

Einrichtungspartnerring VME Schon 52 Interliving-Standorte

Montag, 19.12.2016



Bereits 52 Standorte haben sich entschieden, zum Start „Interliving“ nicht nur als Warenmarke, sondern auch als Händlermarke zu führen. Foto: Schwarze

Im November wurde den Gesellschaftern des Verbandes Einrichtungspartnerring VME erstmalig zur Kernsortimentemesse die Markenkollektion und das Handelsmarkenkonzept der neuen exklusiven Marke „Interliving“ präsentiert. Der Zuspruch war nach Angaben des Verbandes überwältigend. Mehr als 200 Anschluss Häuser haben sich bereits zur „Interliving“ Warenmarke bekannt und können das Marketingkonzept einsetzen. Von POS-Kommunikation, Print- und Onlinewerbung, Social Media bis hin zu Bewegtbild-Clips gibt es ein attraktives Marketingpaket, um die Warenmarke „Interliving“ lokal und überregional in Szene zu setzen. „Interliving“ ist aber auch eine Unternehmermarke, die für individuelle Problemlösungen rund um das Wohnen und Einrichten steht und mit der sich der Händler in seiner Leistung deutlich von anderen Möbelhandelsbetrieben unterscheidet. Mit dem Bekenntnis zur Unternehmermarke kann der Händler das Markenzeichen „Interliving“ in seinen Schriftzug aufnehmen und von vielen weiteren exklusiven Vorteilen profitieren. Durch die Unternehmermarke wird das Anschlusshaus zum „Interliving“-Partner, der klar definierte Leistungskriterien und Alleinstellungsmerkmale erfüllt.

„Wir wollen die typischen Stärken und Werte des inhabergeführten Fachhandels gemeinsam mit „hungrigen“ Händlern, die sich schneller und konzentriert weiterentwickeln möchten, ausbauen. Durch

klare Leistungsversprechen wie erstklassiger Service, außerordentliches Engagement oder hochqualifizierte Beratung wird der „Interliving“-Partner echte Mehrwerte kommunizieren können. Bereits 52 Standorte machen bei der „Interliving“-Unternehmermarke mit, damit ist ein sehr guter Anfang gemacht. Die Gesellschafter, die sich für die „Interliving“-Partner-Lizenz entscheiden, werden mehr Nutzen aus der Marke schöpfen können. Die gesamte Marketingkommunikation für die Warenmarke fällt stärker auf den „Interliving“-Partner und sein gesamtes Geschäft zurück, weil er sich als ausgezeichneter Händler deutlich zu erkennen gibt. Als große Gemeinschaft mit dem gemeinsamen Absender „Interliving“ können wir eine ganz andere Ausstrahlungskraft entfalten und deutlich mehr Kanäle bedienen als bisher“ – so Frank Stratmann, Hauptgeschäftsführer des Einrichtungspartnerring VME.

[zum Seitenanfang](#)