

Eigenmarken nach „Giga“-Art

Home Brands in “Giga” style

Würzburg (as). Aus dem Stand hat XXXLutz-Chef Dr. Andreas Seifert nach dem Abschied von der Begros den eigenen Verband „Giga“ aus der Taufe gehoben und ihn binnen kürzester Zeit zum umsatzstärksten Einkaufsverband mit derzeit rund 4,5 Mrd. Euro Außenumsatz gemacht. Und seit dem Jahreswechsel ist nun auch die neue 3-stufige Eigenmarken-Architektur des Verbandes in allen Anschlusshäusern sichtbar. MÖBELMARKT-Chefredakteur Gerald Schultheiß sprach in der Würzburger Zentrale mit Verbandsgeschäftsführer Gerald Socher über den Aufbau von Sortimenten, die Struktur des Verbandes und die Zukunft des Handels im Netz und in der Fläche. Das ausführliche Interview lesen Sie in der aktuellen Januar-Ausgabe des MÖBELMARKT. Dort beschreibt Socher den dreistufigen Aufbau der Eigenmarkenstruktur folgendermaßen: „Zum einen haben wir eine produktbezogene Primärmarken-Struktur ausschließlich für Exklusivmodelle entwickelt, die sich durch das komplette Sortiment zieht. Zum Zweiten haben wir eine ebenfalls komplett neue, auf Lieferanten bezogene Sekundärmarken-Struktur aufgenommen, in die sowohl Eigenmodelle



Giga-Verbands-Geschäftsführer Gerald Socher erläutert die neue Eigenmarkenstruktur seines Verbandes.

Giga Association Director Gerald Socher explains the new home-brand structure of his association. Photo:

als auch komplett anonymisierte Modelle der entsprechenden Lieferanten einfließen. Und zum Dritten stärken wir die bereits bestehenden Lutz-Handelsmarken, die ebenfalls auch frei verfügbare Modelle enthalten, und führen sie als Dachmarken auch für andere Mitglieder.“ Bei den Primärmarken werde „Dieter Knoll“ eine der Hauptmarken von Giga, positioniert für modern-zeitloses Design. „Valnatura“ werde zur Hauptmarke für Massivholz, „Ambiente“ für designorientierte Hochwert-Ware, „Voleo“ stehe für konventionelle Ware und „hom'in“ sowie „time“ decken das Junge Wohnen ab.

Würzburg (as). XXXLutz Director Dr. Andreas Seifert founded the association “Giga”, immediately after the resignation of Begros, and was able to transfer it – within an extremely short period of time – into the highest-grossing purchasing association with currently about 4.5 billion Euros of external sales. Since the end of 2015, the new three-stepped home brand architecture of the association is displayed in all affiliates. In the central office in Würzburg, Gerald Schultheiß, MOEBELMARKT Chief Editor, talked with Association Di-

rector Gerald Socher about the structure of product ranges, the structure of the association, and the future of the trade regarding the worldwide web and the selling floor. You can read the detailed interview in the current January issue of MOEBELMARKT. Within the article, Mr. Socher describes the three-stepped construction of the home-brand structure: “Firstly, we have developed a product-related primary-brand structure solely for exclusive models, which is presented throughout the entire assortment. Secondly, we have added a completely new, supplier-related secondary - brand structure which has its own models, as well as completely anonymous models of the corresponding suppliers. And thirdly, we are strengthening the existing Lutz trademark, which also has freely available models and carry them as an umbrella brand for other members.” Regarding primary brands, “Dieter Knoll”, one of the main brands of Giga, will be positioned for modern and timeless design. “Valnatura” becomes the main brand for solid-wood, “Ambiente” for design-oriented high-quality goods, “Voleo” stands for conventional goods and “hom'in”, as well as “time” cover young living.

Trendone mit „Omnichannel Trendreport“ für Ebay
Trendone With “Omnichannel Trendreport” For Ebay