

GfMTrend-Hausmesse mit starken Eigenmarken

Erfolgreicher Start ins Jahr 2018

Samstag, 07.04.2018

Einen zuletzt auf vielen internationalen Möbelmessen feststellbaren Wohn- und Einrichtungstrend setzt GfMTrend ab sofort mit einer komplett neuen Flächenkonzept um. Skanpur heißt das neue Label, das auf skandinavischen Lifestyle setzt und mit leichten reduzierten Formen – häufig auch mit integrierten Funktionen – überzeugen will. Skanpur erlebt seine Premiere auf der GfMTrend-Hausmesse, die am 7. und 8. April in der Verbandszentrale in Neustadt/Donau stattfindet.

Auf der Verbandsmesse, an der sich rund 60 Lieferanten beteiligen, zeigt GfMTrend ein weiteres Mal, mit welchen Konzepten der mittelständische Möbelhandel im Wettbewerb mit der Großfläche gestärkt werden und trotz anhaltender Konzentration zukunftsfähig ausgerichtet werden soll. In der Modellpolitik des Verbandes schlägt sich dies vor allem in einer noch deutlicher ausgeweiteten Eigenständigkeit und Exklusivität nieder. So werden auf der Hausmesse 26 Exklusivmodelle präsentiert, mit denen sich die Anschlusshäuser erkennbar differenzieren können. Die Produktentwicklung erfolgte in enger Zusammenarbeit mit den Mitgliedern. So wurden beispielsweise auf einer zweitägigen Händlerkreistagung klar definierte Vorgaben und Aufgabenstellungen für die Designer und Entwicklungsabteilungen der eingebundenen Lieferanten erarbeitet.

Neben Exklusivmodellen spielen Eigenmarken eine immer wichtigere Rolle bei GfMTrend. Auf der Verbandsmesse wird dies nicht nur mit der Premiere von Skanpur unter Beweis gestellt. Stark ausgebaut wurden vor allem die Marken Marc Harris und Maxcomfort. Außerdem wurde die Marke Dream Art mit neuen Boxspring- und Polsterbetten im mittleren bis gehobenen Preisbereich erweitert.

Überdurchschnittlich gut entwickelte sich im vergangenen Jahr die Massivholzschiene La Natura. Deutlich zweistellige Umsatzzuwächse und zehn neue Händler, die sich im vergangenen Jahr für La Natura entschieden haben, dokumentieren die positive Entwicklung. Auf der Messe wird die La Natura-Kollektion durch ein neues Preis-Einstiegssegment ergänzt.

Zur eigenständigen Profilierung der Anschlusshäuser will GfMTrend seinen Mitgliedern aber nicht nur die passenden Sortimente zur Verfügung stellen, sondern auch ein breit gefächertes Angebot an Marketing-Instrumenten und Werbemaßnahmen. So wird auf der Hausmesse beispielsweise das neue, 220 Seiten starke Topline-Verkaufsjournal vorgestellt, das noch stärker als in der Vergangenheit auf eine emotionale Kundenansprache setzt.

Um den Anschlusshäusern bei der Kundenansprache ein Höchstmaß an Individualität zu ermöglichen, steht den Mitgliedern ab sofort ein neuer Wunschprospekt-Konfigurator zur Verfügung. Aus 350 Werbeseiten aus allen Warengruppen lassen sich damit online die gewünschten Prospekte erstellen.

Zur GfMTrend-Hausmesse haben sich wie bereits im Vorjahr rund 800 Mitglieder, Lieferanten und Freunde des Verbandes angemeldet. Unter den Besuchern sind auch zahlreiche neue Mitglieder, die sich im vergangenen Jahr bzw. in den ersten Monaten des laufenden Jahres für GfMTrend entschieden haben.

Nachdem sich der Verband 2017 nicht komplett von der schleppenden Branchenkonjunktur abkoppeln

konnte und im vergangenen Jahr mit einem kleinen Minus von 1,69% abschloss, entwickelten sich die Umsätze im ersten Quartal äußerst positiv. Wie Verbandsgeschäftsführer Joachim Herrmann bereits im Vorfeld der Hausmesse verriet, ist von Januar bis März ein Umsatzplus von 5,18% aufgelaufen. Vor diesem Hintergrund sei nicht nur mit einer regen Ordertätigkeit während der Messe zu rechnen, sondern auch mit einer sehr guten Stimmung beim traditionellen „Bayerischen Abend“, der zum Abschluss des ersten Messetages wie üblich im Kuchlbauer Weissbier-Stadl in Abensberg stattfindet.

Erfolgreicher Start ins Jahr 2018