

Einrichtungspartnerring VME – Produkte & Konzepte

„Wir suchen starke, verlässliche Partner!“

Freitag, 27.04.2018

Mit der Eigenmarke „Interliving“ hat der Einrichtungspartnerring VME für Aufsehen gesorgt. Doch eine Möbelmarke ist nur so gut wie ihre Möbel. VME-Einkaufsgeschäftsführer Jens Westerwelle erläutert, was Industriepartner mitbringen müssen.

m+t: Herr Westerwelle, was unterscheidet „Interliving“ von anderen Verbands- und Eigenmarken?

Westerwelle: Nun, vor allem, dass wir unseren Partnern aus der Industrie eine sehr zuverlässige Distribution bieten. „Interliving“ gibt es an rund 200 Standorten des Einrichtungspartnerrings VME und unseres Kooperationspartners Union. Dabei handelt es sich um überdurchschnittlich leistungsfähige Standorte. Außerdem sind „Interliving“-Modelle immer auch Zuteilungsmodelle, das heißt, jeder Handelspartner, der eine entsprechende Warengruppe führt, zeigt auch die jeweiligen „Interliving“-Modelle in seiner Ausstellung. Für den Hersteller bedeutet dies einen hohen Grundumsatz mit entsprechendem Wachstumspotential durch die Nachverkäufe.

Außerdem ist die Identifikation unserer Handelspartner mit der Marke extrem hoch, was sich ebenfalls positiv auswirkt. Das erkennt man schon dran, dass bereits mehr als 40 Standorte die Marke auch als Unternehmermarke führen. Den Erfolg können wir auch in unseren internen Statistiken nachlesen, in denen bereits jetzt zahlreiche „Interliving“-Modelle in den Top 10 ihrer Warengruppe rangieren.

„Wer sich mit uns auf diesen Weg einlässt, wird durch überdurchschnittliche Markterfolge belohnt“

m+t: Was macht ein „Interliving“-Modell aus?

Westerwelle: Wir legen Wert darauf, die Modelle besonders attraktiv zu gestalten. Das bedeutet auch, dass wir keine Schein-Exklusivitäten wollen. „Interliving“-Modelle sollen dem Verbraucher einen echten Mehrwert bieten, durch Funktionen, durch Design und durch Qualität. Dafür garantieren wir eben auch eine hohe Präsenz im Handel und eine außerordentliche Sichtbarkeit durch den Werbedruck, den wir für „Interliving“ produzieren.

„Innovation und Qualität sind die Hauptmerkmale von „Interliving““

m+t: Was müssen „Interliving“-Lieferanten mitbringen?

Westerwelle: Nun, wir suchen nicht einfach Lieferanten, sondern echte Mitstreiter, die die Marke mit uns voranbringen wollen. Das heißt auch, dass sie sich in die Produktentwicklung aktiv einbringen und Ideen entwickeln – „Interliving“ soll immer auch innovativ sein. Und dass sie langfristig mit uns arbeiten wollen. Es geht eben nicht um einzelne Modelle, denen wir das „Interliving“-Label verpassen, sondern darum, eine Kollektion kontinuierlich weiterzuentwickeln. Dass das unter der richtigen Konstellation hervorragend funktionieren kann, sehen wir bereits mit unseren Partnern der ersten Stunde, die jetzt bereits die Erfahrungen aus dem ersten Jahr in die neue Produktentwicklung mit einfließen lassen.

Außerdem wollen wir mit „Interliving“ einen Qualitätsstandard erfüllen, den wir auch offensiv gegenüber den Endkunden bewerben können. Daher müssen alle Lieferanten die RAL GZ 430 erfüllen und eine Fünf-

Jahres-Hersteller-Garantie geben. Diese Garantie ist eines der Alleinstellungsmerkmale von „Interliving“. Ja, ich denke Innovation und Qualität sind die Hauptmerkmale von „Interliving“.

„Wir akzeptieren keine Schein-Exklusivitäten“

m+t: Wie gewährleisten Sie die Durchgängigkeit in einer Kollektion mit vielen Lieferanten?

Westerwelle: Wir haben für „Interliving“ ja ein klares Markenprofil entwickelt, das die Mitte des Marktes und den gehobenen Bereich abdeckt. Das bedeutet, dass wir immer modern sind, ohne zu abgehobenes Design zu liefern, und dass wir immer einen breiten Querschnitt der Möbelkäufer ansprechen, ohne zu konsumig zu sein. Zudem bringen sich unsere Einkaufskommissionen ebenfalls aktiv in die Produktentwicklung mit ein. Und das sind alles erfahrene Möbelhändler, die genau wissen, was von den Konsumenten aktuell verlangt wird. Kombiniert mit der Kompetenz unserer Industriepartner können wir so eine stimmige, marktgängige und trotzdem innovative Kollektion auf die Beine stellen.

Und wir laden gerne auch weitere Möbelhersteller dazu ein, diesen spannenden Weg mit uns zu gehen. Wer sich mit uns auf diesen Weg einlässt, wird durch überdurchschnittliche Markterfolge belohnt. Das ist das ganz klare Feedback, das wir nach dem ersten Jahr „Interliving“ von unseren bestehenden Partnern, den First Movern, die die Marke mit uns gemeinsam mit Leben erfüllt haben, bekommen haben.

m+t: Vielen Dank für das Gespräch. Das Interview führte Arnd Schwarze.

„Wir suchen starke, verlässliche Partner!“

Links

- [Einrichtungspartnerring VME GmbH & Co. KG](#)

Downloads

- [W_mt0318_PK_VME_Interview.pdf](#)