

# wohninsider.at

»Hier spricht die Branche

Ausgabe 2/2022  
April/Mai  
[www.wohninsider.at](http://www.wohninsider.at)

HAUSMESSEN  
Furniture on tour  
2022

MAG. ANDREAS KREUTZER  
„Macht euch endlich  
unvergleichbar“

**OZONOS**  
Gute Luft – sofort lieferbar!

**Miele**



**SCHNELL AUF HÖCHSTLEISTUNG.  
SCHNELL KONTROLLIERT.**

Das neue Miele TwoInOne ist unsere leistungsstärkste Kombination aus Induktionskochfeld und Dunstabzug. Das ist Qualität, die ihrer Zeit voraus ist.

MEHR ENTDECKEN AUF [MIELE.AT](http://MIELE.AT)

# Es geht wieder los

**D**er Kalender im Mai und Juni ist wieder voll mit Terminen. Und auch der kommende Herbst ist gut gefüllt (siehe online den *wohninsider Messekalender* [www.wohninsider.at/branchenkontakte/messekalender.html](http://www.wohninsider.at/branchenkontakte/messekalender.html)). Messen und Events der Einrichtungsbranche stehen wieder an der Tagesordnung, nach einer gefühlten Ewigkeit an Stillstand, Absagen und Verschiebungen. Hybridmessen und Onlinemeetings sind state of the art geworden, jetzt scheint es und hoffentlich bleibt es so, dass es wieder „live“ los geht.

In Österreich startet mit „Furniture on tour“ ein neues Format. Hersteller aus der Branche in Österreich und dem angrenzenden deutschen Raum haben sich auf den Termin 20. Juni bis 1. Juli geeinigt und präsentieren in ihren Schauräumen die Neuheiten. In Form einer Hausmesse. Dabei sein werden auch Unternehmen, die man selten oder kaum auf anderen Messen sieht. Erinnert mich ein bisschen an die Küchenmeile in Ostwestfalen oder an die ehemalige „Orientierung“ hier bei uns. Ausgegangen ist „Furniture on tour“ von der österreichischen Möbelindustrie (siehe [www.moebel.at](http://www.moebel.at) bzw. unser Interview mit dem Vorsitzenden der Österreichischen Möbelindustrie Dr. Georg Emprechtinger auf den Seiten 36 und 37 in diesem *wohninsider*).

## Was sagt die Branche dazu?

In der Branche sieht man „Furniture on tour“ durchaus positiv. Die großen internationalen Fachmessen wurden in letzter Zeit abgesagt oder verschoben und für dieses Jahr wäre speziell in Österreich ohnehin keine „Fachmesse“ geplant gewesen. Also passt es vom Zeitpunkt her. Man konkurrenziert sich nicht mit der möbel austria und küchenwohntrends in Salzburg, die für 2023 wieder geplant ist. Könnte also durchaus sein, dass „Furniture on tour“ zu einem regelmäßigen Event wird. So alle zwei Jahre, wenn möbel austria und küchenwohntrends Pause machen.

Der große Vorteil, den ein Hausmessenkonzept gegenüber einer herkömmlichen großen Messeveranstaltung hat, hat mit Corona zu tun. Auch hier kann man sich ein Beispiel an der Küchenmeile in Ostwestfalen nehmen. Die einzelnen Hausmessen dort haben während der Pandemie sehr gut funktioniert und waren handelbar, während große, besucherstarke Events abgesagt werden mussten. Ob das neue Format Ende Juni bestehen bleibt, hängt natürlich vom Erfolg der Veranstaltung ab. Aber das ist ja bei allem so. *wohninsider* wird berichten.

Viel Spaß beim Lesen wünscht  
Ihr Gerhard Habcliczek



Die Menschheit besteht aus einigen wenigen Vorläufern, sehr vielen Mitläufern und einer unübersehbaren Zahl von Nachläufern.

Jean Cocteau, französischer Schriftsteller, Filmregisseur und Maler

## IMPRESSUM

*wohninsider.at* – Das B2B-Magazin für die Einrichtungsbranche. Verlag und Medieninhaber: Wohninsider Medien GmbH, A-1150 Wien, Eduard-Sueß-Gasse 12/2, [office@wohninsider.at](mailto:office@wohninsider.at), FN: 486285 a, UID: ATU73559936.

Herausgeber und Chefredakteur: Gerhard Habcliczek, Redaktion: A-1120 Wien, Ratschkygasse 44/32, T: +43 (0) 1 2809374, [gh@wohninsider.at](mailto:gh@wohninsider.at), [www.wohninsider.at](http://www.wohninsider.at). Redaktion: Gerhard Habcliczek, Anna Habcliczek, Mag. Sylvia Pilar, Mag. Lilly Unterrader. Gestaltung und Grafik: Mag. Michaela Schneider, [www.textundgrafik.at](http://www.textundgrafik.at) | Lektorat: Kristina Habcliczek.

Anzeigenannahme: Anna Habcliczek, Ratschkygasse 44/32, A-1120 Wien. T: +43 (0) 1 2809374, [ah@wohninsider.at](mailto:ah@wohninsider.at)

Verwaltung & Abos: Ratschkygasse 44/32, A-1120 Wien. T: +43 (0) 1 2809374, [office@wohninsider.at](mailto:office@wohninsider.at).

Abopreis für 6 Ausgaben Euro 90,00 inkl. MwSt. und Versand, Einzelpreis Euro 15,00 inkl. MwSt. exkl. Porto.

Bankverbindung: Raiffeisenregionalkbank Wr. Neustadt. IBAN: AT79 3293 7000 0008 2149, RLNWATWWWRN. Gerichtsstand: Wien.



Druck: Ferdinand Berger & Söhne GmbH, A-3580 Horn.

Gastkommentare und Lesermeinungen müssen nicht mit den Ansichten der Redaktion übereinstimmen. Berichte mit Firmenlogos können bezahlte Einschaltungen sein. Bei allen personenbezogenen Bezeichnungen gilt die gewöhnliche Form in Ausführung des Art. 7B-VG auf Frauen und Männer und darüber hinaus alle Geschlechter in gleicher Weise.

# INHALT

## IN JEDER AUSGABE

- 3 Editorial
- 3 Impressum
- 6 Gesprächspartner
- 8 Topstories
- 12 Leute
- 114 Mr. Profit
- 114 Vorschau

## TRAINING : WISSEN

- 19 Gabriel Schandl: Thema Ukraine
- 106 Sven Schöpker: 5 Tipps zur Kundengewinnung
- 113 Walter Kandut: Das ungelöste Personalproblem

## BRANCHENTALK

- 20 Mag. Andreas Kreutzer

## DESIGN : TRENDS

- 22 Es braucht nachhaltige Stühle
- 24 Platzhirsch: Stil sei Dank
- 26 Kreative Design-Newcomer
- 28 Verbindendes Design
- 30 SieMatic: eurocucina Endspurt

## NETZWERKE

- 34 Planbar: Die jungen Wilden
- 36 Furnitoure: Interview Dr. Emprechtinger
- 38 Furniture on tour
- 39 MZE: Trend zum Komplett-Einrichter
- 40 DER KREIS: Küchenmagazin 2022
- 42 GfMTrend: Gute Stimmung bei der Hausmesse
- 44 MHK: Das neue Küchenmagazin ist da
- 46 Europamöbel Handelspartner Jowi Möbel

## KÜCHE

- 48 FW Traumküchen: Weg vom Mainstream
- 50 Häcker Küchen legt um 12,5 % zu
- 51 Rotpunkt Küchen reüssiert positiv
- 52 Ballerina Küchen über 100 Millionen
- 53 Sachsenküchen steigert um 14,7 %
- 54 nobilia: Neue Höhen und neue Wege
- 55 Schüller meldet 11,8 % Plus im Umsatz
- 56 ewe mit massiven Marktanteilgewinnen
- 57 Die Lackküche: Das Zugpferd im Küchengeschäft
- 58 next125: Frischer Wind mit einem „New Look“
- 60 Michael Mehnert: „Die besten Jahre meines Lebens!“

## FORTSETZUNG KÜCHE

- 62 BSH: Rekordumsatz
- 64 Kühlgeräte: Von der Wichtigkeit der Richtigkeit
- 68 Franz Schneider: Tischlermeister mit Quooker
- 70 TEKA: Umsatzquantensprung
- 72 OZONOS: Sofort lieferbar
- 74 CARAT: Schnelle und einfache Steuerung
- 75 BLANCO: Prickelnde Freude am Wasserplatz
- 76 systemceram: Armaturen Vielfalt
- 78 EVOline: Perfekt „schubladiert“

## WOHNEN

- 79 sedda: NOVA – das individuelle Multifunktionaltalent
- 80 Kirchmair: Zu Hause im Schauraum
- 82 sedda: 60 + 1 Jahre österreichische Möbelgeschichte
- 84 JOKA: Geniale Ruheoasen
- 86 dormiente: Verwandlungskünstler in rein Natur
- 88 ADA: Think Green

## RAUM : OBJEKT

- 90 Leitner Leinen: Interview mit Jakob Leitner
- 92 Marktplatz: Textile Kollektionen
- 94 Marktplatz: Accessoires für drinnen & draußen
- 96 Extremis: „Wir passen in keine Schublade“
- 98 markilux: Pergola-Klassiker in eckiger Form
- 99 Marktplatz: Outdoor Living & Cooking
- 102 WEISHÄUPL: Außergewöhnliches Sommerfeeling
- 104 OFYR: Feuriger Star-Auftritt
- 105 FIANDRE: Gesundes Wohlgefühl

## MESSEN : EVENTS

- 108 WOHNEN & INTERIEUR: Interview
- 110 Sleep Cologne
- 110 Münchner Stoff Frühling
- 111 Salone del Mobile
- 111 spoga+gafa
- 112 Heimtextil
- 112 MZE Jahrestagung in Mondsee



Foto: OZONOS  
www.ozonos.com

# 5 TAGE

15.–19. März 2023  
Messe Wien



Wohntrends,  
Möbel, Garten &  
Design

# WOHNSINN

Built by  
**RX**  
In the business of  
building businesses

[wohnen-interieur.at](http://wohnen-interieur.at)

**[WOHNEN &  
INTERIEUR]**®

# DIE GESPRÄCHSPARTNER DIESER AUSGABE



**19 Mag. Gabriel Schandl**  
wohnsider sprach mit Mag. Gabriel Schandl zum aktuellen Thema Ukraine und wie wir im Job damit umgehen sollen.



**20 Mag. Andreas Kreutzer**  
BRANCHENRADAR-GF Mag. Andreas Kreutzer spricht in seiner Marktanalyse zum Thema Küchen einmal mehr Tacheles: „Alle, die in den österreichischen Markt drängen, müssen sich der immensen Marktmacht der hier etablierten Marken bewusst sein.“

## **22 Jens Martin Skibsted**

„Es braucht Stühle, die nachhaltig sind“, so der preisgekrönte dänische Designer und Gestalter der aus recyceltem Material gefertigten Stuhlserie „Marée“ von Montana, der auch hier (s)einen rationalen Ansatz verfolgt und Nachhaltigkeit als wichtigen Faktor sieht.



## **34 Philipp Baumgartner**

Der Geschäftsführer und Gründer der Planbar denkt Prozesse neu und steht für Innovationen. Sein Ziel war es eine digitale Plattform für Kunden und Möbelhersteller zu etablieren.



**36 Dr. Georg Emprechtinger**  
Als Vorsitzender der Österreichischen Möbelindustrie spricht Dr. Georg Emprechtinger zum neuen Messeformat „Furniture on tour“, das vom 20. Juni bis 1. Juli über die Bühne geht.



**48 Franz Windhagauer**  
Der Geschäftsführer von FW Traumküchen in Hallein bewegt sich nicht im Mainstream-Markt. Er geht erfolgreich eigene Wege.

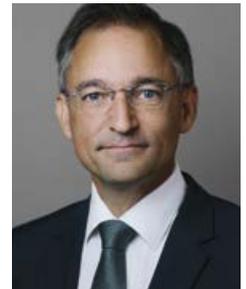
## **60 Michael Mehnert**

Nach acht Jahren kehrt der langjährige BSH-Österreich-GF in seine Wahlheimat Bayern zurück, um die Nachfolge von Roland Hagenbucher anzutreten. Mit wohnsider sprach er über die Sorgsamkeit für Mitarbeiter und den wohl besten Wein von Wien.



## **70 Hannes Kolb**

Teka Österreich mit den Marken Teka und Küppersbusch zeigt fortan deutlich stärker auf. Der Zentraleuropa- und Österreich-Geschäftsführer Hannes Kolb erläutert im wohnsider-Gespräch wie es weitergeht.



**90 Jakob Leitner**  
Leitner Leinen hat am österreichischen Markt kräftig zugelegt, erzählt der Geschäftsführer des Traditionsunternehmens, bleibt seiner Spezialität treu, setzt auch auf internationale Designer:innen und will das Projektgeschäft stärken.



**96 Dirk Wynants**  
Der Designer, Gründer und „big boss“ von Extremis plaudert über die zentrale Rolle des „Warum?“ bei der Produktentwicklung, „slow design“, die Bedeutung des Outdoorbereichs und die Grenzauflösung zwischen in- und outdoor.

## **108 Edi Seliger und Gabriele Riegler**

Unter dem Motto „5 Tage Wohnsinn“ treffen im März 2023 Wohntrends, Immobilien und Reiseinspirationen in der Messe Wien aufeinander. wohnsider befragte die beiden zum kombinierten Event.



Folgen Sie uns:



/wohnsider



/Gerhard Habliczek



# PRICKELNDE FREUDE AM WASSERPLATZ.

**DEAL ZUM  
DURST LÖSCHEN\***

BLANCO UNIT drink.soda  
kaufen – vier CO<sub>2</sub>-Zylinder  
geschenkt bekommen.



**BLANCO UNIT**  
drink. prep. clean.

Machen Sie den Wasserplatz Ihrer Kundinnen und Kunden zur Quelle von Lebensqualität, Genuss und Nachhaltigkeit. Die BLANCO UNIT drink.soda liefert alles zum Trinken, Vorbereiten und Reinigen. Sie ist eine perfekte Einheit – mit integriertem Wassersystem, Becken und Unterschrankorganisation. Drink.soda liefert rund um die Uhr gefiltertes, gekühltes und aufbereitetes Wasser – still, medium oder prickelnd – in der gewünschten Menge. Nutzen Sie die Aktion „Deal zum Durst löschen“. Sie belohnt Käuferinnen und Käufer mit einem gratis Starter-Set mit CO<sub>2</sub>-Zylindern. Für noch mehr Freude am Wasserplatz.  
**Mehr Informationen unter [www.blanco.at](http://www.blanco.at).**

\* Beim Kauf einer BLANCO drink.soda oder UNIT drink.soda; gültig bis 31.03.2023

**BLANCO**

# DIE TOPSTORYS DIESER AUSGABE



**AUSGEZEICHNET KREATIVE DESIGN-NEWCOMER:**  
Die Gewinner:innen des **Pure Talents Contest 2022**  
beeindrucken mit ihren Siegerprojekten ...Seite 26

**SieMatic:** Aktuell laufen die Vorbereitungen für die Mailänder Möbelmesse und Eurocucina auf Hochtouren ...Seite 30



**Verbindendes Design:** Stefan Diez und Wagner Living verbindet vieles. Der kreative Innovationsgeist materialisiert sich in „D2“

...Seite 28

Neues Hausmessenkonzept: Die österreichische Möbelindustrie zeigt mit „Furniture on tour“ gemeinsam Stärke ...Seite 38



**ewe/fm/intuo** hat 2021 Marktanteile gewonnen ...Seite 56

**next125 SCHÜLLER:** Frischer Wind für next125: der „New Look“ ...Seite 58



**KÜHLGERÄTE:** Dem Kühl-/Gefrier-Gerät wird in den allermeisten Küchen eine Sonderstellung eingeräumt ...Seite 64

**TISCHLERMEISTER MIT QUOKER:**  
Die Kompetenzen des Tischlerberufes gehen weit über das Thema Holz hinaus ...Seite 68



**OZONOS:** Die Lieferzeiten rund um Küche und Wohnen arten ins Uferlose aus. Bei OZONOS ticken die Uhren noch richtig ...Seite 72

Mit **Wing** präsentiert **EVOLine** einen weiteren Evolutionsschritt in Sachen Verkabelung ...Seite 78



**INKU**  
FACHBERATER

## Der beste Partner für die besten Betriebe.

**Jetzt INKU Fachberater werden**

Unsere Kunden vertrauen bereits darauf, dass INKU für höchste Qualität steht! Profitieren Sie von unserem Fachberater Angebot und sichern Sie sich zahlreiche Vorteile mit INKU als Partner an Ihrer Seite. Werden Sie jetzt INKU Fachberater.

Mehr auf  
[www.diefachberater.at](http://www.diefachberater.at)

# DIE TOPSTORYS DIESER AUSGABE



**Zu Hause im Schauraum:**  
Die **FIRMA KIRCHMAIR**, die Wohnraumverstärker, haben einen neuen Schauraum ...Seite 80



**sedda 60 + 1:** Das oberösterreichische Familienunternehmen wurde am 1. April 1961 von Hans und Edith Thalermaier gegründet ...Seite 82

**JOKA:** Bekannt für Sofas mit bestem Sitzkomfort und Betten mit höchstem Schlafkomfort, vereint JOKA beide Kompetenzen gekonnt in Modelle „mit Mehrwert“ ...Seite 84



**dormiente:** Die Naturmanufaktur dormiente ist einer der wenigen Hersteller konsequent **nachhaltiger Naturpolstermöbel** ...Seite 86



**ADA: Think Green!** Für ADA Chefsache und mehr als nur ein Slogan ...Seite 88



**Textile Kollektionen** und Kreationen mit dem besonderen Extra, von stark bis für outdoor gedacht – wir präsentieren **aktuelle Highlights** ...Seite 92

**Outdoor Living & Cooking:** Für „summer vibes“ sorgen stylische Outdoormöbel, heiße BBQ- und Outdoorküchenlösungen sowie coole Schattenspender ...Seite 99



Feuriger Star-Auftritt: Designstar trifft Kochstar. **OFYR begeistert bei „Kitchen Impossible“ mit Tim Mälzer** ...Seite 104



# Aus Liebe zur Tradition

weishaeupl.de



**WEISHÄUPL**  
WERKSTATTEN

# EVoline® Circle80 Family

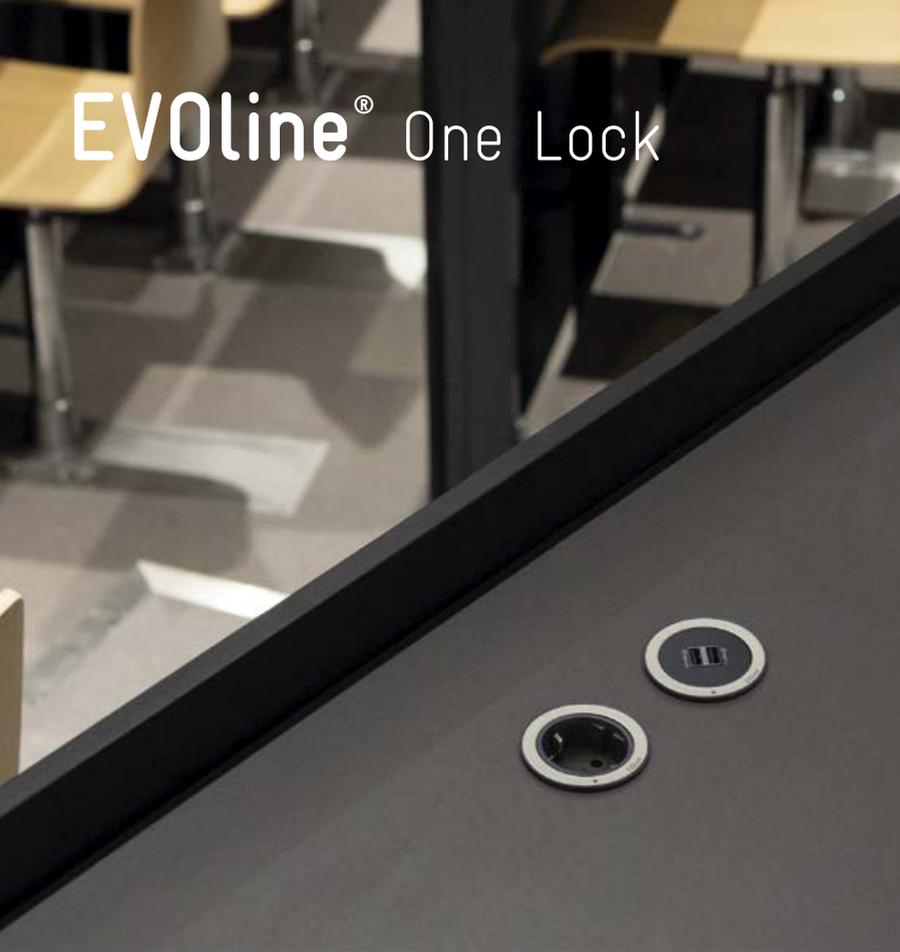


**schulte**  
elektrotechnik

invented and made by  
Schulte Elektrotechnik,  
Lüdenscheid, Germany

[www.evoline.com](http://www.evoline.com)

EVoline® One Lock



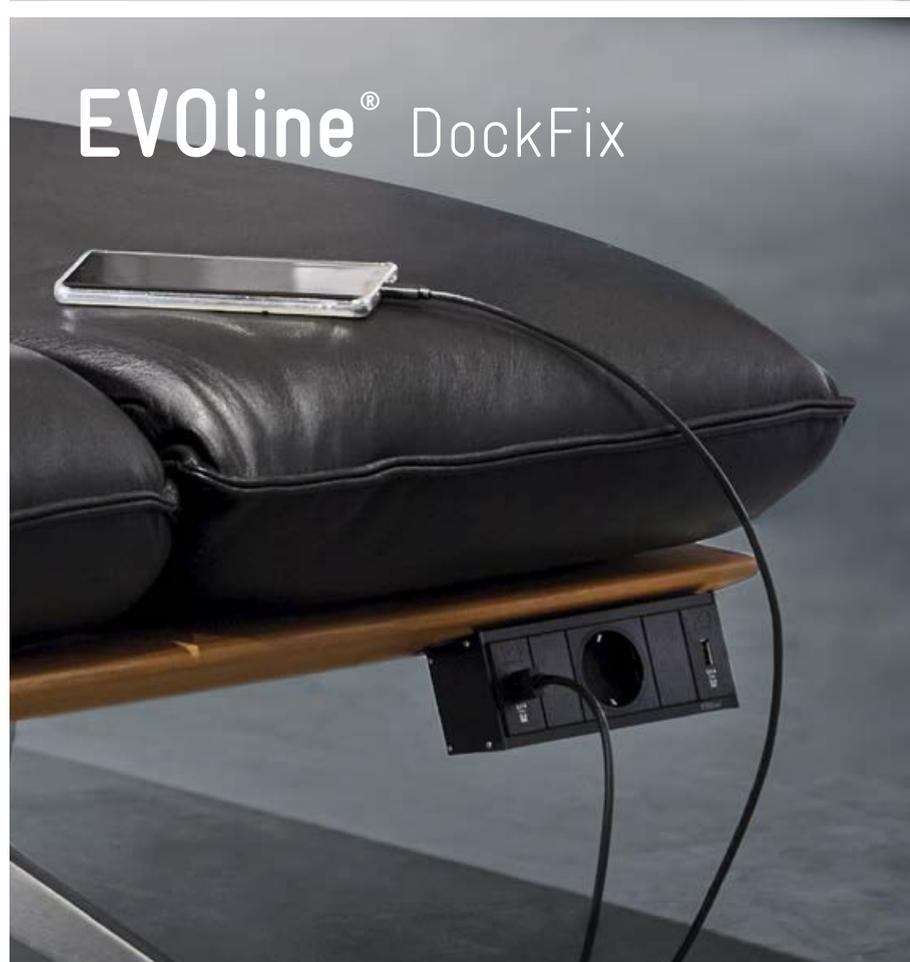
EVoline® Wing



EVoline® FrameDock Hide



EVoline® DockFix



EVoline® Neuheiten

## Bauwerk Group unter neuer Leitung



Patrick Hardy ist seit Jänner 2022 neuer CEO und President der Bauwerk Group mit ihren Labels Bauwerk Parkett und Boen.

Der schweizerisch-niederländischer Doppelbürger hat per Ende des letzten Jahres die Aufgaben von Klaus Brammertz übernommen, der die Gruppe von 2009 bis 2021 leitete und nun in den Verwaltungsrat wechselte. Ist die angepasste Unternehmensstrategie aktuell in den finalen Züge, wird Hardy die klare Vision,

„Innovationsleader bei nachhaltigen und natürlichen Holzböden“ zu sein, gezielt weiterentwickeln. Der berufliche Werdegang des gebürtigen Niederländers ist geprägt von den Premiummarken Victorinox, Bally und Swarovski, in denen er Vertriebs-, Marketing- und Geschäftsführerpositionen verantwortete. Sein Wechsel zur Bauwerk Group vollzieht sich in einer Zeit des Umbruchs und globaler Herausforderungen, dies sieht Patrick Hardy als Chance und plant, die Digitalisierung stärker in den Fokus zu nehmen.

[www.bauwerk-parkett.com](http://www.bauwerk-parkett.com)

## Feierliche Stipendienübergabe



V.l.: NDU-Prorektor Herbert Grüner, Naomi Hinkelmann, Anna Luger, gemdat-GF Leopold Kitir und NDU-Prorektor Johannes Zederbauer.

Anfang April fand in der New Design University in St. Pölten die feierliche Übergabe des Starterstipendiums statt. Die Firma gemdat,

der größte kommunale EDV-Dienstleister in Niederösterreich, stiftete zwei Stipendien im Wert von je € 1.500 an Studienanfänger:innen des Bachelorstudiengangs Grafik- & Informationsdesign der NDU. Leopold Kitir (Geschäftsführer gemdat Niederösterreich), NDU-Prorektor Mag. Johannes Zederbauer und NDU-Rektor Dr. Herbert Grüner gratulierten den beiden Stipendiatinnen Anna Luger und Naomi Hinkelmann, die mit ihren kreativen Einreichungen die Jury überzeugen konnten und auf die nach intensiver Sichtung der Bewerbungen um ein gemdat-Starterstipendium die Wahl fiel, zum Erhalt des Starterstipendiums, das darauf abzielt, kreative Talente zu fördern und den finanziellen Einstieg in das Studium zu erleichtern.

