

## **SERVICE&MORE. Der Dienstleister.**

**Der Erfolg unserer Partner ist unser wichtigster Antrieb.**

Weitere Informationen und High-Res-Bildmaterial für die Presse  
SERVICE&MORE GmbH, Andreas Schwaiger  
Diefenbachgasse 9/301, A-1150 Wien  
Tel. +43 1 96099 165  
E-Mail: [a.schwaiger@serviceandmore.at](mailto:a.schwaiger@serviceandmore.at)

Pressestelle SERVICE&MORE  
ikp Wien GmbH, Eva Fesel  
1070 Wien, Museumstraße 3/5  
Tel. 01/524 77 90-31  
E-Mail: [eva.fesel@ikp.at](mailto:eva.fesel@ikp.at)  
[www.ikp.at](http://www.ikp.at)

## **Heimischer Einrichtungsfachhandel trotz Pandemie:**

### **Positive Aussichten trotz fehlender Kontinuität**

**Seit beinahe zwei Jahren muss sich der heimische Einrichtungsfachhandel – wie alle anderen Sparten auch – mit coronabedingten Schließungen und ständig neuen gesetzlichen Vorgaben herumschlagen. Dennoch: Dank hoher Flexibilität und konstant hoher Nachfrage geht es den Möbelhändlern und Raumausstattern von SERVICE&MORE wirtschaftlich gut. Investitionen in die eigenen vier Wände liegen im Trend, und in Verbindung mit Innovationskraft und Kreativität sind die Aussichten auf 2022 durchaus positiv.**

Der österreichische Einzelhandel im Bereich „Möbel, Heimwerkerbedarf, Elektrowaren“ legte in den ersten neun Monaten 2021 laut Statistik Austria insgesamt nominell mit einem Plus von 6,6 % deutlich zu (real plus 5,1 %). Mag. Christian Wimmer, Geschäftsführer von SERVICE&MORE, der größten Einkaufs- und Dienstleistungsorganisation für KMUs im österreichischen Einrichtungsfachhandel: „Das Vorjahr ist für unsere Branche allgemein und für SERVICE&MORE im Besonderen sehr gut gelaufen. Dieses Feedback haben wir auch von unseren Lieferanten bekommen. Der Herstellerumsatz ist um mehr als 20 % gewachsen. Auch der Außenumsatz unserer Handelspartner weist ein Plus von 17 %, auf knapp 550 Mio. Euro netto, aus. Der Einrichtungsfachhandel ist also gut unterwegs – und unsere Zahlen zeigen, dass wir als Gruppe sogar noch besser performen als der Marktdurchschnitt!“

### **Lohnende Investitionen**

Das Wachstum kommt aus allen Bereichen und dabei gleichermaßen von GARANT Austria und WOHNUNION. Die Möbelhändler und Raumausstatter profitieren davon, dass viele Menschen sich ein neugestaltetes Heim wünschen. Das Thema Nachhaltigkeit spielt dabei eine stetig wachsende Rolle. Die meisten der 298 Mitglieder des Verbandes haben die Zeichen der Zeit schon längst erkannt und investieren daher kräftig – zum einen in die Digitalisierung ihres Angebots und zum anderen in die ökologische Weiterentwicklung ihres Betriebes. Wimmer: „Schauräume mit E-Ladestationen vor der Tür oder Photovoltaik-Anlagen auf dem Dach sind nur zwei von vielen Innovationen, die einige Partnerbetriebe von uns bereits umgesetzt haben. Auch E-Fahrzeuge im Fuhrpark werden mehr und mehr zum Standard. Und unseren Handelspartnern kommt es zugute, dass Kundinnen und Kunden heute vermehrt danach fragen, woher die Produkte für ihr Zuhause kommen und wie sie angeliefert werden.“ Darüber hinaus geben regional agierende Familienbetriebe, die mit hochwertigen Produkten handeln, die Sicherheit, „das Richtige zu tun“.

### **Werteverschiebung**

Diese Philosophie, immer in der Region zu bleiben, Lieferanten sorgsam auszuwählen und auf deren CO<sub>2</sub>-Fußabdruck und möglichst kurze Transportwege zu achten, macht sich in Zeiten von Rohstoffknappheit und Lieferengpässen besonders bezahlt. Wimmer: „Selbstverständlich leiden wir darunter, wenn für auszuliefernde Geschirrspüler keine Halbleiter zur Verfügung stehen oder der Schaumstoff für Matratzen rar ist. Da geht es uns nicht anders als dem großflächigen Wettbewerb. Allerdings genießen unsere Händlerpartner bei ihren Kundinnen und Kunden aufgrund ihrer persönlichen Beziehung großes Vertrauen. Gerade in einer global agierenden Welt werden Produkte und Leistungen im eigenen Umfeld gesucht, und wenn ein Anbieter für etwas steht und sich um Lösungen bemüht, dann hat das seinen Wert, der von der Kundschaft anerkannt wird.“ Dieses persönliche und menschliche Miteinander sei in der Differenzierung viel wichtiger geworden, und damit könne man heutzutage gut punkten. Wimmer: „Das ist umso wichtiger, da eine Inflation von 4 bis 4,5 % und teurere Materialien zunehmend einem durch Kurzarbeit gesunkenen Haushaltseinkommen oder bereits investierten Ersparnissen gegenüberstehen.“

### **Ruf nach Kontinuität**

Wimmer blickt optimistisch ins Jahr 2022, denn die eigene Wohnung und das eigene Haus werden seiner Meinung nach weiter an Bedeutung gewinnen. Zudem bleiben die Zinsen auf den Sparkonten äußerst niedrig. Das gibt dem Fachhandel und somit SERVICE&MORE starken Rückenwind. Dennoch sieht er in ständig geänderten Regeln eine gewisse Gefahr: „Die seitens der Regierung gesetzten Maßnahmen waren sicher notwendig und sinnvoll. Die Änderungen stellten den Handel und Konsumenten gleichermaßen vor Herausforderungen. Speziell im Einrichtungsfachhandel ist das Einkaufserlebnis wesentlich für den Erfolg. Hier wird nicht ein Produkt XY aus dem Regal genommen und zur Kassa getragen und bezahlt, vielmehr geht es um ein Gesamtkonzept und umfassende Beratung.“ Darüber hinaus herrscht permanente Unsicherheit, auch was die Planung der Händler von SERVICE&MORE betrifft.

