



LEONARDO

WOHNERLEBNIS GLAS.

LEONARDO living. Die Möbelkollektion.



LEONARDO IST GLASLIEBE

by **collection** ®
Design trifft Bedarf.



Lieber Handelspartner,

als wir im Frühjahr letzten Jahres von der Möglichkeit erfuhren, ab Januar 2013 Lizenzpartner von LEONARDO für die Living Kollektion zu werden, haben wir uns sehr gefreut. Und nicht lange gezögert.

Kurz zuvor sind wir mit einem eigenständigen Produktkonzept Musterring-Lieferant geworden und nun erhielten wir die Möglichkeit mit LEONARDO living unsere Positionierung als Unternehmen für die „besonderen Wohnmöbel“ zu festigen.

Dabei haben uns ganz besonders die Händler ermutigt, die seit 2009 erfolgreiche Partner von LEONARDO living waren – aber auch solche, die wie wir von der Einzigartigkeit der sehr bekannten und faszinierenden Marke LEONARDO überzeugt sind.

Glas und Möbel – diese Verbindung ist nicht neu – aber die Symbiose der Marke, die sich die „Glasliebe“ auf die Fahnen geschrieben hat, mit unserem speziellen Herangehen an Entwicklung und Vermarktung von Möbeln ist sehr spannend. Dies inspirierte mein Team und mich in den letzten Wochen und Monaten ganz besonders.

Wir freuen uns sehr, Ihnen dieses außergewöhnliche Gesamtkonzept zu präsentieren und hoffen, Sie mit unserem ersten Auftritt auf imm cologne 2013 genau so zu begeistern, wie wir selbst es sind!

Herzlich Willkommen – wir freuen uns auf Sie!

Ihr

Ralf Hentschel
Geschäftsführer Collection C



LEONARDO

LEONARDO living. Die Möbelkollektion. LEO WOHNEN 0113 & LEO SPEISEN 0113

1. MARKENMÖBEL
2. MÖBELKOLLEKTION
3. ZIELGRUPPE
4. VERTRIEBSKONZEPT
5. PLATZIERUNGSKONZEPT
6. P.O.S.-KONZEPT & LEISTUNGSPAKET
7. IHRE ANSPRECHPARTNER
8. BEILIEGENDE CD: PREISÜBERSICHT & AUTORISIERUNGSVERTRAG



LEONARDO

1. MARKENMÖBEL „LEONARDO living“

1.1 Worin bestehen für Sie die Vorteile Markenmöbel von „LEONARDO living“ zu verkaufen?

- Marke ist als Positionierungs- und Differenzierungsmerkmal immer wichtiger für den Handel
- Marke schafft Sicherheit, Vertrauen und Orientierung für den Endverbraucher und erleichtert seine Kaufentscheidung
- die Marke „LEONARDO living“ ist bereits seit über 4 Jahren auf dem Markt aktiv und erfolgreich positioniert

1.2 Was sind die besonderen Merkmale der Partnerschaft von LEONARDO mit geha und Collection C?

- LEONARDO hat eine gestützte Markenbekanntheit von 68 Prozent
- fast zwei Drittel der Bevölkerung besitzen LEONARDO-Produkte
- „LEONARDO ist Glasliebe“ und steht für höchste Kompetenz, perfekte Gestaltung und erstklassige Verarbeitung
- LEONARDO ist Inspiration in Farbe und Form, Design und Emotion
- geha und Collection C als Systemmöbelanbieter erfüllen ebenso höchste Ansprüche an Design, Nutzen und Qualität „Made in Germany“
- der innovative Einsatz des Materials der Zukunft – GLAS – in Möbeln für die Lebensbereiche Wohnen, Speisen und Schlafen ist die perfekte Symbiose der Kernkompetenzen unserer Unternehmen und schafft das einzigartige



WOHNERLEBNIS GLAS
LEONARDO living. Die Möbelkollektion.

2. DIE MÖBELKOLLEKTION LEO WOHNEN 0113 & LEO SPEISEN 0113

2.1 Wer hat die Möbelkollektion entworfen?

Jost Henrichsmeyer

Als diplomierter Architekt arbeitete er im Büro Pfeifer Roser Kuhn in Freiburg und bei Fritz und Hilka in Darmstadt. Seit 2007 ist Jost Henrichsmeyer als selbstständiger Architekt tätig.

Mit unkonventionellen Möbelentwürfen machte er sich in den letzten Jahren zudem als Möbeldesigner in der Einrichtungsbranche einen Namen.



