



Morgana stellte auf dem Garant Partnerforum das neue Shopkonzept vor.

Garant Partnerforum

Umfassende Content-Marketing-Offensive für die Partner

Rheda-Wiedenbrück. Die Möbelindustrie verzeichnet nach Umsatzrückgängen im vergangenen Jahr aktuell wieder ein leichtes Plus der Inlandsumsätze von 0,8 Prozent. Die Garant Gruppe konnte zum 30. September in Deutschland hingegen um vier Prozent im Umsatz zulegen. Damit liege die nach eigenen Angaben mitgliederstärkste Verbundgruppe zum wiederholten Male deutlich über der Branchenentwicklung, teilten die Geschäftsführer der Garant Holding Torsten Goldbecker und Jens Hölper, auf dem Partnerforum mit. Auch die Mitgliederanzahl entwickelte sich erneut positiv.

Verantwortlich für das nachhaltige Wachstum auf Umsatz- und Mitgliederebene sind den Geschäftsführern zufolge vor allem zwei Faktoren: Zum einen trage die konsequente Fokussierung auf hochwertige Markenkonzepte und neue Geschäftsmodelle erkennbare Früchte und gewährleiste eine starke Bindung und Entwicklung der bestehenden und in 2018 neu hinzugekommenen Fach-

händler und Fachhandwerker. Wachstumsmotor innerhalb der Gruppe ist der Bereich Küche mit einem Plus von knapp sieben Prozent. Die übrigen Module litten, wie die gesamte Branche, unter der mangelnden Besucherfrequenz im Sommer, und liegen, Stand Ende September, knapp über den Vorjahreswerten, erklärte Hölper. 58 Prozent des Gruppen-Umsatzes spielt der Bereich Küche ein. Wohnen und Schla-

fen steuern 26 Prozent bei. Bad und Haus ist mit 16 Prozent das kleinste Segment.

Zum anderen konnte im Jahresverlauf nach erfolgreicher Startphase an vielen Standorten ein wirkungsvolles Angebot im Digital-Marketing zur Generierung qualifizierter Kundenkontakte im regionalen Markt ausgerollt werden. Hieraus resultieren bereits mehr als 500 Leis-



Gute Laune auf der Pressekonferenz (von rechts): Jens Hölper, Torsten Goldbecker, beide Geschäftsführer Garant Holding, Hendrik Schütte, Geschäftsleitung Marketing.

tungsbuchungen durch Handelspartner aus den Bereichen Küche, Wohnen und Schlafen. Die umfassende Betreuung aller relevanten Online-Marketing-Kanäle durch Garant generiert zunehmend mehr Neukundengeschäft und liefert darüber notwendige Umsatzimpulse. Insgesamt verteilt sich der Umsatzzuwachs annähernd paritätisch auf bestehende Partner und neue Partnerunternehmen.

Vor diesem Hintergrund entwickelt sich auch 2018 die Anzahl der angeschlossenen Partnerbetriebe positiv. Die Garant Gruppe zählt aktuell 1.892 Handels- und

Fachhandwerkspartner mit über 2.000 Verkaufsstellen in Deutschland. 538 Partner sind dem Bereich Wohnen & Schlafen angeschlossen, 475 dem Bereich Küche. Separate Zahlen zur Entwicklung des Moduls Gutes Schlafen werden nicht mehr bekannt gegeben. Der Geschäftsbereich Bad + Haus zählt 879 Partner – bedingt durch Konzentrationsprozesse stieg hier die Anzahl der Standorte und Zweigstellen in den jeweiligen Regionen auf insgesamt 967.

