

# **Erpo – Neue Konzepte „Wir bleiben authentisch und ehrlich“**

## **Stefan Bornemann über den Hausmesse-Auftritt von Erpo**

Donnerstag, 08.12.2016

MM: Sie setzen nach wie vor auf Qualität aus Baden-Württemberg. Welche Strategie verfolgen Sie damit?

Bornemann: Wir bleiben unseren Werten treu und glauben weiterhin daran, dass wir mit unserem Know-how am Standort Baden-Württemberg auch in Zukunft Polstermöbel zu einem Top-Preis-Leistungs-Verhältnis entwickeln und verkaufen können. Dass die Marktentwicklung gegen uns läuft, ist uns bewusst. Dafür ist und bleibt Erpo aber eben eine echte Vertrauensmarke für die Käufer. Unsere gesamte Wertschöpfungskette verbleibt in Deutschland – vom Design bis zur Fertigung. Das können nur noch wenige Hersteller in Deutschland für sich in Anspruch nehmen. Wir geben dem Fachhandel und Endkunden damit ein klares Signal: Erpo ist und bleibt eine authentische und ehrliche Marke.

MM: Was tun Sie, um dies zu kommunizieren?

Bornemann: Unsere Alleinstellungsmerkmale sind wichtige Orientierungspunkte für die Endkunden. Aktuell entwickeln wir das Konzept zur Außenpräsentation im Handel – das wir auf der imm cologne vorgestellt hatten – weiter. Das Thema Werbung wird aktuell komplett überarbeitet. Wir werden stärker auf eine visuelle Kommunikation setzen, die die besonderen Merkmale der einzelnen Kollektionen hinsichtlich Design, Verarbeitung, Qualität und Funktion stärker herausstellt.

MM: Sie haben auf der Hausmesse News in allen Produktbereichen – also ‚avantgarde‘, ‚Collection‘ und ‚Classic‘ – vorgestellt. Gibt es auch neue Bezugsmaterialien?

Bornemann: Die Auswahl an hochwertigen Leder- und Stoffqualitäten bei uns ist bereits sehr groß. Zwei neue, besonders weiche Stoffqualitäten in jeweils 35 Farben haben wir mit ins Programm aufgenommen. Das ist übrigens auch eine unserer ganz großen Stärken: die Farbvielfalt.

MM: Wie ist Erpo im Ausland mit made in Germany aufgestellt?

Bornemann: Im asiatischen Raum genießen deutsche Marken besonders hohes Ansehen. Erst kürzlich haben wir in Japan unseren dritten Erpo-Showroom eröffnet. Hier veranstalten wir ebenso wie in Deutschland Hausmessen für die Kunden. Auch in Korea verzeichnen wir starkes Wachstum. Insgesamt sind wir gut für die Zukunft im In- und Ausland aufgestellt. Gerade auch deswegen, weil die Marke Erpo Kontinuität in jeder Hinsicht bietet.

[Artikel als PDF herunterladen](#)

[zum Seitenanfang](#)