2.2 Was sind die wichtigsten Produktmerkmale und Besonderheiten der Kollektion?

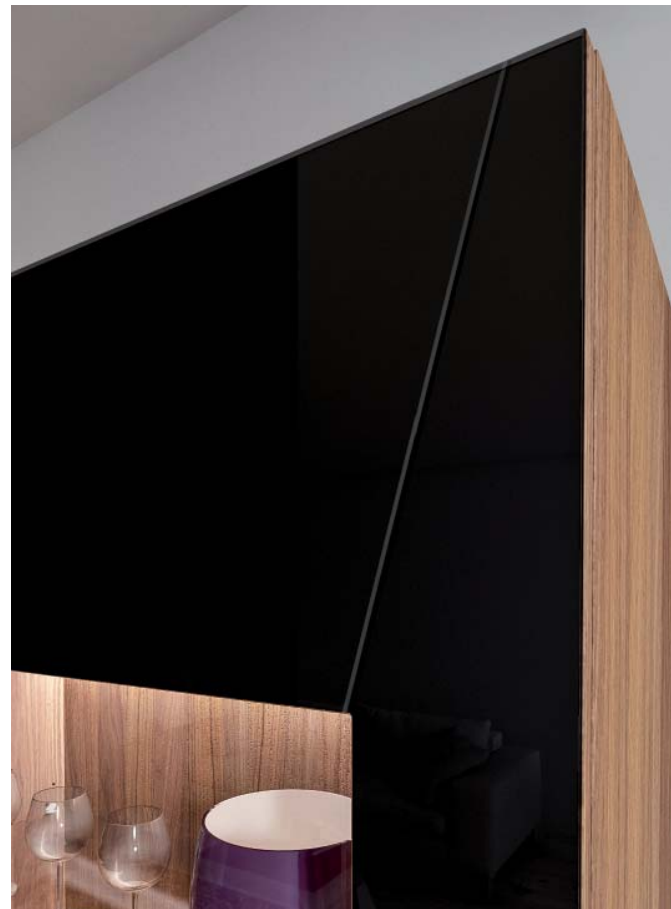
- „LEO Wohnen 0113“ & „LEO Speisen 0113“ ist ein abgestimmtes Möbelkonzept für modernes Wohnen und Speisen
- lockere, leichte Solitärmöbelkonfigurationen können mit stauraumorientierten Wohnmöbelzusammenstellungen ebenso kombiniert werden, wie mit Medienmöbeln
- ein passendes Tisch- und Stuhlkonzept
- die Symbiose von furnierten und lackierten Oberflächen mit Glas in höchster Qualität steht dabei im Fokus der Möbeldesignung
- insbesondere die Schrankfronten wirken durch ein außergewöhnliches Entwurfsmerkmal: mittels „Diamant-Rillenschliff“ entsteht ein Linienspiel in der Glasfront, welches optisch eine Perspektive entstehen lässt
- diese Linien der scheinbaren „Zentralperspektive“ geben dem Wohnprogramm sein Gesicht und definieren wie selbstverständlich Vitrinen-Felder
- die Korpusfarben in Furnier Nussbaum und Lack weiß lassen sich kombinieren mit Glasfronten in schwarz und weiß
- ein besonderer Prismen-Einsatz für die Vitrinen sorgt für eine Verstärkung des Perspektiveffekts, unterstützt durch ein besonderes – flächiges Lichtszenario



LEONARDO

2. DIE MÖBELKOLLEKTION LEO WOHNEN 0113 & LEO SPEISEN 0113

- ein weiteres Highlight ist die Option mit farblich steuerbaren LEDs besondere Akzente zu schaffen und Farbe ins Spiel zu bringen
- die im Tisch- und Stuhlkonzept enthaltenen Entwurfsakzente, die der Linienführung aus den Glasfronten entsprechen, runden das Milieu ab
- „last not least“ sind in diesem Möbelkonzept auch alle modernsten Anforderungen an die Unterbringung von Medienkomponenten umgesetzt: vom 42“ bis 55“ Flach-TV bis hin zur Unterbringung von Peripheriegeräten sowie einer intelligenten versteckten Kabelführung haben wir an (fast) Alles gedacht – auch den „unsichtbaren“ Bildschirm



2. DIE MÖBELKOLLEKTION LEO WOHNEN 0113 & LEO SPEISEN 0113

2.3 Wie sehen die Lebensmilieus mit den Möbeln aus?

LOFT - Wohnen



Einrichtungsvariante 20
(BHT 284 x 192 x 40 cm)
in Nussbaum / schwarz



LEONARDO



LEONARDO living by **collection**  [®]
Design trifft Bedarf.

2. DIE MÖBELKOLLEKTION LEO WOHNEN 0113 & LEO SPEISEN 0113

2.3 Wie sehen die Lebensmilieus mit den Möbeln aus?

LOFT - Wohnen



Einrichtungsvariante 06
(BHT je 63 x 192 x 40 cm)
in Nussbaum / schwarz



LEONARDO





VILLA MODERN – Wohnen & Speisen

Einrichtungsvariante 20
(BHT 284 x 192 x 40 cm) und
Einrichtungsvariante 03
(BHT je 126 x 128 x 40 cm) in weiss / weiss





LEONARDO



Einrichtungsvariante 19 (BHT 315 x 192 x 48 cm)
und Einrichtungsvariante 05
(BHT 189 x 128 x 40 cm) in Nussbaum / weiss



2. DIE MÖBELKOLLEKTION LEO WOHNEN 0113 & LEO SPEISEN 0113

2.3 Wie sehen die Lebensmilieus mit den Möbeln aus?

VILLA MODERN - Wohnen

Einrichtungsvariante 24 (BHT 252 x 192 x 48 cm)
in weiss / schwarz





LEONARDO



LEONARDO living by **collection**  [®]
Design trifft Bedarf.