Die Geschäftsführung der Garant Gruppe zeigte sich auf dem Partnerforum zuversichtlich: „Die nachhaltige Entwicklung der etablierten Markenkonzepte wird auch in einem schwieriger werdenden Marktumfeld die positive Entwicklung der letzten Jahre qualitativ absichern. Die Einführung neuer, insbesondere auch digital ausgerichteter, Vermarktungskonzepte sowie die im vergangenen Jahr vorgestellten Geschäftsmodelle werden gezielte Wachstumsimpulse für uns und unsere Partner generieren.“

Als drängendes Thema benennt die Garant-Geschäftsführung die Gewinnung von qualifiziertem Per-

Modul-Manager Hans-Jörg Koch begrüßte auf seiner Ausstellungsfläche 35 Aussteller.



sonal. Bereits jetzt ist die Personalsituation in manchen Häusern der limitierende Wachstumsfaktor. Bereits jetzt gingen im Möbelbereich große Unternehmen dazu über, andere Häuser zu übernehmen, nur um Personal für die eigenen Zwecke zu gewinnen.

Von praxisnahen Konzepten zur Personalgewinnung bis hin zu Exklusivmodellen für den Hochwert-Einrichter zeigte die Garant Gruppe eine beeindruckende Angebotsvielfalt und zahlreiche Highlights für alle angeschlossenen Geschäftsbereiche.

Im Bereich Gutes Schlafen, in dem auch die Fachhandelsschiene Morgana geführt wird, standen die Themen Content-Marketing Offensive, neue Ladenbaukonzepte & Switch3 im Vordergrund.

Zum einen stellt das Modul die Erhöhung der digitalen Sichtbarkeit seiner Fachhändler klar in den Fokus. Passend dazu wurde auf dem Garant Partner Forum eine neue, crossmediale Content Marketing Konzeption unter dem Titel „Schlaf schön“ vorgestellt. Das bereits sehr erfolgreich etablierte „Schlaf schön“ Magazin wurde redaktionell weiter ausgebaut und mit schlaf-schön.de um eine neue Suchmaschinen-optimierte Content-Plattform erweitert. Neben redaktionellen Inhalten enthält diese eine Vielzahl von zielgruppenrelevanten Themen-, →



Seit diesem Jahr gehört der Bereich Natürlich Schlafen komplett zur Garant Gruppe. Der Anlass, um das Shopkonzept neu aufzustellen.

Ratgeber- und Erklär-Videos, die gemeinsam mit dem Schlaf-Experten und Buchautor Floris Wouterson produziert wurden.

Laut Modul-Chef Hans-Jörg Koch stellt Garant das Marketing-Konzept all jenen zur Verfügung, die sich zur Markenpartnerschaft mit Garant bekennen. Sie erhalten gratis ein Service-Paket, das einem Wert von rund 5.000 Euro entspräche, würden sie es bei einer externen Agentur beauftragen. Das Budget zur Bezahlung von Klicks bei Google Ads kann jeder individuell festlegen.

Weitere Highlights waren die Präsentation gleich drei neuer Studiokonzepte für das Konzept Morgana, „Natürlich schlafen“ sowie ein Kissen- und Bettwaren-Systemstudio. Hier trifft eine emotionale Kundenansprache auf eine hohe Produktorientierung und hilft dem Fachhändler dabei, sich als Schlaf-Spezialist im lokalen Wettbewerb zu differenzieren.

Premiere feierte außerdem die modular aufgebaute Matratzen-Serie „Switch3“ in der Anfangspreislage. Empfohlener VK ist 333 Euro. Partner auf Industrie-Seite ist die Firma Fey. Switch3 besteht aus drei

Polyschaum-Schichten unterschiedlicher Festigkeit. Je nachdem, wie diese Schichten von unten nach oben kombiniert werden, entstehen sechs unterschiedlich feste Liegegefühle von sehr weich bis sehr fest. Auf diese Weise kann der Endverbraucher seine Matratze flexibel den sich ändernden Schlafgewohnheiten und Lebensumstände anpassen.