Wimmer wünscht sich hier auch bei anhaltender Pandemie von der Regierung nicht nur mehr Verständnis für den Handel, sondern auch Vorgaben, die – bei allem Verständnis für die benötigte Flexibilität in einer Pandemie – gut nachvollziehbar sind.

Trotz aller widrigen allgemeinen Umstände rät Wimmer zur Besonnenheit: „Eine gute Portion Gelassenheit und Vertrauen sowie gesunde Reflexion tun uns allen gut. Man muss auch nicht alles kommentieren und lässt am besten Experten reden. Eine positive, optimistische Herangehensweise treibt Projekte in allen Bereichen und Lebenslagen on the long run immer besser an. Und das ist momentan wichtiger denn je, damit es für uns alle wieder aufwärts geht!“

### **Digitale Tools statt großer Fläche**

Während früher die Quadratmeteranzahl der Verkaufsfläche im Einrichtungsfachhandel ein wesentliches Erfolgskriterium darstellte, punkten heute Betriebe mit vernünftigen Größenstrukturen. Mit modernen Tools werden keine 10.000 oder 20.000 m<sup>2</sup> benötigt, um Auswahl und Kompetenz zu zeigen. Viel mehr reichen bereits rund 600 m<sup>2</sup> im Möbelhandel und rund 200 m<sup>2</sup> bei Raumausstattern, um alles präsentieren zu können, was der Kunde für seine Entscheidung braucht.

Bei SERVICE&MORE beschäftigt man sich seit geraumer Zeit mit einem breiten Spektrum der digitalen Kundenansprache. Mag. Christian Wimmer, Geschäftsführer von SERVICE&MORE: „Wir sehen es als eine der zentralen Aufgaben unseres Verbandes, die Trends in der Branche und am Markt zu erkennen und diese im Sinne unserer Handelspartner rasch umzusetzen und zu nutzen.“ Andreas Schwaiger, Marketingleiter bei SERVICE&MORE, ergänzt: „Unsere Mitgliedsbetriebe wiederum sollen Interessenten mit innovativen Schauraumlösungen begeistern und ihnen besondere Inspirationen bieten. Das Ziel ist es, die Kunden in der analogen Welt dort abzuholen, wo sie in der digitalen Welt längst angekommen sind.“ Daher startete SERVICE&MORE vor rund fünf Jahren seinen Schwerpunkt zur Digitalisierung. Der Verband investiert in neue Technologien wie Virtual Reality und ein digitales Beratungstool, um die Möbelfachhändler und Raumausstatter des Verbandes fit für die Zukunft zu machen.

Damit digitale Tools auch auf das gemeinsame kaufmännische Ziel einzahlen, muss deren Mix passen. Vor allem aber darf die persönliche Beratung auch weiterhin in keinem Fall fehlen. Denn digitale Maßnahmen können den menschlichen Dialog perfekt ergänzen, aber keinesfalls ersetzen. Es geht nicht nur um Fachwissen, sondern auch darum, Vertrauen aufzubauen und die Beziehung zum Kunden zu festigen.

### **Einrichtung trifft Sanitär: Gut aufgestellt und zielstrebig weiter**

Vor rund fünf Jahren erweiterte SERVICE&MORE das Aufgabenfeld um den Bereich Sanitär, Bad und Haustechnik. Wimmer: „Der Trend zum „Gesamtkonzept Bad“ ist nach wie vor ungebrochen – und bei Planung und Beratung kennen wir uns aus.“

In der heimischen Sanitär-, Bad- und Haustechnikbranche, die zu 90 % vom Großhandel bestimmt wird, stellt der Verband eine spannende Ergänzung dar: Er bietet Installateur-Fachbetrieben seine etablierten und erprobten Dienstleistungen wie beispielsweise den gemeinsamen Einkauf, Marketingaktivitäten, Aus- und Weiterbildung und Workshops zum Erfahrungsaustausch, in leicht abgeänderter Form an. Helmut Veigl, Modulmanager Sanitär, Bad, Haustechnik und Möbelhandel beschäftigt sich intensiv mit dem Produktportfolio und ist stets auf der Suche nach außergewöhnlichen Herstellern: „Wir bewegen uns im qualitativ mittleren bis hochwertigen Sortiment und gehen, auch in Anbetracht der bereits vorhandenen Händler, sehr sorgsam in der Auswahl der Lieferantenpartner vor.“ Dazu zählen mittlerweile namhafte Marken wie beispielsweise Palme, Polypex, Duravit, BurgBad und Artweger.

## **Trends bei der Einrichtung: Daheimbleiben ist auch 2022 angesagt**

**Eigentlich lebt der heimische Einrichtungsfachhandel die derzeit angesagten Wohntrends bereits seit vielen Jahren – intrinsisch sozusagen. Denn die Verbindung unterschiedlicher Funktionalitäten, die ganzheitlichen Konzepte vom Boden bis zur Decke und ausgesuchte Materialien vom Bad bis zum Balkon sind hier gelebter Alltag. Die familiengeführten Partnerbetriebe von SERVICE&MORE sind damit perfekt auf die neuesten Ansprüche vorbereitet.**

Wie eine Studie zeigt, führen die derzeit ständig steigenden Immobilienpreise zu einer neuen Bescheidenheit – zumindest was die Größe der Wohneinheiten betrifft. Die Österreicherinnen und Österreicher suchen Wohnungen in der Größe von 64 m<sup>2</sup> bei Miete und 72 m<sup>2</sup> beim Kauf, Häuser sollen 139 m<sup>2</sup> groß sein.