[www.ndu.ac.at](http://www.ndu.ac.at)

## VOGLAUER: Auszeichnung im Sinne des Klimaschutzes



V.l.: David Zwilling (VOGLAUER Prokurist, Leitung Beschaffung/Logistik), Bettina Bergauer (BMK) und Martin Schrittwieser (VOGLAUER Prokurist, Produktionsleiter).

Eine große Auszeichnung konnte VOGLAUER bei den ersten Austrian Sustainability Summits des Klimaschutzministeriums (BMK) Ende März in Wien für sich gewinnen. Die Klimaschutzinitiative klimaaktiv holte damit Industrie- und Gewerbebetriebe aus ganz Österreich vor den Vorhang, die den Ausstieg aus fossilen Energien vorantreiben und Energie bestmöglich nutzen. Konkret erhielt VOGLAUER die Auszeichnung für die Optimierung der Druckluftzeugung sowie des Heizhauses. In Summe werden dadurch jährlich rund 2 Millionen kWh an Strom und Biomasse und somit über 600 Tonnen CO<sub>2</sub> eingespart. VOGLAUER unterstreicht damit die Bedeutung des Green Management für die Unternehmensphilosophie.

[www.voglauer.com](http://www.voglauer.com)

## Springer & Jacoby wirbt fortan für elektrabregenz



V.l.: Harald Heindl/Kontakt, Ralf Kober/GF Beratung, Wolfgang Lutzky/MD Beko Grundig Österreich AG, Paul Holcmann/GF Kreation, Christian Spindler/AD.

Die österreichische Werbeagentur Springer & Jacoby Österreich hat sich beim bereits im Vorjahr gestarteten Strategie-Pitch durchgesetzt und wird fortan die Marke elektrabregenz werbeteknisch begleiten. Der Entscheidung zugrunde liegt eine nachgelagerte Marktforschung mit dem Institut Kantar, welche die Strategie bestätigte. Auch die internationale Konzernmutter Arçelik A.Ş. mit Sitz in Istanbul konnte so überzeugt werden.

Mag. Wolfgang Lutzky, Sales und Marketing Direktor von Beko Grundig Österreich AG: „elektrabregenz bleibt auch nach unserer vor kurzem erfolgten Namensumbenennung in Beko Grundig Österreich AG als eigen-

ständige Marke unser lokales Juwel und wird weiterhin exklusiv in Österreich vertrieben. Es gilt nun die Positionierung und das Image der Marke elektrabregenz auf die neuen Umstände anzupassen und die Markenpersönlichkeit zu optimieren. Für das Rebranding konnten wir mit Springer & Jacoby einen erfahrenen Partner gewinnen. Wir freuen uns auf die kommende Zusammenarbeit.“

Fast zeitgleich hat das Unternehmen Beko Grundig Austria AG ein neues Logo präsentiert, das einerseits die Corporate Identity widerspiegelt und ebenso die Eigenständigkeit der österreichischen Niederlassung unterstreicht.

[www.elektrabregenz.at](http://www.elektrabregenz.at)

## 2020: Kai Disselkamp übernimmt



Rochaden in der Führung bei 2020: Jörg Witthus wechselt in die Position Strategic Advisor Factory Products, Kai Disselkamp wird neuer Geschäftsführer. Karl Fuchs übernimmt auch den internationalen Vertrieb.

Jörg Witthus war mehr als 30 Jahre Geschäftsführer der 2020 Technologies GmbH in Osnabrück und Wiener Neustadt. Mit März wechselte er vom operativen Geschäft

in die neu geschaffene strategische Position Strategic Advisor Factory Products. Dort verantwortet Witthus die Ausrichtung und das Wachstum des Geschäftsfelds ERP in der Compusoft/2020 Gruppe.

Zum neuen Geschäftsführer beider Gesellschaften wird Kai Disselkamp bestellt, der zudem seine bisherige Position als Senior Director Professional Service Factory Products International bekleidet und seit zwölf Jahren bei 2020 beschäftigt ist.

Durch den Wechsel des Aufgabenfelds von Jörg Witthus, der neben der Geschäftsführung als Vice President Factory Products auch den weltweiten Vertrieb/Implementierung aller Factory Produkte verantwortete, ergeben sich zudem Änderungen im Vertrieb bei 2020. 2020 Senior Sales Director Karl Fuchs übernimmt ab dem 1. März zu seiner bisherigen Vertriebsregion DACH auch die Verantwortung für den internationalen Vertrieb der Factory Produkte.

[www.2020spaces.de](http://www.2020spaces.de)

## Mario Reitmayer startet als Vertriebsleiter bei OZONOS



Der Branchenbekannte Mario Reitmayer ist seit Februar als Vertriebsleiter bei OZONOS Österreich tätig. Seine Karriere begann Reitmayer bereits mit einer einschlägigen Lehre. Seit jeher ist er in diesem Bereich tätig und konnte in einer Führungsposition zusammen mit namhaften Firmen, wie etwa Whirlpool, ewe oder Alno, einiges bewirken. Mario Reitmayer tritt im Jubiläumsjahr von OZONOS, das vor nunmehr fünf Jahren gegründet wurde, den Posten von Maximilian Holler an, der zum Jahreswechsel das Familienunternehmen übernommen hat. CEO Fredy Scheucher: "Wir wünschen Herrn Holler alles Gute auf seinem neuen Weg und freuen uns mit Herrn Reitmayer einen neuen und sehr kompetenten Kollegen gewonnen zu haben."

[www.ozonos.com](http://www.ozonos.com)

### Kontakt:

Mario Reitmayer  
T: +43 662 238288-80  
M: +43 664 2043393  
[mr@ozonos.com](mailto:mr@ozonos.com)

## Haier mit neuem CEO DACH



Thomas Wittling, Thomas Meier

Haier stellt sich in Europa neu auf. Bei der Neuaufstellung des Haier Europe Commercial Teams sind zwei Personalien für die DACH-Region zentral. Thomas Wittling verantwortet seit 1. März 2022 die gesamte DACH-Region als CEO. Er stieß 2018 zum Unternehmen Haier und verantwortete seitdem als Geschäftsführer den deutschen und österreichischen Markt. Der Marketingexperte ist seit mehr als dreißig Jahren im Bereich der Hausgeräte beheimatet und im DACH-Markt verhaftet.

In der Schweiz bekommt er dabei Unterstützung von Thomas Meier. Der 45-Jährige war zuletzt zehn Jahre bei Samsung tätig, zuletzt als Head of Sales Channel und Storage Division. Meier berichtet ab sofort als Country Manager Schweiz an Thomas Wittling.

[www.haier.de](http://www.haier.de)

# GEMEINSCHAFT AUF DEN PUNKT GEBRACHT.



Funktionalität  
trifft Wohlfühl-  
ambiente

- TOP-RÜCKVERGÜTUNG
- HÖHERE RENDITE
- UNTERNEHMERISCHE FREIHEIT (KEINE ZUTEILUNG)
- MEHR MITBESTIMMUNG
- EXKLUSIVMODELLE
- NULL RISIKO
- KOSTENLOSE 5-JAHRES-GARANTIE AUF ELEKTROGERÄTE
- UMFANGREICHES MARKETINGPAKET

ÜBERZEUGEN SIE SICH SELBST:

**GfMTrend**<sup>®</sup>  
●●● Möbeleinkaufsverbund

Bernd Ulrich  
Key Account  
Tel.: +49 (0) 175 / 93 17 125  
[bulrich@gfm-trend.at](mailto:bulrich@gfm-trend.at)  
[www.gfm-trend.at](http://www.gfm-trend.at)



### KommR Ing. Josef Halter gestorben



Der Elektro- und Einrichtungsfachhandel trauert um KommR Ing. Josef Halter. Der ehemalige Landes- sowie Bundesobmann des Möbelhandels ist am 5. April im 78. Lebensjahr verstorben.

KommR Halter war seit Kindheitstagen dem Tischler-Handwerk sowie dem Möbelhandel eng verbunden. Nach erfolgreicher HTL-Ausbildung übernahm er den elterlichen Tischlereibetrieb inkl. Möbelhandel in seiner Heimatstadt Bruck an der Leitha. Durch unternehmerischen Fleiß und kaufmännisches Geschick baute er gemeinsam mit seiner Gattin Vera den Familienbetrieb kontinuierlich zu einem der führenden Möbelhäuser im Bezirk aus.

Ab 1985 arbeitete KommR Halter als Bezirksvertrauensperson in der Wirtschaftskammer NÖ mit. In den folgenden Jahren setzte er sich als Gremialobmann des Elektro- und Einrichtungsfachhandels sowie auf Bundesebene als Obmann des Möbelhandels mit voller Kraft für die Anliegen der Händler ein. Er engagierte sich insbesondere für eine moderne Lehrausbildung, zeitgemäße Mitgliederschulungen sowie branchenübergreifende Werbemaßnahmen für den niederösterreichischen Fachhandel. Besonders herausfordernd gestalteten sich die Verhandlungen vor dem Jahr 2010 rund um die geforderten Gremialfusionen. Diese konnte er durch seine ausgleichende Art zu einem erfolgreichen Abschluss führen. Seine unternehmerische Schaffenskraft, sein unermüdliches Engagement und seine herzliche Persönlichkeit bleiben unvergessen.

### Gorenje verstärkt sich



Thomas Weingärtner, Mario Koller

Thomas Weingärtner unterstützt ab sofort das Gorenje-AD-Team im Möbelfachhandel. Auch im EFH gibt es Zuwachs. Zwei erfahrene Branchenprofis sind seit Ende Februar für Gorenje mit an Bord. Thomas Weingärtner verstärkt nach zehn Jahren bei Samsung das Team im Küchenfachhandel für Ober- und Niederösterreich.

Mit Mario Koller unterstützt zudem ein branchenerfahrener Kollege das Team Elektrofachhandel in der Steiermark, Kärnten und im südlichen Burgenland. Koller war zuvor zehn Jahre bei Whirlpool-Indesit tätig.

[www.gorenje.at](http://www.gorenje.at)

### Designagentur Flachberger übernimmt Modulare-Vertretung



Internationale Designmarken vertritt Klaus Flachberger seit über 20 Jahren und betreut den österreichischen Möbelhandel, Interior-Designer, Objektausstatter und Architekten als Handelsagent mit deren exklusiven Möbel- und Gartenmöbelkollektionen. Seit 1. März vertritt die Designagentur Flachberger nun auch Modulare. Das Unternehmen produziert in Modena (Italien) maßgefertigte Pflanzgefäße, Trennwände, Outdoormöbel, Feuerstellen, Gartenküchen sowie Terrassenfußbodensysteme und patentierte Balkonpflanzeneinfassungen als Absturzsicherung in Stahl, Aluminium und Corten. Klaus Flachberger freut sich über den Zuwachs durch das italienische Designlabel, welches das Portfolio der Designagentur Flachberger mit einzigartigen Designkreationen für den Outdoorbereich bereichert.

[www.design-agentur.at](http://www.design-agentur.at)  
[www.modularte.it](http://www.modularte.it)

### Küchentreff strukturiert Außendienst neu



Das Vertriebsteam, v.l.: Ralf Henning, Daniel Bezikofer, Hartmut Greszik und Marko Klokow.

Mit Anfang April trat eine neue Strukturierung des Außendienstes bei KüchenTreff in Kraft: Bisher wurden die Mitglieder von KüchenTreff von vier Regionalleitern betreut und in die Bereiche Nord, Süd, Ost und West aufgeteilt. Diese klassische Struktur krepelt der Verband nun um und stellt sich neu auf. Bereits seit Sommer letzten Jahres hat Marko Klokow, zuvor Ansprechpartner für die Regionen Nord und Süd, die neu eingeführte Position der Vertriebsleitung inne. In dieser Funktion bildet er die Schnittstelle zwischen dem Außendienst, den KüchenTreff-Mitgliedern bundesweit

und der KüchenTreff-Geschäftsführung. Innerhalb des Teams von Marko Klokow ergeben sich ebenfalls Änderungen: Ralf Henning hat bisher die Region Ost betreut. Im Zuge der Neustrukturierung übernimmt er zusätzlich Bayern und stellt so die Betreuung eines umfangreichen Teils des Bundesgebiets sicher. Sein Kollege Hartmut Greszik war bislang Ansprechpartner für die Region West. Sein Aufgabenbereich erweitert sich ab April auf Nordrhein-Westfalen, Hessen, Rheinland-Pfalz, Baden-Württemberg und das Saarland. Jüngstes Mitglied im Vertriebsteam ist Daniel Bezikofer, der zuvor Teile der Gebiete Süd und West betreut hat. Darüber hinaus ist er als Leiter der KüchenTreff Objekt GmbH Ansprechpartner für Fertighausanbieter. Daniel Bezikofer wird innerhalb der neuen Struktur eine veränderte Rolle erhalten und einen neu geschaffenen Kompetenzbereich betreuen: Der Leiter der KüchenTreff Objekt GmbH wird bundesweit verstärkt als Experte für den Bereich Fertighäuser eingesetzt. Darüber hinaus wird er in einem weiteren Kompetenzbereich die Gewinnung neuer Mitglieder vorantreiben.

[www.kuechentreff.at](http://www.kuechentreff.at)



**DER KREIS**  
GEMEINSCHAFT FÜR  
KÜCHENSPEZIALISTEN

## FN Neuhofer ist Austria's Leading Company in OÖ



KSV1970-Standortleiterin Petra Wögerbauer, die Neuhofer-Unternehmerfamilie Helga und Franz Neuhofer sowie Caroline Schön, mit IV Oberösterreich-Präsident Axel Greiner.

Das Familienunternehmen FN Neuhofer wird als „Austria's Leading Company in OÖ“ in der Kategorie International ausgezeichnet.

Am 30. März durfte Franz Neuhofer im festlichen Rahmen des Lentos Museum in Linz die Trophäe und die Urkunde für den ersten Platz der „Austria's Leading Companies“ in der Kategorie International in Oberösterreich entgegennehmen. Anwesend bei der Preisverleihung waren unter anderem Landeshauptmann Thomas Stelzer, Wirtschaftskammerpräsidentin Doris Hummer und Industriellen-Vereinigungs-Präsident Axel Greiner, die dem Unternehmen mit Sitz in Zell am Moos herzlich zu dieser besonderen Auszeichnung gratulierten. Dieser renommierte Wirtschaftspreis bestätigt das international erfolgreiche Engagement des dynamisch wachsenden Unternehmens mit Sitz in Zell am Moos, das darüber hinaus die Realisierung seiner baulichen Vision abschließen und die neuen Gebäude beziehen wird.

[www.fnprofile.com](http://www.fnprofile.com)

## trendfairs: Andreas Jung ergänzt das Team



Andreas Jung, Sylvia Rasek

Andreas Jung wird fortan bei Messveranstaltungen trendfairs ausgewählte Kundenbeziehungen pflegen, zudem soll er operative Bereiche optimieren. Mit dem Zugang von Andreas Jung unterstreicht trendfairs den eingeschlagenen Weg des Personalwachstums. Er gilt als ausgewiesener Experte im Bereich Küche mit Erfahrungen aus Handel und Industrie sowie im Online-Marketing der Küchen- und Einrichtungsbranche. Jung soll ausgewählte Kundenbeziehungen pflegen und verschiedene operative Bereiche optimieren. Gemeinsam mit dem Gesellschafterkreis mit Michael Rambach, Ulrike Rohde und Marc Röder werden so die einzelnen Geschäftsfelder des Unternehmens weiterentwickelt. Bereits im Vorjahr stieß Sylvia Rasek zum Team. Sie leitet den Bereich Marketing. Die Botschaft von trendfairs ist klar. Es sollen nicht nur die Geschäftsaktivitäten sondern auch der Personalstand erweitert werden.

[www.trendfairs.de](http://www.trendfairs.de)

## GfMTrend: Lückenotto folgt Walczak



Frank Lückenotto, Wolfgang Walczak

Seit 1. März ist Frank Lückenotto bei GfMTrend mit an Bord. Der Branchenerfahrene startet als Key Account Manager für die Region Süd und tritt damit die Nachfolge von Wolfgang Walczak an. Walczak verabschiedet sich mit Ende des Monats in den Ruhestand. Die GfMTrend-Geschäftsführung: „Wir bedanken uns auf diesem Wege bei Herrn Walczak für die langjährige, engagierte und ausgezeichnete Zusammenarbeit und wünschen ihm für die Zukunft alles Gute, viel Glück und vor allem Gesundheit.“

Frank Lückenotto kann auf langjährige Erfahrung zurückblicken, war zunächst Einkäufer bei Finke Paderborn, dann Gebietsverkaufsleiter bei der 3C Gruppe (Schwerpunkt Sitzmöbel/Polstermöbel) und schließlich in der Hüls Unternehmensgruppe sowie bei Machalke und Frommholz. Seine Zuständigkeit umfasst neben der Betreuung der GfMTrend-Händler auch die Akquise neuer Partner.

[www.gfm-trend.de](http://www.gfm-trend.de)

**Zukunft gemeinsam  
sicher gestalten!**

*Herz drauf!*



**kuechen**  
spezialisten.at

**Häcker** **BLANCO**  
kitchen.germanMade.

**SIEMENS haas**

  
**SCHÖSSWENDER**  
MÖBEL

Als Mitglied von **DER KREIS**, der führenden Einkaufsgemeinschaft für den Küchen- und Möbelhandel, haben Sie einen professionellen Partner an Ihrer Seite.

**Wir freuen uns auf Sie:**

**DER KREIS** Küche und Wohnen  
Marketing- u. BeratungsgmbH OG

Bachfeldstraße 3  
5102 Anthering

Tel: +43(0)6223 / 20421-0  
Fax: +43(0)6223 / 20421-14

## Interface: Hurd ist CEO, Prinzmeier verantwortet Nachhaltigkeit



Laurel Hurd, Ruth Prinzmeier

Zum 18. April übernahm Laurel Hurd die Geschäftsführung bei Interface. Sie folgt da-

mit auf Daniel T. Hendrix, der als Chairman of the Board weiter für das Unternehmen aktiv bleibt.

Die neue CEO soll Interface in der nächsten Wachstumsphase leiten und dabei an dem Ziel arbeiten, bis 2040 CO<sub>2</sub>-negativ zu werden. Hendrix bleibt dem Unternehmen weiterhin als Chairman of the Board erhalten. Neue Verantwortlichkeiten gibt es auch in Sachen Nachhaltigkeit. Ruth Prinzmeier übernimmt die Verantwortung als neue Ansprechpartnerin für den Bereich Nach-

haltigkeit in der DACH-Region. Zu den Aufgaben von Prinzmeier gehört die interne und externe Kommunikation des Nachhaltigkeitsfortschritts von Interface. Sie wird Bauherren, Architekten und Planer in nachhaltigen Bauvorhaben unterstützen. Die enge Zusammenarbeit mit Kunden und Mitarbeitern steht dabei ebenso im Fokus wie der Austausch zu relevanten Netzwerken und NGOs.

[www.interface.com](http://www.interface.com)

## Kuhlmann Küchen: Fröhlich und Reupke übernehmen



Anfang April übernahmen die Prokuristen Hilmar Fröhlich und Christian Reupke die Geschäftsführung der RWK & Kuhlmann Küchen GmbH.

Ralf Marohn wird mit Ende März als Geschäftsführer ausscheiden, bleibt aber weiterhin Geschäftsführer der Muttergesellschaft, der Kuhlmann GmbH mit Sitz in Löhne. In dieser Funktion ist Ralf Marohn Vertreter aller Gesellschafter – einschl. seiner eigenen Geschäftsanteile – der RWK & Kuhlmann Küchen GmbH. Ralf Marohn führt das Unternehmen seit der Übernahme durch die BOLONI-Gruppe/Gründung. Als Gesellschafter und Geschäftsführer der Kuhlmann GmbH wird Ralf Marohn dem Unternehmen weiter sehr eng verbunden bleiben.

Hilmar Fröhlich und Christian Reupke sind langjährige Mitarbeiter, die als Prokuristen seit dem Umzug von Enger nach Löhne im Sommer 2019 das operative Geschäft der RWK & Kuhlmann Küchen GmbH führen. Hilmar Fröhlich verantwortet dabei den Bereich Technik/Einkauf/Verwaltung und Christian Reupke ist für Vertrieb/Marketing/Sortimentsentwicklung verantwortlich.

[www.kuhlmannkueche.de](http://www.kuhlmannkueche.de)

## rational – Rochaden auf Führungsebene



Die Führungsriege von rational wird ausgebaut. General Manager Dogan Yalin setzt zu diesem Behufe auf erfahrene Profis aus eigenen Reihen gebündelt mit neuen Performancetreibern und den Ressourcen der Holding. Im Zuge dessen wird Thomas Pfeiffer in die Geschäftsleitung berufen und mit Prokura ausgestattet. Er verantwortet als Sales Director den nationalen und internationalen Gesamtvertrieb. Die langjährige Mitarbeiterin Elke Pfeiffer verantwortet weiterhin die Bereiche Marketing und Produktentwicklung und sorgt auch zukünftig für Kontinuität in der rational Markenführung. Jörg Krüger, bereits seit August an Board bei rational, ist ab sofort für das komplette technische Ressort zuständig. Sein Verantwortungsbereich umfasst die Abteilungen Materialwirtschaft, Qualitätsmanagement, Arbeitsvorbereitung/Fertigungssteuerung und Konstruktion.

Zur Unterstützung des Führungsteams wurde in den vergangenen Monaten in den unterschiedlichsten Bereichen zusätzliches Personal aufgebaut (u.a. in der Kundenbetreuung, IT und im Qualitätsmanagement) und bereits Investitionen in verbesserte interne Abläufe auf den Weg gebracht.

[www.rational.de](http://www.rational.de)

## Erneut: Molto Luce ist österreichischer Leitbetrieb



Leitbetriebe Austria-Geschäftsführerin Monica Rintersbacher überreicht das Zertifikat an Molto Luce-GF Fritz Eiber.

Die Molto Luce GmbH kann sich über die erneute Zertifizierung zum österreichischen Leitbetrieb freuen. Die Auszeichnung steht für klare Werte. Werte, die Lichttechnikspezialist Molto Luce auch heuer qualifizierte und die Zertifizierung zum österreichischer Leitbetrieb einbrachte. Als Leitbetriebe werden nach einem umfassenden Qualifikationsverfahren jene vorbildhaften Unternehmen ausgezeichnet, die sich zu nachhaltigem Unternehmenserfolg, Innovation und gesellschaftlicher Verantwortung bekennen. Die Auszeichnung wurde von Leitbetriebe Austria-Geschäftsführerin Monica Rintersbacher im Rahmen eines Unternehmensbesuchs an Geschäftsführer Fritz Eiber übergeben. Dabei setzt man im Unternehmen Molto Luce auf stete Maßnahmen in Sachen Nachhaltigkeit. Nicht zuletzt dient die Auszeichnung zum Leitbetrieb Austria als eine einzigartige Plattform, um den Know-how-Austausch über Branchen- und Bundesländergrenzen hinweg zu intensivieren.

[www.moltoluce.at](http://www.moltoluce.at)

## Gesamtsieg der heimischen Möbelbranche für JOKA



V.l.: Johannes Kapsamer, Anna Kapsamer-Fellner, Prof. Dr. Werner Beutelmeyer

Das Market Institut hat JOKA zum Gesamtsieger der österreichischen Möbelbranche gekürt. Dem zugrunde liegen eine Vielzahl an relevanten inhaltlichen Kriterien, aus Bevölkerungs- und Kundensicht bewertet. Bei der JOKA Kapsamer GmbH freut man sich über den Sieg und die Tatsache, sich unter allen Möbelherstellern als „Gesamtsieger Markenstärke 2021“ behaupten zu können. Analysiert werden die drei Hauptkategorien Key Performance (u.a. Markenbekanntheit), Brand Drive (Sympathie, Innovation, Weiterempfehlung) und Corporate Social Responsibility (gesellschaftliche Verantwortung) einer Marke in einer für die österreichische Bevölkerung ab 16 Jahren repräsentativen Stichprobe. Die beste Marke der Branche

wird mit dem „Market Quality Award“ ausgezeichnet.

Anna Kapsamer-Fellner, JOKA Geschäftsführerin: „Wir freuen uns sehr über das sensationelle Ergebnis in Hinblick auf die Wahrnehmung unseres Unternehmens. Für uns liegen die Produktion in Österreich, sowie der Einsatz von besten Materialien für hervorragende Qualität, kombiniert mit zeitlosem Design im Fokus. Es ist eine wirklich schöne Bestätigung, wenn unser Unternehmen so positiv aufgenommen und widergespiegelt wird, das haben wir dem gesamten JOKA-Team und unseren Handelspartnern zu verdanken“.

Johannes Kapsamer, JOKA Geschäftsführer: „Wir sind sehr stolz darauf diese Auszeichnung erhalten zu haben, eine solch positive Rückmeldung von der österreichischen Bevölkerung lässt natürlich das Möbelmacher-Herz höherschlagen. Es passt auch der in Österreich gerade stattfindende Wandel wieder hin in Richtung nachhaltige Produkte sehr gut zu uns. Nachhaltigkeit garantieren wir nicht nur durch eine anspruchsvolle Auswahl von möglichst lokalen Materiallieferanten, österreichische Produktion und eine umweltschonende Verarbeitung, sondern auch durch Langlebigkeit, das leben wir seit der Firmengründung“.

[www.joka.at](http://www.joka.at)

## Stein Reinisch: Eine sehr geschmackvolle Kooperation



Küchenarbeitsplatten-Spezialist Stein Reinisch hat ein neues Testimonial. Die bekannte Fernsehköchin und Konditorweltmeisterin Eveline Wild kocht ab sofort für das Unternehmen aus dem Schwarzautal auf. Siegfried Wurzinger, Eigentümer und Geschäftsführer von Steintechnik Reinisch: „Nachdem der Boom nach unseren hochwertigen Arbeitsplatten aus Stein und Keramik seit Jahren anhält, war es naheliegend ein Testimonial für unsere Küchenarbeitsplatten zu

finden, das mit der gleichen Professionalität und Leidenschaft seiner Arbeit nachgeht wie wir. Dass wir Eveline Wild für unser Produkt und Unternehmen begeistern konnten, da sie ja mit Kochen und Backen zu tun hat und darüber hinaus auch noch Pâtissière-Weltmeisterin ist, ist natürlich ein Traum!“

Die vielfach ausgezeichnete Pâtissière und Konditorin Eveline Wild ist auch Konditor-Weltmeisterin und die erste Frau, die mit dem Titel „Köchin der Köche“ ausgezeichnet wurde. Wild: „Ein so authentisches Produkt, wie Naturstein, auf dem wir tatsächlich täglich in unserer Backstube unsere süßen Köstlichkeiten zaubern, verarbeitet von Steintechnik Reinisch, das inzwischen zur österreichischen Elite in diesem Bereich zählt, ist natürlich auch für mich eine perfekte Kooperation, für die ich gerne zur Verfügung stehe.“

[www.steinreinisch.at](http://www.steinreinisch.at)



# LEBENS RAUM

Für jeden die richtige Küche gibt's, ganz klar, bei den Küchenspezialisten von MHK!