2. DIE MÖBELKOLLEKTION LEO WOHNEN 0113 & LEO SPEISEN 0113

2.3 Wie sehen die Lebensmilieus mit den Möbeln aus?





LEONARDO



NEUBAUWOHNUNG - Wohnen

Einrichtungsvariante 14 (BHT 330 x 192 x 48 cm)
und Einrichtungsvariante 01
(BHT 189 x 64 x 40 cm) in Nussbaum / schwarz

2. DIE MÖBELKOLLEKTION LEO WOHNEN 0113 & LEO SPEISEN 0113

2.3 Wie sehen die Lebensmilieus mit den Möbeln aus?

NEUBAUWOHNUNG - Wohnen



Einrichtungsvariante 13
(BHT 300 x 192 x 48 cm) und
Einrichtungsvariante 01
(BHT 189 x 64 x 40 cm)
in Nussbaum / weiss



LEONARDO



2. DIE MÖBELKOLLEKTION LEO WOHNEN 0113 & LEO SPEISEN 0113

2.3 Wie sehen die Lebensmilieus mit den Möbeln aus?

ALTBAUWOHNUNG - Wohnen



Einrichtungsvariante 16
(BHT 315 x 192 x 48 cm) und
Einrichtungsvariante 01
(BHT 189 x 64 x 40 cm)
in Nussbaum / schwarz



LEONARDO



2. DIE MÖBELKOLLEKTION LEO WOHNEN 0113 & LEO SPEISEN 0113

2.3 Wie sehen die Lebensmilieus mit den Möbeln aus?

ALTBAUWOHNUNG - Wohnen



rechts: Einrichtungsvariante 09 (BHT 252 x 192 x 48 cm) und Einrichtungsvariante 02 (BHT 189 x 96 x 40 cm) in weiss / schwarz
oben: Mediencenter EV 24





LEONARDO



2. DIE MÖBELKOLLEKTION LEO WOHNEN 0113 & LEO SPEISEN 0113

2.3 Wie sehen die Lebensmilieus mit den Möbeln aus?

ALTBAUWOHNUNG - Wohnen & Speisen



Einrichtungsvariante 07
(BHT 94,5 x 192 x 40 cm) und
Einrichtungsvariante 04
(BHT 189 x 128 x 40 cm) in weiss / weiss



LEONARDO



2. DIE MÖBELKOLLEKTION LEO WOHNEN 0113 & LEO SPEISEN 0113

2.4 Zusammenfassung

2.4.1 WELCHE AUSFÜHRUNGEN GIBT ES IN DIESEM PROGRAMM?

- Korpus in Nussbaum furniert und Lack weiß
- Fronten und Abdeckböden in Glas schwarz und Glas weiß
- alle Glasfronten sind mit „Diamant-Rillenschliff“ versehen

2.4.2 WIE VIELE TYPEN HAT DAS SYSTEM?

- über 30 Korpusarten, Solitäre und Regale
- damit lassen sich eine Vielzahl an Zusammenstellungen - locker/solitär - stauraumorientiert - medienfokussiert konfigurieren
- in der Typenliste sind 24 Einrichtungsvarianten fertig gestellt, deren Preise sich aus der Summe der Einzeltypen ergeben

2.4.3 WAS SIND GANZ BESONDERE HIGHLIGHTS?

- das Raumteiler-Highboard und
- das Mediacenter mit elektrisch öffnender Tür für den „versteckten“ TV

2.4.4 WIE IST DIE LOWBOARD- BZW. UNTERTEILLOGIK DEFINIERT?

- 4 Unterteile in 2 Höhen und Breiten ergeben, ergänzt mit dem TV-Medienboard, eine Vielzahl an

a) Höhen: 21,5 / 32 / 37,5 / 48 cm und

b) Breiten: 94,5 / 126 / 220,5 / 252 cm (und breiter)

bei einer gleichbleibenden Tiefe von 48 cm

- alle Unterteile haben serienmäßige Ausklinkungen für die versteckte Kabelführung



LEONARDO

2. DIE MÖBELKOLLEKTION LEO WOHNEN 0113 & LEO SPEISEN 0113

- alle TV-Medien-Boarde haben intelligent versteckte und nutzbare Kabelschächte mit ausreichendem Kabelstauraum
- die 21,5 cm hohen Lowboards mit Klappe lassen sich mit einem Spezial-Hängebeschlag in jeder beliebigen Höhe positionieren
- abgerundet wird dieses Konzept durch ein 64 cm hohes Solitär, dass sowohl als Anrichte für eine Speisezimmerzusammenstellung als auch für eine TV-Lösung dienen kann

2.4.5 WIE GROSS KÖNNEN DIE UNTERZUBRINGENDEN TVs SEIN?

- die momentan meist verkaufte Bildschirmgröße ist 42" und passt in jede von uns entwickelte Zusammenstellung
- die Wohnwände und auch das Mediacenter können TVs bis 46" problemlos integrieren
- größere Bildschirme (55" und mehr) sind ebenfalls kein Problem mit unserem Lowboard- bzw. Unterteil-Konzept

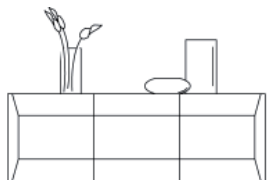
2.4.6 WIE SIEHT DAS TISCH- UND STUHLKONZEPT IM DETAIL AUS?

