Großzügig und modern inszeniert: der Eingangsbereich und der umgebaute Verkaufsraum im Erdgeschoss mit dem „Contur"-POS bei Spitzhüttl in Neubrunn.

EMV-Häuser machen es vor – Investitionen in ein zeitgemäßes Erscheinungsbild

Frische Flächen, starke Konzepte

Mit frischem Schwung ins neue Möbeljahr: Offene Wegeführung, übersichtliche Darstellung und weniger Ware auf der Fläche sind das Thema vieler Um- und Erweiterungsbauten im Möbelhandel. Durch die unterschiedliche Präsentation der Stile taucht jeder Besucher automatisch dort ein, wo er sich wohlfühlt. Somit erlangt das Thema Erlebniskauf eine neue Qualität. Den Anschlusshäusern des Europa Möbel-Verbunds (EMV) gelingt es, die Exklusivkollektionen und Flächenkonzepte des Verbandes standortspezifisch gekonnt einzusetzen.

Wie wichtig eine auskömmliche Rendite für ein Möbelhaus ist, belegen die aktuellen Investitionen im Handel. Denn nur die Betriebe, die ausreichend Renditen erwirtschaften, werden überleben. Hereinkommen müssen nicht nur die laufenden Kosten, es ist auch mehr Eigenkapital wichtig, um die laufenden Investitionen in Fläche, Fassade und zeitgemäßes Erscheinungsbild zu realisieren. „Kunden registrieren sofort, wenn ein Geschäft, die Deko oder die Präsentation in die Jahre kommen", betont Helmut Ahlsdorf, Geschäftsführer des Europa Möbel-Verbunds (EMV). Wichtiger denn je ist deshalb die konsequente Umsetzung aktueller Flächenkonzepte und die stimmige Präsentation von Exklusiv-Kollektionen in der Ausstellung.

Besonders stolz ist man derzeit im Verband über die hohe Zahl von über 70 Anschlusshäusern, die aktuell erweitern, renovieren und umbauen. Hier vier aktuelle Beispiele frischer Mittelstandsflächen:

■ **Eine Top-Präsentation** auf kleiner Fläche liefert Küchenspezialist Spitzhüttl in Neubrunn. Auf einer Geschäftsfläche von circa 6.500 Quadratmetern werden die Bereiche Kochen, Speisen, Wohnen sowie Polstermöbel und Schlafen geschmackvoll präsentiert. Einrichtungsideen sowie Accessoires runden das Sortiment gestalterisch ab.

In 2010 wurde eine Fläche von circa 350 Quadratmetern umgebaut. Der Verkaufsraum im Erdgeschoss wurde jetzt unter dem exklusiven Hochwert-Label „Contur" durch eine großzügige und elegante Präsentation deutlich aufgewertet. Eine moderne, luftige Kücheninszenierung, die hervorragend mit den Vermarktungstools der Marke „Contur" korrespondiert, sorgt für absolute Wohlfühlatmosphäre.

Die Planung wurde durch das Büro Gruschwitz vorgenommen. Die Umsetzung führte das Team Vertrieb Küche aus der Fahrenzhausener Zentrale durch. Der Umbau ging zügig ab Mitte Juli in sechs Wochen über die Bühne.

Mit der neuen Abteilung ist es der Familie Spitzhüttl gelungen, ihrem Anspruch erneut gerecht zu werden: „Jedem Kunden wollen wir nicht nur Möbel, sondern ein ganz neues Wohngefühl vermitteln."

■ **Das außergewöhnliche Vermarktungskonzept** „Home Company" wurde jetzt von der Familie Berkemeier in Beckum umgesetzt. Mit einem Komplettumbau auf nahezu 4.000 Quadratmetern hat sich das in vierter Generation geführte Traditionsunternehmen für die Zukunft aufgestellt.

Attraktive Markeninszenierungen in großzügiger Präsentation bei Würthner in VS-Schwenningen.