## MHK. MEIN KÜCHENSPEZIALIST

Wir, die MHK Group, sind der führende Einkaufs- und Dienstleistungsverband für mittelständische Küchenfachhändler. 3.400 x in Europa, 176 x in Österreich. Was uns auszeichnet: das rote Dreieck ▽.

Als MHK Partner profitieren Sie von:

- ▽ gebündelter Power für langfristige Wettbewerbsfähigkeit
- ▽ einem starken Netzwerk zwischen Industrie und Handel
- ▽ Sicherheit durch eine Zentralregulierung
- ▽ einem 100% sicheren Bonus
- ▽ attraktiven Eigenmarkenkonzepten

**MHK**  
MEIN KÜCHENSPEZIALIST

MHK Österreich GmbH & Co. KG  
Oberndorfer Straße 35/19 | 5020 Salzburg  
+43 (0) 662 276 265 -0  
office@mhk.at  
[www.mhk-oesterreich.at](http://www.mhk-oesterreich.at)



**AKTION  
-30%**  
AUF AUSGEWÄHLTE  
MARKISEN

## MARKISENAKTION. FUNNY SUMMER

Bis 31. Oktober 2022 erhalten Sie -30 % auf ausgewählte Markisen!

Solange der Vorrat reicht.



LIDO TRAGROHRMARKISE



LIDO-HALBKASSETTE



LUNA KASSETTENMARKISE

VALETTA Sonnenschutztechnik GmbH  
Salzburger Straße 199 | 4030 Linz  
T. +43 732/38 80- 0 | office@valetta.at



QUALITÄT AUS ÖSTERREICH SEIT 1960

WWW.VALETTA.AT

## LEUTE

### Fissler: Harald Bauer startet als Sales Director EMEA



Mit Anfang März übernahm Harald Bauer die Sales Direktion der EMEA-Region bei Fissler. Zusätzlich gehört er fortan dem Group Leadership Team an. Fissler heißt den aus Österreich stammenden Harald Bauer in der Position des Sales Directors der EMEA-Region willkommen. Bauer kann auf Branchenerfahrung u.a. bei Kindermöbelhersteller Stokke verweisen. Davor war Bauer einige Jahre als Verkaufsmanager und später als Verkaufsdirektor auf globaler Ebene bei BHD International, beschäftigt.

Die Neubesetzung ist Teil der neuen Unternehmensstrategie, welche eine Fokussierung auf zentrale Produktkategorien, Kernmärkte, Innovationen und Marketing beinhaltet. Klares Ziel ist es, die Position als einer der weltweit führenden Hersteller von hochwertigem Kochgeschirr zu stärken. Dies umfasst auch signifikante Veränderungen sowohl des Managementteams in der in Idar-Oberstein ansässigen Unternehmenszentrale als auch im Management der internationalen Tochtergesellschaften. Ein neues Büro in Frankfurt am Main soll darüber hinaus die Talentakquise zur Umsetzung der neuen Strategie begründen.

[www.fissler.at](http://www.fissler.at)

### Novy: Francis Gistelincq übernimmt



Wechsel bei Novy: Francis Gistelincq (vorne rechts) übernimmt die Geschäftsführung von Carlos Wanzele (vorne links).

Mit September gibt es einen Geschäftsführerwechsel bei Novy International. Carlos

Wanzele verlässt Novy um sich neuen Herausforderungen zu widmen, ihm folgt ab September 2022 Francis Gistelincq. Insgesamt acht Jahre hat Carlos Wanzele die belgische Premiummarke in Kuurne zu starkem Wachstum und beeindruckendem Erfolg geführt. Die Bilanz kann sich sehen lassen: Der konsolidierte Umsatz stieg von 45 Mio. Euro im Jahr 2014 auf mehr als 100 Mio. Euro 2021.

Zum Erfolg des belgischen Dunsthauben-Spezialisten hat Francis Gistelincq sehr deutlich beigetragen, der Novy seit 2016 als internationaler Vertriebsleiter unterstützt. Ab September wird der erfahrene Manager dann als CEO die weitere Entwicklung von Novy verantworten.

[www.novy.com](http://www.novy.com)

### DER KREIS: Florian Glaser startet durch



Seit Anfang März ist Florian Glaser in der Position des Regionalleiters bei DER KREIS in Österreich tätig. Glaser ist bereits seit seiner Berufsausbildung erfolgreich in verschiedenen Positionen in der Küchenbranche sowie im Vertrieb tätig. Gemeinsam mit Geschäftsführer Martin

Oberwallner wird er den Ausbau und den Erfolg des Unternehmens in Österreich weiter fortsetzen.

Martin Oberwallner, DER KREIS-GF: „Wir freuen uns, mit Florian Glaser einen Branchenprofi mit langjähriger Erfahrung für das Team von DER KREIS gewonnen zu haben und wünschen ihm einen guten Start in der neuen Position.“

[www.derkreis.at](http://www.derkreis.at)

Alle Branchen-News topaktuell auf [www.wohninsider.at](http://www.wohninsider.at)

UKRAINE-KRIEG: WIE GEHEN WIR DAMIT UM?

## Interview mit Mag. Gabriel Schandl zum aktuellen Thema Ukraine

**wohnsider: Wie kann man im Job die erwartete Performance bringen und sich trotz der beklemmenden Nachrichten aus der Ukraine dafür motivieren?**

**Mag. Gabriel Schandl:** Das, worauf wir unsere Aufmerksamkeit lenken, wird größer. Es ist gut informiert zu sein, aber es macht wenig bis keinen Sinn, sich nur noch mit den Nachrichten zu konfrontieren, die uns zu recht traurig machen und ängstlich werden lassen. Der Fokus sollte stattdessen darauf sein, was wir selbst in der Hand haben. Den eigenen Gestaltungsbereich zu fokussieren und darin zu wirken, kann schon im kleinen etwas bewirken. Sich vorher die richtigen Fragen zu stellen ist hilfreich und abseits des Positiv-denkens eine realistischere Version der Handlungsorientierung.

Konkret:

- ▶ Was kann ich (heute Gutes) tun?
- ▶ Wie kann ich aktuell meinen Job bestmöglich machen?
- ▶ Wem kann ich unmittelbar helfen, auch Kollegen oder Kunden?
- ▶ Wie kann ich dazulernen, um noch besser zu werden?

**Wie gelingt es, die eigenen Karriereziele dennoch im Auge zu behalten?**

Fokus, Fokus, Fokus. Wie eine Handykamera aktiv vom Besitzer gelenkt wird, genauso verhält es sich mit unserer Aufmerksamkeit: Womit „füttern“ wir sie? Was zeigen wir ihr? Sich kurzfristige Ziele zu setzen und in deren

Richtung aktiv zu werden macht weiterhin Sinn und erhöht den Grad an Selbstbestimmung. Warum sollten wir diese komplett aufgeben und durchs Jammertal torkeln nur weil sich ein Wahnsinniger erdreistet, in ein friedliches Land einzumarschieren und gleichzeitig dem Westen zu drohen. Wir alle sind gerade jetzt gefordert, unser Bestes weiterhin zu geben. Jede andere Alternative hätte nur zusätzliche negative Auswirkungen auf unseren schon heftig gebeutelten Alltag, vor allem auch nach zwei Jahren Pandemie.

**Inwiefern sollten Führungskräfte den Ukraine-Krieg thematisieren, auch wenn das Unternehmen nicht von wirtschaftlichen Auswirkungen betroffen ist?**

Einerseits macht es Sinn, mit dem Team ins Gespräch zu gehen und über mögliche Ängste oder Sorgen zu sprechen. Andererseits sollte dabei immer beachtet werden, dass die Denkrichtung eine konstruktive bleiben sollte. Über mögliche Hilfen zu reden, wie z.B. Airbnb Wohnungen zu buchen in der Ukraine, sie zu bezahlen, aber nicht hinzufahren, kann durchaus Sinn machen. Ein realistischer Optimismus ist gefragt, den die Führungskräfte zuerst für sich selbst umsetzen sollten und gleich danach für und mit ihren Mitarbeitern.

**Wie können Führungskräfte ihren Mitarbeitern besonders vor dem Hintergrund der belastenden Ereignisse Orientierung geben?**

Es sind die Klassiker der zwischenmenschlichen Kommunikation, die gerade jetzt wieder neu gefragt sind: Empathie, Fragen, aktiv zuhören, lösungsorientierte Denkrichtung. Handlungsorientierte Kommunikation, die deeskaliert anstatt weiter aufzuputschen. Auch wenn die Wenigsten von uns gelernt haben, mit Konflikten und Emotionen sinnvoll umzugehen, ist jetzt genau dafür die richtige Zeit. Gemeinsam reflektieren, die Richtung vorgeben und den Weg dorthin gemeinsam erarbeiten: Das ist es, was aktuell dringend notwendig ist.

**Die Flüchtlingsbewegung könnte zu Kontroversen unter Kollegen führen: Welche kommunikativen Wege gibt es, um Meinungsverschiedenheiten zu begegnen?**

Man kann sich einigen, unterschiedlicher Meinung zu sein. Und gleichzeitig das Verbindende und Gemeinsame suchen. Das braucht mentale Flexibilität. Heute früh hatte ich eine Diskussion mit einer Bürokollegin und wir waren unterschiedlicher Meinung. Der Satz, der allerdings am meisten geholfen hat, war: „Ich verstehe dich.“ Das bedeutet noch nicht, dass ich dem Gesagten zustimme. Aber es signalisiert Bereitschaft, in die Gedankenwelt des Anderen einzutauchen und sie zu respektieren, anstatt nur die eigene Wahrheit zu formulieren. Schwierig wird es mit Kollegen und generell Menschen zu diskutieren, deren Meinung so aussieht: „Es gibt zwei Wahrheiten, meine und die falsche.“ ■

### Gabriel Schandl



Gabriel Schandl ist Wirtschaftswissenschaftler (Linz, Siena) und Leistungsforscher. Als leidenschaftlicher Keynote-Speaker und engagierter Coach unterstützt er Menschen, Unternehmen und Teams, ihr Bestes zu geben. Der Constantinus Kategorie Sieger ist Buchautor und wurde von der National Speakers Association mit dem CSP geehrt, dem „Certified Speaking Professional“, der höchsten Auszeichnung in der Redner-Branche. Das Magazin „Erfolg“ zählt ihn zu den

Top 100 Erfolgstrainern im deutschsprachigen Raum. Von ihm stammt der Begriff und das Konzept des „Leistungsglücks“, welches er in seinen Vorträgen weltweit eindrucksvoll darstellt.

**Kontakt:**

Mag. Gabriel Schandl e.U.  
General-Keyes-Straße 19/7  
A-5020 Salzburg  
www.gabrielschandl.com

## BRANCHENRADAR

## „MACHT EUCH ENDLICH UNVERGLEICHBAR“

Der Küchenmöbelmarkt im Vorjahr lief exzellent, zeigen die Analysen von BRANCHENRADAR. Damit sich Hersteller und Händler auch in den kommenden Jahren auf ertragreiche Zeiten einstellen können, bedürfe es jedoch eines Umdenkens und wohlüberlegten Handelns, analysiert GF Mag. Andreas Kreutzer. VON GERHARD HABLICZEK UND LILLY UNTERRADER

**D**as vergangene Jahr war in mehrfacher Hinsicht beispielgebend und richtungweisend, wie Andreas Kreutzer, Inhaber und Geschäftsführer von BRANCHENRADAR im Gespräch mit wohninsider Mitte April unterstreicht. So gab es einerseits eine Absatzsteigerung bei Küchenmöbeln von 7,9 % gegenüber Vorjahr, der Umsatz ist sogar um 11 % gewachsen.

Viel bedeutsamer ist für Kreutzer jedoch eines: „So deutlich wie nie hat sich 2021 am österreichischen Markt gezeigt: es geht in eine klare Teilung des Marktes markenseitig. In den Küchenstudios haben mittlerweile ewe/fm und DAN knapp 75 % Marktanteil. In der Großfläche haben die vier stärksten Produzenten (Schüller, nobilia, Ikea und Nolte) 88 % Marktanteil.“ Heißt im Klartext, so Kreutzer: „Am heimischen Markt sind die Claims abgesteckt. Jeder, der da rein will, muss sich dieser immensen Marktmacht bewusst sein und braucht einen guten Plan oder wirklich unverwechselbare Produkte!“ USPs und intelligente Konzepte seien daher mehr denn je gefragt: „Es wird einfach nicht reichen, das Design der Küche über die Griffe, die in der Regel sogar zugekauft werden, zu definieren.“ Vielmehr brauche es ein sehr gezieltes Vorgehen. „Die deutschen Hersteller, die in den österreichischen Markt drängen, müssen sich daher vorher die Frage stellen: ‘Was kann ich bieten, was ein ewe/fm oder ein DAN nicht bieten können.’“

### Warum werden Laden noch als Laden verkauft?

Überlegungen, die laut Kreutzer jedoch auch die heimischen oder hier schon etablierten Küchenmöbelhersteller anstrengen sollten. Denn, „wir gehen in den kommenden Jahren von einer stagnierenden Entwicklung aus. So haben die Pandemie-Jahre einen relativ starken Anteil an Austausch- und Ersatzgeschäft gebracht, was zu einem Gutteil auch Vorziehkäufen geschuldet

KÜCHEN   Österreich				
	2018	2019	2020	2021
<b>Marktentwicklung Küchen total   zu Herstellerpreisen</b>				
<b>Umsatz   in Mio. Euro</b>	<b>478,2</b>	<b>491,8</b>	<b>517,3</b>	<b>577,3</b>
<b>Abw. geg. VJ in %</b>	-	2,9	5,2	11,6
<b>davon ...</b>				
<b>Küchenmöbel   in Mio. Euro</b>	<b>389,9</b>	<b>400,6</b>	<b>421,3</b>	<b>467,9</b>
<b>Abw. geg. VJ in %</b>	-	2,7	5,2	11,1
<b>Küchenarbeitspl.   in Mio. Euro</b>	<b>63,7</b>	<b>67,4</b>	<b>70,8</b>	<b>81,4</b>
<b>Abw. geg. VJ in %</b>	-	5,9	5,0	15,0
<b>Küchenspülen   in Mio. Euro</b>	<b>24,6</b>	<b>23,8</b>	<b>25,2</b>	<b>28,0</b>
<b>Abw. geg. VJ in %</b>	-	-3,3	6,1	10,8
<b>Quellen:</b>				
BRANCHENRADAR Küchenmöbel in Österreich 2022				
BRANCHENRADAR Küchenarbeitsplatten in Österreich 2022				
BRANCHENRADAR Küchenspülen in Österreich 2022				

„Alle, die in den österreichischen Markt drängen, müssen sich der immensen Marktmacht der hier etablierten Marken bewusst sein. Um in Österreich Fuß zu fassen, braucht es eine echte Unverwechselbarkeit!“

sein dürfte. Nun gebe es 2022 und 2023 zudem auch eine Delle bei der Zahl der Neubauten, steigende Rohstoffpreise und die unsichere Situation in der Ukraine tun ein Übriges.

Für die Möbelindustrie kann das nur heißen, daran zu arbeiten, wie man die Wertigkeit der eigenen Produkte erhöhen könne. Kreutzer

wird einmal mehr deutlich: „Ich verstehe einfach nicht, warum gibt es überhaupt noch Küchen ohne Ordnungssysteme? Warum werden noch Laden als Laden verkauft? – Diese Laden sollen ja einen Zweck erfüllen, daher sollte man sich als Küchenmöbelhersteller mit diesen Dingen auseinandersetzen und entsprechende Konzepte entwickeln. Und zwar Konzepte



Andreas Kreutzer appelliert an die Küchenmöbelindustrie: „Warum gibt es überhaupt noch Küchen ohne Ordnungssysteme? Warum werden noch Laden als Laden verkauft? – Denkt mehr aus der Sicht der Konsumenten!“

und Lösungen, die selbst entwickelt und damit nicht für alle zugänglich sind, um sich von den anderen abzuheben!“ Sein Aufruf ist klar: „Hier braucht es Visionen. Bei der Digitalisierung und Motorisierung der Innenleben ist die Beschlagsindustrie ein williger Verbündeter. Kreiert neue Ordnungssysteme, entwickelt exklusive Mechaniken. Um es kurz zu machen: Denkt mehr aus der Sicht der Konsumenten!“

### Blick auf die aktuelle Entwicklung

Zugegebenermaßen hat das Jahr 2021 die meisten Hersteller erfolgsverwöhnt. Mit einem Plus von 11,6 % konnten 577,3 Mio Euro Umsatz erwirtschaftet werden. (Bei den Zahlen handelt es sich jeweils um Herstellerpreise.) Nach einer notwendigen Anpassung bei BRANCHENRADAR bei der Modellrechnung von Küche/Schränke (eine Küche entspricht nun durchschnittlich 8,74 Einzeilmöbeln) heißt das in etwa 210.000 verkaufte Küchen in 2021. In jedem Fall handelt es sich dabei um einen Rekordwert, so Andreas Kreutzer. Davon entfielen mehr als 50 % auf Lackküchen, die nach wie vor stärker wachsen als andere Fronten. Massivholz-Küchen und furnierte Oberflächen machen aktuell insgesamt einen Umsatzanteil von etwa 11 % aus, überraschenderweise wieder etwas im Kommen, (nicht zuletzt durch deutsche Hersteller in der Großfläche, so Kreutzer) sei die Folie (bei einem trotz allem geringen Gesamtanteil von rund 5 %).

Wie schon in den Jahren davor verfestigte sich auch hier ein klarer Trend: Der Wert einer

Küche misst sich immer weniger an den Möbeln, sondern immer mehr an den Komponenten. Immer mehr Küchen würden mit exklusiven Platten ausgestattet, wobei hier vor allem Natursteinplatten hoch im Kurs sind. Ein ähnliches Bild zeigt sich bei hochwertigen, bündigen Spülen und Accessoires sowie entsprechenden Armaturen. Kreutzer: „Was die Möbelhersteller scheinbar nicht verstehen, dass jene Komponenten einer Küche, die man früher ‘mitgeliefert’ hat, ihnen nun den Rang ablaufen.“ Bei diesen Herstellern sei bereits sehr viel passiert, sie konnten die Gunst der Konsumenten bereits gewinnen, so Kreutzer.

### Und wie geht es mit den Preisen weiter?

Im vergangenen Jahr gab es eine durchschnittliche Preiserhöhung um 3 %. Für heuer gehen Kreutzer und sein Team von einer weiteren Verteuerung von etwa 5 % und nächstes Jahr von 3 % aus. Aus heutiger Sicht freilich, weil die aktuelle Situation sehr unberechenbar sei. Trotz allem glaubt Kreutzer nicht an eine von manchen kolportierte Preissteigerung von bis zu 20 %. Und selbst wenn es dazu kommen sollte, würde sich der Marktpreis nicht entsprechend erhöhen, weil die Konsumenten dann wieder zu günstigeren Produkten greifen würden. Und so warnt er: „Die Hersteller müssen aufpassen, um wie viel sie die Preise erhöhen, denn sonst könnte es passieren, dass wieder mehr Kunden zu den günstigeren Filialisten abwandern...“

[www.branchenradar.com](http://www.branchenradar.com)

**MEHR SERVICE.  
MEHR ERFOLG.**

„Digitalisierung ist in aller Munde und doch zögern viele Unternehmen noch. Als MZE sehen wir unsere Aufgabe darin, unseren Mitgliedsbetrieben Digitalisierungsbausteine bereitzustellen, die unmittelbare Effekte zeigen. Kostensensibel und einfach in der Implementierung. Niemand muss zum Digital-Experten werden – dafür gibt es das Team bei MZE.“

Andreas Hemetsberger  
 MZE Möbel-Zentral-Einkauf GmbH  
 Geschäftsleiter Österreich · Südtirol

MONTANA

# „Es braucht Stühle, die nachhaltig sind“



Montana und Jens Martin Skibsted surfen mit „Marée“ gemeinsam auf der Welle von Design und Nachhaltigkeit. Für die Stuhlserie aus recyceltem Material setzt der mehrfach preisgekrönte Designer auf (s)einen rationalen Ansatz und maximale Reduktion, und sieht Ästhetik als einen Schlüssel für nachhaltig gestaltete Produkte. *Von Sylvia Pilar*

„Mein Zugang ist ein sehr rationaler. Ein Produkt muss vor allem funktional sein.“

Jens Martin Skibsted, mehrfach preisgekrönter Designer und Gestalter der Stuhlserie „Marée“ von Montana

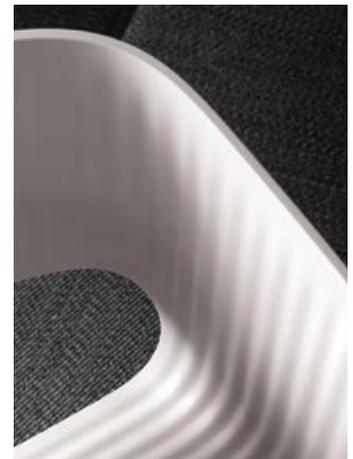
wohninsider: Marée ist der erste Sessel aus Ihrer Designfeder für Montana. Welche Intention steckt dahinter?

**Jens Martin Skibsted:** Ich habe schon zuvor Stühle für andere dänische Unternehmen designt, allerdings mit meiner Designergemeinschaft. Marée ist der erste Stuhl komplett aus meiner Designhand und der erste 100 %ige Montana-Stuhl, der außerdem in acht Montana-Farben gestaltet wurde. Montana ist an mich herangetreten, eine Designidee für eine Stuhlserie zu entwickeln und umzusetzen. Daher ist es nicht nur ein Stuhl und als Stuhlserie musste auch das Zusammenspiel der einzelnen Produkte und der verschiedenen Einsatzszenarien mitbedacht werden. Einige der Stühle sind mehr für den Office-Bereich gedacht, andere mehr für den Einsatz in Restaurants, manche sind Hybride, multifunktionale Produkte, beispielsweise für Bespre-

chungsräume. Die Herausforderung und das Ziel war es, Stühle für alle und alles zu gestalten, und das ist gelungen. Die Anzahl von acht kuratierten Farben aus dem Montana-Portfolio, an Beinvarianten und Möglichkeiten bei Bezugstoffen eröffnet eine große Variantenvielfalt und der Stuhl lässt sich individuell gestalten.

Wie war der Designprozess?

Ganz so wie ich designe. Ich gestalte sonst primär Fahrräder und Transportmittel, bin also in einem ganz anderen Bereich unterwegs. Es geht bei mir weniger um einen Formfaktor. Mein Zugang ist ein sehr rationaler. Ein Produkt muss vor allem funktional sein. Bei Fahrrädern ist die strukturelle Stabilität wichtig und ich versuche immer, Material wegzulassen. Dieser Ansatz ist auch bei der Gestaltung des Stuhls eingeflossen. Wenn man Marée betrachtet, ist er ein funktionales Diagramm. Es ist klar, wo die



Raffiniert und rational ist der Ansatz, klar und reduziert auf das Wesentliche das Design von „Marée“, entworfen von Jens Martin Skibsted.

„Mein Ansatz war es, Material größtmöglich zu entfernen und wegzulassen. Ein Weg dafür sind die wellenförmigen Elemente.“



Die Sitzfläche ist zu 100 % aus recyceltem Kunststoff, das rationale und klare Design ergänzen acht kuratierte Farben aus der Montana-Palette.

Armlehnen, die Beine, die Rückenlehne sein müssen. Bei aller Funktionalität braucht es natürlich auch ästhetische Details, sodass der Stuhl optisch ansprechend und auch komfortabel ist. Diese Reduktion ohne Abstriche bei Ästhetik und Komfort war ein langer Prozess.

Wie lässt sich angesichts der gegebenen Vielfalt der Sessel noch innovieren?

Einen Stuhl zu gestalten ist für eine:n Industriedesigner:in wie als Grafikdesigner:in eine neue Schriftform zu kreieren. Es verlangt große Detailverliebtheit, um das Produkt einzigartig zu machen. Mein Ansatz war es, Material größtmöglich zu entfernen und wegzulassen. Ein Weg dafür sind die wellenförmigen Elemente, die aussehen wie Wellen am Strand, dem Stuhl seinen Namen „Marée“, französisch für „Flut“, verleihen, aber eigentlich ein strukturelles Element sind. Ich bin in Paris und frankophonen Städten aufgewachsen, wo diese Form verwendet wurde, um kosteneffizient stabile Produkte zu fertigen. Daraus habe ich Inspiration gezogen, schlussendlich ist mein Design aber weniger industriell, sondern mehr poetisch, um größtmöglichen Sitzkomfort zu gewährleisten und die Stühle so ästhetisch zu gestalten, dass sie alle Geschmäcker ansprechen.

Nachhaltigkeit ist ein ganz wichtiger Faktor, um ein Produkt bedeutsam für den Markt zu machen.“

Welches Material kommt zum Einsatz?

Für die Sitzschale verwenden wir Polypropylen, aber 100 % recyceltes Polypropylen, und bei Marée lassen sich alle Elemente auseinander nehmen, um die volle Recyclebarkeit zu ermöglichen. In Zusammenhang mit der Frage nach der Möglichkeit von Stuhl-Innovationen ist meine Antwort einfach: Es braucht Stühle, die nachhaltig sind.

Wie schwierig ist es, mit recyceltem Material zu arbeiten?

Es macht nur einen geringen Unterschied. Wer recycelte Materialien verwenden will, findet Wege. Ich sehe es nicht als große Herausforderung und Designer:innen sind sich ihrer Verantwortung für den Planeten bewusst. Design ist nicht nur nutzer:innenzentriert, sondern wird immer stärker Planeten-zentriert. Das ist auch mein

Designweg. Es gibt viele Möglichkeiten, um nachhaltig zu agieren, die ausgeschöpft werden können und sollten.