- 2 Esstische in zwei verschiedenen Designs
Größe: 160 x 90 cm; 180 x 90 cm; 200 x 100 cm
Auszugsfunktion: 1 Einlage á 50 cm
2 Einlagen á 50 cm
- 2 Stühle
 - Design-Stuhl / 4 Fuß mit und ohne Armlehnen
 - Freischwinger mit und ohne Armlehnen
 - insgesamt: 4 Stoffausführungen
12 Lederausführungen

2. DIE MÖBELKOLLEKTION LEO WOHNEN 0113 & LEO SPEISEN 0113

2.4.7 AUSZUG AUS DEM TYPENPLAN

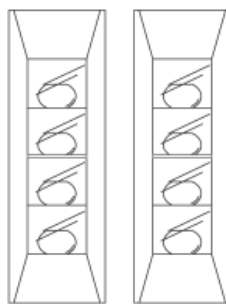
SOLITÄRE



EV 01 (BHT 189 x 64 x 40 cm)



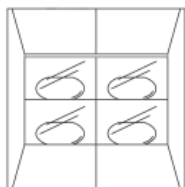
EV 02 (BHT 189 x 96 x 40 cm)



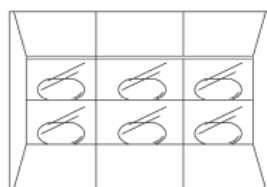
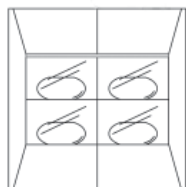
EV 06 (BHT je 63 x 192 x 40 cm)



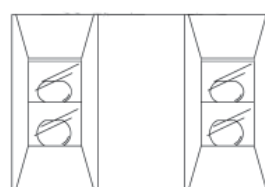
EV 07 (BHT 94,5 x 192 x 40 cm)



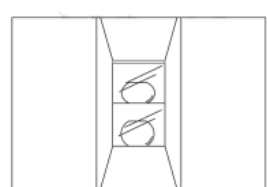
EV 03 (BHT je 126 x 128 x 40 cm)



EV 04 (BHT 189 x 128 x 40 cm)



EV 05 Vorderseite
(BHT 189 x 128 x 40 cm)



EV 05 Rückseite

WOHNWÄNDE



EV 13 (BHT 300 x 192 x 48 cm)



EV 14 (BHT 330 x 192 x 48 cm)



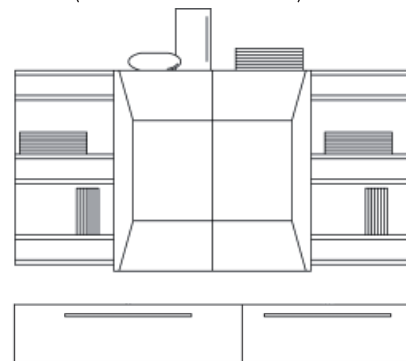
EV 16 (BHT 315 x 192 x 48 cm)



EV 19 (BHT 315 x 162,5 x 48 cm)



EV 20 (BHT 284 x 192 x 40 cm)



EV 24 (BHT 284 x 192 x 48 cm)



LEONARDO

3. ZIELGRUPPE „LEONARDO living“

3.1 In welchen Sinus-Milieus® ist unsere Zielgruppe positioniert?

- in den sogenannten „jungen Milieus“*:
 - „PERFORMER MILIEU“
(Ø 42 Jahre; höhere Bildungsabschlüsse und Einkommen; Selbstbild als Konsum- und Stilavantgarde; hohe IT- und Multimedia-kompetenz)
 - „ADAPTIV-PRAGMATISCHES MILIEU“
(Ø 36 Jahre; mittlere bis gehobene Bildungsabschlüsse und Einkommen; häufig Doppelverdiener; ausgeprägter Lebenspragmatismus und Nutzenkalkül)
 - „EXPEDITIVES MILIEU“
(Ø 28 Jahre; hohe Formalbildung und überdurchschnittliche Einkommen; ambitionierte kreative Avantgarde)

3.2 Was sagen Händler, die in den letzten Jahren LEONARDO living erfolgreich vermarktet haben, über diese Zielgruppe?

- diese Kunden sind durchschnittlich zwischen 25 und 45 Jahre jung und leben in der Stadt
- es ist eine multikulturell geprägte Kundschaft, die gekonnt Tradition und Moderne miteinander verbindet
- es ist eine konsum- und markenorientierte Zielgruppe, die in einer sehr eigenen, persönlichen Welt lebt und Form, Farbe, Material ungewöhnlich kombiniert
- sie ist kommunikativ, offen, lebendig, farbenfroh und experimentierfreudig



