

EMV: Neue Kollektion „Couchliebe“

# Das echte Leben

Der Europa Möbel-Verbund schickt mit „Couchliebe“ die nächste Polstermarke ins Rennen, die die Herzen der Möbel-Käufer im Sturm erobern soll. Mit einem emotionalen Marketing-Auftritt und einer konsumigen Ausrichtung geht es darum, die Drehzahl am POS in die Höhe zu treiben.

zu gießen. „Denn das ist die einfachste und beste Möglichkeit, um die Margen unserer Gesellschafter zu sichern und die Quadratmeterumsätze signifikant zu erhöhen“, sagt der verantwortliche EMV-Markenmanager Matthias Spettmann.

Bei „Couchliebe“ handelt es sich um ein Marketing-Konzept für bereits im Sortiment befindliche Bestseller. Dementsprechend lauten die drei zentralen Markenbotschaften von „Couchliebe“: Planbarkeit, Bezahlbarkeit und Qualität.

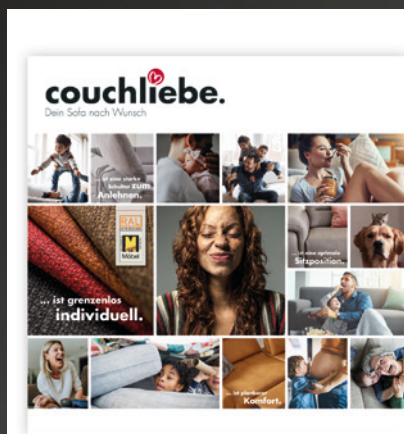
Bei einem stimmigen Markenkonzept, das Lust aufs Einrichten machen soll, ist das POS-Material ein wesentlicher Treiber.

Die Key Visuals bilden mit liebevollen Bild-Text-Kombinationen emotionale Alltagssituationen ab. Sie sind für die Lizenznehmer im Intranet abrufbar und für Meshbanner, Wandtapeten und Raumtrenner nutzbar. Gerade im Format 300 x 300 cm machen die Motive als Raumtrenner mächtig Eindruck. Idealerweise tauchen am POS Image-Raumtrenner oder auch Image-Backlight-Stelen auf. Das in minimalistischem Schwarz

„Es geht uns bei all diesen Elementen nicht darum, unsere Händler mit POS-Materialien zu überhäufen, sondern für die individuellen Bedürfnisse der Gesellschafter entsprechende Materialien zur Verfügung zu stellen. Denn nur so kann die Kollektion in jeder Umgebung die beste Wirkung entfalten“, erläutert Spettmann.

In die Planungssoftware von „Dein Konfigurator“ hat Couchliebe exklusiv ein 3D-Planungsmodul von Visual Concept implementieren lassen. Dadurch erreicht das Konzept eine völlig neue, marktführenden Qualität im Segment der Planungs-Konfiguratoren. Die innerhalb des EMV bereits breit eingesetzte 3D-Tablet-Planung von Visual Concept unterstützt ebenfalls „Couchliebe“: „Damit sind wir ein echter Trendsetter in der digitalen Vermarktung am POS, denn wir wollen neben dem Produkt und der Bildsprache auch technologisch begeistern“, sagt Spettmann.

Die Lizenzkosten für Service und Wartung sind sehr moderat. Und wer zwölf Modelle im neuen Konzept zusammenführt, muss im ersten Jahr sogar keine Gebühren abführen.



Gerade im Format 300 x 300 cm machen die Motive des neuen EMV-Polsterkonzepts als Raumtrenner am POS mächtig Eindruck.



Menschen wie du und ich sollen zukünftig von „Couchliebe“ erfüllt werden. Denn die neue Polsterkollektion des Europa Möbel-Verbunds setzt auf eine Bildsprache mit unpräzisen Motiven, in denen sich die Verbraucher selber wiederfinden können und sie so zu einem echten Kundenliebling macht – „Couchliebe“ als echter Sympathieträger.

Für diese andere Bildsprache hat sich das verantwortliche EMV-Team von aktuell angesagten Instagram-Accounts inspirieren lassen. Auch auf die Erfahrungen bei der

erfolgreichen Positionierung von „Comfort Republic“ konnte das „Couchliebe“-Team zurückgreifen, denn die Polsterkollektion erfreut sich nur zwei Jahre nach dem Launch bei vielen Händlern großer Beliebtheit.

Dass die neue Kollektion treffsicher auf die konsumige Mitte abzielt, wird allein schon dadurch garantiert, dass einer der leistungsfähigsten deutschen Polsterproduzenten hinter den Modellen steckt. Aufgabenstellung war es, die verschiedenen Marken der Industriegröße in ein exklusives Flächenkonzept

gehaltene Design der Module strahlt Ruhe aus und lenkt nicht von den Stoff- oder Raummustern ab. Ebenfalls zum Repertoire gehören Produkt-Hangtags, deren Rückseiten in den jeweiligen Firmenfarben und mit den fünf wichtigsten Kollektions-Features, bedruckt sind.

Darüber hinaus sind großzügige Bodenaufkleber erhältlich sowie eine liebevoll gestaltete Herz-Deko-Lampe. Auch ein neuer Kollektionswagen steht mit neutralen Bügeln zur Verfügung, und zwar ohne Berechnung!





**couchliebe.**  
Dein Sofa nach Wunsch

Während es draußen kalt, nass und aktuell besonders trist ist, strahlt „Couchliebe“ viel Wärme aus.

Zur Abrundung des „Couchliebe“-Konzeptes sind natürlich auch stimmige Beistellmöbel sinnvoll. Dafür wurden einige schicke Modelle ausgewählt, sodass auch komplette Wohnbilder gezeigt werden können.

„Ich denke, dass wir Ware, Technologie und Emotionen zu einem gut verkäuflichen Paket geschnürt haben. Zudem haben wir mit der Zusammenführung von vielen Einzelmodellen ein Konzept entwickelt, das die Polsterabteilungen effizienter strukturiert“, sagt Spettmann.

Das Marketing-Konzept steht den EMV-Händlern ab sofort zur Verfügung und kann gerade in aktuell besonders trüben Novembertagen für positive Momente am POS sorgen.

SASCHA TAPKEN

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

Emotional, authentisch und sympathisch – die vielfältigen Key Visuals des „Couchliebe“-Konzepts bringen Leben an den POS.

