

Weiter auf der Erfolgsspur

Erpo konnte auf der imm cologne mit der neuen Kollektion „avantgarde“ punkten | Neue Programme

Zur imm cologne zieht man bei Erpo eine rundum positive Bilanz. „Dieses Jahr war mal wieder die beste Kölner Möbelmesse für uns, wir haben jetzt seit 2010 in Folge Jahr für Jahr eine Steigerung erlebt“, bilanziert Stefan Bornemann, Geschäftsführer von Erpo, das Möbelevent 2014. „Unsere neue Kollektion avantgarde ist von unseren Handelspartnern extrem gut beurteilt worden. Wir haben so viele Aufträge geschrieben, dass unsere Handelspartner zum Teil Wartezeiten in Kauf nehmen mussten. Mit der Kollektion liegen wir über Plan“, freut sich Bornemann. „Von unserer Hausmesse im Oktober bis zum zweiten Messtags in Köln hatten wir platzierungsmäßig bereits das erreicht, was ich mir für das ganze Jahr vorgestellt hatte.“

Mit der neuen Kollektion „avantgarde“, die sehr designorientiert und international ausgerichtet ist, will man eine jüngere Zielgruppe ansprechen, den Typus des kosmopolitischen Stadtmenschen. „Avantgarde verkörpert Urbanität und Internationalität“, wie der Erpo-Geschäftsführer erläutert. Als Marketing- und Vertriebsverantwortlicher kennt er die Märkte und hat eine vermehrte Nachfrage nach organischen Formen festgestellt. „In die Kollektion avantgarde lassen wir sowohl das Thema der organischen Formen als auch der Funktion einfließen. Damit ergänzen wir das Kubische aus den Bereichen Classics und Collection um das Organische.“

Funktion ist seit vielen Jahren eine der Kernkompetenzen von Erpo. Dies wird auch deutlich an der Weiterentwicklung von Modell „AV 400“. Hier gibt es jetzt ein Modell mit einer Rücken- und Armlehnenverstellung, die vom Sitzen bis zum Liegen reicht. Durch die Verstellung der Armlehne verwandelt sich beispielsweise der komplette Sitz zum Longchair. Zur Präsentation von „avantgarde“ im



Handel hat man sich bei Erpo etwas Besonderes ausgedacht. „Wir arbeiten da auf eine modernere Präsentation hin, z. B. mit Grautönen und Betonoptiken“, so Stefan Bornemann. „Dazu haben wir eine ungewöhnliche Kommunikationsstrategie entwickelt, die sich sowohl visuell als auch inhaltlich gezielt mit dem Lebensgefühl von modernen Städtern beschäftigt. Mit diesem Shop haben wir die Kollektion bereits nach unserer Hausmesse erfolgreich bei ersten Partnern im Handel platziert.“ Mit den bewährten Sortimenten „Clas-

1 | Mit den Modellen der Linie „avantgarde“ richtet sich Erpo an den Typus des kosmopolitischen Stadtmenschen. Fotos: Erpo

2 | Edler Auftritt von „AV 100“ aus der Kollektion „avantgarde“. Markantes Detail: die ellipsenförmige Armlehne.

3 | „AV 200“ sieht sowohl in Stoff als auch in Leder elegant aus.

sics“ und „Collection“ hat Erpo bereits zwei sehr erfolgreiche Modell-Linien im Markt etabliert. In Köln wurden zwei neue Modelle von „Classics“ sowie ein neues Modell von „Collection“ präsentiert. Mit unzähligen Variationsmöglichkeiten sowie zahlreichen Armlehnen und Fußformen stellen die „Classics“-Modelle den Kundenwunsch und die Individualität des Einzelnen in den Mittelpunkt. Auch die Konfigurationsvariante als Ecklösung mit Spitzecke ist möglich. Das Baukastensystem der Linie „Classics“ macht es dem Fachhandel ganz einfach, individuell zu beraten und zu verkaufen. Bereits im letzten Jahr hat der baden-württembergische Polstermöbelspezialist das Thema Stoff ausgebaut. „Unsere neue Stoffkollektion wurde von unseren Handelspartnern und den Kunden positiv angenommen. Hier sind wir aber erst den ersten Schritt gegangen“, wie Stefan Bornemann erklärt. „Wir stellen jetzt gerade wieder neue Stoffe vor und haben die bestehende Kollektion in Teilbereichen auf die Marktwünsche angepasst und erweitert.“ hoc