Ist Nachhaltigkeit ein wichtiger Faktor? Muss sie selbstverständlich werden und sein?

Nachhaltigkeit ist ein ganz wichtiger Faktor, um ein Produkt bedeutsam für den Markt zu machen. Früher war es wichtig zu betonen, dass ein Produkt höchste Qualität hat. Heute wird danach nicht mehr gefragt, denn wenn es diese nicht hätte, würde es nicht so gut verkaufen. Nachhaltigkeit sollte genauso selbstverständlich sein. Die Entwicklung geht in diese Richtung. Es ist denkbar einfach: Ein Kriterium für gutes Design ist Nachhaltigkeit. Bei der Gestaltung nachhaltiger Produkte darf kein Kompromiss bei hedonistischen und ästhetischen Aspekten eingegangen werden. Es ist essenziell, ein Produkt optisch ansprechend zu gestalten, nicht nur damit es am Markt gut angenommen wird, sondern auch damit es Konsument:innen lange Freude bereitet. Produkte ästhetisch mit Weitsicht zu gestalten, sodass sie noch in vielen Jahren gefallen, ist ein Weg, nachhaltige Produkte zu gestalten.

[www.montanafurniture.com](http://www.montanafurniture.com)



Vom Privat- über den Restaurant- bis zum Office-Bereich ist „Marée“ für alles gemacht und geeignet.

PLATZHIRSCH HOME LIVING

## Stil sei Dank



Bernhard Achleitner  
Geschäftsführer  
Küchenring Austria  
Gschwendt 101, A-5342 Abersee  
M: +43 664 2119777  
achleitner@kuechenring-austria.at

Das Vorarlberger Wohnstudio Platzhirsch erhebt das Einrichten zur Kunst.



„In unserem Schauraum kann man mit allen Sinnen auf Erkundungstour gehen.“

Susanne Messmer, Inhaberin des Wohnstudios Platzhirsch

Wohnraum ist Identität und Identität bedeutet, sich mit all den Dingen zu umgeben, welche die Persönlichkeit und den Charakter widerspiegeln. Eine passende und stilvolle Einrichtung zu erschaffen ist also keine Selbstverständlichkeit. Gutes Interior Design basiert folglich auf einem ausgeprägten Gefühl für Raum und Form, auf Kreativität und einem umfangreichen Wissen über Farben, Marken und Trends gepaart mit dem notwendigen Einfühlungsvermögen für die Bedürfnisse des Bewohners.

Das elegante Wohnstudio Platzhirsch Home Living in Lochau bei Bregenz mit der größten Minotti Ausstellung Westösterreichs lädt dazu ein, in wunderbare Wohnwelten einzutauchen. Wer schönes Wohnen liebt, ist hier genau richtig, wo sich weitere exklusive Labels wie Poliform, Rimadesio, ClassiCon und Paola Lenti für den Wohnbereich, Treca Paris für hochwertige Schlafsysteme, Poliform und next125 für anspruchsvolle Küchen, Agape und Antonio Lupi für besondere Bäder sowie moderne Outdoor-Möbel von Minotti, Paola Lenti, Gloster, Solpuri bis Desalto aneinanderreihen.

Fotos: Platzhirsch, Hersteller





PAOLA LENTI: Die farbenfrohe Kabà Lounge besteht aus einem 2-Sitzer-Sofa, Sessel und Poufs.

„In unserem Schauraum kann man mit allen Sinnen auf Erkundungstour gehen“, so Susanne Messmer, Inhaberin des Wohnstudios Platzhirsch Home Living. „Es riecht nach Leder, man fühlt und besitzt edle Stoffe und versteht und genießt gleichermaßen, was der Sinn für Geschmack und Leidenschaft hervorbringen kann. Abgerundet wird das ausgesuchte Mobiliar von gefälligen Accessoires, wie Vasen, Schalen und Kerzen bis hin zu versilberten Kerzenleuchtern aus dem Hause Lambert. Wir wollen Design, Qualität und der individuellen Identität auf allen Ebenen gerecht werden.“ Bei all dem Schönen und Edlen ist es Susanne Messmer und ihrem Team aber auch wichtig, das Bewusstsein der Kundschaft in puncto Nachhaltigkeit zu schärfen, denn was gibt es Nachhaltigeres, als qualitativ hochwertige Möbel zu verkaufen, die ein Leben lang halten und zeitlos im Design sind.



DESALTO: Der Tisch Clay im futuristischen Design und die stapelbaren Stühle Koki sind ein Outdoor-Must-Have.



Mit Erfahrung und Fachkompetenz steht das Platzhirsch Team seinen Kunden zur Seite, von der Wahl eines einzelnen Möbelstücks bis hin zur Realisierung umfangreicher Wohnkonzepte. Jeder Mitarbeiter nimmt sich umfassend Zeit für die individuellen Anliegen seiner Kunden. So steht Liebhabern des anspruchsvollen Wohndesigns ein ganzer Strauß an vielseitigen Möglichkeiten bereit. Das Vorarlberger Wohnstudio Platzhirsch ist Mitglied bei Der Küchenring.

[www.platzhirsch.studio](http://www.platzhirsch.studio)



MINOTTI: Stylish Hingucker sind das Roger Sitzprogramm (links) für Indoor und die Lido Cord Lounge (rechts) für Outdoor.

IMM COLOGNE/PURE TALENTS CONTEST



## Ausgezeichnet kreative Design-Newcomer

Praktisch, dekorativ, stimmungsvoll, clever konstruiert und mit nachhaltigem Konzept zu realisieren – die Gewinner:innen des Pure Talents Contest 2022 sind gekürt und die Siegerprojekte beeindrucken.

Eine multifunktionale Tischleuchte, dekorative Garderoben-Elemente und ein aus dem Schulmöbel-Kontext entwickelter Stuhl wurden von der Jury des Pure Talent Contest 2022 als die besten Entwürfe des diesjährigen Nachwuchsdesign-Wettbewerbs ausgezeichnet – drei Entwürfe, die es laut Jury verdient hätten, auf der internationalen Einrichtungsmesse imm cologne im

Rampenlicht zu stehen. Die Jury betonte die große Bedeutung dieser internationalen Bühne insbesondere für die jungen Designer:innen, die es trotz zum Teil schwierigster Bedingungen wie Hochschul- und Werkstattschließungen geschafft hatten, hochwertige Wettbewerbsbeiträge zum Pure Talents Contest einzureichen. Dass die imm cologne auch dieses Jahr pandemiebedingt nicht durchgeführt werden konnte, ist für die jungen Kreativen, die nun wieder auf mediale Plattformen beschränkt sind, besonders schwierig. „Viele neue Produkte wurden in den letzten zwei Jahren rein digital präsentiert, waren aber nie physisch erlebbar. Und bei Design geht es nun einmal um das sinnliche Erleben“, kommentiert Jury-Mitglied Sebastian Herkner die Situation kritisch. Der Designer aus Offenbach bildete mit Designer Marcel Besau (Designstudio Besau-Marguerre) aus Hamburg, dem Unternehmer Norbert Ruf, Creative Director und Geschäftsführer Thonet GmbH, sowie Jennifer Reaves, die Geschäftsführerin DesignFest GmbH, Stuttgart, die hochkarätig besetzte Jury des Pure Talents Contest 2022 mit dessen Gewinner:innen.

Erster Preis für „Helia“ von Stéfanie Kay  
Mit ihrer Leuchte Helia will Stéfanie Kay (F, GB) ein variantenreicheres Licht in den Tagesablauf bringen, indem sie Stimmungs- und Funktionslicht in einem Produkt zusammenbringt. „Ein schöner, simpler, konischer Körper, bei dem mit einer einfachen, selbsterklärenden Geste zwischen einem Ambiente-Licht und einem Spotlight zum Lesen gewechselt werden kann. Eine minimalistische Leuchte mit unterschiedlichen Lichtstimmungen“, begründet



Marcel Besau die Vergabe des ersten Preises an Helia. Die im schräg drehbaren Kopf befindliche Lichtquelle strahlt entweder punktuell zur Seite oder nach unten in den semi-transparenten Leuchtenkörper, über den das Licht diffus gestreut erscheint, wodurch Helia zur skulpturalen Leuchte wird, die einen schwebend wirkenden Lichtkegel erzeugt.

„Helia“ von Stéfanie Kay, eine minimalistische Leuchte mit unterschiedlichen Lichtstimmungen.

Zweiter Preis für „Pebbles“ von Rania Elkalla  
Pebbles („Kieselsteine“) ist ein dekoratives Aufhänger-Set für Alltagsgegenstände mit einem kleinen versteckten Stauraum an der Rückseite und an den Seiten für Kleinigkeiten wie Schlüssel, Lippenstift, Schmuck oder Ähnliches. „Das Garderobensystem hat uns vor allen Dingen durch die Ästhetik, die Farbigkeit und die Materialität überzeugt. Zusätzlich zu der Storage-Funktion entsteht durch die Anordnung mehrerer Elemente ein dekorativer Wandschmuck, der spontan attraktiv wirkt“, beschreibt Jennifer Reaves den Entwurf der ägyptischen Designerin



„Pebbles“ von Rania Elkalla.

Rania Elkalla. Ausschlaggebend für die Auszeichnung war auch die Materialität der Pebbles: Sie bestehen aus Eier- und Nusschalenabfällen, die nicht nur nachhaltig sind, sondern auch eine haptisch wie optisch spannende, Mineralien-artige Qualität besitzen und dem Wohn-Accessoire einen einzigartigen Charakter verleihen.

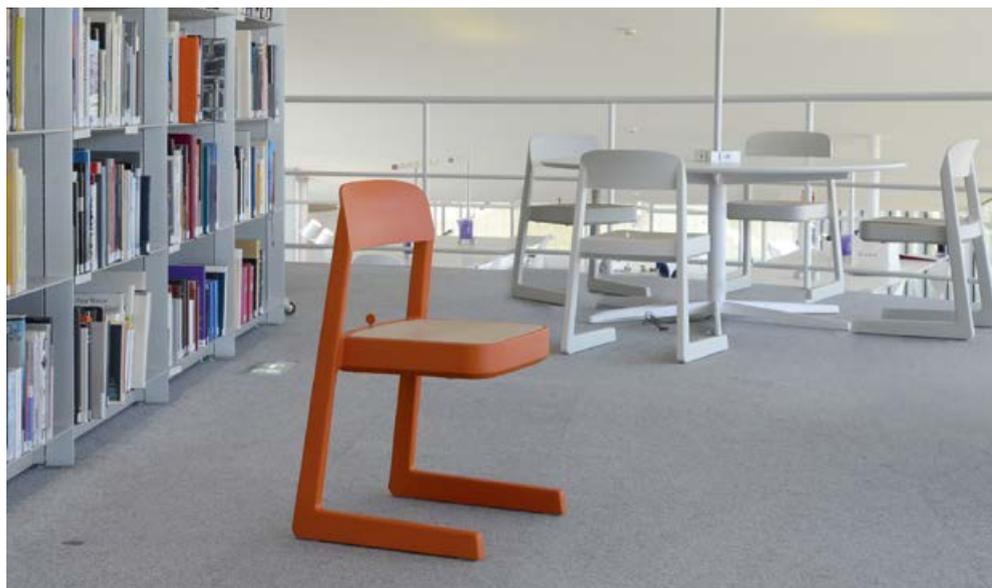
Dritter Preis für „Clap“ von François Lafortune  
Clap ist ein stapelbarer, zu Reinigungszwecken auf Tischen lagerbarer Stuhl in robuster Konstruktionsweise mit einem unter der aufklappbaren Sitzfläche integrierten, abschließbaren Fach. Der Entwurf des französischen Designers François Lafortune ist eine Studie zur individuellen Nutzung öffentlicher Möbel. „Der Stuhl greift eine in Schul- und Lehrkontexten sehr bekannte Möbelpologie auf und löst sie gestalterisch wie auch detailorientiert sehr elegant“, so Norbert Ruf. Ein sehr funktionaler Entwurf, der prinzipiell aus vielen Materialien umsetzbar erscheint und durch die gute Reparierbarkeit und leichten Trennung seiner Elemente nachhaltig erscheint. Ruf: „Die ästhetische Ausprägung dieses Entwurfs nimmt

den Stuhl aber auch aus dieser sehr starken Schulprägung heraus und ermöglicht es ihm, in andere Kontexte wie Co-Working oder ein privates Umfeld einzutauchen.“

## Große Kreativität

„Wir gratulieren allen Gewinnern und Gewinnerinnen des diesjährigen Pure Talents Contest“, erklärt die Direktorin der imm cologne Claire Steinbrück. „Die Kreativwirtschaft hat es in diesen Tagen schwer, mit neuen und innovativen Projekten in die Öffentlichkeit zu gelangen. Gerade junge Talente kämpfen jetzt um einen guten Start ins Berufsleben. Die Nominierten und Gewinnerinnen und Gewinner des Pure Talents Contest können auf ihre Auszeichnungen stolz sein, und ich wünsche allen die Aufmerksamkeit in den Medien und in der Industrie, die sie mit ihrer unglaublichen Kreativität verdienen.“

[www.imm-cologne.de/events/pure-talents-contest](http://www.imm-cologne.de/events/pure-talents-contest)



„Clap“ von François Lafortune.

WAGNER LIVING & STEFAN DIEZ

## Verbindendes Design

Designer Stefan Diez und Wagner Living verbindet vieles. Der kreative Innovationsgeist materialisiert sich in „D2“.

**S**tefan Diez stellt sich und sein Team mit jedem neuen Projekt vor Herausforderungen: Ob Materialien, industrielle Prozesse oder handwerkliches Können, ist der Münchner Designer stets auf der Suche nach innovativen Lösungen – Werte, die den „AW Designer des Jahres 2022“ mit der Stuhlmanufaktur Wagner Living verbinden. Das Ergebnis sind Produkte, die Grenzen verschieben und Genres neu definieren. Die Auseinandersetzung mit dem eigenen Tun und das Verantwortungsbewusstsein, Nachhaltigkeit dauerhaft in der Branche zu verankern, prägen die Arbeit von Diez Office und Wagner Living. Das derzeit ehrgeizigste Projekt des Studios ist das Möbelsystem „D2“, das in Zusammenarbeit mit dem Berliner Architekturbüro Gonzales Haase und Wagner Living entstanden ist.

### Innovative Lösung

Diez Office hat einen Beschlag aus Nylon entwickelt, mit dem handelsübliche Aluminium- oder Kartonwabenplatten zu Regalen, Tischen und individuellen Raumlösungen zusammengefügt werden. „D2“ wird nicht als fertiges Möbelstück verkauft, lediglich der Verbinder wird von Wagner Living angeboten. Bei „D2“ geht es also in erster Linie um den Aufbau einer Infrastruktur, die lokale Handwerker:innen, Architekt:innen und Kund:innen miteinander in Kontakt bringt. Transport- und Lagerkosten sollen optimiert werden. Lokale Handwerker:innen werden später auch den Service und die Wartung der Möbel übernehmen. Am Ende soll ein echtes Recycling der Möbel erreicht werden.

### Im Spotlight

Das Möbelsystem wurde erstmals als Pilotprojekt im Bureau Mirko Borsche in München umgesetzt.



„Stefan Diez ist ein Designer, der von Anfang an verstanden hat, dass es bei unserer gemeinsamen Zusammenarbeit um viel mehr als nur um das Design geht. Alle Produkte verbinden Bewegung (Funktion) und Design auf perfekte Weise.“

Peter Wagner

Daraufhin folgte eine Ausstellung im MAKK in Köln sowie die Ausstattung des WagnerDesignLabs in der Firmenzentrale von Wagner. Das „D2“ Möbelsystem war zudem in der Ausstellung

Erich Dieckmann in Halle zu sehen, wo 270 m<sup>2</sup> an Kartonwabenplatten mit einer stabilen Deckschicht – innen mit Wellenstruktur – verbaut wurden und 96 Kunststoffclips die Platten verbanden, um die 90 m an Aluminiumprofilen angebracht wurden.

### Vielfältig

tritt das Möbelsystem D2 in Erscheinung. Dem Launch eines Low- und Highboard aus Aluminiumwabenplatten im Frühjahr folgt ab Herbst – zur ORGATEC – eine App zur individuellen Konfiguration von D2 in Kooperation mit lokalen Handwerker:innen. Für Architekt:innen und Großprojekte wird das D2 Möbelsystem individuell geplant, Ansprechpartner ist Bernd Wiedmann von Wagner Living.

### Dynamisch besser

Mit „D2“, ausgezeichneten German Design Award Winner 2022 in der Kategorie Excellent Product



Stefan Diez und Peter Wagner mit dem „D1“ Office.



Innovativ: „D2“.

Design - Office Furniture, gelingt ein innovatives Statement Akzent wie mit der „D1“ Drehstuhlfamilie, die aus dem Bürostuhl D1 Office, dem Loungestuhl D1 Low und der Stehhilfe D1 High besteht und für die Stefan Diez das Dondola-Gelenk weiterentwickelte. Bei „D1“ steht dynamisches Sitzen im Vordergrund und Herzstück der Konstruktion ist ein innovativer Mechanismus, der in einem Knoten unter der Sitzfläche integriert ist und die voneinander unabhängige Bewegung von Sitz und Rückenlehne nach vorne und hinten sowie zu beiden Seiten ermöglicht. Wird dieser Knotenpunkt durch das Lösen zweier Schrauben geöffnet, können die für die Bewegung verantwortlichen elastischen Gummipuffer ausgetauscht und gewartet, am Lebensende der Sitz samt Stahlrohrrahmen auf die gleiche Weise vom Knotenpunkt und Dreh-

kreuz getrennt werden. Durch die Verwendung hochwertiger Materialien, die sich sortenrein trennen lassen und die Möglichkeit der Wartung wird die Energiebilanz von „D1“ über die gesamte Lebensdauer deutlich verbessert.

„Was mit einem Produkt am Ende seiner Lebensdauer geschieht, ist genauso wichtig wie sein ursprünglicher Zweck. Die Materialien werden daher unter Berücksichtigung der Materialkreisläufe ausgewählt, in die sie eingebunden sind.“

Stefan Diez



Das WagnerDesignLab mit den Stühlen „D1“-Office und das Möbelsystem „D2“ – umgesetzt bei den Tischen und dem Regal

## Neue Ära

„Stefan Diez ist ein Designer, der von Anfang an verstanden hat, dass es bei unserer gemeinsamen Zusammenarbeit um viel mehr als nur um das Design geht. Alle Produkte verbinden Bewegung (Funktion) und Design auf perfekte Weise“, so Peter Wagner, verantwortlich für Produkt und Marketing. Und der Münchner Designer plant für Wagner ein Coworking-Space zum Salone in Mailand, welches anschließend – ab Ende Juni – in der Designpost in Köln zu sehen sein wird. Das Möbelsystem „D2“ beweist damit auf beste Weise, wie individuell, flexibel und nachhaltig es eingesetzt werden kann. Es wird wiederverwendet, weiterentwickelt und wenn nötig, in den Kreislauf zurückgeführt werden. Der „alte“ Messebau ist überholt, es entsteht eine neue Ära mit Wiederverwendung. Wagner leistet hier einen großen Beitrag an Innovation und Nachhaltigkeit.

[www.wagner-living.de](http://www.wagner-living.de)

SIEMATIC

# Endspurt zur eurocucina 2022

Aktuell laufen die Vorbereitungen für die Mailänder Möbel- und Küchenmesse Salone del Mobile / Eurocucina 2022 im Juni auf Hochtouren. So auch bei SieMatic im ostwestfälischen Löhne und im Herzen von Mailand.

Erleben Sie eine Premiere und entdecken Sie eine neue Welt. Parallel zur Eurocucina lädt SieMatic unter dem Messemotto „Eine neue Opulenz. Eine neue Simplizität. Eine neue Welt.“ auf eine emotionale Reise in eine neue Stilwelt ein. Eine Welt, die mit ihrer visionären Formensprache aus der Simplizität geometrischer Formen und der Opulenz expressiver Materialien einen inspirierenden Einblick in die Zukunft der Premium- und Luxusküchen von SieMatic gibt. Neben persönlichen Gesprächen freuen sich die internationalen Partner und das Messeteam auf eine neue Stilwelt, neue Produkte und ein neues Planungskonzept für internationale Studios, das in Mailand bei SieMatic Monte Santo Weltpremiere auf rund 400 m<sup>2</sup> haben wird.

„Wir freuen uns sehr über die extrem gute Messeresonanz auf der KBIS 2022 im Februar in Orlando und sind gespannt auf die Reaktionen unserer globalen Partner auf die Präsentation in Mailand. Schade, dass der etablierte April-Termin zur 60. Salone verschoben werden musste. Trotz der zeitlichen Nähe zu unserer internationalen Hausmesse SieMatic ID Days 2022 im September, Mailand ist für SieMatic auch im Juni gesetzt. Salone / Eurocucina sind für uns die wichtigste Fachmesse des Jahres und ich freue mich extrem auf persönliche Gespräche und besondere Momente mit prospektiven und langjährigen Partnern.“

Daniel Griehl, CEO SieMatic

## Messezeiten für Mailand, 07.-12.06.2022

SieMatic Monte Santo, Viale Monte Santo 8, 20124 Milano

07.-08.06., 10:00-16:30 Uhr

07.-08.06., 18:30-22:00 Uhr, „Special guests – on invitation only“

09.-11.06., 10:00-21:00 Uhr

12.06., 10:00-17:00 Uhr

SieMatic freut sich auf bestehende Partner und auch auf neue Kontakte aus Österreich. Terminvereinbarungen bitte unter [c.mayer@siematic.at](mailto:c.mayer@siematic.at) mit Christoph Mayer, SieMatic Verkaufsleiter Österreich.

**SieMatic**  
Save the Date

**Eine neue Opulenz.  
Eine neue Simplizität.  
Eine neue Welt.**

Eurocucina 7. - 12.6.2022



## SieMatic punktet

Die neue SieMatic SLX Ceramic erhält den German Design Award 2022 »Winner« in der Kategorie »Excellent Product Design«. Die hochkarätige internationale Jury mit 37 Designexpertinnen und -experten aus zehn Nationen würdigt damit die hervorragende und vorbildliche Gestaltungsleistung und hohe Differenzierung im Wettbewerb. Der German Design Award ist der Premiumpreis des Rat für Formgebung. Mit seinem weltweiten Spektrum und seiner internationalen Strahlkraft zählt er branchenübergreifend zu den angesehensten Awards der Designlandschaft. Zum inzwischen zehnten Mal identifiziert der German Design Award maßgebliche Gestaltungstrends, präsentiert sie einer breiten Öffentlichkeit und zeichnet sie aus. So werden jährlich außerordentliche Einreichungen im Produktdesign, Kommunikationsdesign und der Architektur gekürt.

Inspiration. Made in the Kitchen.

Kreativität beginnt zu Hause – Die neue SieMatic SLX Ceramic bietet besonders viel Freiraum zur individuellen Entfaltung: Die grifflose SieMatic SLX mit Fronten und Arbeitsplatten in unempfindlicher Keramik ist ideal für offene, wohnliche Küchenkonzepte mit besonderem Gestaltungsanspruch. Das beeindruckende, natürlich anmutende Dekor fließt passgenau über die Fugen der praktischen Auszüge hinweg. Diverse Keramikdekore von dezent bis expressiv stehen zur Wahl. Das nach Tagesstimmung wählbare LED-Licht in den Schattenfugen der horizontalen und vertikalen SLX-Griffmulden lässt filigrane Arbeitsplatten dezent schweben oder verleiht der gesamten Küche eine besondere Atmosphäre.

Eindrucksvoll inszeniert diese monumentale SieMatic SLX den starken Schwarz-Weiß-Kontrast und den bewussten Materialmix aus Keramik, Lack und Glas. Die mehrheitlich in weiß gehaltene Küchenplanung der SieMatic SLX Ceramic bildet eine Komposition aus einzelnen Monolithen. Die ganze Szenerie mutet an wie das Werk eines Bildhauers, welcher einzelne Körper proportional in Szene setzt. Die drei Inselblöcke der Küche sind gänzlich in weiße Keramik Syros Blanco gehüllt und werden durch eine schwarze



Barplatte verbunden, welche sich nahezu über die gesamte Länge aller drei Kuben erstreckt und die Horizontale betont. Die mittlere Insel ist ein praktischer Kräutergarten mit einem Pflanzbecken in Keramik. Die gegenüber Kratzer, Feuchtigkeit und Säure unempfindliche Keramik führt ihr Marmordekor über die Fugen der Unterschränke hinweg fort. Die rückwärtige weiße Hochschrankzeile der Küche ist nicht weniger monumental inszeniert, als die drei davor platzierten Inseln. Zwei der Hochschrankelemente sind mit einem leichten Tiefenversprung in Schwarz gehalten. Sie gliedern die physisch aus einem Verbund bestehende, großzügige Wandzeile optisch in fünf Blöcke. In hoher Ästhetik und Flexibilität verbergen sich, wenn sie nicht genutzt werden, die kleine Teeküche zu Beginn der lotusweißen Hochschrankzeile und ein Geräte-Quintett hinter praktischen Einschiebetüren. Die grifflosen Türen öffnen auf sanften Druck und lassen sich seitlich einschieben. Ein hoch eingebauter Geschirrspüler in dem mattschwarzen Segment gegenüber der Spüle öffnet auf dezentes Klopfen. Die fast blickdichten Vitrinen in Rauchglas geben bei eingeschaltetem Licht einen zarten Blick auf ihr Inneres frei. Der Raum, welcher die Küche umfasst, wirkt aufgrund seines Volumens imposant und hat somit ebenso einen erhabenen Charakter. Er fügt sich proportional in die Gesamtszenerie ein, wirkt der Küche angemessen und hebt die ganzheitliche Qualität der Komposition. »

# DESIGN : TRENDS

Reduziert auf das Wesentliche überzeugt diese SieMatic SLX in Design und Material

Der avantgardistische und überhöhte Quader als Baukörper mit Boden und Wänden in Sichtbeton verlangt nach einer Küche, welche seinem imposanten Erscheinungsbild gerecht wird. Die Antwort bietet eine extrovertierte Küchenskulptur, ganz in Keramik gehüllt. Mit einer beleuchteten, edelstahlfarbenen Griffmulde sowie Fronten, Formwangen und Arbeitsplatte in weißer, stark geadeter Keramik Syros Blanco. Gleichermäßen Ausstellungsobjekt und Küche, lässt sie die ganze Szenerie museal wirken und zieht die Blicke des Betrachters auf sich. Die Faszination der SieMatic SLX Ceramic erstreckt sich vom Gesamterscheinungsbild mit prägnanter Dekorabwicklung über die Fugen hinweg bis zur optisch fast schwebenden Arbeitsplatte in nur 6 mm sichtbarer Stärke. In die Schattenfuge integrierte LED-Lichtbänder sind je nach Tageszeit und Stimmung in der Farbtemperatur und Helligkeit steuerbar.