Parallel dazu hat der Homereport von Oona Horx-Strathern (Herausgeber: Zukunftsinstitut GmbH) unter anderem die Wohntrends 2021 „Romancing the Balcony“ und „Home Suite Home“ festgemacht: Sie zeigen zum einen den Wunsch nach dem Outdoor-Feeling auf Balkon, Terrasse oder im Garten, aber auch die Sehnsucht nach dem Urlaub daheim, indem sich die Gestaltung des Wohnraums an Hotelkonzepten orientiert. Beide sind Ausdruck der Megatrends Individualisierung und Sicherheit, die sich im Pandemiejahr 2020 klar herauskristallisiert haben und auch im vergangenen Jahr weitergelebt wurden.

„Das Interessante dabei ist, dass diese Strömungen gerade vom heimischen Einrichtungsfachhandel ganz besonders gut abgedeckt werden, dass also traditionelle Betriebe die Bedürfnisse der Gegenwart und der Zukunft außergewöhnlich gut erfüllen können“, so Mag. Christian Wimmer, Geschäftsführer von SERVICE&MORE. „Vermutlich liegt das daran, dass diese Unternehmen seit jeher nicht einzelne Möbelstücke verkauft oder lediglich Wände gestrichen haben, sondern immer schon in gesamtheitlichen Lösungen gedacht haben. Dieses Denken kommt ihnen bei raum- und funktionsübergreifenden Ansprüchen stark entgegen.“

### **Romancing the Balcony**

Der Wohnwert von Flächen im Freien ist im ersten Pandemiejahr 2020 weiterhin gestiegen. Österreichweit verfügen laut Statistik Austria 74 % der Hauptwohnsitzwohnungen über einen Balkon, eine Loggia, eine Terrasse oder einen Wintergarten.

Geht es um die Immobilienwahl, wird bei fast zwei Drittel (= 63 %) eine attraktive Außenfläche als zentrales Entscheidungskriterium genannt. Der Wunsch nach privater Grünfläche ist auch nach den Lockdowns nicht verschwunden. Florian Hanke, Modulmanager bei SERVICE&MORE: „Dieses Phänomen hat sich ja bereits vor der Pandemie abgezeichnet. Die Menschen wollen es auch im grünen Wohnzimmer komfortabel haben. Wir merken das an der steigenden Nachfrage nach gemütlichen und attraktiven Outdoor-Möbeln.“ Die Expertise der Raumausstattungs- und Möbelfachbetriebe ist auch hier gefragt. Denn neben der geschmackvollen Ausstattung braucht es auch den passenden Sonnenschutz, um Fliesen und Füße kühl zu halten, Pflanzen zu schützen und gegebenenfalls auch blendfrei am Bildschirm arbeiten zu können.

### **Die Küche: Funktionale Geschlossenheit**

Bei Küchen und ihrer Einrichtung fokussieren wir uns laut Horx-Strathern wieder auf deren zentrale Funktion – nämlich das Zubereiten von Speisen aller Art. Und das häufiger als noch in den Jahren zuvor. Die Gestaltung wird laut den Expertinnen und Experten bei SERVICE&MORE weiterhin noch geradliniger und reduzierter. Immer öfter wird auf Griffe verzichtet und die Oberflächen sind supermatt oder minimalistisch lackiert. Dazu wird gerne Holz kombiniert – die reine Vollholzküche hat jedoch trotz ihrer hohen Wertigkeit so gut wie ausgedient. Die meisten Oberflächen sind in einem sehr hellen Farbton, meist weiß oder teilweise in leichten Grautönen gehalten. Leichte Unterschiede stellt man bei SERVICE&MORE zwischen Stadt und Land fest. Im urbanen Bereich werden Küchen mehrheitlich in sanierten Wohnungen eingebaut. Die neuen Funktionen lassen sich gut ablesen: Die offene Wohnküche ist nicht mehr der Weisheit letzter Schluss, denn wer im angrenzenden Raum am Laptop sitzt, möchte nicht immer den freien Blick auf die mit Geschirr vollgestapelte Spüle haben.

Am Land wird zwar eher neu gebaut, aber die hohen Entstehungskosten haben auch hier ein Umdenken bewirkt: Neue Eigenheime werden oft ohne Keller gebaut, dafür wird im Erdgeschoß ein optimierter Wirtschaftsraum eingerichtet.

### **All in one: Hoffice und Home Suite Home**

„Hoffice“, also die Verbindung von Home und Office, wird laut Horx-Strathern auch hinkünftig ein neuer fixer Bestandteil unserer Lebens- und Arbeitswelt sein. Wimmer: „Hier braucht es Einrichtungsexperten und -expertinnen, die beide Konzepte smart und sinnvoll miteinander verbinden.“ Denn neben Schreibtisch und ergonomischem Stuhl müssen auch die Beleuchtung und der Bodenbelag, also alles vom Boden bis zur Decke stimmen. Und zwar nicht nur in einem separaten Arbeitszimmer, sondern vor allem dann, wenn der Arbeitsplatz aufgrund geringer vorhandener Fläche in den Wohnbereich integriert werden muss.

