

Jahreshauptversammlung von GfMTrend

Wichtige Weichenstellungen für die Zukunft

Montag, 13.06.2022

Viele große Momente gab es auf der ersten GfMTrend-Jahreshauptversammlung seit dem Ausbruch der Coronapandemie am vergangenen Wochenende in München. Die Stimmung unter den Mitgliedern des Möbeleinkaufsverbands war bestens. Kein Wunder, konnte man sich doch endlich wieder einmal persönlich treffen. Dazu stimmten auch die Zahlen, die Geschäftsführer Joachim Herrmann präsentieren konnte: Die Umsätze stiegen 2021 um 9,1%. Der Ertrag (+10,5 %) und die Rückvergütung (+12,2 %) lagen sogar zweistellig über dem Vorjahr. Auch 2022 sei für die GfMTrend-Mitglieder bisher ein außerordentlich gutes Jahr und die geopolitische Lage bilde sich bisher erfreulicherweise nicht in den Umsatzzahlen ab, die bis einschließlich Mai 9,1% über dem Vorjahr liegen.

Emotionaler Höhepunkt der Veranstaltung war die Verabschiedung von Dr. Werner Hartl. Er hat den Verband als früherer kommissarischer Geschäftsführer und später als Beiratsvorsitzender über Jahre geprägt und wird sein Amt aus persönlichen Gründen, zum 30.06.2022 niederlegen. Der Ehrendelegiertensprecher Josef Putz aus Bad Birnbach hielt im Hotel Bayerischer Hof in München die Laudatio und erinnerte daran, dass Dr. Hartl schon seit 1988 in beratender Funktion für den Verband tätig ist. Insbesondere sein Wirken in der Phase nach dem plötzlichen Unfalltod des damaligen GfM-Chefs Gustav Baumeister und seiner Frau Johanna bleibt unvergessen. „Sein kluges Agieren im Sinne des Verbands hat sichergestellt, dass es in geordneten Bahnen weitergehen konnte“, sagte Putz über Dr. Hartl, der symbolisch zum „Ehren-Beiratsvorsitzenden“ ernannt worden ist. Sein Nachfolger als Beiratsvorsitzender wird der Steuerberater Jörg Behrend aus Bad Tölz.

Der aktuelle wirtschaftliche Erfolg liegt laut GfMTrend nicht zuletzt an der effizienten Kollektionsarbeit, die im Verband geleistet wird. Die Lifestyle-Polstermarke Marc Harris stehe für Kreativität und Eigenständigkeit und vereine echte Handwerkskunst mit Individualität. Unter Federführung von Monika Simon, Geschäftsführerin von Adorani Living, ist das Label am aktuellen Zeitgeist ausgerichtet worden – „back to nature“. Natürlichen Farben und Materialien laden zum Cocooning ein: „Wenn es draußen laut und hektisch wird, bietet Marc Harris eine Oase der Ruhe“, sagt Monika Simon über den Charakter des Labels.

Zudem strahle Marc Harris große Beratungskompetenz aus: Tipps zu Farben, Formen und Kombinationsmöglichkeiten seien ein echter Mehrwert für alle Kunden, die sich gern helfen lassen, um zu einer harmonischen Einrichtung zu kommen. Das Produktportfolio von Marc Harris wächst dementsprechend und wurde um Massivholztische, Teppiche, Couchtische und Leuchten erweitert. Die Markenidentität wird über alle Kommunikationskanäle gespielt werden, die dafür nun upgedatet werden.

Ebenfalls geschärft wurde das Profil der Marke Angelo Divani. Das Label, das für italienisches Design und ein Gefühl von Dolce Vita steht, hat im wahrsten Sinne des Wortes ein (neues) Gesicht bekommen:

Ein modischer, eleganter und stilvoller Mann, der werblich als Head of Creation in Erscheinung tritt. Auch das Brand-Logo wurde zeitgemäß überarbeitet und die Website mobil optimiert. Eine Imagebroschüre, ein virtueller Showroom und verschiedene Social-Media-Accounts gehören ebenfalls zu dem umfassenden Marken-Set-up, das Monika Simon von Grund auf erneuert hat. „Wir wissen, wie wichtig Eigenmarken heute für den Mittelstand sind. In Zeiten, in denen der Preis nun wieder eine größere Rolle im Möbelhandel spielen wird, bieten Marc Harris und Angelo Divani Exklusivität und eine sichere Vermarktung. Umso wichtiger ist es, dass wir die Markenprofile für die kommende Einrichtungssaison mit frischen Kräften und neuen Ideen geschärft haben“, erklärt Herrmann.

Für eine Vermarktung der GfM-Trend-Marken auf allen Kanälen steht mit Pixxio nun ein neues Medienportal zu Verfügung, auf dem sich Bilder, Videos und andere Media-Dateien mit einfacher Suchfunktion schnell finden lassen. Damit einhergehend stellt die Zentrale den Händlern nun leistungsstarke Werbepakete zur Verfügung – ein optimaler Mix aus aufmerksamkeitsstarken Print- und Online-Formaten. Die Händler können aus Anzeigen, Postkarten, individualisierten Mailings und Social-Media-Postings ihre Auswahl treffen. Alle Medien verweisen über einen QR-Code oder eine Verlinkung zu einer händlerspezifischen, modernen Landingpage. So funktioniert zeitgemäße Lead-Generierung.

Der ausgeprägt familiäre Charakter des GfMTrend-Verbands kam in München deutlich zum Vorschein. Denn die Geselligkeit war der wichtigste Programmpunkt sowohl beim Abend im Augustiner-Keller als auch während des Galaabends im Hotel Bayerischer Hof. Die Wertschätzung untereinander drückte sich auch in den Auszeichnungen aus, die bei GfMTrend traditionell eine große Bedeutung haben: Die Goldene Ehrennadel für besondere Verdienste im Verband ging in diesem Jahr gleich zwei Mal in den Norden – an Arnd Meyer (möbelmeyer GmbH, Hankensbüttel) und Sabine Theißen (Wohncenter Greifswald GmbH und Wohncenter exklusiv GmbH, Greifswald). Ebenfalls goldfarben ist das Jubiläum von Henne Küchen aus Lüdenscheid-Heerwiese. Das Küchenstudio von Christian und Anja Henne ist seit 50 Jahren Mitglied des Verbands. Ebenfalls beeindruckend: Das 40-jährige Jubiläum feiern in diesem Jahr gleich neun Unternehmen.

Solch lange Zugehörigkeiten beweisen, dass der Mittelstand Krisen überstehen kann, wenn er sich den aktuellen Herausforderungen stellt. Darum ging es auch im hochkarätig besetzten Vortragsprogramm. Die beiden Top-Speaker, der Ökonom Prof. Dr. Dr. h.c. mult. Hans-Werner Sinn, der über Auswege aus der Inflation sprach, und der bayrische Staatsminister Joachim Herrmann, dessen Vortrag mit „Sicherheit durch Stärke“ überschrieben war, gaben den GfMTrend-Gesellschaftern wertvolle Impulse.

Wichtige Weichenstellungen für die Zukunft

Links

- [GfMTrend](#)