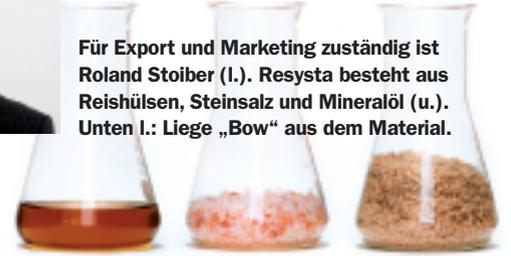


Münchener Boulevard Möbel: Erfolgreich ohne Tropenholz



Für Export und Marketing zuständig ist Roland Stoiber (l.). Resysta besteht aus Reishülsen, Steinsalz und Mineralöl (u.). Unten l.: Liege „Bow“ aus dem Material.



Die „Resysta“-Strategie

Bei Münchener Boulevard Möbel hat sich im letzten Jahr einiges getan. Der Marken-Auftritt wurde überarbeitet, die Verarbeitung von Tropenholz eingestellt und mit „Resysta“ ein Hybrid-Material eingeführt, das wie Holz aussieht. Die „möbel kultur“ sprach mit Export- und Marketing-Manager Roland Stoiber über die strategischen Veränderungen und die nächsten Ziele.

möbel kultur: Herr Stoiber, wie ist das Jahr 2010 für Münchener Boulevard Möbel gestartet?

Roland Stoiber: Natürlich war das lang anhaltende, kühle Wetter nicht optimal für den Verkauf. Allerdings profitieren wir nach wie vor vom Homing. Das heißt, die Leute geben mehr Geld dafür aus, um es sich in den eigenen vier Wänden und auch im Garten gemütlich zu machen.

möbel kultur: Um die Lust der Verbraucher noch weiter anzukurbeln, realisierten Sie 2009 erstmals eine Verkaufsförderungsaktion. Warum diese Premiere und was ist für 2010 geplant?

Roland Stoiber: Mit den Aktionen möchten wir einzelne Gruppen stärker bewerben und hervorheben. Die Maßnahmen sind sehr gut angelaufen, wir konnten den Handel damit gut unterstützen. Auch in naher Zukunft werden wir solche Aktionen starten.

möbel kultur: Im Mittelpunkt Ihres Marketings steht allerdings der neue Marken-Auftritt mit den Marken MBM, Resysta Furniture und Resysta Flooring. Was ist der Hintergrund für diese Strategie?

Roland Stoiber: Mit der Ausgliederung des Materials „Resysta“

wollten wir zeigen, dass es eine große Bandbreite an Anwendungsmöglichkeiten für den neuen Rohstoff gibt.

Mit der Material-Innovation ist es uns gelungen, großes Interesse auf Seiten des Handels und der Verbraucher zu wecken. Aber MBM ist und bleibt unsere Hauptmarke, die wir durch den neuen Werkstoff weiter stärken möchten. Seit Ende letzten Jahres haben wir die Verarbeitung von Tropenholz gänzlich eingestellt, verwenden also auch bei MBM Resysta.

möbel kultur: Wie ist der Werkstoff bisher bei Händlern und Verbrauchern angekommen?

Roland Stoiber: Beide Seiten sind begeistert von dem Material. Deshalb sind wir sehr optimistisch gestimmt, dass sich Resysta als echte Alternative zu Tropenholz durchsetzen wird und sich als neuer Werkstoff etabliert. Inzwischen kooperieren wir auch mit anderen Möbelherstellern, die das Material für ihre Produkte verarbeiten.

In den nächsten Jahren möchten wir den Bekanntheitsgrad weiter stärken und gerade in der Hotelellerie und Gastronomie



nomie noch weitere Großprojekte verwirklichen.

möbel kultur: Eignen sich denn Resysta-Möbel besonders gut für den Objektbereich? Und wie wollen Sie dieses Segment forcieren?

Roland Stoiber: Der Objektbereich ist auf jeden Fall ein sehr wichtiges Segment für Resysta-Möbel sowie für die Bodendielen. Denn dauerhaft gesehen bringt das Material beste Voraussetzungen mit, damit der Gast Möbel vorfindet, die auch nach Jahren noch gepflegt aussehen – ohne dass der Gastwirt in die Pflege investieren muss. Bei Resysta Flooring kommt hinzu, dass der Boden aufgrund seiner zertifizierten Rutschfestigkeit besonders für Nassbereiche geeignet ist, also zum Beispiel für Spas, Poolanlagen und

Restaurantterrassen. Wir erleben gerade im Objektbereich, dass die Neuheit durch Mund-zu-Mund-Propaganda gute Verbreitung findet.

möbel kultur: Wollen Sie dazu auch Ihr Geschäft außerhalb Deutschlands forcieren?

Roland Stoiber: Ja. Momentan bauen wir stark den Inlandsvertrieb in China aus. Insgesamt sind wir weltweit aktiv und im Handel breit aufgestellt. Auf allen Kontinenten haben wir Niederlassungen: vor allem in Europa, aber auch in Süd- und Nordamerika und Südafrika. Hauptaugenmerk liegt aber weiterhin auf Deutschland.

möbel kultur: Welche News zeigen Sie auf der „spoga+gafa“?

Roland Stoiber: Im Mittelpunkt stehen weitere Resysta-Neuheiten in Verbindung mit verschiedenen Materialien. Neben dem aktuellen Resysta-Teak-Farbtönen wird es zum Beispiel auch eine neue Oberfläche geben. Den Trend zum Resysta-Tisch mit Geflechtmöbeln werden wir weiter ausbauen. In unserem Showroom haben wir schon vorab viel Lob für unsere Strategie für 2011 bekommen.

@ Mehr Infos: www.mbm-moebel.de



Garden Impressions: Sitzgruppe „Ancona“
Indoor-Look

Ein stilvolles Ambiente, das an ein Indoor-Wohnzimmer-Feeling erinnert realisiert Garden Impressions mit seiner Hochlehner-Gruppe „Ancona“ aus der „Textfiber“-Kollektion. Die verwendete flachliegende Kunststoff-Faser ist leicht zu reinigen. Der Aluminiumrahmen wirkt elegant.
www.gardenimpressions.de

Ante Neo: Massiver Stehtisch

Mit klarer Struktur

Ein Couch- und ein Stehtisch (u.) sowie Blumenkästen ergänzen das Sortiment von Ante Neo. Die Produkte bestehen aus massivem Fichtenholz. Wichtig: Bei der Veredelung wird auf den Einsatz von Chemikalien verzichtet. www.ante-neo.de



An eine Welle erinnert die geschwungene Form von „Surf“. Die von Karim Rashid entworfene Relax-Liege war eine der zahlreichen Neuheiten, die Vondom bei seiner ersten Teilnahme in Mailand präsentierte. „Surf“ wird durch ein Rotationsverfahren hergestellt. Dessen zentrale Eigenschaft: Das Material ist zu 100 Prozent recyclebar. www.vondom.com



Vondom: Liege „Surf“
Wie auf einer Welle