Mehrfach preisgekrönt bereichert die SieMatic SLX eigenständige Architekturkonzepte

Seit der Markteinführung 2019 ist und bleibt die SieMatic SLX ein internationales Erfolgskonzept und überzeugt Designjurys, Architekten und Endkunden gleichermaßen. Ein Grund dafür ist sicherlich die immense Planungsvariabilität, die ihrer Designphilosophie zugrunde liegt. Ob skandinavisches Design in minimalistischen Weißtönen oder kontrastreiches, ausdrucksstarkes Spiel aus warmen Holztönen und kühlem Edelstahl. Mit ihrer klaren Linienführung und dem großem Varianten-, Material- und Farbspektrum meistert sie jede architektonische Herausforderung und wird ihrer Rolle als Mittelpunkt des Wohnraumes gerecht. Bisher konnte die SieMatic SLX bereits vier hochkarätige Designpreise gewinnen: den ICONIC AWARD 2020: Innovative Interior als „Best of

Best“, den iF Design Award 2020, den Red Dot Design Award 2020 und den German Design Award 2021. Umso mehr freut sich das Design- und Technik-Team von SieMatic, dass die sehr herausfordernde Entwicklung einer SLX in Keramik nun mit dem German Design Award 2022 belohnt wird.

Weltweit richtungsweisend in Design, Funktionalität und Qualität

Aus dem Selbstverständnis und Anspruch des Unternehmens heraus positioniert sich SieMatic in puncto Design, Funktionalität und Qualität an der Spitze. Weltweit vertraut SieMatic auf über 400 sehr gut ausgewählte und qualifizierte Partner mit gut 2.000 Küchenspezialistinnen und -spezialisten. Die SieMatic Designer bringen eine große Kompetenz mit, um aus den Möglichkeiten des Produktportfolios heraus im gemeinsamen Gestaltungsprozess zwischen Berater und Endkunde die jeweils perfekte Küche zu entwickeln. Sie komponieren mit nahezu unbegrenzten Gestaltungsmöglichkeiten der Möbelprogramme, Materialien, Oberflächen, Ausstattungen und je 1.950 Sonderfarben in samtmat und hochglänzend individuelle Küchenträume. Dieser Vorgang ist höchst emotional und soll großen Spaß machen, weil dabei etwas sehr Individuelles entsteht: die SieMatic Küche als Ausdruck der Persönlichkeit und zentraler Lebensraum der anspruchsvollen Kundinnen und Kunden weltweit.

[www.siematic.com](http://www.siematic.com)





Handwerkskunst in Perfektion.



Designlounge ARTEMIS  
mit elektrischer Schlafbankfunktion

## DESIGN TRIFFT KOMFORT.

Inspiziert von der Mid-Century Architektur, präsentiert sich die neue Designlounge ARTEMIS mit klarer Formensprache und puristischer Anmutung. Unterschiedliche Lehnenhöhen sowie eine Vielzahl eleganter Elemente verführen zu kreativen Kombinationen. Die hochwertige Federkern Deluxe Polsterung sowie elektrische Auszüge sorgen für ein einzigartiges Komforterlebnis.



**sedda Polstermöbelwerke**  
Hans Thalermaier GmbH  
Mitterweg 45, A-4702 Wallern  
+43 (0)7249 441-0 | [verkauf@sedda.at](mailto:verkauf@sedda.at)

**Schauraum Wallern**  
Mitterweg 45  
A-4702 Wallern (OÖ)  
+43 (0)7249 441-55

**Schauraum Wien**  
Vorarlberger Allee 28  
A-1230 Wien  
+43 (0)7249 441-280

News & Inspiration.



[www.sedda.at](http://www.sedda.at)

PLANBAR

## DIE JUNGEN WILDEN – Einblicke in die Planbar

Er denkt Prozesse neu und steht für Innovation. – Wir haben uns mit Philipp Baumgartner, Geschäftsführer und Gründer der Planbar (Neumarkt in OÖ), über seinen Weg in der Einrichtungsbranche unterhalten.

**wohnsider: Sie sind noch jung und haben sich in das Abenteuer Möbelfachgeschäft gestürzt? Woher der Mut und was ist Ihre Mission?**

**Philipp Baumgartner:** Ich habe Einrichtungsberater in der Großfläche gelernt und hab es da schnell in Führungspositionen geschafft. Ich war schon während der Lehrzeit Abteilungsleiter. Über die Jahre hat sich der Wunsch entwickelt, eine eigene Firma zu gründen. Es folgte der Umstieg in den Möbelfachhandel als Angestellter samt einer Beteiligung von 50 Prozent an dem Unter-

**Wohnraumplanung. Was können wir uns darunter vorstellen?**

Die Firma „Die Planbar“ wurde vor zwei Jahren gegründet. Mein Ziel war es eine digitale Plattform für Kunden und Möbelhersteller zu etablieren. Kunden sollten dort Inspiration sammeln und einen eigenständigen Einrichtungsstil entwickeln. Es hat sich daraus ergeben, dass vorher Kunden immer mit Inspirationen und Fotos aus Social Media und Möbelhäusern ankamen. Da dachte ich mir, es muss doch eine Möglichkeit geben viele Inspirationen gebündelt in



„Mein Ziel war es eine digitale Plattform für Kunden und Möbelhersteller zu etablieren.“

*Philipp Baumgartner,  
Gründer der Planbar*



„Der Kunde kann bei sich zuhause durch einen Raum gehen und die Visualisierung dort virtuell genießen.“

nehmen. Nach drei Jahren war mir klar, dass ich ein eigenständiges Unternehmen gründen wollte. Ich wollte ein innovatives Konzept entwickeln und verfolgen. Meine Frau hat mich dabei voll unterstützt und so machte ich den nächsten Schritt und gründete die Planbar.

**Sie sprechen in der Planbar von Moodboards und einer eigenen Plattform zur**

einer Plattform zur Verfügung zu stellen. Wir machten uns an die Entwicklung und die Plattform ‚Die Planbar‘ wurde als eigenständige Software-Lösung programmiert. Jeder Kunde kann sich kostenlos anmelden und zigtausende Fotos von Herstellern und Projekten für die eigenen Planungen und Wohnideen nutzen. Es können Moodboards erstellt werden, diese mit Plänen ergänzt und Favoriten mit Herzen geliked werden. Damit rückt die Umsetzungsstärke des Fachhandels wieder ganz nach vorne – denn diese Lösung gibt es in der Großfläche nicht.

**Wie weit ist die Marktreife der Software-Lösung?**

Es gibt eine Whitelabeling-Lösung „Planbar“, die auch andere KollegenInnen aus dem Möbelfachhandel nutzen können. Natürlich ist auch MZE als unser Verband stark eingebettet.

**Wie definieren Sie die optimale Verbindung aus digitalen Tools und persönlichem Service?**

Das digitale Tool soll immer der erste Anlaufpunkt sein. Dann übernimmt der persönliche Service. Ich bin selbst kein EDV-Freak und komme auch nicht aus diesem Bereich – trotzdem bin ich der Meinung, dass dieser Bereich für die Neukundengewinnung und Kundenkommunikation immer wichtiger wird. Auch um Innovationen zu gestalten.

**Sie haben in der Planbar 3D auf ein neues Level gehoben und bieten Virtual Reality-**

## **Rundgänge durch Ihre Planungen. Welche Kunden profitieren davon und ist das mehr als eine Spielerei?**

Der Kunde kann bei sich zuhause durch einen Raum gehen und die Visualisierung dort virtuell genießen. Wir haben alles für mobile Devices und Computer aufbereitet. Diese Visualisierung durch den Kunden auf dem Smartphone oder Computer ist einzigartig am Markt. Unsere Kunden nehmen das sehr gut an. Auch die Generation 50+ findet das Tool richtig toll. Es bietet die Möglichkeit sich von Freunden und Familie Meinungen zur neuen Einrichtungplanung einzuholen. Die Kaufentscheidung wird abgesichert und einfacher. Entscheidet sich der Kunde nach der Planung auch für die Umsetzung mit unserem Unternehmen, schreiben wir die Planungskosten gut.

## **Wie flexibel sollte man als Unternehmer sein, um von digitalen Tools und Neuerungen tatsächlich zu profitieren?**

Man sollte immer offen sein. Uns hat bei der Entwicklung der Software ein Spiele-Entwickler unterstützt, der einen sehr spielerischen Zugang zu Software-Lösungen hat. Das sieht man jetzt in der Oberflächen von ‚Planbar‘. Man muss nicht selbst zum Experten werden, aber sich mit Neuem beschäftigen. Im Tagesgeschäft bleibt nicht immer viel Zeit, aber man muss einfach weiterdenken. Man sollte sich schon Gedanken über die nächsten zwei bis drei Jahre machen. Irgendwann wird der Punkt kommen, an dem unsere Branche wieder nicht mehr so floriert. Dann muss man als Unternehmen bereit sein und die Hausaufgaben gemacht haben! So war das auch bei der Planbar. Ich hätte viel

Budget sparen können, aber jetzt sind wir bereit für die Zukunft!

## **Wie wirkt sich dies auf die Unternehmerpersönlichkeit aus?**

Man entwickelt sich täglich weiter. Kollegen bringen Input und man erkennt neue Potenziale für den Betrieb und die Branche. Jeden bringt es weiter und motiviert es, aus dem täglichen Hamsterrad zu springen und sich an Digitalisierungsprojekten zu erfreuen.

## **Trotzdem haben Sie einen neuen Showroom, der im „real life“ zeigt, was angesagt ist. Warum doch analog?**

Der Schauraum ergänzt die Planbar. Er ist Treffpunkt, Büro und ein wohnlicher Ort, an dem sich Kunden wohlfühlen. Die essenziellen Elemente und Design-Highlights sind hier. Aber der Kunde kauft mich als Planer! Das Produkt und die Hersteller sind nebensächlich. Mein Studio ist ein Gestaltungsraum für diesen Prozess mit Kunden und wird auch regelmäßig als Eventlocation genutzt.

## **Welche Kunden spricht die Planbar an? Wie wichtig finden Sie es, die eigenen Zielgruppen zu kennen?**

Ich finde man kann Zielgruppen heute nicht so klar abgrenzen. Als Fachhändler kann ich Erst- und Zweiteinrichter gleichermaßen ansprechen. Wichtig ist aber eine exakte Bedarfsanalyse mit dem Kunden durchzuführen. Die Planung läuft dann zielgerichtet. Springt der Funke mit einem Kunden einfach nicht über, darf man ihn auch ziehen lassen. Auch das ist für langfristigen Erfolg wichtig. Nicht immer passt es für beide Seiten, das darf man auch so aussprechen.

## **Warum haben Sie sich für MZE als Verband entschieden?**

Für mich ist die Wahl auf MZE zuerst durch die Person Andreas Hemetsberger gefallen. Wir haben uns auf vielen Fachmessen getroffen und unsere Wege haben sich immer wieder gekreuzt. Dabei hatten wir immer eine gute Gesprächsbasis. MZE ist ein führender Verband bei Digitalisierung und so haben wir auch da die optimalen Schnittstellen. Viele Funktionen, wie die Zentralregulierung, machen meinen Alltag wesentlich leichter. Von Anfang an fühlte ich mich hier gut aufgehoben. Alle bemühen sich und legen sich wirklich für einen ins Zeug. Dieses persönliche Vertrauen war für mich dann der ausschlaggebende Punkt.

„Es ist extrem wichtig auf den digitalen Zug aufzuspringen.“

## **Ihr Rat an KollegInnen aus der Branche?**

Das Thema Digitalisierung ist ein großes Thema. Auch wenn man es oft hört und viele es leid sind, ist es extrem wichtig auf den Zug aufzuspringen. Die Kombination aus digitalen Angeboten und persönlicher Betreuung sollte auch im Marketing herausgearbeitet werden. Für alle, die eine Betriebsübergabe planen: Lasst die Nachfolger sich entfalten und gebt ihnen die Chance ihre Vision zu realisieren. Wir alle sollten aufhören in Konkurrenz zu denken. Kooperationen bringen langfristig mehr, um sich für die Zukunft gut aufzustellen.

[www.dieplanbar.online](http://www.dieplanbar.online)



Der Schauraum ergänzt die Planbar.

INTERVIEW MIT DR. GEORG EMPRECHTINGER

## „Furnitoure – Furniture on tour 2022“

In Österreich startet ein neues Messeformat. Die Möbelerzeuger laden zur gemeinsamen „Hausmesse“. wohninsider sprach mit Dr. Georg Emprechtinger, Vorsitzender der Österreichischen Möbelindustrie.



„Vom 20. Juni bis zum 1. Juli 2022 öffnen verschiedene Betriebe unter einem gemeinsamen Label.“

Dr. Georg Emprechtinger, Vorsitzender der Österreichischen Möbelindustrie

**wohninsider: Herr Dr. Emprechtinger, die Österreichische Möbelindustrie plant für 2022 eine eigene Hausmesse. Wie hat man sich das vorzustellen und welches Konzept steht dahinter?**

**Dr. Georg Emprechtinger:** Die Möbelbranche, insbesondere im Mittelstand, benötigt alternative Messeformate. Dazu gehören Präsenzveranstaltungen in einem schönen Ambiente, in dem man Produkte umfassend vorstellen und wichtige Kontakte pflegen kann. Mit der „Furnitoure – Furniture on tour“ setzen wir als Verband der Österreichischen Möbelindustrie ein klares Signal, um Unternehmen und Händler direkt zusammenzubringen. Vom 20. Juni bis zum 1. Juli 2022 öffnen verschiedene Betriebe unter einem gemeinsamen Label ihre Ausstellungswelten für Handelspartner und Insider. Dabei sprechen wir ganz bewusst Hersteller aus Österreich und Deutschland an. Geplant ist ein Konsortium innovativer Marken zu bündeln, um im Verbund Stärke zu zeigen.

**Welche Unternehmen haben bereits zugesagt?**

Namhafte Hersteller wie ADA, Voglauer, JOKA, Anrei, Elastica, Strasser Steine, Bene for Home, sedda, Eberharter Betten, OBJECT CARPET und fm Büromöbel Österreich haben zugesagt. Und natürlich sind wir mit TEAM 7 am Start. Gespräche mit anderen Unternehmen finden gerade statt. Dazu gehören Fertigungsbetriebe aus den Bereichen Living & Küche sowie Office & Objekt, aber auch Zulieferer und Gerätehersteller. Unter Beteiligung der Verbandsmitglieder der Österreichischen Möbelindustrie sowie weiterer Möbelmarken profitieren die Teilnehmer von schlagkräftigen Synergien und hoher Reichweite. Dabei können sie das Rahmenprogramm der Hausmesse nach eigenen Wünschen gestalten. Außerdem begleitet die Österreichische Möbelindustrie als Initiator die Hausmessen öffentlichkeitswirksam.

**Gibt es darüber hinaus noch weitere Schwerpunkte und Besonderheiten auf der „Furnitoure – Furniture on tour“?**

Ja, natürlich. Wir möchten die Möglichkeit nutzen, bereits im Sommer unsere Innovationen vorzustellen, um so schnell wie möglich im Handel präsent zu sein. Deshalb gehören zu den Schwerpunkten der Hausmessen neben den Produktneuheiten auch Marketing-Aktivitäten, emotional aufbereitete Präsentationen für den POS und Werbematerial, mit dem der Handel seine Kunden noch gezielter ansprechen kann. Insbesondere im Bereich Produkt- und Vertriebskonzepte gibt es noch Luft nach oben. Gerade in diesen Zeiten ist es wichtig, im Gespräch zu bleiben. Darüber hinaus geht es uns auch darum, die Qualität unserer Produkte in den Fokus zu stellen.



„Wir spüren schon seit vielen Jahren den Trend zu Produkten aus der Region.“

**Was tut die Österreichische Möbelindustrie sonst noch, um diese Werte herauszustellen?**

Mit dem „Austria Gütezeichen Möbel“ haben wir die Option geschaffen, ein klares Zeichen für Qualität und Regionalität zu setzen. So gibt das Siegel eine verbrieftete Garantie darauf, dass die Produkte auf einem Niveau gefertigt werden, das über den gesetzlichen Anforderungen liegt und die jeweiligen Herstellerbetriebe

über 50 % Wertschöpfung in Österreich generieren. Laufende Überprüfungen durch unabhängige, staatlich autorisierte Prüfstellen stellen sicher, dass alle Angaben ordnungsgemäß gemacht wurden und eine kontinuierliche, stabile Qualität gewährleistet ist. Für den Endverbraucher bedeutet das Ehrlichkeit, Transparenz und Sicherheit – erkennbar auf einen Blick.

## Wie wichtig ist das Thema „made in Austria“ für die Betriebe in Österreich?

Regionalität wird für uns immer relevanter. Sie spielt in den Köpfen der Verbraucher eine zunehmend größere Rolle und gewinnt deutlich an Wertschätzung. Deshalb wird das „Austria Gütezeichen Möbel“ zukünftig beim Möbelkauf ein gewichtiges Argument sein. Davon bin ich fest überzeugt.

## Welche Bedeutung hatte die Herkunft der Möbel während der Pandemie?

Eine sehr relevante. Wir spüren schon seit vielen Jahren den Trend zu Produkten aus der Region. Dieser hat sich während der Corona-Krise noch einmal verstärkt. Die Intransparenz globaler Lieferketten befeuerte den Wunsch nach heimischen Produkten und zuverlässigen Partnern. In diesem Kontext erwies sich die standortnahe Fertigung der Betriebe als großer Vorteil. Nahezu alle notwendigen Werkstoffe und Materialien werden zu großen Teilen aus dem eigenen Land oder dem benachbarten europäischen Ausland bezogen. So war es möglich, die Lieferketten

„Die Möbelbranche, insbesondere im Mittelstand, benötigt alternative Messeformate.“



kurz zu halten und die Möbel weiterhin auszuliefern. Da die politische und wirtschaftliche Situation in Europa aktuell wieder große Unsicherheiten mit sich bringt, bin ich davon überzeugt, dass die Verbraucher zukünftig noch stärker auf die Herkunft von Möbeln und Unternehmen achten werden.

## Wie ist die Österreichische Möbelindustrie durch die Corona-Krise gekommen?

Die Pandemie hat unsere Gesellschaft, aber auch die Wirtschaft vor große Herausforderungen gestellt. Viele Unternehmen mussten um das Überleben kämpfen. Allerdings zeigte sich, dass Betriebe, die bereits vor der Krise gut aufgestellt waren, die vergangenen Monate zufriedenstellend meistern konnten. Das belegen auch die aktuellen Zahlen: Wachsende Export-Werte und ein deutliches Produktionsplus von 11,8 Prozent in 2021 zeigt, dass wir gut aufgestellt sind.

## Die Betriebe in Österreich sind größtenteils traditionelle Familienbetriebe. Sehen Sie darin einen Vorteil in konjunkturell unsicheren Zeiten wie diesen?

Definitiv! Die überwiegende Anzahl der heimischen Unternehmen sind mittelständische Betriebe in privater Hand. Sie begegneten den Herausforderungen der Pandemie mit kreativer Flexibilität und waren in der Lage,

sich schnell an neue Gegebenheiten anzupassen. Zudem wird in Österreich Partnerschaft noch großgeschrieben. Das gilt für langjährige Beziehungen mit Lieferanten, Händlern und Endverbrauchern. Auf diese Weise sind regionale Netzwerke entstanden, die sich in der Pandemie sogar noch verfestigt haben. Vor allem die familiengeführten Unternehmen wissen Kontinuität zu schätzen und pflegen ihre Kontakte sehr fürsorglich. Diese gelebte Loyalität hat sich in der Krisenzeit ausgezahlt.

## Sie sagten, dass Sie auf der „Furniture – Furniture on tour“ die Qualität der Produkte noch intensiver herausstellen wollen. Wo sehen Sie die Stärken der heimischen Betriebe?

Die österreichische Möbelindustrie lebt von ihrer Innovationskraft. Die gelungene Kombination aus moderner Technik und gelebter Tradition macht sie zum Meister von Individualität, Design und Funktion. Hier trifft moderne CNC-Technologie auf feine, handwerkliche Elemente. Mit diesem gekonnten Zusammenspiel erfüllen wir den Wunsch der Kunden nach authentischen Materialien, einzigartigen Möbeln und echten Werten. Darüber hinaus gehört die heimische Möbelindustrie zu den Vorreitern in Sachen regionale Wertschöpfung und Nachhaltigkeit. Diese große Kompetenz wollen wir im Juni/Juli 2022 auf der „Furniture – Furniture on tour“ noch einmal deutlich hervorheben.

[www.moebel.at](http://www.moebel.at)



## ÖSTERREICHISCHE MÖBELINDUSTRIE: NEUES HAUSMESSEKONZEPT

### Furniture on tour – gemeinsam Stärke zeigen

Weltweit hat sich „made in Austria“ als Zeichen für Qualität, Innovation und Handwerk etabliert. Die vorwiegend mittelständischen und familiengeführten Betriebe der Österreichischen Möbelindustrie zeigen auch in diesen Zeiten ihre Stärken.

**F**lexibilität und Resilienz, aber vor allem auch kurze, in der Region verhaftete Lieferketten sorgten in den letzten Monaten trotz etlicher Schwierigkeiten auf den Rohstoff- und Beschaffungsmärkten für Stabilität. Um diesen Vorsprung zu festigen und auszubauen, setzen die österreichischen Betriebe auf Vermarktungsoffensiven, emotionale Einkaufserlebnisse und persönliche Kontakte mit einem breiten Fachpublikum. Dafür wurde ein speziell zugeschnittenes neues Hausmessekonzept entwickelt, das bis über die Grenzen Österreichs hinausreicht.

Mit der „Furniture – Furniture on tour“ öffnet die Österreichische Möbelindustrie vom 20. Juni bis zum 1. Juli 2022 dem Handel und Insidern die Türen. Denn der Wunsch zum direkten Austausch in der Einrichtungsbranche ist groß. „In den letzten zwei Jahren war vieles über digitale Plattformen möglich“, resümiert Dr. Georg Emprechtlinger, Vorsitzender der Österreichischen Möbelindustrie. „Dennoch ersetzen sie keine Präsenzmessen. Mit dem neuen Hausmesseformat möchten wir Möbel wieder erlebbar machen und zu persönlichen Gesprächen einladen.“ Die Teilnehmer gestalten dabei ihr Rahmenprogramm ganz individuell und angepasst

Mit dem neuen Hausmesseformat möchten wir Möbel wieder erlebbar machen und zu persönlichen Gesprächen einladen.“

*Dr. Georg Emprechtlinger,  
Vorsitzender der Österreichischen Möbelindustrie*

an ihr Unternehmen. Händler, Geschäftspartner, Pressevertreter und Interessierte bekommen die Möglichkeit, Innovationen und aktuelle Produkte live im Showroom oder im Werk zu erleben.

Neben namhaften Marken und Industriebetrieben aus Österreich sind auch deutsche Unternehmen angesprochen, so dass ein

spannender Mix aus Mitgliedern der Österreichischen Möbelindustrie sowie bekannten Interior-Marken und benachbarten Regionen entsteht. Fertigungsbetriebe aus den Bereichen Living und Küche sowie Office und Objekt, aber auch Zulieferer stellen individuell ihre Leistungsfähigkeit unter Beweis und

präsentieren sich gleichzeitig als starke Gemeinschaft. „Unser Ziel ist es, die Kräfte starker Marken zu bündeln und Synergien zu schaffen, von denen alle profitieren“, so Dr. Georg Emprechtlinger. Unter den Mitgliedern der Österreichischen Möbelindustrie haben bereits ADA, Bene for Home, Elastica, JOKA, sedda und TEAM 7 ihre Teilnahme bestätigt – weitere Hersteller haben ihr Interesse bekundet. Zudem sind Anrei, Eberharter Betten, fm Büromöbel, OBJECT CARPET, Schösswender, Strasser Steine und Voglauer mit dabei.

Mit „Furniture – Furniture on tour“ setzt die Branche ein klares Signal, um Unternehmen und Händler zusammenzubringen. Im Mittelpunkt stehen Produkt- und Vertriebskonzepte ebenso wie Design, Materialien, intelligente Funktionen und hohe Verarbeitungsqualitäten. Aber auch Themen wie Kompetenz, Service und Verlässlichkeit werden immer wichtiger – Argumente, die den internationalen Erfolg der österreichischen Hersteller unterstreichen und durch das „Austria Gütezeichen Möbel“ klar sichtbar werden. Das Siegel kennzeichnet österreichische Möbel mit überdurchschnittlicher Qualität und gibt eine verbrieft Garantie darauf, dass die Möbel mit über 50 Prozent Wertschöpfung in Österreich gefertigt wurden. Auf einem Niveau, das über den gesetzlichen Anforderungen liegt. Die Hausmessen geben den Herstellern die Gelegenheit, diese Stärken noch deutlicher herauszustellen.

Weitere Informationen zu den teilnehmenden Unternehmen, ihren Programmen und Ansprechpartnern gibt es unter

[www.moebel.at](http://www.moebel.at)



MZE

## Trend zum Komplett-Einrichter – die Ausrichtung mit Zukunft

MZE unterstützt seine Mitgliedsbetriebe bei der Positionierung als Komplett-Einrichter aktiv.

Nicht völlig neu und doch so wichtig ist die verstärkte Positionierung als Komplett-Einrichter. MZE hat als zukunftsorientierter Verband dieses Bedürfnis bei Endverbrauchern sehr früh erkannt und mit den vier Sparten „Wohnkultur“, „Küchenwelt“, „Schlafkultur“ und „Raumdesign“ eine breite Lieferantenstruktur aufgebaut, die eine Positionierung als Komplett-Einrichter zur lösbaren Aufgabe für jeden Mitgliedsbetrieb macht.

„Durch die Bündelung von vier Fachverbänden unter einem Dach ist die Sortimentsgestaltung als Komplett-Einrichter für unsere Mitglieder problemlos umsetzbar. Wir beraten zum Aufbau eines Sortiments, das sich in der individuellen Region vom Mitbewerber klar abhebt“, erklärt Andreas Hemetsberger, Geschäftsleiter MZE Österreich & Südtirol, das MZE-Angebot.