Vielleicht weil wir gerade so viel daheim sind, sehnen wir uns neben dem Arbeiten nach ein bisschen Urlaub in den eigenen vier Wänden. Wimmer: „Oona Horx-Strathern hat diesen Trend sehr schön mit ‚Home Suite Home‘ tituliert. Das bringt eine gewisse Verwöhnebene und das Gefühl ‚Ich lass es mir gut gehen‘ ins Spiel.“ Diesen Komfort, der sich an der Ausstattung von Hotels orientiert, wollen immer mehr Menschen auch daheim genießen. Wimmer: „Vielleicht ist es genau dieses Gefühl, dass in einem guten Hotelzimmer alles perfekt aufeinander abgestimmt ist!“ Ein Versprechen, das auch die Handelspartner von SERVICE&MORE mit ihren Projekten einlösen. In allen Wohnbereichen spielt in jedem Fall das Thema Nachhaltigkeit eine wesentliche Rolle. Damit postulieren Menschen auch eine gewisse Geisteshaltung, die die unterschiedlichsten Bereiche betrifft. Da geht es zum einen um langlebige, teils wiederverwendbare Materialien, aber genauso um Regionalität. Wimmer: „Kundinnen und Kunden möchten wissen, woher die Produkte kommen, aber genauso wichtig ist es ihnen, dass der Tischler oder die Raumausstatterin vor Ort als persönliche, in der Region verankerte Ansprechpartner für sie da sind.“

Quellen:

Integral Trendstudie 2021 für Immoscout24 unter 1.000 Österreicherinnen und Österreichern sowie die ImmoScout24-Nachfrageanalyse.

[https://www.ots.at/presseaussendung/OTS\\_20210302\\_OTS0018/umfrage-oesterreicher-wohnen-grosszuegiger-als-vor-zehn-jahren](https://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20210302_OTS0018/umfrage-oesterreicher-wohnen-grosszuegiger-als-vor-zehn-jahren)

WOHNEN - Zahlen, Daten und Indikatoren der Wohnstatistik. Herausgegeben von Statistik Austria 2018.

Trendreport 2021 von otago

## **PAUL LEVÍN: Mit Regionalität und fairen Preisen punkten**

**PAUL LEVÍN, die angesagte Eigenmarke von SERVICE&MORE, feiert ein weiteres Jubiläum und blickt auf das Morgen der Einrichtungsbranche. Zeitloses Design, hoher Bezug zur Region und ein attraktiver Preis zeichnen die Möbel und Wohnaccessoires der Zukunft aus. Wohntrends, die kommen um zu bleiben, sind hier die Devise.**

Mit frischen Ideen und verstärkten Online-Maßnahmen startete PAUL LEVÍN im vergangenen Herbst in sein drittes Jahr in der heimischen Einrichtungsbranche. Die junge Eigenmarke von SERVICE&MORE, Österreichs größter Einkaufs- und Dienstleistungsorganisation für Raumausstatter und Möbelfachhändler, überzeugt mit ihren durchdachten Wohnkonzepten zu einem besonders guten Preis-Leistungs-Verhältnis. Immer am Puls der Zeit zeigt sie sich aber vor allem als Barometer für die aktuellen Entwicklungen am Möbelmarkt. Hier bestimmen vorrangig Themen wie Regionalität, Qualität und zeitlose Trends die Richtung.

### **Qualität aus der Region**

Das Einkaufsverhalten der Österreicherinnen und Österreicher hat sich in den letzten Jahren stark verändert, wozu auch die Corona-Krise nicht unwesentlich beigetragen hat. Wie eine vom Handelsverband und EY Österreich veröffentlichte Umfrage zeigt, erwarten Handelsunternehmen hierzulande einen langfristigen Wandel bei den Einkaufsgewohnheiten, mit einem stärkeren Fokus auf Regionalität und Nachhaltigkeit (so jeweils 52 % bzw. 40 % der befragten Händler). Dies bezieht sich nicht nur auf Kleidung, Elektronik oder Lebensmittel, auch bei Möbeln und in der Raumgestaltung ist ein Umdenken erkennbar. Das bestätigt Heinz Kucera, Modulmanager der GARANT Austria: „Die Nachfrage von regionalen Qualitätsprodukten ist bei unseren Möbelfachhändlern sehr stark. Daher ist es unser Anspruch, auch mit PAUL LEVÍN qualitativ hochwertige, langlebige und zugleich preislich attraktive Produkte zu schaffen. Deren Produktion findet in Europa statt, wodurch die hohen Leistungsansprüche sichergestellt werden. Aber nicht nur beim Sortiment, auch in die Standortentwicklung investieren unsere Handels- und Lieferantenpartner in umweltfreundliche Lösungen, wie beispielweise Photovoltaik.“

### **Wohntrends dauerhaft leben**

Zeitloses Design und hohe Qualität – das und vieles mehr verspricht PAUL LEVÍN. Dazu Christine Eva Maria Maise, Modulmanagerin der WOHNUNION: „Wer auf unsere Eigenmarke setzt, kauft bei einem heimischen Familienbetrieb. Denn PAUL LEVÍN ist exklusiv bei unseren Handelspartnern erhältlich. Tradition, Handwerk und die Wertigkeit der Produkte spielen eine wesentliche Rolle. Sie sollen eine Geschichte erzählen und einen Mehrwert bieten.“ So entstehen Wohntrends, die nicht in wenigen Monaten aus der Mode kommen, sondern über Jahre halten.



### **Weiterhin stark im Online-Auftritt**

Im digitalen Bereich zieht PAUL LEVÍN ebenfalls Bilanz. Im Herbst 2020 startete die SERVICE&MORE-Eigenmarke mit ihrer Website und konnte innerhalb der letzten Monate ihre Seitenzugriffe verdoppeln. Das liegt vor allem an ihrer Vielseitigkeit: Die neuesten Einrichtungstrends, Expertentipps und inspirierende Wohnbeispiele sowie das gesamte PAUL LEVÍN-Sortiment wurden hier an einem Ort zusammengetragen. Ein besonderes Highlight und die am dritthäufigsten aufgerufene Landingpage auf der Homepage ist der Händlerfinder. Hier können Kundinnen und Kunden mit wenigen Klicks und sortiert nach „Möbeln“, „Raumausstattung“ und „Sanitär, Bad & Haustechnik“ Händler in ihrer Nähe finden. Ein sehr wichtiges Tool, um Website-User und Händler miteinander zu vernetzen.

