauf Küche, Ulf Rebenschütz, Geschäftsführer, und Oliver Hemmerich, Leiter Europa Möbel Collection. Foto: Schultheiß

Händler noch keinen echten Umsatzeinbruch zu verzeichnen hätten, und auch Goldbecker bestätigte: „Es gab zwar eine Delle im September, aber aktuell ist der Auftragseingang gut.“ Trotzdem ist laut Felix Doerr Umsicht geboten: „Man muss sich zumindest planerisch auf Umsatzeinbrüche einstellen. Denn wenn es in der Breite des Marktes schlecht läuft, fehlt insgesamt auch im gehobenen Segment die Dynamik. Der Hochwert-Bereich allein kann es dann auch nicht richten.“ Umso wichtiger werden nach Ansicht von Torsten Goldbecker wieder die Service-Angebote der Verbände: „Das Marketing wird wieder wichtiger werden, nachdem das zwei Jahre lang wegen der hohen Nachfrage ja kaum nötig war.

standteil der Veranstaltung war. Hier präsentierten sich in einer ausgesprochen stimmungsvoll gestalteten und ausdekorierten Messehalle Top-Marken für Schlafen wie Treca Paris und Möller Design, im Polsterbereich Leolux und im Bereich Speisen Tonon und viele mehr. Neben dem leistungsstarken EMMK-Sortiment boten die beiden Verbände ihren Anschlusshäusern damit eine hochkarätige Plattform für das hochwertige Einrichten.

Digitale Dienstleistungen wie Marketing und Produktdaten werden immer wichtiger für die Partner aus dem Handel. Foto: Garant



Das Liva-Erfolgs-Programm „Soraya“ wurde in einer Studio-Präsentation gezeigt, die dem Endkunden auf den ersten Blick die gesamte Planungsvielfalt zeigt.
Foto: Garant



Viel Planungstiefe für das Schlafzimmer bietet das neue Aera-Programm „Sutera S“.
Foto: Schwarze

Essgruppe ergänzt wurde und durch seine eigenständige, organische Formensprache besticht, die das Programm auch von den eher kubischen Möbeln des Massivholz-Wettbewerbs abgrenzt. Auch der Relaunch des Programms „Lova“ bekam von den Besuchern viel Aufmerksamkeit: „Wir haben dieses Programm in allen Bereichen noch einmal ausgebaut und können beispielsweise im Schlafzimmer jetzt viel mehr Planungstiefe bieten“, so Michael Busch, Management Marken- und Handelskonzepte. Mit „Kaalund“ habe man ein hervorragendes Solitaire-Programm und mit „Lova“ ein ebenso überzeugendes Planungs-Programm. Aktuell ist man mit Aamu bereits in rund 20 Studio-Umsetzungen vertreten und die Nachfrage ist weiter groß. Das sei gerade vor dem Hintergrund, dass die Corona-Krise die Einführung der Ende 2019 vorgestellten Marke ausgebremst hatte, ein sehr gutes Ergebnis.

Die fest etablierte Hochwertmarke Aera wurde zur Messe unter anderem mit dem neuen, individuell planbaren System „Sutera S“ für den Schlafbereich ergänzt. In der Präsentation von „Sutera S“ hatte man auch ein eigenes, platzsparendes Planungs-Center ergänzt, da der Fokus hier wirklich auf der Individualisierung für den Kunden liegt: „Ein solches Planungs-Center schafft Bindung zum Produkt und sorgt erfahrungsgemäß für eine hohe Abschlussquote“, so Busch weiter. Auch ein neues Big-Sofa mit Lounge-Charakter, das Ästhetik und Funktion vereinen soll, wurde gezeigt und passend dazu zwei neue, exklusive Couchtisch-Kollektionen.

Europa Möbel Collection mit Küche + Bad

Ein weiteres Messe-Highlight stellte die Präsentation der Warengruppe Küche

und Bad für die Europa Möbel Collection dar. Nach dem erfolgreichen Relaunch der Handelsmarke im vergangenen Jahr wird sie mit diesen wichtigen Produktgruppen nun weiter komplettiert. Gemeinsam mit dem Partner Nobilia wurde ein Sortiment präsentiert, das für Individualität, Komfort, Langlebigkeit und Qualität stehen soll. Dazu wurde ein umfangreiches Sortiment an POS-Material und vielfältige Marketingmaßnahmen inklusive Social Media und exklusivem Bildmaterial entwickelt.

Liva-Kompetenz für den POS

Die Garant-Kollektionsmarke Liva wurde auf der Veranstaltung ebenfalls auf einer exklusiven Konzeptfläche gezeigt. Mit dem Sofa-Programm „Soraya“ wurde eine Studio-Präsentation umgesetzt,

die die enorme Vielseitigkeit und Planungstiefe des Programms zeigt. So kann der Handel mit nur vier gezeigten Ausführungen und einem intelligenten POS-Konzept dem Endkunden problemlos vermitteln, dass sich mit diesem Programm Wunschsofas in fast allen Stil-Richtungen und Optiken umsetzen lassen. Neben neuen Möbeln setzte Garant auf der Messe aber auch wieder den eigenen Dienstleistungsbereich mit all den Marketing- und Digital-Services in Szene. Hier wurde in diesem Jahr neue Leistungsbausteine wie elf Wohnkampagnen für 2023 und das „Digitale Sortiment“ vorgestellt, bei dem verbandsseitig die Produktdaten der Lieferanten gesammelt, standardisiert und für die Handelspartner zur Nutzung aufbereitet werden.

Arnd Schwarze



Volles Haus in allen Messehallen herrschte bei der EMMK-Messe in Rheda-Wiedenbrück, die auch nach der Premiere in Leipzig im vergangenen Jahr wieder überzeugen konnte. Foto: Schwarze