Dabei wurden jetzt unter kundiger Leitung von Innenarchitekt Werner Quadt Innenraum und Außenfassade komplett neu gestaltet, ebenso wie der sehenswerte Innenhof. Dabei präsentiert das Haus unter anderem im Schlafbereich einen interessanten Mix aus Schlaf-, Bade- und Relaxzimmer. Einzigartig dürfte der „grüne Gang" im Haus sein, der die Wohnausstellung mit der Gartenmöbelfläche verbindet.

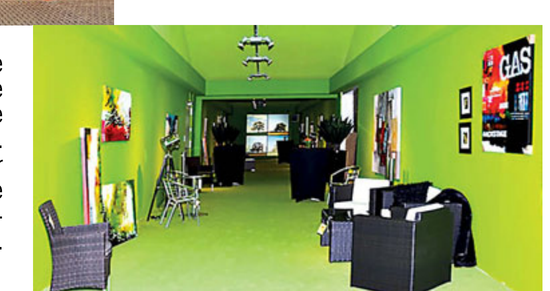
■ **Junges Wohnen** in Tettnang: Seit dem 30. September sind die Geschäftsführer Günter Dick und Horst G. Rudy mit einem superschicken Projekt „am Netz": Unter dem Namen „Sizz Tettnang" (vormals Junge Wohnwelt Stumpp) wurde jetzt mit einer Erweiterung von 18.000 auf 24.000 Quadratmeter VK-Fläche des Filialisten Stumpp ein eigenes Konzept von Möbel Dick umgesetzt. Neben Polstermöbeln werden nun auch Essgruppen und Stühle vermarktet.

Der Umbau wartet mit einigen außerordentlichen Besonderheiten auf: Zum Beispiel mit einer perfekten Illusion im Home-Cinema – Wand und Bugatti-Sessel sind in Pink getaucht, doch der Schein trügt! Der Effekt wird allein durch Licht erzeugt. Vorteil: So lässt sich der Auftritt am POS immer wieder verändern. Die Kunden können Platz nehmen und sich auf den gegenüber hängenden Flatscreens über die Polstermöbelproduktion informieren. Ein gutes Beispiel für Info- und Entertainment. Entsprechend der Stumpp-Slogan: „Unsere Kollektion betört mit vielen Inspirationen. Von exotisch und aufregend sinnlich bis modern und unglaublich praktisch…" Fester Bestandteil des neuen Hauses ist das POS-Konzept „Polsterado" und die Kollektion „akad'or" aus dem EMV.

■ **Absolut einladend** auch das neue Erdgeschoss bei Würthner am Standort Schwennigen. Das Unternehmen startete in den Jahren 2007 und 2008 mit dem Umbau des kompletten Obergeschosses. Anschließend, in 2009, wurde die Fassade erneuert, 2010 wurde dann das Erdgeschoss mit 1.200 Quadratmetern in Angriff genommen. Der Umbau-Schwerpunkt unter der Regie von Architekt Werner Quadt lag auf den Markenabteilungen. Außerdem wurden der Servicebereich mit Cafeteria, Besprechungsräumen und Beratungsecken sowie der Empfang und die Boutique mit Lifestyle-Accessoires deutlich attraktiver gestaltet und aufgewertet.

Geschäftsführer Frank Würthner hat das Geschäft vor fünf Jahren am 1. Januar 2005 von seinem Vater Rolf übernommen. Er ist der sechste Schreiner in direkter Folge und setzt die Familientradition fort.

Betörend jung auf 24.000 Quadratmetern: Das neue „Sizz" von Stumpp in Tettnang sorgt mit vielen Effekten für eine ganz besondere Atmosphäre am Point-of-Sale.



4.000 ungewöhnliche Quadratmeter – die Berkemeier Home Company in Beckum. Bemerkenswert: der „grüne Gang", der die Wohn- mit der Gartenausstellung verbindet.

Das Haus führt als EMV-Kollektionen die „Meisterstücke" sowie „Contur" und „Contur-Küche". Ab Frühjahr soll auch noch die Outdoor-Kollektion „Home Islands" aufgenommen werden.

@ Mehr Infos: **www.emverbund.de**