Im Social-Media-Bereich gewinnt im letzten Jahr vor allem Pinterest an Interesse. Im Durchschnitt wird bei PAUL LEVÍN monatlich über 10.000 Mal nach Inspirationen für die eigenen vier Wände gesucht, und diese Zahl wächst stetig weiter. Im Dezember 2021 startet die Marke zudem eine österreichweite Social-Media-Kampagne auf Facebook, YouTube, Instagram und Pinterest, um Reichweite zu generieren und ihre Zielgruppe stetig auszubauen.

### **Quellen:**

Der österreichische Handel nach 15 Monaten Pandemie,

[https://www.handelsverband.at/fileadmin/content/images\\_publicationen/Studien/EY\\_Corona-Studie\\_2021/2021-06-03\\_HV-EY\\_Studie\\_COVID-19\\_Handel\\_Kurzversion.pdf](https://www.handelsverband.at/fileadmin/content/images_publicationen/Studien/EY_Corona-Studie_2021/2021-06-03_HV-EY_Studie_COVID-19_Handel_Kurzversion.pdf)

## Investition in die digitale Zukunft

**Sehr vorausschauend startete SERVICE&MORE bereits vor über fünf Jahren seinen Schwerpunkt zur Digitalisierung, um die Möbelfachhändler und Raumausstatter des Verbandes fit für die digitale Zukunft zu machen. 2020 hat sich diese Entscheidung als besonders wichtig erwiesen. eVA, das digitale Beratungstool, steht derzeit in Österreich exklusiv den Partnern von SERVICE&MORE zur Verfügung.**

Eine von SERVICE&MORE im Jahr 2018 beauftragte Studie belegt unter anderem, dass rund 30 % der Interessenten auf Händlerwebsites recherchieren und 60 % direkt ins Geschäft gehen, um sich dort beraten zu lassen.“

Als erste wesentliche Maßnahme wurden daher die **Websites** der Handelspartner relauncht: Diese treten in einem trendigen neuen Look mit zahlreichen Zusatzfeatures auf, und die Partner profitieren durch die Individualisierungsmöglichkeiten. Schwaiger: „SERVICE&MORE hat vor rund drei Jahren ein Positionierungskonzept entworfen, mittels dessen die Handelspartner ihren individuellen, völlig eigenständigen Marktauftritt erarbeiten. Dieser muss sich natürlich online klar widerspiegeln!“ Daher unterstützt ein Online-Coach die Familienunternehmen bei der Gestaltung individueller Texte oder Bilder auf ihren Websites sowie bei der Erstellung von Newslettern.

Unterstützung von SERVICE&MORE gibt es auch bei der Umsetzung **digitaler Kampagnen**, bei der Suchmaschinenoptimierung und der Bewerbung mittels Google Ads. Im Zuge der Studie wurde unter anderem das allgemeine digitale Verhalten der Befragten untersucht. 45 % von ihnen halten sich täglich auf Social-Media-Plattformen auf und holen sich hier Einrichtungsideen. Schwaiger: „Das ist natürlich ein enormes Potential. Dennoch lautet unsere Empfehlung: Nur wer auf Facebook und Co. wirklich zu Hause ist, sollte diese Kanäle auch gewerblich nutzen. Alles andere wirkt aufgesetzt und ist nicht authentisch!“

Im Schauraum erwarten sich Interessenten dann natürlich besondere Inspiration. Zahlreiche Händler von SERVICE&MORE bieten diese in einer ganz besonderen Art und Weise: Der Kunde kann mittels **Virtual Reality Brille** seine zukünftigen Räume und seine eigene Wohnsituation erleben! Dazu werden im ersten Schritt im persönlichen Gespräch seine Wünsche und die exakten Realmaße seines Raumes erfasst. Es folgen die Planung und über eine Schnittstelle der Import in die entsprechende Softwarelösung. In kurzer Zeit heißt es „Brille aufsetzen!“ und man kann digital durch seine neue Wohn- oder Küchenwelt gehen. Phillip Kreuzer, Digitalexperte bei SERVICE&MORE: „Dieses Tool ist eine Win-Win-Situation. Denn es erleichtert dem Interessenten die Entscheidungsfindung, indem er seine Räume richtig erleben kann, und hilft auch dem Einrichtungsfachhändler in der Detailplanung!“

## Schöne neue Einrichtungswelt

Eine wahre Vorreiterrolle übernimmt die Organisation mit der Einführung des Virtual Shelves. Hier hat SERVICE&MORE hohe Investitionen getätigt, damit die Partnerbetriebe am Puls der Zeit sind.

Kreuzer: „Dieses Tool bringt die Digitalisierung auf einzigartige Weise in die Schauräume und unterstützt perfekt in der persönlichen Beratung!“

Das **Virtual Shelf** mit dem Namen **eVA** fordert zur Interaktion auf und ruft die Wünsche des Kunden mittels Touch Screen ab. Es unterstützt ihn auf dem Weg zu seinem persönlichen Stil und unterbreitet ihm optische Vorschläge für seine individuelle Raumgestaltung. Kreuzer: „eVA ist eine gigantische Inspirationsquelle für den Kunden. Er kann hier unterschiedliche Wohnwelten und die Markenvielfalt unserer Partnerbetriebe erleben und diese gleich direkt mit dem Berater besprechen.“ Wie auch von anderen Apps gelernt, können Favoriten auf eine Merkliste gesetzt werden, mit denen der Verkäufer anschließend weiterarbeiten und detailliert planen kann. Kreuzer: „In jedem Fall spiegelt das Ergebnis das Portfolio des jeweiligen Händlers wider, es werden keine Fantasieprodukte, sondern nur im Haus geführte Marken präsentiert!“ Der Möbelfachhändler oder Raumausstatter bekommt zum Start von SERVICE&MORE seine individualisierte Version des Tools zur Verfügung gestellt. Um immer topaktuell zu sein, kann er laufend seine zusätzlichen Inhalte und Referenzen selbst einpflegen.

