

Einrichtungspartnerring VME

Virtuelle Neuheitenmesse gestartet

Dienstag, 24.11.2020

Nachdem sich die VME-Geschäftsführung dazu entschieden hatte, die Handelsmarken und Neuheiten für 2021 nicht mehr wie geplant hybrid, sondern rein digital auf einer virtuellen Messeplattform seinen Mitgliedern vorzustellen, ging am 23. November die Neuheitenmesse online an den Start. Bis zum 2. Dezember haben die Verbandsmitglieder die Möglichkeit, sich über ein topaktuelles Sortiment, zahlreiche Exklusivmodelle in allen Warengruppen, den aktuellen Interliving Auftritt und vielfältige Marketingthemen zu informieren.

Die kompetente Sortimentsarbeit, so der VME, habe bereits im Sommer 2020 begonnen und könne sich sehen lassen: „Wir sind mit unserer Ware am Puls der Zeit und als Verband in allen Bereichen top aufgestellt – insbesondere mit unserer Marke Interliving“, so VME-Hauptgeschäftsführer Frank Stratmann. „Die Ergebnisse sind sensationell – auch in der virtuellen 3D-Welt ist es uns gelungen, die aktuellen Sortimente und Exklusivmodelle 2021 aus den Bereichen Möbelfachhandel, Küche, Mitnahme, SB sowie verschiedene Marketingthemen und alles rund um die Marke Interliving perfekt digital wiederzugegeben. Die Besonderheit der Präsentation ist, dass unsere Lieferanten die komplette Ware in unserer verbandseigenen Messehalle mit einer frischen Kojen-Darstellung in Bielefeld aufgebaut haben. Für die tolle Unterstützung der Industriepartner sind wir sehr dankbar, denn nur so konnten wir unseren Gesellschaftern einen virtuellen, aber authentischen „Messebesuch“ ermöglichen“, freut sich Stratmann über die erfolgreiche Umsetzung der digitalen Vorstellung.

„Über 100 Produktfilme wurden bereits in der Messehalle aufgenommen, die wir für die digitale Messe nutzen. Zudem werden wir diese nachfolgend auf unserer VME-Learning Schulungsplattform weiterverwenden“, so Jens Westerwelle, VME-Einkaufsgeschäftsführer. „Wir sind überzeugt davon, dass wir so einen wichtigen Beitrag dafür leisten, dass die Verkäufer bestens informiert sind und die Neuheiten schneller erfolgreich anlaufen“, erklärt Westerwelle weiter. Das umfangreiche Video- und Bildmaterial zeigt viele Highlights, Ergänzungen und Neuaufnahmen. Die Marke Interliving stand erneut im Fokus und Interliving Wohnen wurde um funktionelle Home-Office Lösungen erweitert. Sideboards mit integrierten, drehbaren Schreibtischen oder klassische Sekretäre, verwandeln das Wohnzimmer problemlos in einen Arbeitsplatz. Zudem geht Interliving mit dem ersten Jugendzimmer an den Start, welches sich durch modulare Planungssysteme auch hervorragend für eine durchdachte Apartmentgestaltung eignet. Die Platzierungsbeispiele der Interliving Warengruppen und die Sonderfläche, auf der sich das umfangreiche 360-Grad-Marketingkonzept präsentiert, zeigten, so die Verantwortlichen beim VME, einmal mehr, wie gut sich Interliving etabliert habe und weiter wachse. „Wir arbeiten mit Hochdruck daran das Sortiment kontinuierlich zu erweitern“, sagt Frank Stratmann. „Die Ausgestaltung der Marke schreitet erfolgreich voran und auch in diesem besonderen Jahr, können wir unseren Gesellschaftern ein breites Spektrum an Neuheiten inklusive der dazu passenden Vermarktungsideen an die Hand geben. So gewährleisten wir eine optimale Werbepresenz auf allen Kanälen. Neben der erfolgreichen Samu Haber Kampagne sorgt die emotionale und Aufsehen erregende Interliving Kampagne „Zuhause... lässt sich einrichten“ mit neuen Werbemotiven für eine hohe Sichtbarkeit am POS“, so Stratmann weiter.