### Abheben von der Großfläche ohne Preiskampf

„Statt sich in sinnlosen Preiskämpfen mit den Großen zu ruinieren, müssen sich Fachhändler den weniger preissensiblen Kunden als Zielgruppe zuwenden“, ist Hemetsberger überzeugt. Kunden aus der gehobenen Mittelschicht investieren massiv in ihr Zuhause und erwarten einen kompetenten Partner zur Erstellung von kompletten Einrichtungskonzepten. Vom Boden bis zur Decke sollen individuelle Einrichtungslösungen geschaffen werden, die jedes Detail im Sinne des Kunden abbilden. Zeitmangel und das Streben nach Perfektion im Wohnen spielen dem Einrichtungsfachhandel dabei kräftig in die Hände.

### Sortimente gestalten, die alles ermöglichen

Wer es schafft ein Angebot zu etablieren, das diese Komplett-Konzepte ermöglicht,

wird auch weiterhin zu den Gewinnern der Einrichtungsbranche zählen! „Als Partner unserer Mitglieder begleiten wir sie persönlich bei einer Sortimentsgestaltung, die diesen Erfolgskriterien entspricht und auf der individuellen Schauraum-Fläche abzubilden ist“, beschreibt Andreas Hemetsberger den Transformationsprozess mit MZE.

### Unterstützung in der digitalen Sichtbarkeit

Um das Sortiment nach außen sichtbar zu machen, bietet MZE seinen Mitgliedsbetrieben digitales Marketing am Puls der Zeit. Websites und Micro-Shops werden ebenso aus einer Hand angeboten, wie Social Media Marketing, Empfehlungsmarketing und Online-Kampagnen. Kein Unternehmer muss zum Digital-Experten werden – MZE begleitet auch hier mit leistbaren, praktischen Services für optimale Sichtbarkeit in der eigenen Region.

„Viele unserer Mitglieder sind diesen Weg mit uns bereits gegangen und zählen heute zu den umsatzstärksten Unternehmen der Branche in ihrer Region. Wer sanfte Veränderung wagt, wird auch belohnt“, unterstreicht Hemetsberger den Effekt einer Positionierung als Komplett-Einrichter.

[www.mze.at](http://www.mze.at)

**MZE**  
 NETZWERK WOHNKULTUR

**Andreas Hemetsberger**  
 MZE Geschäftsleiter  
 Österreich und Südtirol

Atterseestraße 40  
 A-4863 Seewalchen a. Attersee  
 T: +43 664 88431165  
[service@mze.at](mailto:service@mze.at), [www.mze.at](http://www.mze.at)



## MEHR SERVICE. MEHR ERFOLG.



### Der Verband für innovative Einrichter in Österreich und Südtirol.

- Wir sind mehr als nur ein Einkaufsverband
- Ihr starker Partner für strategischen Einkauf, erfolgreichen Verkauf und strategisches Marketing.
- Wir denken für Sie weiter

[www.mze.at](http://www.mze.at)

KUECHENSPEZIALISTEN.AT

## Küchenmagazin 2022

Im neuen 116 Seiten starken Magazin präsentiert DER KREIS als Herausgeber einen inspirierenden Mix aus Infos und Innovationen aus der Küchen- und Wohnwelt.

**A**bgerundet mit Reportagen und Lifestyle-Themen ist es das perfekte Marketingtool, mit dem DER KREIS seine Mitglieder im Bereich der direkten Kommunikation mit dem Endkunden unterstützt.



„Mit unserem Küchenmagazin bieten wir ein Marketingtool mit der Möglichkeit zur Personalisierung an – hochwertig und einzigartig.“

Martin Oberwallner,  
Geschäftsführer DER KREIS Österreich



Verteilt wird das Magazin als Beilage zu verschiedenen Fachzeitschriften in ganz Österreich, durch persönliche Zustellung, oder direkt an einen Haushalt. Die Abwicklung erfolgt zentral, sodass für das Mitglieds-haus weder zusätzlichen Kosten noch administrativer Aufwand entstehen.

### Die geballte Kraft eines Netzwerkes

Die Küchen- und Wohnspezialisten von DER KREIS sind an mehr als 125 Standorten in ganz Österreich vertreten. Unter dem Motto „Küchen sind unsere Leidenschaft“ verwirklichen sie Küchen- und Wohnträume und setzen die Wünsche und Vorstellungen der Kunden

mit überragender Kompetenz um: von der persönlichen Beratung durch den Chef, über die professionelle Ausführung bis hin zum hohen Servicefaktor. Darauf geben sie nicht nur ihre Hand, sondern ihr ganzes Herz!

In der Verbundgruppe von DER KREIS profitieren die Mitglieder von den geballten Kräften eines europäischen Netzwerkes. Kooperationen mit starken Industriepartnern, Top-Konditionen, freie Lieferantenauswahl und die Beibehaltung der Individualität sind nur einige der Vorteile, die die Mitglieder von DER KREIS bestens für den Wettbewerb rüsten. Werden auch Sie Teil dieser starken Gemeinschaft der führenden Küchen- und Wohnspezialisten in Europa.

[www.derkreis.at](http://www.derkreis.at)

„Die Marke des Mitglieds steht bei DER KREIS immer schon im Fokus. Um die Individualität unserer Mitglieder hervorzuheben, gibt es die Möglichkeit, als Unternehmer direkt am Cover des Magazins abgebildet zu werden. Das kuechenspezialisten.at Logo mit dem roten Handschuh – dem Freundschaftssymbol echter Küchenspezialisten – steht als Gütesiegel für Vertrauen, Professionalität und beste Qualität. Durch die Zertifizierung unserer Mitgliedsbetriebe ist es dem Endkunden möglich, die Qualität unserer Partner zu erkennen“, so Martin Oberwallner.



Das neue Küchenmagazin, neutral & personalisiert.

# WOHNKULTUR MASSGETISCHLERT IN 9 TAGEN.

Auch  
jetzt!



**HAKA Center Traun**  
Hackl Straße 1, 4050 Traun

**HAKA Center Wien 23**  
Vorarlberger Allee 25, 1230 Wien

**HAKA Center Straßwalchen**  
Mondseerstraße 14, 5204 Straßwalchen

Und bei über 300 HAKA Partnern in  
Österreich, Italien, Schweiz.

Entdecken Sie die Projekte  
zufriedener Kunden auf [www.haka.at](http://www.haka.at)



**HAKAKÜCHE**

GFMTREND

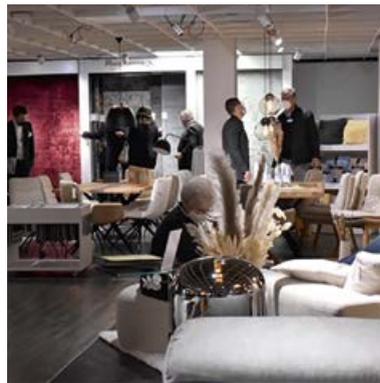
## Gute Stimmung bei der GfMTrend-Hausmesse

Man merkte die Vorfreude auf die Veranstaltung. Endlich konnte man sich nach zwei Jahren Zwangspause wieder real treffen und austauschen. Vom 01. bis 03. April war es schließlich soweit und die heurige GfMTrend-Hausmesse ging in der Verbandszentrale in Neustadt/Donau über die Bühne.

**G**ezeigt wurde dabei eine Mischung aus aktuellen Neuheiten von den zurückliegenden Messen in Ostwestfalen, Oberfranken und der Hausmesse Süd, einer breiten Auswahl von Exklusivmodellen sowie bewährten Bestsellern.

### Sieben neue Aussteller

51 Aussteller präsentierten sich, davon war sieben Lieferanten als neue Aussteller dabei: So etwa Akante, Bizzotto, Niehoff Garden, Vehome und Select Comfort. Neben neuen PAL-Modellen standen besonders die vier Eigenmarken Marc Harris, Angelo Divani, Wohnkomfort und MaxKomfort im Fokus der Messe. Sehr gut angenommen wurde der Relaunch des Marc Harris Polsterkonzeptes, das mit perfekt aufeinander abgestimmten



Kleinmöbeln, Teppichen und Leuchten ergänzt wurde. Frisches Fotomaterial sowie eine neue Broschüre und eine überarbeitete Homepage komplettieren das Konzept.

### Exklusiv und Outdoor

Ein Blickfang war unter anderem das trendige Ledersofa „Pieto“ der neu gestalteten Exklusivmarke Angelo Divani. Dies war jedoch nur ein Beispiel für die fortan stärker forcierten Exklusivmodelle. Mit dem spannenden Thema „Outdoor“, durch die Pandemie verstärkt in den Vordergrund gerückt, hat man sich beim GfMTrend-Verband ebenfalls ausführlich beschäftigt. Trotz des wenig sommerlichen Wet-

ters machten die hochwertigen ausgestellten Lounge-Garnituren und Outdoormöbel Lust auf mehr. Händler wie auch Aussteller waren mit den auf der Messe präsentierten Modellen gleichermaßen zufrieden.

### Hervorragende Stimmung

In Summe war die Stimmung an den drei Messetagen bei den insgesamt ca. 600 Besuchern verständlicherweise großartig. Ein umfangreiches Hygienekonzept mit Maskenpflicht, Einlasskontrolle und Testpflicht für alle Messeteilnehmer sorgte außerdem für die notwendige Sicherheit. In diesem Jahr hat man aus genau diesem Grund noch auf die

Messeparty im Kuchlbauer Weissbier-Stadl verzichtet. Gerade der beliebte „Bayrische Abend“ soll aber beim nächsten Mal wieder Fixpunkt des Programms sein.

### Prima Bilanz für 2021

Abschließend kann man für das Geschäftsjahr 2021 mit einem Umsatzplus von 9,1 %, sowie einem Wachstum von 8,7 % in Q1/22 und 16 neuen Mitglieder bilanzieren. Der nächste Termin steht ebenfalls schon fest: die Jahreshauptversammlung in München vom 10. bis 12. Juni 2022, traditionsgemäß im Hotel „Bayerischer Hof“.

[www.gfm-trend.de](http://www.gfm-trend.de)

Besuchen  
Sie uns auf der  
**EuroCucina 2022**  
in Mailand!  
**7. – 12. Juni 2022**  
Pavillon 9 / D15-E16



## ENTDECKEN SIE CONCEPT130

Ultraleicht geplant: die neue Systemküche  
mit einzigartigen Gestaltungsmöglichkeiten.



MHK

## Das neue Küchenmagazin ist da

Es ist da und 134 Seiten stark. Das neue Küchenmagazin von MHK.

**U**nter dem Titelthema „Die neue Gestaltungsfreiheit“ zeigt die 36. Ausgabe des Küchenmagazins, das von den MHK Küchenspezialisten herausgegeben wird, wie sich die Küche völlig frei den nicht zuletzt auch durch Corona veränderten individuellen Bedürfnissen anpassen lässt.

Demonstriert wird darin etwa, dass auch beim Einrichten der Küche die Themen Nachhaltigkeit, soziale Verantwortung, Klima und Umwelt eine entscheidende Rolle spielen. Worauf dabei zu achten ist, erläutert ein dreiseitiger Artikel, der gleichzeitig die Beratungskompetenz der Küchenspezialisten mit dem roten Dreieck unterstreicht. Und natürlich bietet das druckfrische Küchenmagazin auch wieder einiges an Kulinarik: Die Leser erfahren, wie Leo Uibel im Weinviertel die Idee von purem, gutem Wein auf seinem Bioweinhof verfolgt und können sich nach Mailand entführen lassen. Interessierte können darin auch in die inspirierende Welt der Kunst, Kultur, Mode und Design eintauchen. Zum Drüberstreuen gibt's natürlich wieder jede Menge Rezepte, Trends und Inspirationen sowie Tipps und Tricks rund ums Kochen und Genießen.

Ab sofort werden die Magazine wieder von den MHK-Partnern kostenlos an ihre Kunden ausgegeben.

[www.mhk-kuechenspezialist.at](http://www.mhk-kuechenspezialist.at)



Abbildung: MHK

### wohninsider Newsletter

**Gleich anmelden unter:**

[www.wohninsider.at/anmeldung/newsletter.html](http://www.wohninsider.at/anmeldung/newsletter.html)

Der wohninsider Newsletter geht wöchentlich an rund 4.200 digitale Abonnenten. Die Empfänger sind Fachleute aus der Möbel- und Einrichtungsbranche, Möbel- und Objektischler sowie Planer und Architekten.

**WERBEMÖGLICHKEITEN IM NEWSLETTER:**

- ▶ Top-Logo | 1. oder 2. Position im Newsletter > EUR 400,- pro NL
- ▶ Top-News im Newsletter > EUR 300,- pro NL
- ▶ Sondernewsletter > EUR 900,- pro NL

Preise netto zzgl. 20 % MWSt.

**CARAT**service

Alle Funktionen  
auf einen Blick!



# MIT CARAT SERVICE ZUM MONTAGE-HELDEN FÜR IHRE KUNDEN!

## DIE LÖSUNG FÜR MONTAGE- UND SERVICETERMINE:

- > Digitaler Montageprozess komplett in CARAT integriert
- > Anbindung der Monteure über eine App für mobile Geräte
- > Einfache Steuerung aller Montagetermine
- > Live-Erstellung des Abnahmeprotokolls
- > Zentrale Speicherung aller Daten
- > Digitale Unterschrift



### NEUGIERIG?

Einfach den QR Code scannen oder Kontakt aufnehmen unter [info@carat.at](mailto:info@carat.at)

**CARAT**

EUROPA MÖBEL HANDELSPARTNER

## Jowi Möbel – Das Einrichtungshaus im Herzen des Steyrtals



Außenansicht von Jowi Möbel.

### Schauraum-Erweiterung

Auf einer erweiterten Gesamtfläche von insgesamt 350 m<sup>2</sup> präsentiert Jowi Möbel ausgewählte Möbelstücke und Wohninspirationen namhafter österreichischer Marken-Hersteller. Auf Regionalität und Nachhaltigkeit legt das Familien-Unternehmen ganz besonders viel Wert. Der neue Zubau wurde nach den Standards der Baubiologie ausschließlich mit nachhaltigen, regionalen Baustoffen ausgeführt.

### Aktiv-Küche

Das Herzstück des komplett neu gestalteten Schauraums bildet die großzügige Aktiv-

küche. Hier können die Kunden alle technischen Raffinessen und die Vorzüge einer Natursteinarbeitsplatte live ausprobieren. Wenn man mit dem Firmenchef und Hobbykoch Christoph Winter spricht, spürt man sofort seine Leidenschaft zum Thema. Von Kochkursen, über Showkochen, Dampfgerar-Vorführungen bis hin zu Weinverkostungen oder einfach für einen gemütlichen Abend, ist hier einfach alles möglich.

### Schlafoase

Das zweite Herzstück der neuen Ausstellung bildet die komplett neu gestaltete und eben-

falls erweiterte Schlafoase. Seit über 20 Jahren hat sich die Fa. Jowi dem Thema gesunder Schlaf verschrieben.

### Lebensqualität gestalten

Getreu dem Motto „bewusst wohnen“ gestaltet das Team von Jowi Möbel Lebensqualität im Wohnraum für ihre Kunden. In der hauseigenen Tischlerei werden mit Gefühl für Holz, Liebe zum Handwerk und viel Erfahrung individuelle Wohnräume entworfen und erschaffen.

[jowimoebel.at](http://jowimoebel.at)  
[europamoebel.at](http://europamoebel.at)



Die großzügige Aktiv-Küche und Badinspirationen.



# MERIVOBX – die Neuheit von Blum.

Noch nie war es so einfach, Vielfalt anzubieten: Entdecken Sie unzählige Möglichkeiten, die Wünsche Ihrer Kunden zu erfüllen – mit nur einer Box-Plattform. Seien Sie bereit für die Anforderungen von morgen.



FW TRAUMKÜCHEN

## Weg vom Mainstream-Markt

Franz Windhagauer, seit fast einem Vierteljahrhundert in der Küchenbranche tätig, punktet mit eigenem Konzept. Er setzt auf höchste Qualität in seiner Dienstleistung und auf Marken, die nicht in jedem Küchestudio zu finden sind. wohninsider sprach mit ihm. VON ANNA UND GERHARD HABLICZEK

**wohninsider:** Wenn man ein Küchenstudio betritt, dann sieht man oft die gleichen, gängigen Marken an Möbel und/oder Geräten. Bei Ihnen ist das anders. Ist das Ihr Weg?

**Franz Windhagauer:** Selbstverständlich kann ein Kunde bei mir fast jedes gewünschte Modell bzw. jede gewünschte Gerätemarke bekommen. Meine Philosophie geht aber immer in Richtung einer sogenannten Maßküche für meinen Kunden. Also ich bemühe mich, mit ihm gemeinsam die ideale Küche zu finden – von den Möbeln bis zu den Geräten. Und da denke ich ein bisschen anders.

**Das heißt?**

Wenn wir bei den Geräten bleiben dann heißt das, dass ich ganz selten ein gesamtes Portfolio eines Anbieters anbiete. Mit anderen Worten: Ich glaube, dass jeder Gerätehersteller seine Stärken und Schwächen hat. Also ein Hersteller ist zum Beispiel bei den Herden sehr gut, bei den Kühlgeräten aber eben nicht. Als Insider mit langjähriger Erfahrung ist es meine Aufgabe, das beste Produkt für



„Es ist meine Aufgabe, das beste Produkt für meinen Kunden zu finden.“

Franz Windhagauer,  
Inhaber FW Traumküchen/FW Wohndesign



Studio Impressionen FW Traumküchen.



Franz Windhagauer zeigt die berbel-Skyline im Schauraum. Das berbel Filtersystem wird im Beratungsgespräch erklärt.



meine Kunden zu finden. Die Kunden sind ja heute massiv überfordert. Zwar gibt es das Internet, wo sie sich entsprechend vorinformieren, aber die Vielzahl der Anbieter und Marken ist schwer überschaubar. So wird sehr oft ausschließlich über den Preis und nicht über den Nutzen entschieden, und gerade beim Thema Küche, wo es oft über viele Jahre Anwendungsdauer geht, ist das falsch.

### Sie setzen also auf Spezialisten im jeweiligen Anwendungsbereich?

Nehmen wir zum Beispiel das Thema Dunstabzug. Ich arbeite hier mit berbel. Viele Hersteller erzeugen Dunstabzüge und man bekommt sie fast überall – aber berbel macht ausschließlich Dunstabzüge. Nichts anderes. Und da kann man davon ausgehen, dass dieser Hersteller sich zu hundertzwanzig Prozent mit dem Thema befasst. Oder viele Hersteller erzeugen Kühlgeräte. Ich arbeite mit Liebherr – der erzeugt ausschließlich Kühlgeräte. Und so geht es weiter.

„Ich glaube, dass jeder Gerätehersteller seine Stärken und Schwächen hat.“

### Erkennt das auch der Konsument?

Man muss es ihm natürlich sagen und im Studio zeigen und vorführen. Ich lege beim Beratungsgespräch das berbel Filtersystem auf den Tisch. Ich erkläre es. Ich habe die Skyline bei mir im Studio ausgestellt und ich zeige wie einfach es ist die Haube zu reinigen. Wie schön das Design ist. Jeder versteht, dass so ein System nicht nullachtundfünfzehn ist und jeder versteht, dass das Ding mehr wert ist und mehr kostet. Ich habe mich vom

Markendenken verabschiedet, wo man sagt „ich habe alles von einer Marke“ – ich suche die echten Spezialisten und habe sie für viele Bereiche gefunden. Es bringt vom Marktauftritt einen weiteren Vorteil für mich. Ich bin weg vom Mainstream. Ich hab was Besonderes. Was man eben nicht an jeder Ecke bekommt, und ich bin schwer vergleichbar. Was wiederum heißt, ich muss nicht über den Preis verkaufen.

### Fachberatung steht also an erster Stelle?

Ganz klar und genau aus diesem Grund nennen wir uns auch Fachgeschäft. Es verkauft sich nichts von selbst, außer ich biete es mit 50 Prozent Rabatt an. Bleiben wir bei berbel: Dunstabzüge von berbel sind wahre Meister bei der Erfassung von Essensgerüchen und Bratdünsten. Sie arbeiten dabei besonders effizient und angenehm leise. Auch noch nach Jahren sind sie genauso leistungstark wie am ersten Tag. Sie nutzen die Kraft der Zentrifuge, ohne den Einsatz leistungsmindernder Fettfilter-Technik. Gerüche und Dünste werden mit hoher Leistungskraft ins Innere des Abzugs eingesogen und zweifach bogenförmig umgelenkt. Die dabei entste-



Franz Windhagauer – immer um Details bemüht.

henden Fliehkräfte lassen Fette und Öle, sowie Feuchtigkeit an den Kanten des perfekt konstruierten Abzugs abprallen, wo sie nahezu vollständig abgeschieden werden. Die Luft und Gerüche ziehen weiter bis zum berbel Filtersystem. Dort eliminiert eine spezielle Aktivkohle die Gerüche bis zu 97 Prozent direkt am Ort des Geschehens ... und genau so muss ich es dem Kunden erklären ... und genau das ist meiner Meinung nach Beratung.

„Ich muss nicht über den Preis verkaufen.“

### Wie ist Ihr Unternehmen aufgestellt?

Wir sind ein sehr kompetentes und kleines Team. Unsere Firma gibt es seit 24 Jahren und die eigene Tischlerei seit 10 Jahren. Wir sind Mitglied im Europamöbelverband, haben dadurch Zugriff auf fast alle Produkte (wie Großflächenanbieter). Unser Studio befindet sich in Hallein und ist rund 160 m<sup>2</sup> groß. Unser Fachgebiet ist die individuelle Maßküche, sowie das gesamte Wohninterieur.

### Wie kommen Sie zu Ihren Kunden?

Wir sind in unserem Einzugsgebiet – ich sage einmal – in einem Radius von rund 120 km auf Grund unserer langjährigen Tätigkeit gut bekannt und werden von unseren Kunden entsprechend weiterempfohlen. Von diesen Weiterempfehlungen kommt ein großer Anteil unserer Neukunden zu uns. Weiters können wir über unsere Website immer mehr Neukunden generieren. Kontakte knüpfen wir über Messen wie die Bauen+Wohnen, wo wir bereits seit 20 Jahren als Aussteller vertreten sind.

[www.fw-traumkuechen.at](http://www.fw-traumkuechen.at)

HÄCKER

## Häcker Küchen legt um 12,5 % zu

Auch im vergangenen Jahr konnte Häcker Küchen seine positive Entwicklung fortsetzen und den Umsatz um 12,5 % auf 727 Mio. Euro steigern.



Häcker und Blaupunkt sind in Sachen Lieferfähigkeit auf einem guten Niveau.

**K**üchen sind weiterhin gefragt. Das freut auch Häcker. So konnte das Unternehmen aus Rödinghausen im Jahr 2021 durch stabile Geschäfts- und Lieferprozesse sowie durch die Einführung einer neuen Produktlinie seine langjährig positive Geschäftsentwicklung weiter fortsetzen und einen Gesamtumsatz von 727 Mio. Euro (Vorjahr 646 Mio Euro, plus 12,5 %) erwirtschaften. Auch der Anteil der ins Ausland verkauften Küchen ist gestiegen. Markus Sander, Geschäftsführer Vertrieb, Marketing und Controlling, relativiert etwas: „Gedämpft wird dieses gute Ergebnis jedoch durch die im Moment höchste Inflationsrate seit knapp 30 Jahren. Wir müssen hier die Kosten in der Materialbeschaffung und die Energiepreise besonders im Blick haben, um weiterhin wirtschaftlich erfolgreich zu sein.“

Markus Sander, Geschäftsführer Vertrieb, Marketing und Controlling



### Individuell und trotzdem vollautomatisiert

Ein Trend setzt sich fort. Die Kunden wünschen maximale Auswahl und trotzdem marktkonforme Preise und Geschwindigkeit. Häcker liefert hier Antworten: Durch den Kapazitätsaufbau im Venner Produktionswerk ist es Häcker gelungen, die umfangreiche Marktnachfrage im richtigen Moment zu bedienen. Modernste Produktionsanlagen sowie eigene Lackiersysteme für 190 RAL Farben haben die Verfügbarkeit individueller Küchen erhöht. Dabei hat die allgemeine Versorgungsthematik auch Häcker durch das Jahr 2021 begleitet. Der herausfordernden Lage auf dem Beschaffungsmarkt wurde soweit wie möglich durch ein vorausschauendes Handeln und der Sicherung der Lieferketten begegnet. Trotz einer angespannten Situation in allen Beschaffungsektoren sind die Lieferzeiten für Häcker Küchen und Blaupunkt Geräte auf

einem guten Niveau. Um den Küchenmarkt weiter aktiv zu gestalten, hat Häcker in 2021 mit concept130 eine neue Produktlinie eingeführt. Zur Hausmesse präsentierte man damit ein Produkt-Highlight, das im Fachhandel mit den Merkmalen intelligente Vielfalt, Technik & Design sowie Nachhaltigkeit viel Zuspruch erhielt. Ähnliches gilt für die im vierten Quartal 2020 präsentierte Produktlinie systemat, die mit einem neuen Gesamtpaket zu einem wesentlichen Erfolgsfaktor im abgelaufenen Geschäftsjahr wurde.

### Umweltschutz und Nachhaltigkeit

Die Themen Umweltschutz und Nachhaltigkeit werden auch bei Häcker weiter vorangetrieben. Wasserbasierte Lacke und der Einsatz von Recyclingmaterial in Produkt und Verpackung, die Konzentration auf lokale Lieferanten, eine klimaneutrale Produktion sowie klimaneutrale Produkte verdeutlichen einen hohen Nachhaltigkeitsanspruch. Darüber hinaus zeichnet Häcker seit Jahren ein hohes Engagement in lokale Naturschutz- und Sozialprojekte aus.

[www.haecker-kuechen.de](http://www.haecker-kuechen.de)

## ROTPUNKT KÜCHEN

# Rotpunkt Küchen reüssieren positiv



Die Jahresbilanz von Rotpunkt Küchen gestaltet sich äußerst positiv. Der Umsatz wuchs um etwa 19 %, der Markteintritt in Österreich ist geglückt.