### **Macht's dem Berater leichter**

Den Möbelfachhändlern und Raumausstattern selbst bietet **eVA, die elektronische Verkaufsassistentin**, bereits in ihrer Basisversion besondere Erleichterung im Alltag: Mit ihr stehen Preislisten, Kataloge und Kollektionen online aber auch jederzeit offline und kostenfrei zur Verfügung. Die größten Vorteile: Der Einrichtungsberater hat stets das gesamte Sortiment und die Preise der Kernlieferanten zur Hand. Das Schleppen schwerer Verkaufsordner ist damit Schnee von vorgestern. Denn das gesamte Angebot liegt in einer sicheren Cloud bereit. Auf Wunsch kann der Verkäufer das Portfolio im Büro downloaden und ist so vor Ort beim Kunden nicht von einer mobilen Datenverbindung abhängig. Auf seinem Tablet kann er sämtliche Einrichtungsgegenstände des zukünftigen Raumes seines Kunden abspeichern und aufrufen sowie diese in einem neuen Projekt zusammenstellen. Das System bietet auch Platz für individuelle Notizen und Anmerkungen. Nach dem Beratungsgespräch hat der Einrichtungsberater auf Knopfdruck alle maßgeblichen Informationen zur Hand und kann rasch ein optimales Angebot zusammenstellen.

Auch für alle in diesem System vertretenen Lieferanten ergeben sich zwei maßgebliche Vorteile: Die Verkäufer können allzeit auf die gesamte Lieferantenpalette zugreifen, und die Produktion von teuren Musterordnern wird deutlich reduziert.

Seit 2017 steht eVA in ihrer Basisversion in einer komplett neuen Android- und iOS-App zur Verfügung. Zusätzlich gibt es seit 2019 selbige Applikation auch für Windows 10 Geräte. Sie umfasst zudem jetzt auch passwortgeschützt sämtliche Einkaufsunterlagen sowie die Stamm- und Kontaktdaten der Lieferanten und deren Konditionen. Auch hier wird stark auf Individualität gesetzt, denn eVA erscheint nicht wie bisher im Design von SERVICE&MORE, sondern in jenem des Händlers.

## **Erfolg mit dem richtigen Partner**

**SERVICE&MORE wird angetrieben vom eigenen Anspruch, seine Partner erfolgreicher zu machen. 298 Handelspartner, davon 136 Raumausstatter und 162 Möbelhändler, greifen auf den Pacemaker zurück und können nicht nur in ganz Österreich, sondern mittlerweile auch in Südtirol, Slowenien, Kroatien, Tschechien und in der Slowakei dessen Dienstleistungsangebote nutzen.**

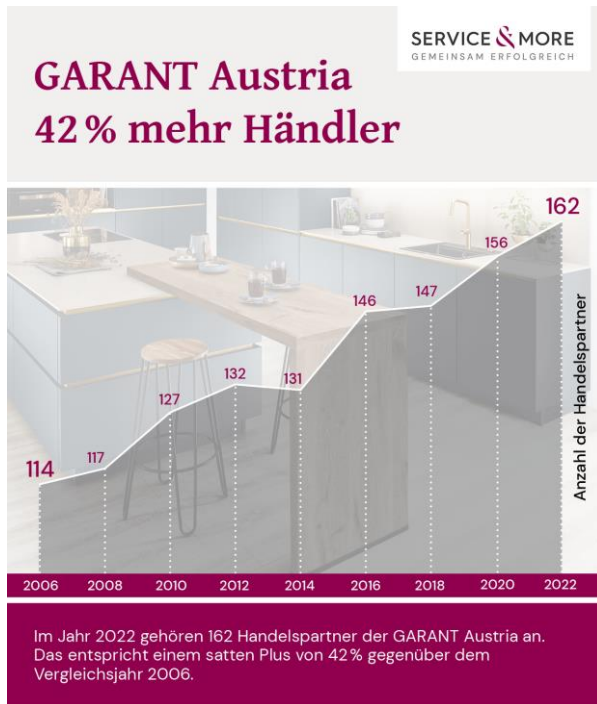
SERVICE&MORE ist die größte Einkaufs- und Dienstleistungsorganisation für den österreichischen Einrichtungsfachhandel. Die Partner an 376 Standorten beschäftigen flächendeckend und bundesweit insgesamt ca. 3.700 Mitarbeitende und erwirtschaften gemeinsam derzeit einen jährlichen Verkaufsumsatz von € 545 Mio. Mag. Christian Wimmer, Geschäftsführer von SERVICE&MORE: „Damit halten unsere Partnerbetriebe mehr als 10 % des Marktes. Eine große, aber nicht ganz unerwartete Leistung, wenn man bedenkt, dass hier aktive und individuelle Klein- und Mittelbetriebe internationalen Großflächenanbietern gegenüberstehen.“

SERVICE&MORE, mit 27 Mitarbeitenden, versteht sich für diese Fachbetriebe als professioneller Partner in den Bereichen Einkauf, Marketing und Unternehmensführung. Wimmer: „Unsere Dienstleistungen setzen wir praxisbezogen um und leisten damit einen wichtigen Beitrag zur wirtschaftlichen Absicherung unserer Mitglieder.“