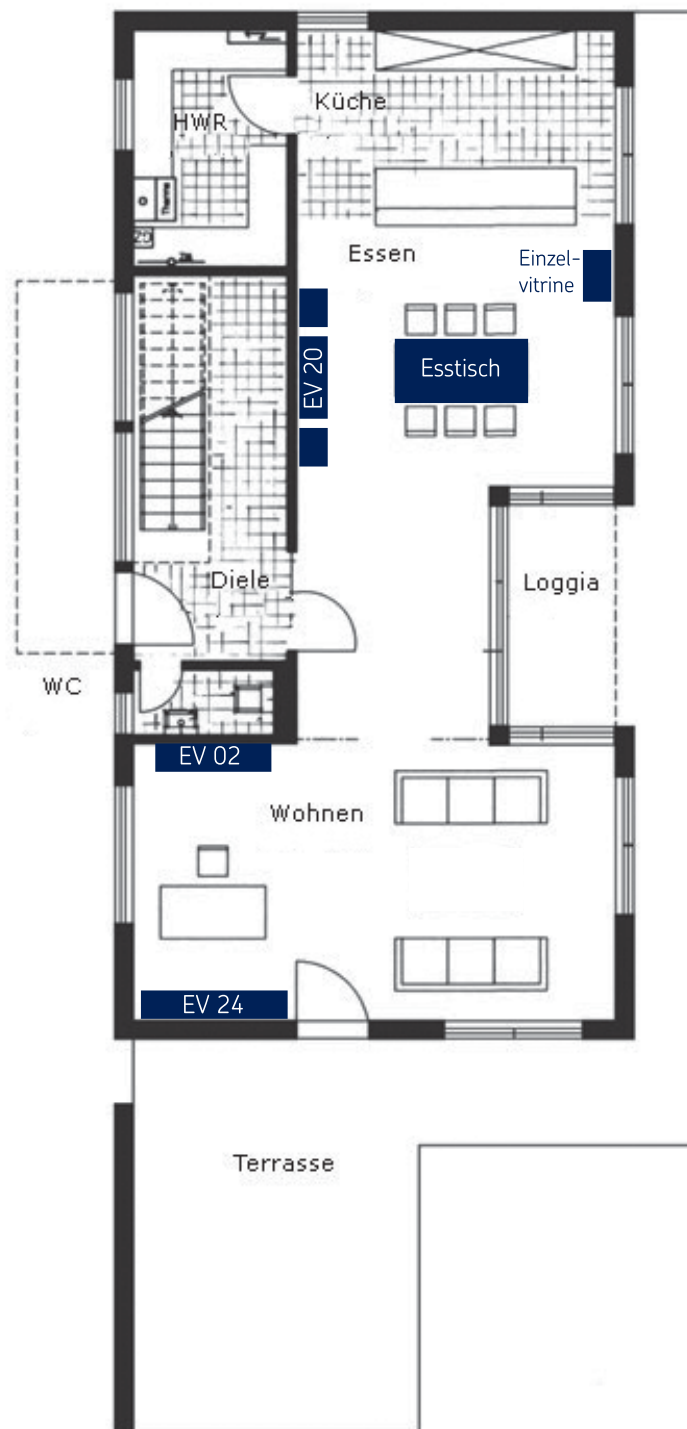
„JÄGER UND SAMMLER DER STADT“

* Quelle: www.sinus-institut.de

3. ZIELGRUPPE „LEONARDO living“

3.3 Wie könnten die Wohnungen bei diesen Kunden eingerichtet sein?

3.3.1 BEISPIEL GRUNDRISS NEUBAUWOHNUNG

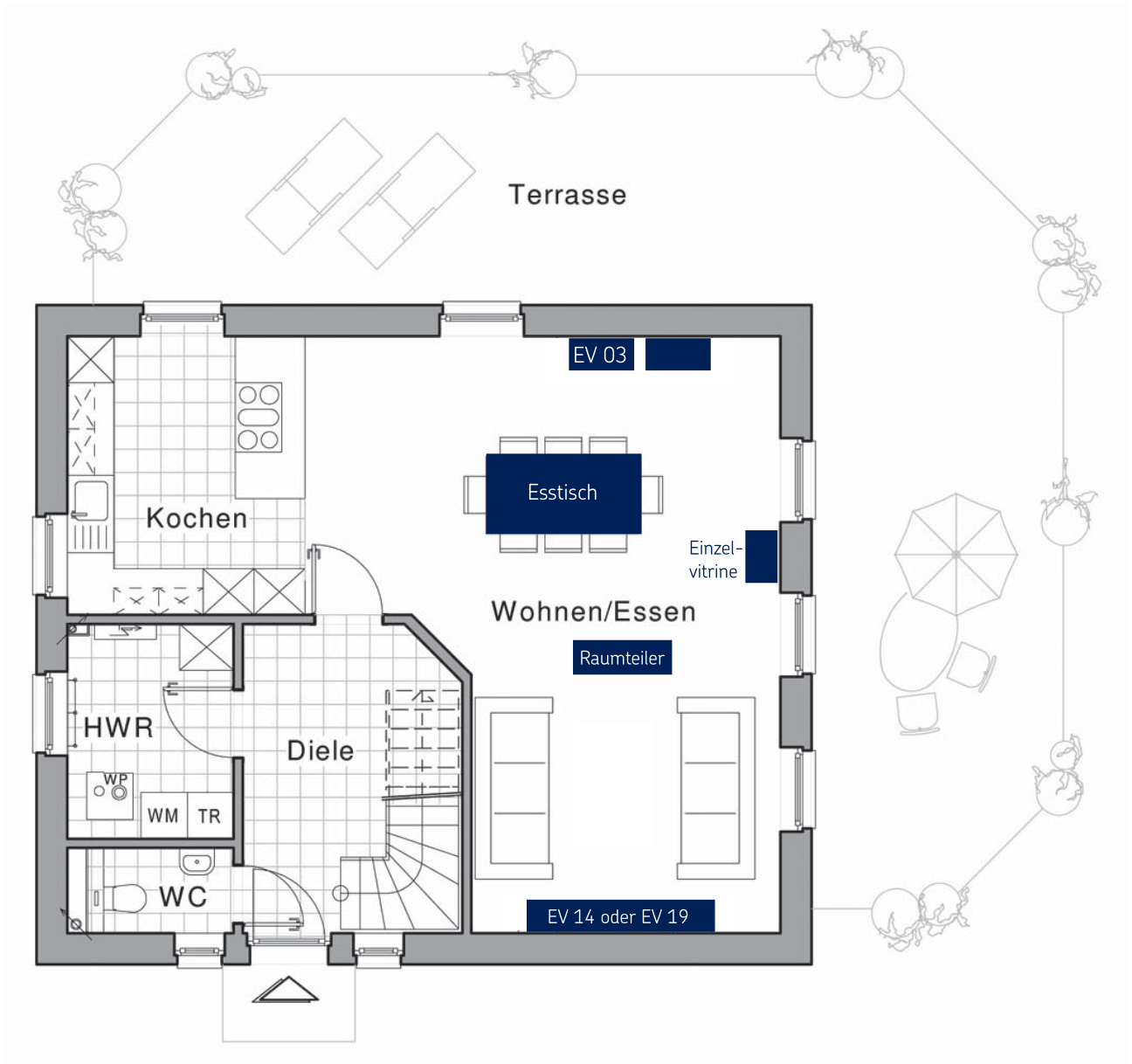




LEONARDO

3. ZIELGRUPPE „LEONARDO living“

3.3.1 BEISPIEL GRUNDRISS NEUBAU-HAUS



4. VERTRIEBSKONZEPT „LEONARDO living“

4.1 Mit wem und wie vielen Partnern möchten wir zusammen arbeiten?

- mit qualifizierten Einzelhandelspartnern, die von diesem Vermarktungskonzept überzeugt sind, es mit Leben erfüllen und mit „Herzblut“ umsetzen
- mit 100 bis 150 Möbelhäusern in Deutschland und Österreich, sowie BeNeLux, Schweiz und ausgewählten osteuropäischen Ländern