**A**uch für Rotpunkt Küchen war das Jahr 2021 ein außerordentliches und ein erfolgreiches. Mit einem Umsatzplus von etwa 19 % liegt man aktuell bei 87 Mio. Euro. Dabei erschloss sich, wie das Unternehmen berichtet, das Wachstum aus allen Märkten. Neben Deutschland und den traditionell starken Beneluxländern Belgien und Niederlande zählen Großbritannien, die skandinavischen Länder und Frankreich aktuell zu den Kernmärkten von Rotpunkt Küchen.

### Servus in Österreich

Das Jahr 2021 bildete auch den Rahmen für den Markteintritt in Österreich und Südtirol. So präsentierte man sich etwa in Zusammenarbeit mit der Handelsagentur Dietmar Walter auf der küchenwohntrends in Salzburg. Sven Herden, Geschäftsführer Vertrieb und Marketing von Rotpunkt Küchen, bilanziert die Messe im Oktober mit sehr guten und tragfähigen Kontakten, die mit Fachhändlern in diesen Regionen geschlossen wurden. Diese würden nun intensiviert und ausgebaut.

### Großbritannien wächst wieder

Schwierig war das Geschäft auf den Britischen Inseln. Alleine die Ankündigung des Brexit sorgte für eine Umsatzdelle. Nun stehen die Zeichen wieder auf Stabilität und Wachstum. Mit der Teilnahme an der Heim- und Küchenmesse kbb in Birmingham vom 6. bis 9. März 2022 setzte Rotpunkt ein klares Zeichen, mit dem Ziel die Verbindungen zu den Vertriebspartnern vor Ort weiter zu stärken.

### Deutscher Heimatmarkt gibt Gas

Der Exportanteil von Rotpunkt Küchen liegt stabil bei 80 %. Angesichts des gleichmäßigen Umsatzwachstums über alle Kernmärkte hinweg legte der Markt in Deutschland deutlich im Volumen zu. Sven Herden, Geschäftsführer Vertrieb und Marketing:

„Wir agieren mit unseren Partnern auf Augenhöhe, wobei wir Partnerschaft wörtlich meinen und uns daran messen lassen.“

*Geschäftsführung Rotpunkt Küchen*

„Schon seit drei Jahren wachsen wir im Inland konstant zweistellig.“ Dies aber auch das allgemeine Wachstum käme nicht von ungefähr, wie die Geschäftsführung anerkennend bemerkt. Das Unternehmen an den beiden Standorten in Bünde und Getmold beschäftigt aktuell mehr als 320 Mitarbeiter:innen. Andreas Wagner und Heinz-Jürgen Meyer sprechen diesen expliziten Dank aus für eine enorme Leistung, die eine außerordentliche Umsatzsteigerung überhaupt erst ermöglicht hätte. Jedoch müsse man nun angesichts hoher Auftragseingänge und pandemiebedingter Ausfälle die gestiegene Arbeitslast genau beobachten und deckeln.



Die Rotpunkt-Geschäftsleitung, v.l.: Andreas Wagner (geschäftsführender Gesellschafter), Sven Herden (Geschäftsführer Vertrieb und Marketing) und Heinz-Jürgen Meyer (geschäftsführender Gesellschafter)

### Blick nach vorne

Auch blickt man positiv in das laufende Jahr. Die täglichen Herausforderungen behalte man im Blick. Prägende Stichworte ranken sich um die Aspekte Versorgungssicherheit, Logistik, Lieferzeiten sowie signifikant gestiegene Energiekosten. Zu nennenswerten Materialengpässen sei es trotz der ausgeprägten Farb- und Materialvielfalt des Herstellers noch nicht gekommen. Damit dies so bleibt, werden die Lagerbestände wo immer möglich erhöht. GF Andreas Wagner: „Die Ansprüche in der Materialdisposition sind an manchen Tagen dennoch sportlich. Diese sind teilweise immens und nicht immer nachvollziehbar.“ Was zählt, ist jedenfalls das Miteinander, wie die Geschäftsführung unisono unterstreicht: „Wir agieren mit unseren Partnern auf Augenhöhe, wobei wir Partnerschaft wörtlich meinen und uns daran messen lassen. Weiteres Wachstum ist möglich und machbar. Wir werden es mit Augenmaß gestalten.“

[www.rotpunktkuechen.de](http://www.rotpunktkuechen.de)

## BALLERINA-KÜCHEN

### Über 100 Millionen

Der von Ballerina-Küchen im Jahr 2021 erzielte Umsatz liegt bei 115,2 Millionen Euro. Daraus ergibt sich ein Plus gegenüber dem Vorjahr von 9,71 Prozent.

**D**as Mehr an Umsatz wurde mit einer Steigerung von 7,53 Prozent im Inland und 12,92 Prozent im Ausland erwirtschaftet. Die Exportquote liegt bei Ballerina bei 41,61 Prozent. Es wird in 28 Länder exportiert. Neben dem Umsatzplus gab es auch ein Plus von 6 Prozent bei den Mitarbeiter:innen. Heute sind bei Ballerina 366 Mitarbeiter:innen beschäftigt, davon 20 Auszubildende.

#### Zum Unternehmen

Ballerina-Küchen ist ein mittelständischer Küchenmöbelhersteller mit Sitz in Rödinghausen (Bünde/Westfalen), fertigt jährlich 30.000 individuelle und qualitativ hochwertige Küchen mit dem Merkmal „Deutsche Wertarbeit“ und gehört zu den Trendsettern unter den deutschen Küchenherstellern. Der Export ist international aufgestellt. In den vergangenen zehn Jahren wurde der Umsatz verdoppelt. Für die nächsten Jahre sind weitere Umsatzzuwächse und der Aufbau von neuen zusätzlichen Exportländern geplant.



Ballerina-Küchen verfügt über einen der modernsten Maschinenparks für die Individualfertigung mit einer Größe von 30.000 m<sup>2</sup>.

Das Unternehmen setzt Markttrends, bietet viele Innovationen und Alleinstellungsmerkmale und vermarktet weltweit auf dem klassischen Vertriebsweg – dem Küchenfachhandel. Das Produktangebot bietet mit gut 800 Modellen eine variantenreiche Gestaltungsmöglichkeit zur Erfüllung höchst individueller Wünsche. Die Geschäftsführung von Ballerina-Küchen besteht aus dem Gründer Heinz-Erwin Ellersiek und den geschäftsführenden Gesellschaftern Heidrun Brinkmeyer (Vertrieb und Marketing) und Heiko Ellersiek (Technik).

[www.ballerina.de](http://www.ballerina.de)

#### Vertretung für Österreich:

PAC Agentur e.U.

Christian Pabst

A-8591 Maria Lankowitz

T: +43 (0) 664 1876790

[christian.pabst@pac.co.at](mailto:christian.pabst@pac.co.at)



## SACHSENKÜCHEN

### Sachsenküchen steigert Umsatz 2021 um 14,7 %

Das vergangene Jahr brachte für den Küchenhersteller aus Dippoldiswalde ein sattes Umsatzplus von knapp 15 % auf 54 Mio. Euro.

**S**ehr zufriedenstellend verlief das vergangene Jahr für Sachsenküchen. Das Unternehmen erzielte ein Umsatzplus von 14,7 % und bilanziert nunmehr mit 54 Millionen Euro. Am deutschen Heimatmarkt legte man nach dem Rekordjahr 2020 mit 12,8 % Steigerung immerhin noch um knapp 3,0 % zu. Große Zuwächse konnte man indes vor allem im Export erwirtschaften. Satte 27,8 % Plus schlagen da zu Buche. Die größten Zuwächse gab es in Frankreich, Benelux und Österreich. Auch bei den Mitarbeiterzahlen zieht man eine positive Bilanz und hält derzeit bei 242 Mitarbeiter\*innen, davon sind 13 Lehrlinge. Gedrückt wurde das Ergebnis durch die starken Preissteigerungen bei fast allen Roh- Hilfs- und Betriebsstoffen sowie bei den Fracht- und Energiekosten vor allem im 2. Halbjahr.



Elko Beeg,  
Geschäftsführer  
Sachsenküchen



Steht für stilvolle Küchen: Hier das Modell Lara Lana.

#### Mit Blick in die Zukunft

In jedem Falle wird weiter investiert bei Sachsenküchen: 2022 steht eine Summe von etwa elf Mio. Euro am Standort Obercarsdorf auf dem Plan. Neue Maschinen und Anlagen sollen zur Unterstützung der vorhandenen Kapazitäten dienen. Die Eigenfertigungsquote ist bei Sachsenküchen traditionell hoch. Die Investitionen fließen vor allem in die Bereiche Möbelfertigung und in die Arbeitsplattenfertigung. Das Unternehmen steht vor allem für die Eigenproduktion von Korpusen und Arbeitsplatten, aber eben auch einen sehr hohen Anteil an Möbelfronten. Auch in diesem Segment sind weitere Investitionen für die kommenden Jahre 2023 und 2024 am Plan.

[www.sachsenkuechen.de](http://www.sachsenkuechen.de)



Sachsenküchen macht auch Bad: Hier das Modell Lara.

NOBILIA

**nobilias**

## Neue Höhen und neue Wege

nobilias vermeldet für 2021 mit 8,2 % Plus den größten Umsatzzuwachs in der Unternehmensgeschichte. Zudem präsentierte man eine neue Kooperation mit Bauknecht.

**D**ie Bilanz weist ein Plus von 8,2 % auf 1,482 Milliarden Euro aus. Verantwortlich für den großen Erfolg war primär der Export. Dieser stieg gegenüber dem Vorjahr um 127,7 Millionen Euro auf nunmehr 786,6 Millionen Euro. Der Exportumsatz erhöhte sich um 19,4 % und übertraf damit erstmalig die Inlandsumsätze, die im Berichtsjahr 695,5 Millionen Euro erreichten und pandemiebedingt 2,2 % unterhalb des Vorjahresniveaus lagen. Die Exportquote stieg damit von 48,1 % auf nunmehr 53,1 %. Dank dafür sprechen Inhaber Werner Stickling und die nobilia Geschäftsführung ausdrücklich der gesamten Belegschaft aus. Dr. Lars Bopf, Vorsitzender

der Geschäftsführung: „Unser Dank gilt auch in besonderer Weise unseren Kunden und Geschäftspartnern für die erfolgreiche Zusammenarbeit im Jahr 2021.“

### Unternehmensgruppe bilanziert ebenfalls positiv

Zur Unternehmensgruppe gehören seit einigen Jahren auch eigene Retail-Aktivitäten, mit denen nobilia ausschließlich auf Auslandsmärkten aktiv ist. Unter Einbeziehung dieser Aktivitäten stieg der Umsatz der Unternehmensgruppe nobilia nominal um 11,2 % auf 1,715 Milliarden Euro. Dies entspricht einem Zuwachs von 173 Millionen Euro gegenüber dem Vorjahreswert von 1,542 Milliarden Euro.

### Paarlauf mit Bauknecht

nobilias setzt in Sachen Einbaugeräte künftig auch auf Bauknecht. Durch die neue Partnerschaft unterstreicht das Unternehmen seinen Ansatz der Komplettvermarktung auf internationaler Basis. Das neue Bauknecht Sortiment von nobilia ist bereits seit dem 01. März lieferfähig. Das Angebot umfasst ein fokussiertes Sortiment aus 32 Geräten, das alle Produktsegmente vom Backofen über Kochfelder und Mikrowellen bis hin zu Geschirrspülern und Kühlgefrierkombinationen abdeckt. Als besonderes Highlight gilt für die Geräte der passion-Line in Deutschland und Österreich eine 5-Jahres-Hersteller-Garantie.

[www.nobilias.de](http://www.nobilias.de)



## www.wohninsider.at

» Ihr direkter Draht in die Einrichtungsbranche

- Tägliche TOP-NEWS** aus und für die Branche
- Die aktuelle **PRINTAUSGABE** immer und überall als **eBook** lesen
- Produktvorstellungen und Bestseller im **MARKTPLATZ**
- DESIGN : TRENDS** – Updates aus dem Designbereich
- NEWSLETTER:** Wöchentlich an rund 4.200 digitale Abonnenten aus der Einrichtungsszene. Gleich anmelden unter: [www.wohninsider.at/anmeldung/newsletter.html](http://www.wohninsider.at/anmeldung/newsletter.html)

Folgen Sie uns:  /wohninsider  /Gerhard Habliczek



SCHÜLLER

## 11,8 % Plus im Umsatz

Das schwierige Jahr 2021 schloss Schüller mit einem Umsatzplus von 11,8 % ab, der Umsatz lag bei 671,5 Mio. Euro netto.

**Ü**berproportional beeinflusst wurde das positive Ergebnis durch das Wachstum im Export. 197 Mio. Euro (149,5 Mio. Euro im Vorjahr) entfielen auf internationale Märkte. Sowohl europäische Länder als auch Überseemärkte trugen zur positiven Entwicklung von + 31,8 % bei und führten zu einer Exportquote von 29,3 %. Im herausfordernden Inlandsmarkt erzielte man mit 474,5 Mio. Euro, ein Plus von 5,1 %. Das kontinuierliche Wachstum von Schüller schlug sich auch 2021 erneut in der Anzahl der Beschäftigten nieder. So gingen 2.051 Mitarbeiter\*innen im Jahresmittel ihrer Beschäftigung bei Schüller nach (Stand Ende 2020: 1.929 Mitarbeitende). Trotz der deutlich gestiegenen Rohstoff-, Energie-, Logistik- und anderer Kosten war die oberste Prämisse eine termingerechte und vollumfängliche Lieferung an die Handelspartner.

Mit der Ein-Standort-Politik profitiert das Unternehmen von den Vorteilen kurzer Wege, direkter Ansprechpartner, klarer Zuständigkeiten und der Nutzung von Synergien – ganz im Sinne der Nachhaltigkeit. So manifestiert Schüller einmal mehr seine Wettbewerbsfähigkeit und bleibt fester Garant für die Region, die Mitarbeitenden, Kunden und Lieferanten. Nach der Zertifizierung 2020 als „Klimaneutraler Möbelhersteller“ stellte Schüller 2021 seine Produkte auf den Prüfstand. Diese wurden mit dem „cradle-to-customer“ Ansatz auf ihre Treibhausgasbilanz betrachtet. Das Ergebnis der Berechnung legte offen, dass das Produktsortiment von Schüller durch die CO<sub>2</sub>-Speicherung der verwendeten Holzmaterialien und der vorausgegangenen Zertifizierung als Klimaneutraler Möbelproduzent bis zur Auslieferung an den Kunden klimaneutral ist. Ein weiteres nachhaltiges Statement stellte eine Neuheit der Schüller Collection 2022 dar: der Griff „OceanIX“ wird aus recyceltem Ozean-Plastik, wie etwa entsorgtem Fischerei-Zubehör, Seilen und Netzen, hergestellt.

Schüller geht auch heuer von einem positiven Ergebnis aus, zudem wird man auf der EuroCucina im Juni 2022 wieder mit Produktneuheiten rund um die Premiummarke next125 präsent sein.

[www.schueller.de](http://www.schueller.de)  
[www.next125.com](http://www.next125.com)

Wild auf **STEIN**  
[www.steinreinisch.at](http://www.steinreinisch.at)



**KÜCHENARBEITSPLETTEN**  
aus vielen NEUEN NATURSTEIN-  
und KERAMIKDESIGNS! NEUES  
LOOKBOOK STEIN BELEBT IHR HEIM  
VIELE NEUE REALISIERUNGEN  
und PREISLISTE auf [steinreinisch.at](http://steinreinisch.at)



**REINISCH**  
STEINTECHNIK

0800 240 270  
[office@stein.at](mailto:office@stein.at)  
[steinreinisch.at](http://steinreinisch.at)

EWE/FM/INTUO

## Beeindruckende Zahlen im abgelaufenen Jahr

Dass die Küchenbranche trotz aller Krisen im Vorjahr zu den Gewinnern zählte ist allgemein bekannt. Die Marktzahlen für 2021 zeigen, dass eigentlich alle relevanten Anbieter sowohl im Hinblick auf Absatz als auch Umsatz punkten konnten.

„Gegenüber dem 2020er Jahr ist die Nachfrage nach Küchenmöbeln um satte 7,9 Prozent gestiegen. Gesamt wurden 209.900 Küchen in Österreich verkauft“, sagt ewe Küchen Geschäftsführer Andreas Hirsch, der die Daten aus der aktuellen Jahresbilanz von Branchenradar bezieht.

„Die Wachstumszahlen sind dabei sowohl bei Absatz, als auch beim Umsatz, deutlich bemerkbar, wengleich die Expansion mit stark unterschiedlicher Geschwindigkeit innerhalb der Anbieter erfolgte.“ In Summe erhöhten sich die Herstellererlöse um 11,1 Prozent. „Bei ewe konnten wir die Umsätze um 24 Prozent steigern. Wir liegen



„Wir freuen uns, dass ewe als größter Gewinner mit einem deutlichen Wachstum hervorgeht.“

Andreas Hirsch, Geschäftsführer

hier ganz klar über dem Markt und weit vor unseren unmittelbaren Verfolgern, die es auf 9 Prozent und 7,5 Prozent Plus schafften.“ Das hat natürlich Auswirkungen auf die Marktanteile. Die beiden Branchenleader

geben Marktanteile ab, bleiben aber vor ewe. Ewe verbessert sich um ganze 1,3 Prozent und verzeichnet nun einen Marktanteil von 13,1 Prozent.

### Wohin geht die Reise?

„2021 war ein sehr positives Jahr mit einer starken Nachfrage nach Küchen. Zudem hat sich gezeigt, dass Küchen immer hochwertiger werden, dass viel Augenmerk auf Details und Ausstattung gelegt wird. Dennoch bleiben – auch trotz des Wachstums – Herausforderungen bestehen. Etwa auf der Lieferantenseite, was sich durch knappe und teure Rohmaterialien niederschlägt. Wir freuen uns, dass ewe als größter Gewinner mit einem deutlichen Wachstum hervorgeht. Unser Aufwind, insbesondere im Bereich Fachhandel zeigt, dass wir auf dem richtigen Weg sind und ich bedanke mich hier bei all unseren Vertriebspartnern, die diese Entwicklung ermöglicht haben. Ziel bleibt natürlich weiteres Wachstum und das gerne mit zusätzlichen Fachhandelspartnern“, reüssiert Andreas Hirsch.

[www.ewe.at](http://www.ewe.at)



ewe gewinnt 2021 die meisten Marktanteile.

## LACKKÜCHE

# Das Zugpferd der Branche

Der Küchenbranche geht es gut. Mit fast 210.000 verkauften Küchen in 2021 (siehe Bericht *BRANCHEN-RADAR* auf den Seiten 20 und 21) wurden so viele Küchen wie noch nie verkauft. Gut 50 Prozent davon sind Lackküchen. Alle anderen Materialien liegen weit abgeschlagen.

**L**ack ist nicht gleich Lack. So legt der Hersteller ewe zum Beispiel sehr großen Wert darauf, dass im Sortiment nur echte Color- und Hochglanz-Colorlackfronten angeboten werden. Darunter verstehen die Oberösterreicher Fronten, bei denen die Fläche einschließlich der umlaufenden Kante überlackiert wird – und keine Lack-Laminat Fronten (hier werden Platten mit Lackfolie mit einer Kunststoffkante umkantet und dies dann als preisgünstige „Lackküche“ verkauft). Eine qualitativ hochwertig gefertigte Lackküche hat demnach auch ihren Preis, da ihre Fertigung das Ergebnis einer Vielzahl an Fertigungsprozessen und Arbeitsschritten ist.

### **Matt oder Hochglanz – das ist die Frage:**

Aufgrund des aktuell starken Trends von matten bzw. supermatten Oberflächen – bei Kunststoff gleich wie bei Lack – stagniert der Anteil an Hochglanz-Lackküchen im Moment. Die Hochglanz-Oberflächen werden oftmals als Kontrast zu dunklen Echtholz- oder Holzdekor-Fronten gewählt.



Hochglanz-Lackküche mit Holz als Kontrast.



Matte Colorlackfronten in Kombination mit Eiche dunkel (Echtholz).

„Bei uns geht der Verkauf von Hochglanz-Lackküchen nahezu gegen Null und wird ganz klar von Mattlack-Modellen abgelöst“, sagt Ing. Hubert Kastinger, Geschäftsführer vom Einrichtungsstudio Gupfinger in Schärding.

Etwas anders läuft es bei Johann Klein vom Wiener Studio Möbel Klein: „Bei uns halten sich Hochglanz und Matt in etwa die Waage.“

Ernst Tanzler, Geschäftsführer vom Regina Plaza Studio in Wr. Neustadt, erkennt auch einen klaren Trend in Richtung Matt. „Speziell die samtige Haptik und dazu auch die sanften Farben der derzeitigen Modelle sind ein echter Trend, der noch länger anhalten wird.“

Und dann gibt es noch einen generellen Trend zu beachten. Nachhaltigkeit und Umweltschutz. Bei ewe stieg man schon 1996 auf wasserbasierende Beizen und Lacke um. 2005 erfolgte dann auch bei Color- und Hochglanzcolorlacken der Umstieg auf Wasserbasis. ■

SCHÜLLER MÖBELWERK KG

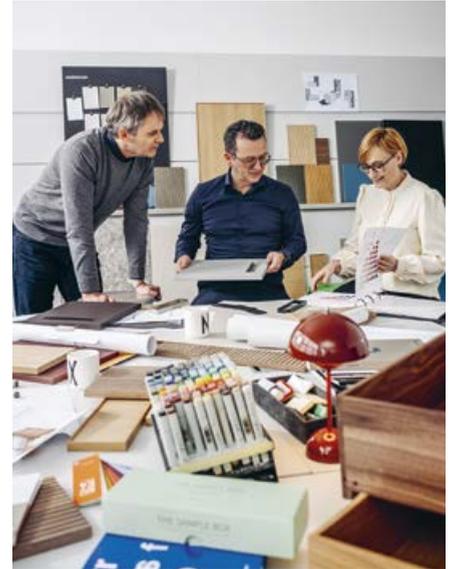
## Frischer Wind für next125: der „New Look“

„Küche eine Generation weiter“ – als im Jahr 2001 die gerasterte Premium-collection von Schüller aus der Taufe gehoben wurde, brachte der damalige Claim von Beginn an den Anspruch von next125 genau auf den Punkt: nach vorne gerichtet und fortschrittlich sein und dabei anders als die anderen.

# next125

In den vergangenen 20 Jahren ist next125 zu einer Premiummarke mit internationalem Renommee gewachsen. Und so war nun für die Markenmacher in Herrieden die Zeit reif, den Auftritt neu zu denken. In einem umfangreichen Prozess des Rebrandings wurden daher die bestehenden Markenelemente umfassend auf den Prüfstand gestellt und ein neues Erscheinungsbild geschaffen. „Die Entscheidung für einen „New Look“ ist für uns ein wichtiger Meilenstein. Sie zeigt, dass next125 ein neues Selbstverständnis entwickelt hat. Durch klare, reduzierte, zeitgemäße und sympathische Elemente möchten wir dies in unserem „New Look“ nun auch optisch zum Ausdruck bringen“, so Markus Schüller, Geschäftsführer von next125.

Dreh- und Angelpunkt des neuen Erscheinungsbildes ist das Logo. Der bisherige – seit Anbeginn der Marke geführte – filigrane Schriftzug mit tiefgestellter Zahl weicht einer kräftigen Gestaltung. Dadurch, dass Buchstaben und Zahlen selbstbewusst auf einer Ebene stehen, ist das neue Design aufmerksamkeitsstärker,



next125 hat einen neuen Facelift erhalten. Geschäftsführer Markus Schüller (Bildmitte) und Marketing-Leiterin Annette Schumacher. Links das neue Logo next125.

Foto und Logo: Schüller Möbelwerk KG

SAVE THE DATE  
20.06.-01.07.2022  
HAUSMESSE ANGER

65 JAHRE  
ADA Anger

ADA

## ADA Firmenjubiläum: Erfolgreich seit 65 Jahren

Die ADA Möbelfabrik GmbH wird 65! Seit seinen Anfängen im Jahr 1957 hat sich das Familienunternehmen aus Anger in der Steiermark von einer kleinen Matratzenfabrik zum größten Polstermöbelhersteller Österreichs entwickelt.

Als einer der europaweit führenden Produzenten von Sofas, Betten, Matratzen und Lattenrosten ist ADA auch über die Landesgrenzen bekannt. Mit seinem Standort in Anger gehört das Unternehmen außerdem zu den wichtigsten regionalen Arbeitgebern. Gefeiert wird das Jubiläum im Rahmen der diesjährigen Haus-

messe vom 20. Juni bis zum 1. Juli 2022. Zu diesem Anlass wird es im Showroom in Anger nicht nur eine Reise in die Vergangenheit geben, sondern es wird ein an die 60er Jahre angelehntes Möbel präsentiert, mit dem ADA das Retrodesign von damals wieder aufleben lässt.

[www.ada.at](http://www.ada.at)

Foto: ADA

kompakter und geradliniger. Insbesondere das markante Anfangs-„n“ bietet mit seiner Seriphe Wiedererkennungswert und ist bestens für den Einsatz in verschiedenen Kommunikationsmitteln geeignet. Durch den neuen Look wirkt die Wortmarke insgesamt prägnanter, zeitgemäßer und spiegelt das Standing von next125 wider.

Ergänzend zum Logo wurden außerdem sämtliche typographischen und visuellen Bestandteile überarbeitet. So haben die Bildsprache sowie die Schriftarten ein umfangreiches Facelift erhalten und ein neues Narrativ wurde entwickelt: die Creative Makers. Hiermit werden bei next125 Menschen bezeichnet, die mit ihrer Haltung und ihren Themen die Marke gestalten, inspirieren und leben. Der Dialog zwischen diesen Protagonisten ist der Schlüssel zum crossmedialen Storytelling in der Kommunikation und zu inspirierenden Kollaborationen.

Die verschiedenen Elemente des „New Looks“ werden in Kürze live im Handel sowie in allen Printmedien und Kommunikationskanälen von next125 erlebbar sein. Der neue Auftritt von next125 ist live auf der kommenden euro-cucina in Mailand ab 6. Juni 2022 zu sehen.