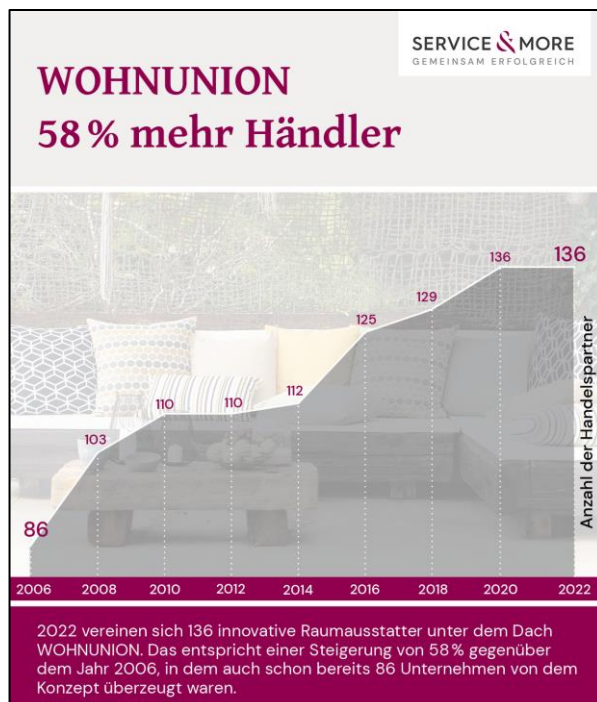
Die am Markt tätigen Handelspartner sind den beiden Verbänden GARANT Austria und WOHNUNION zugeordnet. Die Firmen der GARANT Austria sind Möbelhändler und Installateur-Fachbetriebe, die sich auch als Gesamtanbieter und Koordinatoren zwischen unterschiedlichen Gewerken verstehen. Die Mitglieder der WOHNUNION sind Raumausstatter und Handwerksbetriebe, die von Bodenbelägen, Stoffen, Vorhängen und Tapeten bis zu Maler- und Fassadenarbeiten sämtliche Verarbeitungen fachlich hochwertig verrichten können.

Die Mitglieder beider Verbände sind ausschließlich eigentümergeführte Familienunternehmen, die in ihrer Region seit vielen Jahren oder teilweise Jahrzehnten regional bekannt und verankert sind. Sie genießen hohes Vertrauen und bürgen als regionale Spezialisten für erstklassige Produktqualität und faire Preise. SERVICE&MORE stärkt die Marke des Händlers vor Ort, hält die Verbandsmarken im Hintergrund und unterscheidet sich damit von anderen Verbänden.


## Die Entwicklung der GARANT Austria im Überblick



## Die Entwicklung der WOHNUNION im Überblick



## Die Anteile am heimischen Markt



# Marktanteile im Österreichischen Einrichtungshandel

Ranking der Top Marktteilnehmer des österreichischen Möbeleinzelhandels in Österreich:

1.	XXXLutz
2.	KIKA/Leiner
3.	Ikea
4.	SERVICE&MORE
5.	Andere Verbundgruppen
6.	Sonstiger Möbelhandel

Quelle: RegioPlan Consulting, „BranchenReport Möbelhandel in Österreich“

Bereits auf Platz vier findet sich SERVICE&MORE mit den beiden Verbänden GARANT Austria und WOHNUNION. SERVICE&MORE, die größte Einkaufs- und Dienstleistungsorganisation für den österreichischen Einrichtungsfachhandel, erwirtschaftet derzeit einen jährlichen Verkaufsumsatz von 545 Mio. Euro. Damit hält der Verband etwas mehr als 10% des Marktes.

## **Ausbildung und Nachwuchsförderung**

Das Team von SERVICE&MORE erarbeitet Strategien, wie man mit neuen Vertriebswegen umgeht, und analysiert die Chancen in angrenzenden Ländern. Auch die Suche nach geeigneten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern für die Mitgliedsbetriebe und die Nachwuchsförderung in den Familienunternehmen stehen als wesentliche Verbandsaufgaben stets an der Tagesordnung. Wimmer: „In unserer Branche sind sowohl bei den Mitarbeitenden wie auch bei den Geschäftsführern die besten Köpfe gefragt. Wir unterstützen hier auf unterschiedliche Art und Weise.“

Im Rahmen der Trainingsakademie investiert der Verband in die fachlichen und sozialen Kompetenzen des Personals der Mitglieder.

Bereits 2015 startete SERVICE&MORE den „Club25“ – eine Veranstaltungsreihe für Nachwuchsführungskräfte. „Das Projekt soll vor allem Fachinhalte liefern und die Handelspartner und Lieferanten mit den jungen Unternehmern zusammenbringen, denn das Networking ist, wie in vielen Branchen, ein wesentlicher Bestandteil unserer Arbeit. Genauso wichtig ist der Erfahrungsaustausch innerhalb der Gruppe,“ so Wimmer.

Das Programm besteht aus sechs Modulen. Der laufende Durchgang wird im Juni 2022 mit Innovation und Business Modeling abgeschlossen, nachdem im vergangenen Jänner das Modul Marketing- und Vertriebs-Know-how an der Reihe war. Die damit verbundenen Lieferanten- und Handelspartnerbesuche ermöglichen einen Blick hinter die Kulissen.

„Ich habe durch den „Club25“ eine Plattform erhalten, auf der man sich zu allen Fragen und Problemen am Weg hin zum Jungunternehmer oder Geschäftsführerin mit Mitgliedern austauschen kann. Das Schulungsportfolio war sehr informativ und mit den jeweiligen Firmenbesuchen immer sehr spannend. So lernt man nicht nur theoretisch, wie etwas funktioniert, sondern blickt bei einigen Unternehmen auch direkt hinter die Kulissen. Abseits der geschäftlichen Materie waren die gemeinsamen Unternehmungen das absolute Highlight der Weiterbildungsinitiative im Rahmen der Schulungsakademie“, berichtet Elisabeth Meixner, Tochter des GARANT Austria Partners Küchenzentrum Steffl in Wien.