Koch betreut rund 200 Morgana-Partner. Sie haben das laufende Jahr bislang recht erfolgreich bestreiten können, denn dem Modulmanager zufolge liegen die aggregierten Umsätze „deutlich“ über dem Branchenschnitt. Zudem beobachtet er, wie auch viele ausstellende Firmen, dass die Nachfrage im Bettenfachhandel seit Oktober wieder deutlich angestiegen ist. Angesprochen auf die Aktion des Matratzenverbandes zur fragwürdigen Politik der Stiftung Warentest, begrüßt er diese Initiative. „Ich bedauere es sehr, dass die Stiftung bei ihren Tests alte Produkte in den Vordergrund stellt, obwohl die Industrie so viele tolle und neue Produkte auf den Markt bringt.“

Das Modul gutes Schlafen stellte 35 Industriepartner auf dem Forum vor. Auch wenn die meisten von Ihnen ihr Pulver an Produktneuheiten für die Möbelmesse im Januar trocken halten möchten, gab es doch einige Neuheiten zu finden.

Rummel zeigte in Rheda-Wiedenbrück eine Weiterentwicklung seiner MixOne-Matratze, die jetzt mit der sogenannten



Rummel zeigte erstmals eine Weiterentwicklung seiner MixOne-Matratze.



Unter der Marke Brinkhaus findet man nun auch frühere Produkte der inzwischen eingestellten Marke Xdream.



Metzeler rundet die Spring-Matratzen-serie preislich nach unten ab.



Schultz entwickelte für Garant das Unterfederungssystem XAVIO.



Das Boxspring-Bett Plus von Veldeman überzeugt durch seine vergleichsweise leichte Bausweise.



LS Bedding kam mit seiner Marke Ergosleep nach Rheda-Wiedenbrück.

AirClip-Technologie erhältlich ist. Bei den AirClips handelt es sich um Kunststoff-Federn in Form einer 8, die in Reihe miteinander verbunden sind und in den Kern eingeschoben werden. Die Zahl der verbundenen Clips bestimmt die Festigkeit. Diese Festigkeit kann auch nachträglich verändert werden,

sodass sie im Laufe der Nutzung variabel ist. Zusätzliche Nutzen sind die erhöhte Durchlüftung der Matratze sowie das niedrigere Gewicht durch die Ausparungen. Auf der Möbelmesse wird dieses Produkt auf einem komplett neu gestalteten Messestand von Rummel zu sehen sein.

Die EuroComfort-Group nutzte das Partnerforum, um auf die Verschmelzung der Sortimente der Marken Brinkhaus und Xdream aufmerksam zu machen, indem die Stärken beider Marken kombiniert werden. Xdream war vor allem bekannt durch seine Matratzen. Sie gibt es nun in etwas abgespecktem Umfang unter Brinkhaus →

THERALINE

love care comfort

Pearlfusion

SCHLAF- & NACKENSTÜTZKISSEN

Aktions-Musterpreis*
20,00€

DAS TRAUMPAAR
Original Mikroperlen & viskoelastischer Schaum

- Einzigartig und geschützt (EU-Patent Nr. 3192400)
- Außenbezug aus 100% BW
- Natürlich geruchs- und schadstofffrei
- In 2 Breiten und 3 Höhen erhältlich
- Inkl. Nachfüllbeutel 2 Liter



THERALINE eK
Industriepark Nord 56 · D-53567 Buchholz Ww.
HRA 21073 · AG Montabaur
Mail: info@theraline.de
Tel.: +49(0)2683-96 96 50 · Fax: +49(0)2683-96 96 78

www.theraline.de
* einmalig je Fachgeschäft, gültig bis 21.01.19, versandkostenfrei. Musterpreis zzgl. MwSt.
Beachten Sie auch bitte die Bellage in diesem Heft.

HEIMTEXTIL HALLE 11.0 / A76
IMM HALLE 9.1 / B54



Spessarttraum stellte seine Palette hochwertiger Bettwaren vor.



Thema bei Traumina war die Biodaune Plume.



Die Schweizer Garant-Gruppe auf dem Stendebach-Stand.



Grosana war auch wieder Aussteller auf dem Partnerforum.



Froli stellte bei Garant sein Fachhandelskonzept vor.