4.2. Wie interpretieren wir dieses „Selektivitäts-Prinzip“?

- Basis jeder Partnerschaft ist ein unterzeichneter „Autorisierungsvertrag“ als 3-seitige Vereinbarung zwischen Ihnen, LEONARDO und uns
- die Zusammenarbeit wird durch die Platzierung von Möbeln in mindestens zwei Kojen aktiviert
- wir garantieren, dass wir ausschließlich Handelspartner beliefern, die die ersten beiden Punkte erfüllen

4.3 Was haben Sie von dieser Partnerschaft?

- exklusive Vermarktung eines Top-Markenkonzeptes
- hohe Sicherheit durch unverbindliche Preisempfehlung
- attraktive, stabile Margen



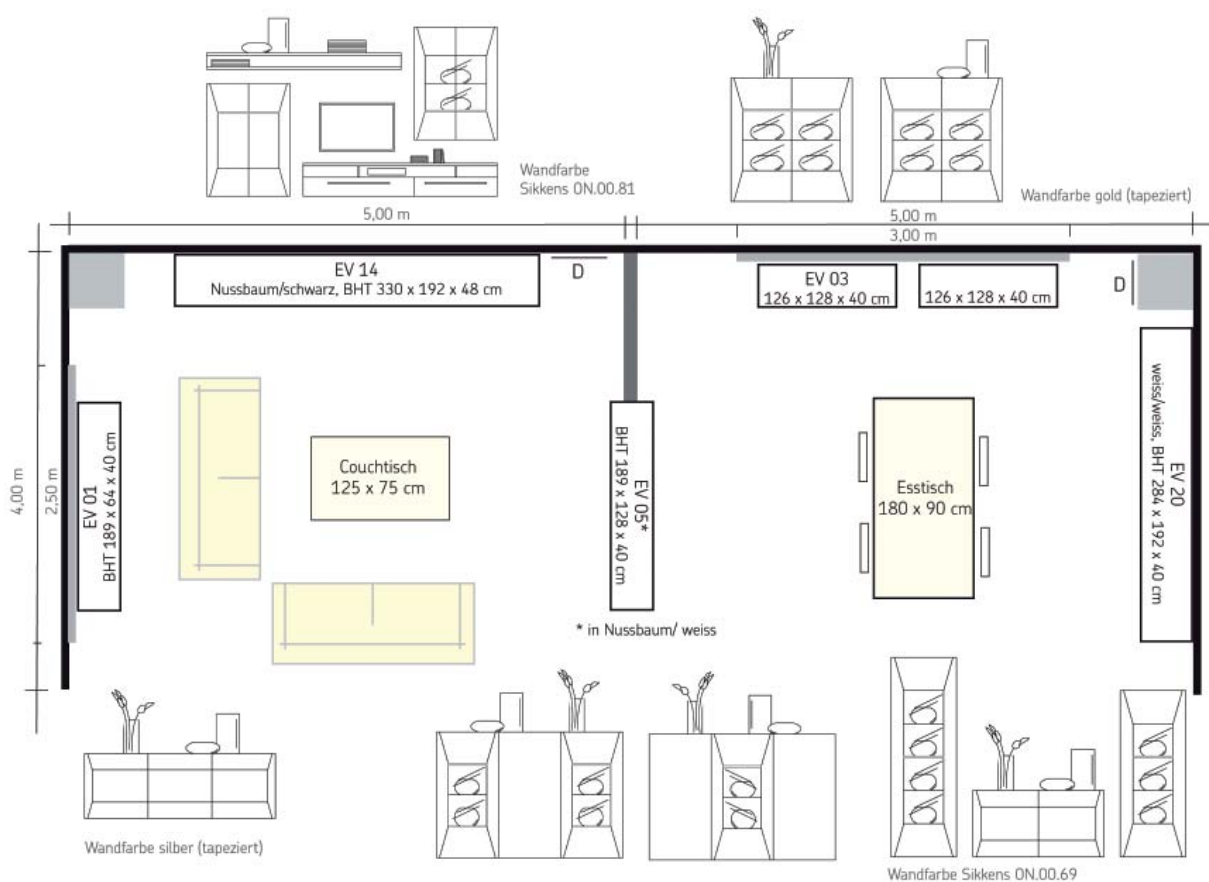
SIE KÖNNEN SICH DIFFERENZIEREN UND GELD VERDIENEN!