Ein weiteres Marketing-Highlight für das kommende Jahr sollen die neuen Trend-Pakete für Interliving inklusive der „Best Buddys“ werden: perfekte Partner für Interliving Möbel aus den verschiedenen FaSo-

Bereichen. Passend zur Jahreszeit und mit ansprechenden Themen der Trend-Pakete wie „All about Nature“, „Chill & Grill“ oder „Farbenfroher Frühling“ werden trendige Fachsortimentsartikel, die „Best Buddys“, in Kombination mit Interliving Möbeln in Szene gesetzt und emotionalisiert. Sechs Trendpakete wurden für das Jahr 2021 von den Interliving Trend Scouts erarbeitet und werden über das Jahr verteilt mit umfangreichen Vermarktungskonzepten angeboten. Die Trendartikel geben Inspirationen, setzen Impulse, erhöhen die Sichtbarkeit der Marke und sorgen für eine innovative Kundenansprache und nachhaltige Kundenbindung.

Ebenfalls ein Trend zeigt sich in bodenfreien Couchgarnituren, die sich in den verschiedenen Kollektionen der VME-Eigenmarken Interliving, Modulmaster, Comfortmaster, OrthoSedis oder auch Kawoo wiederfinden. Sie sind hervorragend geeignet für die beliebten Saug- und Wischroboter. „Besonders hervorzuheben ist die Formsprache und die Funktion der elektrisch höhenverstellbaren Kopfteile bei der Marke Comfortmaster, die beim Einrichtungspartnerring seit langem eine große Bedeutung hat und einen hohen Umsatzanteil ausmacht. Aber auch OrthoSedis besticht durch eine konsumige Modernität, indem die Optiken, Designs und Funktionen für die konservative Zielgruppe verjüngt wurden“, erläutert Jens Westerwelle. Der Bereich Speisen präsentiert den Industrial Look mit schwarzem Metall oder auf Kufen gestellten Stühlen, die mit modernen Farben und organischen Formen ebenso in der Interliving-Welt kombiniert werden. Auch das Thema Nachhaltigkeit und der Umgang mit Recyclaten wird in dem Bereich groß geschrieben - es wird verstärkt auf Stoffe aus Recyclingmaterial gesetzt. Im Mittelpunkt der VME-Eigenmarken steht auch zukünftig die individuelle Planbarkeit der Sortimente.

Die Warengruppe Interliving Küchen präsentierte sich hochmodern und schick auf der Verkaufsfläche. „Küchen sind unsere stärkste Warengruppe und wir konnten den Umsatzanteil insbesondere bei der Interliving-Küche weiter deutlich ausbauen“ so Peter Wülfing, VME-Einkaufsgeschäftsführer. „Das Flächenkonzept für Interliving Küchen wurde noch breiter aufgestellt und zusätzlich haben wir unser Sortiment der Exklusivgeräte deutlich erweitert. Ein Exklusiv-Backofen wurde sogar vom ETM-Testmagazin mit „sehr gut“ bewertet. Eine Besonderheit ist die exklusive und persönliche „face-to-face“-Onlineschulung für unsere Verkäufer. Um unseren Mitgliedern auch in diesem Jahr, wo keine Interliving Präsenzs Schulungen stattfinden konnten, weiterhin die Verkaufsschulungen anbieten zu können, haben wir kurzfristig auf buchbare Einzel-Schulungen umgestellt“, erläutert Wülfing.

Auch der Bereich Mitnahme und SB zeigt sich gerade im Hinblick auf die erste digitale VME-Messe gut aufgestellt. „Wir konnten neue Lieferanten für unseren Verband gewinnen, die mit aktuellen Sortimenten das erste Mal auf unserer Neuheitenpräsentation vertreten sind“, freut sich Wülfing. „Auch hier geht der Trend zu smarten Home-Office Lösungen und elektrisch höhenverstellbaren Schreibtischen. Die Warengruppe Schlafen kann insbesondere bei den Funktionsbetten punkten und im Wohnbereich stehen Polstermöbel für kleine Wohnbereiche in zahlreichen Stilrichtungen und erstklassigen funktionellen Lösungen im Fokus. Wir haben die Auswahl der Wohn-, Speisen- und Kleinmöbelprogramme optimiert und ausgebaut. Der Bereich ist bestens aufgestellt und präsentiert zahlreiche Neuheiten - vom Preiseinstieg SB über Mitnahme bis hin zu hochwertigen Life Style Studios und neuen Exklusivmodellen unserer Handelsmarke Kawoo“, so Peter Wülfing abschließend.

Virtuelle Neuheitenmesse gestartet