Elastica aus Österreich bietet seine Partnern seit einiger Zeit eine Kooperation mit dem Staubsauger-Hersteller Dyson an.

sind mit der Entwicklung der Airline-Matratzen nicht unzufrieden", berichtete Key Account Manager Michael Stege. In Köln stellt sich das Unternehmen mit einer kompletten Neuaufstellung bezüglich Marketing, Preisen und Qualitäten vor.

Der Unterfederungsspezialist Schultz kündigt für das kommende Jahr den kompletten Rückzug aus dem Bereich der Holzrahmen an. Künftig konzentriert man sich nur noch auf Unterfederungen in der Fiberglastechnologie, die man nun auch in Preislagen anbieten kann, die dem Standard-Lattenrost in Holzbauweise Paroli bieten können. Bei Garant zeigte das Unternehmen XAVIO, eine Variante des HEIA-Prinzips, exklusiv für Garant-Partner. Auch hier kommt der Liegekomfort aus der passenden Unterfederung, sodass eine System-Matratze in einer ein-

heitlichen Festigkeit verwendet werden kann. Die Rahmen gibt es mit 14, 28 oder 42 Leisten. Geschäftsführer Christoph König berichtete außerdem, dass das Unternehmen im Interesse einer noch schnelleren Auslieferung die hauseigene Logistik ausgebaut hat.

Bei Veldeman stand man noch ganz im Zeichen der Brüsseler Möbelmesse, die kurz zuvor stattfand. Peter Van Rompuy berichtete von einer sensationellen Messe für das Unternehmen. Unter anderem erhielt man für das nun serienreife Boxspringbett ReSleep den begehrten Balthasar. Die Auslieferung dieses komplett recyclingfähigen Bettes wird im Mai starten, kündigte Van Rompuy an. Als weiteres Highlight brachte man aus Brüssel das Boxspringbett Plus mit, das im Gegensatz zu den üblichen Boxsprings leichter wirkt, fast schwebend. Nicht zuletzt die sehr solide, neue Form des Fußbügels ist für Fachleute ein Hingucker. Ab Januar stellt Veldeman außerdem seine eigenen, patentierten Taschenfederkerne her. Ihr Durchmesser misst sich in Zentimetern statt Zoll, was bei der Herstellung der Matratzen von enormem Vorteil ist. Unter anderem muss keine Schaumkante als Ausgleich montiert werden. ■

und mit neuen Bezugstoffen. Die gängigsten Brinkhaus-Matratzen sind auch weiterhin erhältlich. Auf die Xdream-Bettwaren verzichtet man künftig, da Brinkhaus in diesem Bereich traditionell stark aufgestellt ist.

Metzeler hat die Kollektion der Airline-Spring-Matratzen jeweils um eine

Schaum- und eine Taschenfederkern-Matratze erweitert. Mit dem empfohlenen VK von 749 Euro (Schaum) beziehungsweise 699 Euro (TFK) runden sie die Linie preislich nach unten ab. Das Unternehmen hat die Garant-Messe genutzt, um die Matratzen noch vor der Möbelmesse erstmals vorzustellen. „Wir



Fey zeigte bei Garant neben der Matratze Switch3 auch Artikel der Villeroy&Boch-Lizenz.



Swissflex zeigte sich erstmals mit der neuen Werbestrategie.



Optimo ist seit Jahren ein Partner des Garant-Verbandes.



Schwarzwald HN8 präsentierte die Besten der Besten - aus dem hauseigenen Sortiment.



BOXSPRING-BETTEN, WIE SIE SEIN SOLLTEN!

+ AUS REINEN NATURMATERIALIEN
(OHNE METALLFEDERN DURCH VERWENDUNG VON 100% NATURLATEX)

+ ERGONOMISCH ANPASSBAR
(EINZIGARTIG DURCH ENTNEHMBARE LEISTEN DER UNTERFEDERUNG)

+ HOCH KOMFORTABEL
(AUSGEZEICHNETE LIEGEEIGENSCHAFTEN DURCH DIE HOHE PUNKTELASTIZITÄT DES 100% NATURLATEXES)

WIR BERATEN SIE GERNE:
naturboxspringbetten@dormiente.com