LEONARDO

5. PLATZIERUNGSKONZEPT „LEONARDO living“

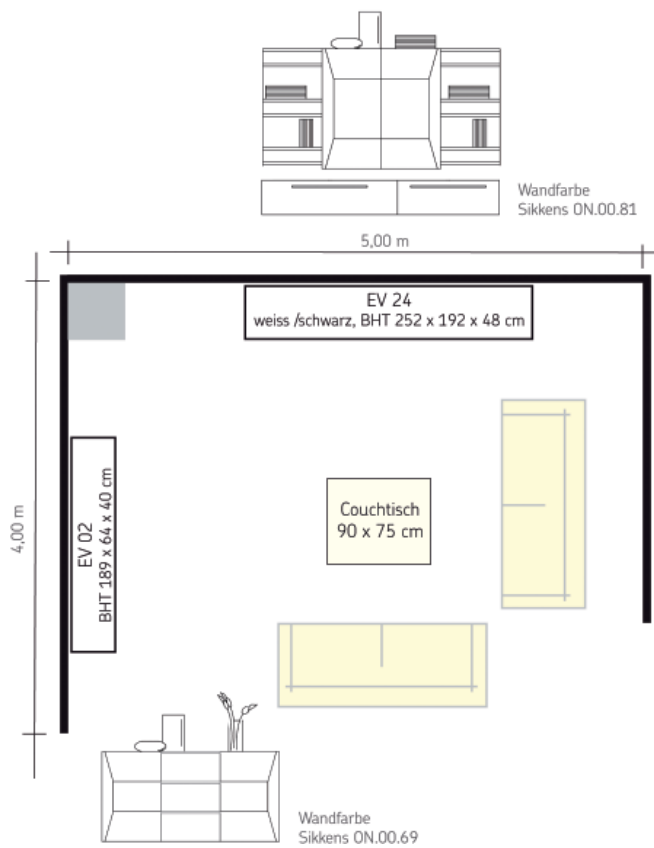
5.1 2-Kojen-Konzept = Mindestplatzierung 40 m² (1 x Wohnen, 1 x Speisen)



5. PLATZIERUNGSKONZEPT „LEONARDO living“

5.2 3-Kojen-Konzept = 60 m² (1 x Wohnen, 1 x Speisen, 1 x Medien)

