



Blick ins AAMU Studio: Im Vordergrund Bett „Lova II“, im Hintergrund Speisegruppe und Sofa „Lova“.

Garant Gruppe

# Neues AAMU-Studio in Ellingen

**In der Wohnwiese in Ellingen führt Inhaberin Jette Schlund sämtliche Warenbereiche der Garant Kollektionsmarke. In dem AAMU Studio – eines von über 20 Studios in Deutschland – zeigt Schlund nachhaltige Möbel und Accessoires für Wohnen, Speisen und Schlafen.**

Jette Schlund führt das Familienunternehmen erfolgreich in vierter Generation. Die langjährige Garant-Händlerin ist von Anfang an bei AAMU dabei. „AAMU trifft genau den Zeitgeist der Endverbraucher“, ist Schlund begeistert. „Die skandinavisch inspirierten Designs liegen mit ihrer klaren Formsprache und den verwendeten Naturmaterialien voll im Trend.“ Für die Händlerin, die höchste Qualitätsansprüche sowohl an die eigene Beratungsleistung als auch an die verwendeten Produkte stellt, ist AAMU eine regelrechte Arbeitserleichterung: „Für mich war diese Kollektion sofort stimmig, weil sie perfekt in unsere Konzeptplanung passt. Hier können wir auf ein Konzept zurückgreifen, das mit unserem Nachhaltigkeitsanspruch und unseren Qualitätsvorstellungen übereinstimmt. AAMU ist so konzipiert, dass ich es kompetent umsetzen kann.“

## Fünf Kojen für AAMU

In der Wohnwiese führt Schlund sämtliche AAMU-Warenbereiche: Speisen, Wohnen, Schlafen, Garderobe und Polster, ergänzt mit Teppichen und Leuchten. Von den 1.100 qm Verkaufsfläche in der Wohnwiese widmet Schlund fünf Kojen mit insgesamt 120 qm dem Studio. Auf dieser Ausstellungsfläche inszeniert sie AAMU-Möbel und Accessoires als ganzheitliche Wohnwelten – ein Konzept, das bei Kunden sehr gut ankommt, wie sich in den ersten Wochen nach der Eröffnung bereits zeigte.

Unter dem Namen „Colours of Pompeii“ stellt AAMU ein eigenes Farbkonzept für sämtliche Wohnräume vor.

„Unsere Kunden sind auf der Suche nach handwerklich hochwertigen Möbeln, die hohe Kriterien in Sachen Nachhaltigkeit erfüllen, ohne dabei altbacken zu wirken. Diesen Anspruch können wir mit AAMU bestens abdecken.“ AAMU-Brandmanager Michael Busch ergänzt: „Wir haben die Kollektionsmarke seit dem Launch weiter ausgebaut und gezielt um Produkte sowie Hersteller für Schlafen und Wohnen ergänzt. Daher freut es uns, dass Jette Schlund dieser Kompetenz in ihrem Haus Raum gibt.“

## Skandinavisches Lebensgefühl

Designer wie Oliver Conrad und das Duo Michael Holzer und Stefan Bartel verleihen den Möbelstücken ihren klaren, prägnanten Stil, in der sich die Wertschätzung für die Werkstoffe und für das skandinavische Lebensgefühl widerspiegeln. So schafft das Möbel-Design von AAMU eine klare Differenzierung zu anderen Marken. Der AAMU-Händler nimmt sich damit aus der Vergleichbarkeit heraus und profiliert sich auf regionaler Ebene als Experte für die neue Definition von nachhaltigem Design mit zeitgenössischer Bildsprache.



Jette Schlund, Inhaberin der Wohnwiese in Ellingen, und AAMU Brandmanager Michael Busch. Fotos: Garant Gruppe

## „Colours of Pompeii“

„Colours of Pompeii“, ein eigenes, ganz auf AAMU abgestimmtes Farbkonzept, ist ebenfalls Teil der Kollektion. Die Bio-Wandfarben sind in sanften, warmen Naturtönen gehalten, besitzen aber eine große emotionale Strahlkraft. „Wir gestalten den Raum emotional und da gehören Farben dazu. Zuhause spielen Farben eine wichtige Rolle für die Atmosphäre. Die AAMU-Farben passen optimal zu unserer Spezialisierung auf ganzheitliche Raumgestaltung.“

## Ganzheitliche Raumkonzepte

Diese, so die Händlerin, gehe weit über den Verkauf eines Möbelstücks hinaus. Vielmehr gehe es darum, mit individuellen Raumkonzepten Farbe, Licht und Ausrichtung auf die Kunden abzustimmen und ein ganz persönliches Wohlfühlambiente zu schaffen. Selbstverständlich bietet Schlund in ihrem Haus

nicht nur eine individuelle Farbberatung an, sondern auch die entsprechende Dienstleistung für Malerarbeiten. Die direkte Kundenansprache findet auf der Verkaufsfläche über Marketingmaterial am POS statt, auch Print-Journale kommen zum Einsatz. Die analogen Maßnahmen gehen Hand in Hand mit den digitalen Verkaufskampagnen und dem Social-Media-Marketing. So wird AAMU auf der Webseite mit einem Imagefilm für Kunden als Marke emotional ansprechend vorgestellt. Über Facebook, Instagram und Google-Ads werden Kunden mit Kampagnen auf Produkt-Highlights aufmerksam gemacht. Die multimediale Marketing-Strategie spricht Kunden über alle Touchpoints hinweg an. „Ich schätze die ganzheitlichen Dienstleistungen von Garant“, resümiert Schlund. „Mit AAMU als neuer, exklusiver Marke in unserem Portfolio können wir unseren Kunden ein außergewöhnliches und inspirierendes Erleben von nachhaltigem Design bieten.“