



Aufeinander abgestimmte Material-Collagen machen es den Handelspartnern leicht, unterschiedliche Lifestyle-Welten mit „Aamu“ zu kreieren. Der Garant Verband unterstützt sie dabei – von der Flächenplanung, über die Boden- und Wandgestaltung, das Farb- und Lichtkonzept bis hin zur POS-Inszenierung.

Garant: „Aamu“-Kollektion abgerundet

Konzept mit Natur-DNA

Während des Garant Partnerforums in Leipzig stellte sich die Kollektionsmarke „Aamu“ noch umfangreicher dar. Mit dem Segment Schlafen, Wohnaccessoires, Heimtextilien und Leuchten haben die Handelspartner ab sofort noch mehr Optionen, den natürlichen Lifestyle emotional zu spielen.

Der Trend zur Nachhaltigkeit hat sich 2021 weiter verstärkt. Grund genug für Garant, die noch junge Kollektionsmarke „Aamu“ weiter auszubauen. Neben den Sortimenten Garderoben, Wohnen und Speisen rundeten Michael Busch und sein Team das Segment Schlafen mit hochwertigen Matratzensystemen weiter ab. Darüber hinaus sorgen aufeinander abgestimmte Teppiche, Heimtextilien, Leuchten und Accessoires für noch mehr Wohlgefühl am POS. Und natürlich auch im „Aamu“-Journal, das die unterschiedlichen, anspruchsvollen Lifestyle-Welten emotional in Szene setzt: ein wichtiges Tool bei der Vermarktung.

Doch nicht nur im Print-Bereich können die inzwischen 15 Aamu Partner auf sich aufmerksam machen. Egal ob Facebook-Posts, die eigene Website oder PoS-Material – die Handelspartner können aus einem Pool an Maßnahmen wählen. Kernstück aber ist das Studio-Konzept, das individuell für unterschiedliche Hausgrößen und Platzbedarfe ausgerollt werden kann und bei dem das „Aamu“-Team unterstützt. „Wie das Studio ausgestaltet wird, hängt vom Flächenangebot sowie vom übrigen Sortiment ab, das in dem jeweiligen Möbelhaus geführt wird.“ erläutert Michael Busch. Das Konzept eignet sich sowohl für Händler, die ohnehin schon nachhaltigen Lifestyle präsentieren, als auch für designorientierte Häuser, die sich ein zusätzliches Standbein schaffen wollen.

Überzeugend ist die Durchgängigkeit der Planung. Anhand von Material- und Farbcollagen lassen sich diverse Lifestyle-Welten gestalten, sodass unterschiedliche Zielgruppe

bedient werden können. Von der 100 Prozent biologischen Wandfarbe, über passende Teppiche bis hin zu den Leuchten reicht das Repertoire, das den Endkunden sogar ermöglicht, die Lampenschirme im gleichen Stoff wie die Polstermöbel zu wählen.

Diese Stimmigkeit sorgt für eine gute Atmosphäre, die auch in Leipzig auf dem Garant Partnerforum zu spüren war. Und so gab es großes Interesse an der neuen Kollektion. Zumal die hohe Exklusivität der Produkte, entweder aufgrund des eigenen Designs oder wegen speziell für „Aamu“ gefertigter Programmen eine hohe Margensicherheit garantieren. Michael Busch ist deshalb zuversichtlich, die Partnerzahl in Deutschland mittelfristig auf 70 bis 80 erhöhen zu können. Schließlich warten noch weitere Ideen darauf, aus der Schublade gezogen zu werden. „Ziel ist es, alle Warengruppen abzudecken“, blickt Michael Busch in die Zukunft. RITA BREER

FACTS

- › „Aamu“: Kollektionsmarke von Garant
- › Launch des Aamu-Konzepts: 2019
- › Konzept: Wohnen, Schlafen, Speisen in nachhaltigem Lifestyle
- › Studioplanung: von 35 bis 130 qm, oder nach Vereinbarung
- › Marketing: Studioplanung inklusive Materialcollagen, Anzeigen, Facebook-Posts, Journal, eigene Homepage mit Händlerverweis

www.aamu.de



Michael Busch, verantwortlich für „Aamu“, ist gelernter Tischler und Holztechniker und seit 27 Jahren in der Massivholzbranche tätig. Sein Herz schlägt ganz klar für Naturmaterialien mit moderner Ausstrahlung.

