

Einrichtungspartnerring VME

Interliving erreicht breite Gesellschafter-Akzeptanz

Donnerstag, 14.07.2016

Nach dem gelungenen Auftakt von Interliving im April 2016 zieht der Einrichtungspartnerring VME die erste Zwischenbilanz zu seiner neuen Waren- und Händlermarke: Bis dato liegen der Verbundgruppe allein aus Deutschland und Österreich die verbindlichen Zusagen von mehr als 100 Gesellschaftern mit insgesamt rund 150 Standorten vor, die Interliving künftig als Warenmarke einsetzen. Im August präsentiert der Möbelverband Interliving seinen Mitgliedern in der Schweiz und den Beneluxstaaten, für die anschließend auch die Möglichkeit zur Teilnahme besteht. Das Interesse an Interliving ist groß. Der Hauptfokus liegt zunächst auf dem deutschen Markt. „Die Gesellschafter, die wir für Interliving hierzulande in Betracht ziehen, haben sich mit ihrer Vertragsunterzeichnung schon jetzt klar positioniert. Mit diesem nahezu geschlossenen vertraglich verbindlichen Bekenntnis haben wir frühzeitig ein wichtiges Fundament für unsere Sortimentsarbeit und die Verhandlungen mit unseren Industriepartnern geschaffen“, sagt Frank Stratmann, Hauptgeschäftsführer des Einrichtungspartnerrings.

Die festgelegte Warenabnahme der Interliving-Modelle ist innerhalb eines eindeutig definierten Zuteilungsrahmens geregelt. Dadurch profitieren die Vertragspartner einerseits von Top-Hersteller-Konditionen und sind zudem für die Industrie höchst attraktiv: „Nie zuvor konnten wir bei entsprechenden Konditions- und Leistungsrahmen so viele Stellflächen verbindlich anbieten wie mit Interliving“, so Frank Stratmann.

Ab Frühjahr 2017 steht das erste Interliving-Sortiment in den Anschlusshäusern des Einrichtungspartnerring VME. Der Einsatz der Warenmarke zielt auf die regionale Alleinstellung der Möbelhändler durch ein vielfältiges, exklusives Produktangebot.

Der Einrichtungspartnerring setzt mit Interliving auf die sogenannte Selektivvermarktung. Damit kann die Marke von allen Verbandsmitgliedern in Deutschland und Europa eingesetzt werden, die für bestimmte, mit Interliving verbundene Leistungs- und Qualitätsstandards einstehen. Die Nutzung der Warenmarke ist durch ein klares Vertrags- und Regelwerk festgelegt. Ab Herbst 2016 können sich die Vertragspartner außerdem als Interliving-Händler bekennen und ihre regionalen Stärken durch bundesweite Werbe- und Marketingmaßnahmen auf sämtlichen Kanälen auch national erfolgreich umsetzen.

[zum Seitenanfang](#)