

Medien-Information

Villingen-Schwenningen, 30. Mai 2008

Einrichtungsmarkt lebt neues Konzept

Möbelix geht, POCO kommt

Villingen-Schwenningen. Am Montag, 2. Juni 2008, ist es endlich so weit: Mit dem Zusammenschluss der POCO-, Domäne- und Möbelix-Einrichtungsmärkte zu Deutschlands größtem Discount-Anbieter im Einrichtungsbereich bietet POCO künftig auch in Villingen-Schwenningen alles rund ums Einrichten und Renovieren an. Mit POCO zieht ein ganz neues Discountkonzept in die Schonacher Straße 14 ein: Die Unternehmensgruppe erweitert an dem neuen Standort nicht nur deutlich das Sortiment, sondern auch die Serviceleistungen.

Die Kunden profitieren gleich mehrfach: Sie treffen bei POCO nicht nur auf ein überzeugendes Preis-Leistungsverhältnis, sondern auch noch auf gut ausgebildete und hoch motivierte Mitarbeiter. „Strikte Kundenorientierung und Kompetenz sind für uns enorm wichtig“, berichtet Thiemo Brand, Vertriebsleiter für die POCO-Märkte im Süden Deutschlands.

Ab sofort präsentiert POCO ein noch umfassenderes Sortiment rund ums Einrichten und Renovieren. Unter dem Motto „Schönes Wohnen für weniger Geld“ bietet der Einrichtungsmarkt jungen Singles ebenso wie gut situierten Senioren, Familien oder preisbewussten Existenzgründern ein umfassendes Angebot, das vom klassischen Möbelsortiment über Haushaltswaren, Heimtextilien, Tapeten, Elektroartikel bis hin zu Geschenkartikeln reicht. „Bei unserem Angebot orientieren wir uns grundsätzlich am Bedarf in der jeweiligen Region und bieten einen umfangreichen Service samt individueller Beratung, Finanzierung, Lieferung und Montage“, betont Thomas Stollitz, Vorstandsvorsitzender der POCO Service AG.

Bei Rückfragen wenden Sie sich bitte an unsere PR-Agentur:
MediaKom – Medien- und Kommunikationsberatung
Thomas Horschler GmbH
Friedrich-Ebert-Str. 19
59425 Unna
Tel.: 02303 / 2 54 22 26
Fax: 02303 / 2 54 22 22
eMail: poco@mediakom-unna.de
Net: www.poco.de

Medien-Information

Bundesweit sollen in naher Zukunft in ganz Deutschland bis zu 130 POCO-Märkte präsent sein. „Wir investieren bewusst gegen den Branchentrend, weil wir beobachten, dass das POCO-Angebot bei vielen Bevölkerungsgruppen ankommt“, sagt Thomas Stolletz. So zeige sich, dass die Konzepte der bestehenden Einrichtungsmärkte hervorragend zusammenpassen. Unter dem Leitgedanken „Schönes Wohnen für weniger Geld“ könne die Gruppe ihre Marktpräsenz zum Nutzen der Kunden deutlich verstärken.

Dabei erleichtert vor allem die klare Preisstruktur den Kunden die Orientierung im einzelnen Einrichtungsmarkt. Vorteil für sie: Die Menschen können je nach Budget das für sie entsprechende Warensortiment auswählen. Außerdem findet der Kunde alles unter einem Dach – von der Renovierung bis zur Einrichtung. Für diese Unternehmensstrategie ist der Möbeldiscounter von Lieferanten, Verbänden und Marketing-Experten vielfach ausgezeichnet worden.

Die dynamische Expansion der Gruppe verdeutlicht das Erfolgskonzept: Im Herbst 1989 eröffnete der erste POCO-Möbeldiscounter in Ahlen (NRW). In der Folgezeit entstanden 26 weitere Discount-Einrichtungsmärkte – erst in Nordrhein-Westfalen, dann bundesweit. In den vergangenen Monaten wurden darüber hinaus 38 Domäne- und 22 Möbelix-Märkte integriert. Mit 4.500 Mitarbeitern und rund 800 Millionen Euro Umsatz ist die POCO-Domäne-Holding inzwischen zum stärksten deutschen Discount-Einrichter aufgerückt. Weitere Infos unter www.poco.de.

Bei Rückfragen wenden
Sie sich bitte an unsere
PR-Agentur:
MediaKom – Medien- und
Kommunikationsberatung
Thomas Horschler GmbH
Friedrich-Ebert-Str. 19
59425 Unna
Tel.: 02303 / 2 54 22 26
Fax: 02303 / 2 54 22 22
eMail: poco@mediakom-unna.de
Net: www.poco.de