- 1. und 2. Koje wie Mindestplatzierung, zusätzlich



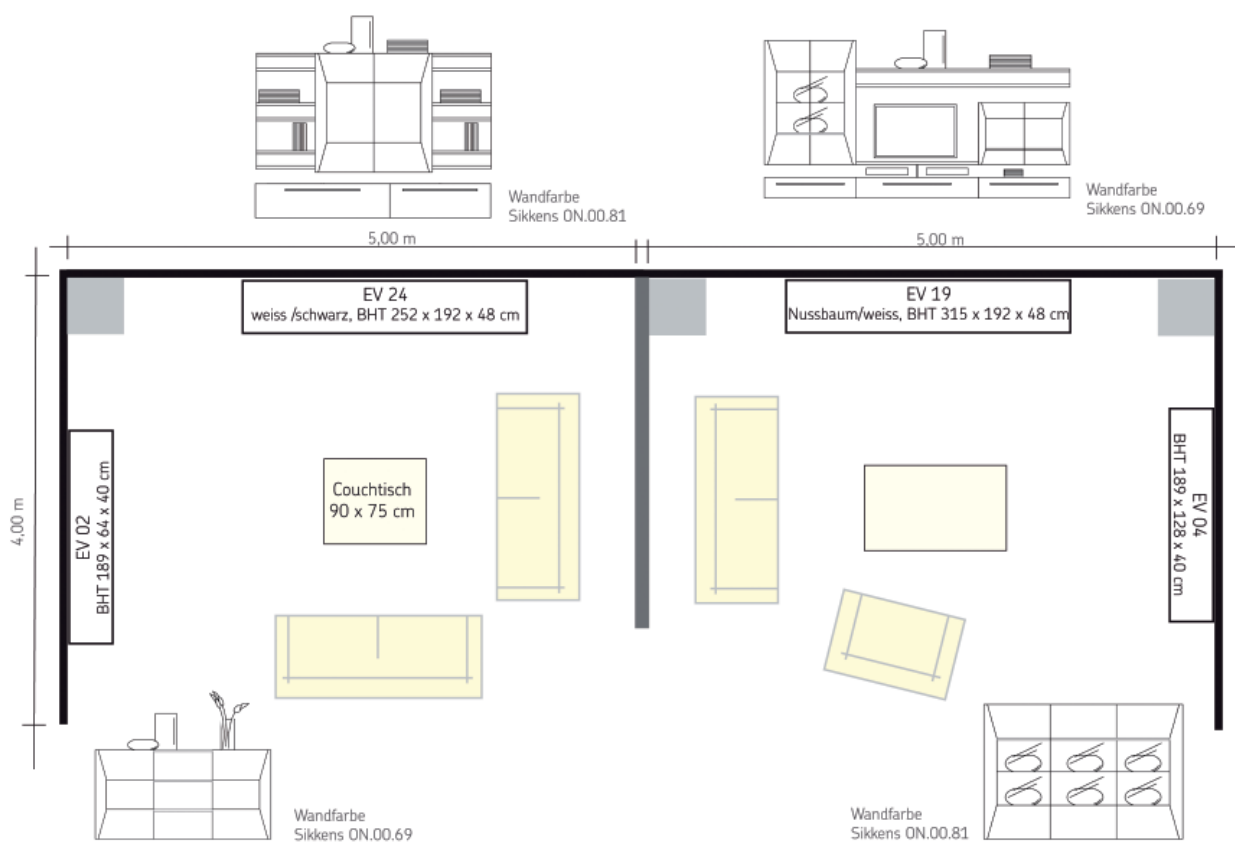


LEONARDO

5. PLATZIERUNGSKONZEPT „LEONARDO living“

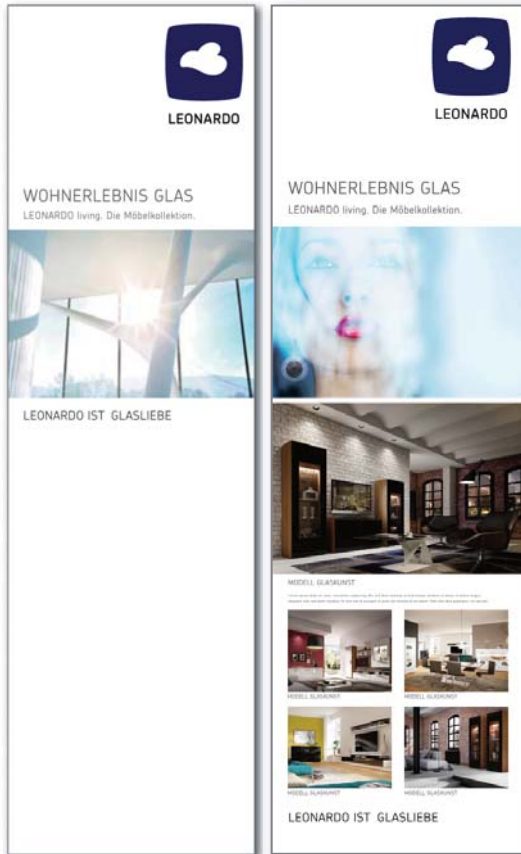
5.3 4-Kojen-Konzept = 80 m² (2 x Wohnen, 1 x Speisen, 1 x Medien)

- 1. und 2. Koje wie Mindestplatzierung, zusätzlich



6. P.O.S.-KONZEPT & LEISTUNGSPAKET

6.1 Das P.O.S.-Konzept



Deckenhänger 180 x 25 x 17 cm



TV-Attrappe aus Glas (46")



Tapeten gold & silber
„Glam & Glory“ von rasch textil

Marken- und Produktdisplay
47 x 160 cm

6.2 Die Verkaufsunterlagen



Titel Verkaufskatalog



Titel Katalogprospekt A4



LEONARDO

6. P.O.S.-KONZEPT & LEISTUNGSPAKET

6.3 Das Endverbraucher-Prospekt



Aufsteller A3 mit Dispenser
für A5-Endverbraucherprospekte

6.4 Das Leistungspaket

- wir planen die zur Verfügung gestellten Flächen, inklusive Farbempfehlungen
- wir übernehmen die Tapezierung der Sonder-Deko-Flächen „Gold“ und „Silber“
- wir montieren die Möbel
- wir bringen das P.O.S.-Material an
- wir schulen unmittelbar nach Fertigstellung der Platzierung Ihre Verkäuferinnen und Verkäufer
- wir erstellen individuelle Werbevorschlagseiten für Ihre Wohnaktivitäten
- wir unterstützen auf Anfrage Ihre In-House-Aktivitäten, wie Beratertage, mit persönlichem Einsatz vor Ort
- wir betreuen Sie mit unserem Außendienstteam regelmäßig und qualifiziert

7. IHRE ANSPRECHPARTNER

Geschäftsführer / Gebiet Bayern:



Ralf Hentschel

Tel. +49 (0) 3643 / 77 35 15

Mobil +49 (0) 178 / 718 55 52

Fax +49 (0) 3643 / 77 35 37

ralf.hentschel@collection-c.de

Gebiet Baden-Württemberg:



Simon Sobanski

Mobil +49 (0) 171 / 99 666 78

Fax +49 (0) 3643 / 77 35 37

simon.sobanski@collection-c.de

Gebiete Hessen, Nordrhein-Westfalen,
Rheinland-Pfalz, Saarland, Niedersachsen,
Schleswig-Holstein, Bremen, Hamburg:



Thorsten Engemann

Mobil +49 (0) 177 / 899 00 81

Fax +49 (0) 3643 / 77 35 37

thorsten.engemann@collection-c.de

Gebiete Thüringen, Mecklenburg-
Vorpommern, Sachsen, Sachsen-Anhalt,
Brandenburg, Berlin:



Wolfgang Gänger

Mobil + 49 (0) 172 / 38 38 586

Fax + 49 (0) 3643 / 77 35 37

wolfgang.gaenger@collection-c.de



LEONARDO

8. PREISÜBERSICHT & AUTORISIERUNGSVERTRAG



Collection C Möbel Vertriebsgesellschaft mbH
Ahornallee 2
D - 99428 Weimar

Tel. +49 (0) 3643 / 49 53 047
Fax +49 (0) 3643 / 49 53 050

vertrieb@collection-c.de
www.collection-c.de