

GfM-Trend-Hausmesse in Neustadt/Donau

Montag, 26.11.2007

An der bereits zum dritten Mal unter der Gemeinschaftsflagge von GfM-Trend veranstalteten Hausmesse, die vom 23. bis 25. November 2007 stattfand, trafen sich über 500 Möbler aus drei Ländern. 17% Umsatzplus meldet jetzt der Geschäftsführer Joachim Herrmann. Zu diesem Messeerfolg trug die Verkaufsaktion „2.000 plus“ mit über 2.000 Geschirrspülern und Einbaubecken kräftig bei. „Insgesamt können die Order als gute Vorzeichen für unseren wachsenden Erfolg in 2008 gewertet werden“, fasst Joachim Herrmann zusammen. Präsentiert wurde auf insgesamt 2.500 qm unter anderem die vor einem Jahr eingeführte und jetzt durch Heimtextilien, Teppiche und Bilder erweiterte sehr erfolgreiche Eigenmarke „La Natura Manufaktur“ unter der Regie von Oliver Borchers. Daneben gab es die neu aufgenommenen PAL- und Aktiv-Modelle zu sehen und zu ordern. Im Zentrum der Aufmerksamkeit stand außerdem die Premiere des Küchen-Vermarktungskonzeptes „Apéro“. Auf der traditionellen bayrischen Abschlussparty im historischen Weissbierstadl von Abensberg überraschte Joachim Herrmann Gesellschafter Ralf Tenbeck von Möbel Kerkfeld mit einer besonderen Prämie: kostenlos einen Einser-BMW fahren – als Anerkennung für die höchste Ordertätigkeit am Samstag auf der Hausmesse. Neue Lifestyle-Hausmarke: »Apéro – kochen essen leben« Mit einem Anteil von 40% in der Warengruppe Küche zeigt GfM-Trend Stärke. Marketingmäßig bereits gut abgedeckt sind die Preissegmente bis 3.000 Euro (Küchendiscount) und 3.000 bis 8.000 Euro (Küchen Profi Center/Topline Küchen). Mit Marktanteilen von ca. 30% und 50% sind dies die am Stärksten umkämpften, aber auch stagnierenden Segmente. Im Bereich 8.000 bis 14.000 und mehr Euro wächst der Markt hingegen am Stärksten. Hier setzt der Verband jetzt mit seinem neuen Vermarktungskonzept „Apéro“ an. Mit dieser neuen Hausmarke bietet GfM-Trend Exklusiv-Küchen mit hohem Design- und Funktionsanspruch an. Zu den Küchen made in Germany gehören Geräte mit höchstem Design- und Innovationsanspruch. Unter dem Motto „Ich lebe meine Küche“ stehen ungewöhnliche, individuell zu kombinierende Material-Cocktails von edlen Hölzern mit durchlaufendem Furnierbild (Kernahorn, Amerikanischer Nussbaum, Kernbuche, Tineo, Makassar, Asteiche, Zebrano, Kernbirke) und Naturstein (Holz, Marmor, Granit, oder Quarzstein sowie Mineralguss) zur Wahl. Jede Küche wird kommissionsweise hergestellt und kann damit als Unikat bezeichnet werden. Für die Ausstellungsplanung konnte GfM-Trend den Star-Architekten Karl Auer (früher Team 7) gewinnen. Im Einrichtungshaus soll „Apéro“ auf einer Sonderfläche mit eigenem Bodenbelag geschlossen dargestellt werden. Im dazugehörigen Werbe- Kommunikationskonzept wird die Küche einer kaufkräftigen, statusbewussten Zielgruppe als Lifestyle-Objekt und Statussymbol schmackhaft gemacht. „In den Genuss unseres neuen ‚Küchenrezepts‘ kommen jene Händler, deren Hauscharakter, Aktivitätsbereitschaft für Kunden-Events und Marktumfeld zum Konzept passt“, sagt GfM-Trend Küchenchef Dirk Bachmann. Modelle aus der wohnart-Kollektion rundeten die „Apéro“-Präsentation zur Hausmesse ab. Aktiv-Gruppe mit 40% Umsatzplus 2007 hat die Aktiv-Gruppe innerhalb des GfM-Trend Verbundes mit 24 Handelspartnern ein Umsatzplus von deutlich über 40% erarbeitet. Dieses hohe Ergebnis wurde fast ausschließlich mit langfristigen Stammlieferanten erzielt. Bei dem Aktiv-Sortiment, das Dirk Bachmann erstmals auf der Hausmesse vor einem Jahr vorgestellt hatte, handelt es sich um Netto-Netto-Ware zu Eckpreislagen, mit der die Händler offensiv werben können und das zudem hohe Kalkulationsaufschläge bietet. Der GfM-Trend zum Neustädter Mittelständlerverband Mit aktuell 565 Gesellschaftern bekräftigt der GfM-Trend Möbeleinkaufsverband seinen Rang unter den wichtigsten Einkaufs- und Marketingkooperationen inhabergeführter mittelständischer Möbel- und Einrichtungshäuser. Im laufenden Geschäftsjahr stehen 15 durch Geschäftsaufgabe bedingten Abgängen 51 Neuzugänge gegenüber. Mit Wirksamkeit per 1. Januar 2008 haben sich zwölf Handelsunternehmer (die überwiegend von anderen

Mittelstandsverbänden wechseln) zum Beitritt entschlossen.

[zum Seitenanfang](#)