David Schmidt, Sohn des gleichlautenden WOHNUNION-Partners in Spittal/Drau und ebenfalls Gruppensprecher, gibt als Absolvent des ersten „Club25“ seinen Nachfolgern etwas mit auf den Weg: „Sie sollten diese Chance unbedingt nützen. SERVICE&MORE fördert damit junge, kreative und vor allem engagierte Leute und zeigt ihnen, worauf es bei der Übernahme und Führung eines Unternehmens wirklich ankommt. Dabei lernt man viele neue Gesichter und Charaktere, im Verband und von den jeweiligen Handelspartnern, kennen und knüpft somit Kontakte und sogar Freundschaften fürs Leben.“

Die Kooperation mit der LIMAK als anerkannten Spezialisten in der postgradualen Weiterbildung von Führungskräften sorgt auch hier wieder für umfangreiche und tiefgehende Fachinhalte sowie für eine wesentliche Weiterentwicklung des Ausbildungsprogramms. Aktuell plant SERVICE&MORE bereits den nächsten Durchgang, der im Frühjahr 2023 startet.

## **Von A wie AGBs bis Z wie Zentralregulierung in ganz Österreich**

SERVICE&MORE unterstützt klein- und mittelständische Fachbetriebe in den Kernkompetenzen Einkauf, Marketing und Unternehmensführung. Der Bogen reicht von gemeinsamen AGBs über Mystery Shopping, Trainings und Strategieberatung, dem regelmäßigen Erfahrungsaustausch mit Kolleginnen und Kollegen bis zur Exklusivität des Sortiments in Form einer Eigenmarke und der zentralen Regulierung von Lieferantenrechnungen. Dabei werden Individualität und Eigenverantwortung der Mitgliedsbetriebe bewahrt und durch eine engagierte Partnerschaft intelligent unterstützt. Diese Form eines konstruktiven Zusammenschlusses bietet den **Handelspartnern** die Chance, die Kraft und Erfahrung einer großen Kooperation für ihr Unternehmen gewinnbringend zu nutzen.

Marketingleiter Andreas Schwaiger: „Es ist wichtig, auf jeden einzelnen Partner individuell einzugehen, seine Geschichte und damit seine Bedürfnisse zu verstehen und daraus die Ziele abzuleiten, denn jedes Unternehmen bei SERVICE&MORE hat einen besonderen Charakter. Um sowohl Kundenzufriedenheit zu garantieren als auch neue Handelspartner zu gewinnen, gilt es, die Einzigartigkeit und die Stärken jedes Betriebs zu erkennen, klar zu definieren und in die richtigen Maßnahmen umzusetzen. So können auch langfristige Erfolge geschaffen werden.“

**Lieferantenpartner** können sich unter anderem auf hohe Lieferantentreue, flächendeckende Marktbearbeitung, laufende Vermarktungsunterstützung sowie die Absicherung ihrer Forderungen verlassen. Österreichische Lieferanten erhalten bei entsprechender Leistung den Vorzug.



## **Geschichte**

- 2014:** GARANT-MÖBEL Austria wird zu GARANT Austria
- 2008:** SERVICE&MORE beteiligt sich an der Sonnenschutzfachhandelskooperation „SLS-Sonne-Licht-Schatten“ mit 26 %
- 2001:** GARANT-MÖBEL Austria und WOHNUNION gründen die Firma SERVICE&MORE als größte kooperierte Organisation im österreichischen Einrichtungsfachhandel
- 2000:** ÖMGE wird GARANT-MÖBEL Austria GmbH & Co KG, Einführung zielgruppenspezifischer Vermarktungs-Module
- 1987:** Kooperation mit dem deutschen Einkaufsverband GARANT Lauten Marketing GmbH (Rheda-Wiedenbrück, Deutschland)
- 1967:** Gründung der Firma „ÖMGE-Möbelgroßeinkauf“ als Einkaufsallianz mit Großhandelsaktivitäten
- 1964:** Gründung der Firma Ibau (WOHNUNION), 4 Einzelhändler konzentrieren den Einkauf
- Eigentümer:** GARANT Austria und WOHNUNION sind 50 % - 50 % Partner der SERVICE&MORE Dienstleistung für Kooperationen und Handel GmbH
- GARANT Austria-Eigentümer: 45 Handelspartner und GARANT International Holding mit einem Anteil von 50 %
- WOHNUNION Eigentümer: 31 Handelspartner

## SERVICE&MORE: Facts & Figures

**Anschrift und Firmensitz:** SERVICE&MORE GmbH  
Diefenbachgasse 9/301, A-1150 Wien,  
Telefon: +43 1 96099  
E-Mail: office@serviceandmore.at

**Geschäftsführer SERVICE&MORE:** Mag. Christian Wimmer

GARANT Austria und WOHNUNION sind zu je 50 % Gesellschafter der SERVICE&MORE GmbH.

### Umsatz:

<b>Verkaufsumsatz gesamt 2021</b>	€ 545 Mio.
<b>GARANT Austria *)</b>	€ 358 Mio.
<b>WOHNUNION *)</b>	€ 187 Mio.

### Mitglieder

<b>Gesamt:</b>	298
<b>GARANT Austria:</b>	162
<b>WOHNUNION:</b>	136

### Mitglieder im Ausland

<b>GARANT Austria</b>	15 (Italien: 5, Slowenien: 8, Kroatien: 2)
<b>WOHNUNION</b>	13 (Italien: 10, Tschechien: 1, Slowakei: 1, Slowenien: 1)

**Ausstellungsfläche gesamt:** ca. 170.000 m<sup>2</sup>

### **Standorte**

<b>Gesamt:</b>	<b>376</b>
<b>GARANT Austria:</b>	<b>202</b>
<b>WOHNUNION:</b>	<b>174</b>

**Mitarbeitende gesamt:** ca. 3.700

### **Jahresleistungen**

**der Handelspartner:** 744.000 m<sup>2</sup> verlegter Parkettboden und  
7.560 verkaufte und montierte Küchen pro Jahr

**Lieferantenpartner:** 423, davon 112 Kernlieferanten

**Werbemittel pro Jahr:** 1,8 Mio. Prospekte, Wohnbücher und Journale