[www.schueller.de](http://www.schueller.de) | [www.next125.com](http://www.next125.com)

#### Das Unternehmen Schüller Möbelwerk KG

Die Schüller Möbelwerk KG mit Sitz im fränkischen Herrrieden wurde 1966 gegründet und hat sich in den vergangenen 50 Jahren zu einem Spezialisten für individuell geplante Küchen „Made in Germany“ entwickelt. Am Firmenstandort fertigen 2.051 Mitarbeitende jährlich mehr als 165.000 Küchen, die in Deutschland sowie auf internationalen Märkten vertrieben werden. Mit einem Umsatz von 671,5 Millionen Euro zählt Schüller heute zu den Top Playern der Branche. „Typisch Schüller“ sind eine außergewöhnliche Fertigungstiefe, partnerschaftliche Zusammenarbeit mit dem Handel sowie unternehmerische Verantwortung. Seit 2003 leiten Markus Schüller, Max Heller und Manfred Niederauer in zweiter Generation das Familienunternehmen.

#### Die Marke next125

next125 ist die internationale Premiummarke aus dem Hause Schüller. Charakteristisch für die Küchen von next125 ist die Liebe zum Detail. Ausgehend von den Werten des Bauhauses verbindet next125 Handwerk, Technik, Design und Architektur auf höchstem Niveau mit modernster industrieller Fertigung. So entstehen außergewöhnlich elegante Küchen für qualitäts- und designbewusste Kunden im mittleren und oberen Marktsegment mit exzellentem Preis-/Leistungsverhältnis. Die Produkte von next125 wurden bereits mit einer Vielzahl von Design-Preisen, wie dem Red Dot Award, ausgezeichnet.

# feel TEXTILES OFFLINE

SUMMER  
SPECIAL

LIVE IN  
FRANKFURT

21.–24.6.2022

Auf der Leitmesse für  
Wohn- und Objekttextilien.

# heimtextil



[www.heimtextil.messefrankfurt.com](http://www.heimtextil.messefrankfurt.com)

[office@messe-frankfurt.at](mailto:office@messe-frankfurt.at)

Tel. +43 1 867 36 60 60

BSH – MICHAEL MEHNERT

## „Die besten acht Jahre meines Lebens“

Nach acht Jahren kehrt der langjährige BSH-Österreich-GF Michael Mehnert in seine Wahlheimat Bayern zurück, um die Nachfolge von Roland Hagenbucher als Geschäftsführer der SEG Hausgeräte (Siemens) anzutreten. Mit wohninsider sprach er über den Vorteil von Rennbooten in der Krise, die Sorgsamkeit für Mitarbeiter und den wohl besten Wein von Wien. VON LILLY UNTERRADER

**D**ie Zeit des Übergangs ist immer eine besondere, im Alten nicht mehr dabei, im Neuen noch nicht angekommen, lebend in zwei Parallelwelten, die für eine kurze Periode vereinbart werden müssen. wohninsider traf Michael Mehnert eben in der Zeit des Abschieds von Österreich, ehe sich der Manager Anfang April seinen neuen Agenden als Geschäftsführer der SEG Hausgeräte zuwendete, zu einem durchaus persönlichen Gespräch.

**wohninsider: Herr Mehnert, wie war das vergangene Jahr für die BSH?**

**Michael Mehnert:** Rein wirtschaftlich gesehen war es ein sehr gutes Jahr, wir sind über dem Markt gewachsen (+15 %) (siehe auch BSH Bilanz) und haben Marktanteile dazugewonnen – und das vor dem Hintergrund der Lieferproblematik, die ja die gesamte Branche betroffen hat und noch immer betrifft. An dieser Stelle möchte ich aber auch gleich eine Botschaft an unsere Partner senden, dass wir uns bedanken für den wahnsinnigen Einsatz und gleichzeitig auch entschuldigen. Die Prognosen werden JEDEN EINZELNEN TAG aufs Neue auf eine Probe gestellt. Das bringt sicher einige zur Verzweiflung. Und ich verstehe auch jeden Endkonsumenten, der aufgeregt ist, weil sein Gerät noch nicht angekommen ist. Wichtig ist – und das dürfen Sie uns glauben – wir haben alles in die Waagschale geworfen, um die Situation zu beherrschen. Jedoch: Wir sind auch jetzt noch nicht über dem Berg. Bitte noch um etwas Geduld! Aber es gibt auch eine positive Botschaft: Die Nachfrage nach Küchen ist ungebrochen!

**Wann gibt es Ihrer Ansicht nach Entspannung?**

Vor der Ukraine-Krise dachten wir, dass es ab Q4 2022/Q1 2023 Entspannung geben könnte. Wir rechnen für das laufende Ge-



„Ein Tipp, den ich allen Lesern mitgeben kann: Bleiben Sie neugierig und werfen Sie den Blick nicht zu stark zurück, sondern in die Zukunft, mit dem Willen, diese mitgestalten zu wollen.“

Michael Mehnert

schäftsjahr, dass wir in etwa die gleiche Menge liefern werden wie 2021.

**Können Sie vor diesem Hintergrund für Ihre Marken den Trend zu hochwertigen Marken bestätigen?**

2021 war das erfolgreichste Jahr für Gaggenau bislang. Aber es sind auch alle anderen Marken gut gewachsen. Wir hatten keine Ausreißer.

**Stichwort Preiserhöhung: Wie ist die aktuelle Situation aus Sicht des Herstellers?**

Wir erleben noch immer eine Warenknappheit, Vorlieferanten haben Verträge aufgekündigt und die verfügbare Ware höherpreisig verkauft. Sie müssen bedenken, wenn wir eine neue Baureihe launchen, müssen wir schon zwei Jahre im Voraus die Verträge verhandeln. Plötzlich wurden diese kurzfristig aufgelöst und man muss auf die höheren

Preise eingehen, weil man sonst nicht an die Materialien kommt.

**Was hat die BSH aus der Situation der vergangenen zwei Jahre gelernt? Wie hat man reagiert?**

Was sich jedenfalls gezeigt hat, ist, dass es hier hilfreich ist, wenn Mitarbeiter eine lange Firmenzugehörigkeit haben, sich die Leute schon gut kennen, dann kann man auch unter solchen Bedingungen gut zusammenarbeiten. Auf der anderen Seite hat die neue Situation auch viel Positives zu Tage gefördert: Viel Kreativität – auf Social Media haben wir etwa Kochshows etabliert, wir sind wesentlich stärker in das Thema Digitalwerbung eingestiegen, haben die Digitalisierung in allen Bereichen vorangetrieben. Und wir haben den guten Geschäftsverlauf genutzt, um mehr Endkonsumentenwerbung zu be-

treiben. Unter dem Strich haben wir noch nie so viel TV-Werbung gemacht, wie in den vergangenen zwei Jahren.

## **Was hat man unternommen, um die Liefersituation abzufangen?**

Wir waren kreativ, haben teilweise kurzfristig neue Geräte ohne Home Connect auf den Markt gebracht. Hätten wir das nicht gemacht, wären wir in einer Fabrik zeitweise auf 50% Auslastung zurückgefallen. Man musste viel improvisieren und kreativ und flexibel sein. An dieser Stelle möchte ich den Leuten in der Produktion und Entwicklung meine Hochachtung und meinen Dank aussprechen.

## **Was hat Ihnen besonders gefallen, bzw. was werden Sie am meisten vermissen?**

Was mich wirklich beeindruckt hat, ist der Zusammenhalt – die Verbundenheit der Österreicher zum Land und zu regional produzierten Produkten. Das war neu für mich. Dass man aufeinander achtet und wie man miteinander Geschäfte macht, das ist wirklich sehr toll. Fehlen wird mir sicherlich auch die Gastronomie. Jedes Lokal hier in Wien hat seinen Charme, es gibt Top Gastronomie und Top Qualität, hervorragende Wiener Küche (übrigens ist Wien die einzige Küche, die nach einer Stadt benannt ist, Anm.) Ich mag z.B. sehr Plachutta oder das Steman im sechsten Bezirk.

## **... und Ihre berufliche Bilanz?**

Für mich war das schon ein Sprung in etwas Neues. Ich war noch nie Geschäftsführer und hatte in Wien ein breites Spektrum zu verantworten. Ich konnte auch sehr viele schöne Projekte realisieren. Wir haben in dieser Zeit die neue Konzernstrategie mit Fokus auf „consumer centricity“ eingeführt, sind dadurch näher an den Endkonsumenten gerückt, haben die Marken stärker differenziert und im Zuge dessen wurde 2016 auch die Stilarena gebaut. Das war für mich ein Riesenprojekt und wenn ich heute durchgehe, bin immer noch sehr stolz darauf, das gemeinsam mit meinem Team realisiert zu haben. Weil es einfach ein schöner, inspirierender Platz geworden ist.

Zu den größten Herausforderungen in meiner Zeit hier zählte zweifelsohne, als Horst Neuböck aus dem Mittelstandskreis ausgestiegen ist. Wir mussten damals in kurzer Zeit einen neuen Hafen für die angeschlossenen Händler finden und haben den österreichischen mit dem deutschen Mittelstandskreis fusioniert. Rückblickend war diese Entscheidung goldrichtig, weil wir in den Jahren darauf den Um-

satz vervielfacht haben mit MK-Ware. Ebenso ist die Zahl der angeschlossenen Händler von 230 im Jahr 2017 auf aktuell 340 gestiegen. Und natürlich war auch das Thema D2C in Form des Bosch-Stores, den wir als ersten Piloten europaweit auf der Mariahilfer Straße eröffnen durften, eines der Highlights.

## **Ein Schritt, der von vielen Händlern nicht unbedingt goutiert wurde ...**

Wir sind damals nicht mit dem Ziel gestartet, das Konzept auszurollen, sondern die Ambition war, zu lernen, wie das D2C-Geschäft funktioniert. Und natürlich wollen wir dort die gesamte Breite der Marke Bosch präsentieren, wie es sonst eigentlich nicht möglich ist. Nach fünf Jahren können wir sagen, wir haben in der Tat sehr viel gelernt und unser Verständnis und Respekt vor der Leistung der Handelspartner sind jetzt noch größer.

## **Mittlerweile gibt es ja schon fünf Stores. Sind weitere geplant? Und wie sieht es mit Deutschland aus?**

Es sind keine weiteren mehr in Österreich geplant. Wir sind u.a. mit unseren Mittelstandskreis-Partnern so gut aufgestellt, dass wir den österreichischen Markt sehr gut abdecken. Mit unseren Exklusivsortimenten für den Mittelstandskreis und den Küchenhandel bieten wir dem Fachhandel ein eigenes Geräteprogramm, welches wir im D2C Bereich nicht nutzen. Auf der anderen Seite gibt es einige Produkte, die vorrangig über Ambassadors und unsere eigenen Kanäle vertrieben werden, wie etwa der Bosch Cookit. Für Deutschland gibt es derzeit keine konkreten Pläne, aber perspektivisch gesehen wird es sie sicher geben.

## **Können Sie eine Einschätzung treffen, wie viel Umsatz in Zukunft über D2C gehen wird?**

Meiner Ansicht nach etwa 5-10 %. Wir verfolgen mit unserem D2C-Geschäft einen Omnichannel-Ansatz. Schwerpunkt unserer Vermarktungsstrategie bleibt aber, dass wir unsere Geschäfte mit dem Fachhandel machen möchten.

## **Wie sehen Sie die Zukunft? Was raten Sie einem etablierten Studio um weiterhin erfolgreich zu sein?**

Dass sie Planer und Monteure pflegen! Wir sehen, dass es zu Engpässen aufgrund des Fachkräftemangels kommen wird, denn die werden in Zukunft noch mehr gefragt sein. Auch wird es eine Konzentration im Handel geben, weil

es bei vielen Unternehmen keine Nachfolge gibt. Daher darf man die Themen des demografischen Wandels nicht aus den Augen verlieren. Und Employer Branding wird eine große Rolle spielen. Nicht nur für die Mittelständler, sondern auch für die Hersteller. Daher rate ich jedem, für ein gutes Betriebsklima zu sorgen, um die erste Adresse zu sein für jeden, der in der Branche arbeiten möchte.

## **Wo sehen Sie die Stärken des Küchenfachhandels?**

In der Flexibilität. Das hat sich insbesondere in der Coronazeit gezeigt. Die Kleinen haben immer weitergearbeitet. Und die Gewinner der Krise sind auch die KMU. Ich glaube nicht, dass es eine „Normalität“ wie vor drei Jahren wieder geben wird, sondern dass volatile Zeiten eher zur Regel werden und dann ist die Frage, wie man damit umgeht. Auf unerwartete Situationen muss man mit der notwendigen Flexibilität und Kreativität zugehen. Und da sehe ich die KMU klar im Vorteil. Da haben Rennboote einen Vorteil gegenüber großen Tankern.

## **Zu Ihrer persönlichen Zukunft, welche Herausforderungen warten auf Sie im neuen Job?**

Neben der bereits erwähnten anderen Arbeitsweise freue ich mich auf das Team, das ich übernehmen werde. Ich habe zudem das Glück, einen neuen Markenauftritt einführen zu dürfen. Die Marke Siemens bekommt im Laufe des Jahres ein neues Gewand, wir werden menschlicher und anfassbarer. Gleichzeitig bleiben fortschrittliche Technik und intelligente Innovationen als Kernwerte. Das finde ich toll. Das passt gut in die Zeit. Und ich übernehme eine riesige Verantwortung: Wir sind in Deutschland Marktführer als Einzelmarke mit großem Abstand. In 2021 hat die BSH nochmals zugelegt. Da habe ich großen Respekt davor, das zu halten. Und es kommen einige sehr interessante und für die Marke wesentliche Produktreihen in den nächsten Monaten und Jahren.

## **Was möchten Sie unseren Lesern noch mitteilen?**

Rückblickend waren es die besten acht Jahre meines Lebens – bislang – das kann ich sagen, weil ich noch nicht weiß, was auf mich zukommt. *(lacht)*

Ich möchte mich bei meinen Vorgesetzten für die Freiheit und das in mich gesetzte Vertrauen bedanken. Unser jüngstes Baby >>

„Refurbished“ ist ja gerade angelaufen und das sind alles Dinge, die wir – meine Kollegin Alexandra Dietmair als kaufmännische Geschäftsführerin und ich – uns erarbeitet haben. Denn das Projekt hätten wir nie bekommen, wenn wir nicht gezeigt hätten, dass wir D2C beherrschen. Und wie erfolgreich „Refurbished“ ist, und dass wir am richtigen Weg damit sind, zeigt, dass wir am ersten Wochenende ausverkauft waren. Aus diesem Grund haben wir auch schon angekündigt, dass wir uns gut vorstellen können, den Handel mit einbinden zu wollen. Derzeit läuft das ja nur über unseren Bosch Online-Shop. Die Schwierigkeit besteht aktuell darin, brauchbare Ware zu bekommen. Wir haben für viele Jahre Ersatzteile. Aber wir bekommen derzeit so wenig brauchbare Geräte für die Wiederaufbereitung, obwohl wir in ganz Deutschland sourcen.

### Wie lautet Ihre Prognose: Wie werden wir in 10-15 Jahren leben? Und wie wird sich der Handel gestalten?

Neben den Fragen des demografischen Wandels glaube ich nicht, dass sich der Trend umkehrt und die Leute ihr Zuhause wieder weniger mögen werden. Und da wird die Vernetzung neue Möglichkeiten der Bedienung bieten, die wir auch mit Home Connect und anderen digitalen Services abdecken können. Bei unseren neuen Backöfen gibt es neue Möglichkeiten für Kocherlebnisse, dass z.B. externe Rezepte zugespielt werden können. Auch wenn die Skepsis heute noch groß ist, alle Hersteller werden Geräte



„Wie erfolgreich ‚Refurbished‘ ist, und dass wir am richtigen Weg damit sind, zeigt allein die Tatsache, dass wir am ersten Wochenende ausverkauft waren.“

zunehmend vernetzen und irgendwann erwartet der Konsument das einfach.

Ein weiteres Beispiel ist die Ferndiagnose: 15-20 % unserer Kundendienst-Einsätze sind nur auf Bedienungsfehler zurückzuführen. Bei vernetzten Geräten können wir Probleme oft aus der Ferne, ganz ohne Anfahrt eines Kundendienst-Technikers lösen. Diese Dinge werden wir alle im Alltag spüren. Autos sind schon jetzt Computer auf Rädern. Wir werden uns noch mehr auf digitale Produkte verlassen. Was wir heute schon verbaut haben in den Geräten ist nur der Anfang. Aber ich habe keine Angst davor, ich bin neugierig und ich versuche mir diese Neugierde zu erhalten.

Das ist auch ein Tipp, den ich allen Lesern mitgeben kann: Bleiben Sie neugierig und werfen Sie den Blick nicht zu stark zurück, sondern in die Zukunft, mit dem Willen, diese mitgestalten zu wollen.

### Was werden sie am meisten vermissen?

Mir war nicht bekannt, dass Österreich so eine gute Weinqualität hat. Und dass sogar mitten im Stadtgebiet Wein angebaut wird. Einfach toll! Ganz besonders mag ich den Roten Veltliner vom Weingut Fritz. Aber unter uns: Mein Weinkeller ist mittlerweile überwiegend rotweißrot. Nicht nur so bleibe ich auch künftig mit Österreich in vieler Hinsicht verbunden. (lächelt)

Das gesamte Interview mit Michael Mehnert lesen Sie auf [www.wohninsider.at](http://www.wohninsider.at)

## Rekordumsatz für die BSH Hausgeräte GmbH

Das Geschäftsjahr 2021 bescherte der BSH mit einem Umsatzplus von 12 % einen neuen Rekordwert. Aktuell überschattet jedoch die Situation in der Ukraine alles andere.

Das 55-jährige Bestehen der BSH Hausgeräte GmbH (BSH) begleitet ein wirtschaftlicher Erfolg. Das Unternehmen erzielte im Geschäftsjahr 2021 einen Rekordumsatz von 15,6 Milliarden Euro Umsatz, was einem Wachstum von 12 % gegenüber Vorjahr (wechsellkursbereinigt um 14 Prozent) entspricht.

Dr. Carla Kriwet, CEO und Vorsitzende der Geschäftsführung der BSH Hausgeräte

GmbH: „Ich freue mich, dass es uns 2021 trotz zahlreicher Herausforderungen gelungen ist, erneut ein Rekordergebnis zu erzielen, und bedanke mich herzlich für den großartigen Einsatz unserer Mitarbeitenden weltweit. Wir wissen aber, dass die globalen Ereignisse unser Geschäft im laufenden Jahr weiterhin beeinflussen werden – neben der dramatischen Situation in der Ukraine sind diese die noch nicht überwundene Coronapandemie, instabile Lieferketten sowie die Halbleiter-Knappheit.“

### Hilfe für die Ukraine

Überschattet würde alles jedoch von der menschlichen und wirtschaftlichen Katast-

rophe in der Ukraine. Für die BSH hat die Sicherheit der Kolleginnen und Kollegen in allen Ländern oberste Priorität. So helfen die BSH-Krisenteams Mitarbeitenden aus der Ukraine und deren Familien, das Land sicher zu verlassen und organisieren Transportmöglichkeiten und Unterkünfte. Darüber hinaus hilft die BSH den Menschen in der Region, die in persönliche Not geraten sind, und unterstützt finanziell die humanitäre Hilfe vor Ort. Selbstverständlich erfüllt die BSH alle rechtlichen und gesetzlichen Anforderungen. Das Unternehmen hat die Lieferung von Teilen für die Produktion sowie die Lieferung von Hausgeräten aus der Europäischen Union nach Russland unterbrochen und

darüber hinaus die Produktion in den beiden Werken in St. Petersburg ausgesetzt.

## Auch die Lieferketten sind stark beeinträchtigt

Die Liefersituation hat sich durch die aktuelle Krise nochmals verschärft. Die daraus resultierenden Materialengpässe treffen mehrere BSH-Fabriken in Europa und der Türkei, bis hin zum vorübergehenden Aussetzen der Produktionstätigkeit. Trotzdem bemühe man sich, seine Kunden mit Ersatzteilen und Kundendienstleistungen weiterhin bestmöglich zu versorgen.

## Wachstum überall – Europa on Top

Die BSH konnte im Geschäftsjahr 2021 ihre Umsätze in allen Regionen deutlich steigern. In der Region Europa bleibt die BSH unangefochtener Marktführer. Im vergangenen Jahr wuchs der Umsatz um 9 %. Speziell die großen westeuropäischen Märkte wie Deutschland, Großbritannien, Frankreich, Spanien, Italien sowie Nordeuropa und die Türkei gaben den Ton an. Beachtenswert auch der Zuwachs in der Region Amerika (USA, Kanada), wo man ein Plus von 23 % verzeichnete. Für die Gesamtregion Asien-Pazifik/Afrika erreichte die BSH ein Umsatzwachstum von 18 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Auf dem chinesischen Markt, dem größten der Region, konnte die BSH den Umsatz um 17 Prozent im Vorjahresvergleich steigern. In China bleibt die BSH der führende, nicht-chinesische Hersteller von Hausgeräten.

## Kälte vor Kochen

Stärkster Umsatztreiber im Geschäftsjahr 2021 war die Produktkategorie Kälte mit einem Zuwachs von 20 Prozent im Vergleich zum Vorjahr, gefolgt von der Produktkategorie Kochen (Backöfen +14 Prozent, Kochfelder und Ventilation +13 Prozent). Bei der Wäschepflege wuchs der Umsatz um 9 Prozent. Spülen konnte um 7 Prozent zulegen. Positiv entwickelten sich auch die Kleingeräte (Consumer Products) wie Kaffeefullautomaten, Küchenmaschinen und Staubsauger mit 9 Prozent Wachstum.

## Service on Top, Mitarbeiter im Plus

Das Serviceangebot des mehrfach ausgezeichneten Kundendienstes der BSH erzielte ebenfalls einen um 4 % höheren Umsatz im Vergleich zum Vorjahr. Die rund 15.000 Kundendienstmitarbeiterinnen und -mitarbeiter der BSH und ihre Service-Partner unterstützen auch im zweiten Jahr der Corona-Pandemie



Die BSH-Geschäftsführung.

in rund 50 Ländern ununterbrochen die Konsumentinnen und Konsumenten. Zum Ende des Jahres 2021 beschäftigte die BSH weltweit 62.400 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter – rund 4% mehr als im Vorjahr. Der Anstieg ist insbesondere auf Neueinstellungen im Fertigungsbereich aufgrund der gestiegenen Nachfrage zurückzuführen. Auch die Investitionen und die Forschung wurden vorangetrieben. Gleichzeitig werden durch regionale Produktion Transportwege und Lieferketten verkürzt, was einen wesentlichen Beitrag zur Reduktion der CO<sub>2</sub>-Emissionen ermöglicht. Die Ausgaben für Forschung und Entwicklung stiegen im Jahr 2021 um 47 Millionen Euro auf 755 Millionen Euro bzw. 5 Prozent des Gesamtumsatzes. Auch zukünftig liegt der Fokus auf konsumentenorientierten Innovationen, IoT-Lösungen sowie der Digitalisierung der gesamten Wertschöpfungskette und dem Aufbau einer funktionsfähigen Kreislaufwirtschaft.

## Gelebte Nachhaltigkeit

Um auch die Endkonsumenten bei ihrem Lebensstil zu unterstützen, arbeitet die BSH stetig an einer langen Lebensdauer, einem niedrigen Energie- und Wasserverbrauch und an der Verwendung nachhaltiger Materialien. Hygiene und Frische von Lebensmitteln sowie das Thema Vermeidung von Lebensmittelverschwendung haben ebenfalls an Relevanz gewonnen. Weitere Themen sind hier selbstlernende Geschirrspüler, die aktiv energieeffiziente Spülprogramme vorschlagen oder das Indoor-Gardening-System. Die BSH selbst vermeidet zusehends lange Transportwege und

unterstützt so die Kreislaufwirtschaft. Darüber hinaus helfen neue digitale Services wie die foodfittery App dabei, weniger Lebensmittel zu verschwenden. Bereits seit 2020 entwickelt und fertigt die BSH an allen Standorten weltweit CO<sub>2</sub>-neutral. Bis 2030 sollen alle Standorte zu 100 Prozent mit Ökostrom versorgt werden. Zudem setzt man bei der Produktion neuer Geräte zunehmend auf recycelte Materialien. Bis 2025 werden Hausgeräte der BSH zu mindestens 25 Prozent aus Rezyklaten bestehen. Bis zum Jahr 2030 soll dieser Anteil auf 50 Prozent mindestens verdoppelt werden. Gleichzeitig hat die BSH sich das Ziel gesetzt, den Anteil wiederverwertbarer Materialien in den Geräten bis 2025 auf mindestens 80 Prozent und bis 2030 auf mindestens 95 Prozent zu erhöhen.

## Das österreichische „Baby“ Refurbished

Die BSH investiert weiterhin in neue Geschäftsmodelle wie das kürzlich in Österreich gestartete „Refurbished“-Pilotprojekt, bei dem erstmals professionell wiederaufbereitete Waschmaschinen der Marke Bosch mit Herstellergarantie zum Verkauf angeboten werden. Darüber hinaus können Konsumentinnen und Konsumenten seit 2021 über das Abo-Modell Blue-Movement Hausgeräte in Deutschland und den Niederlanden mieten. Das Sharing-Modell WeWash bietet Bewohnerinnen und Bewohnern bereits seit 2016 in großen Wohnanlagen in Deutschland und Österreich die Möglichkeit, per App eine Waschmaschine zu buchen und je Waschzyklus bargeldlos abzurechnen.

[www.bsh-group.com/at](http://www.bsh-group.com/at)

## KÜHLGERÄTE

### Von der Wichtigkeit der Richtigkeit

Dem Kühl-/Gefrier-Gerät wird in den allermeisten Küchen eine Sonderstellung eingeräumt. Ständig in Betrieb, muss dieser sowohl was Geräuschpegel als auch Stromverbrauch betrifft höchste Anforderungen erfüllen. Kein Wunder, dass Konsumenten hier besonders genau beraten werden wollen. Darüber hinaus ist das Kühlgerät in den immer ähnlicher werdenden Küchen oftmals auch ein Design-Statement.

Die Covid-Pandemie hat einige Entwicklungen beschleunigt, anderes manifestiert. Mit Sicherheit schenken die Menschen ihrem Zuhause in den vergangenen 24 Monaten unverhältnismäßig mehr Aufmerksamkeit als zuvor. Auch die optimale Lagerung von Produkten – unter anderem unter dem Blickwinkel von Hamsterkäufen – erschien plötzlich in einem neuen Licht. Das Verhalten der Konsumenten zu Hause hat sich (temporär) verändert, z.B. in der Zubereitung von Speisen. Wie etwa eine von Beko veröffentlichte Studie zeigt, gaben 50 Prozent der befragten Personen (Panel: mehr als 5400 Menschen weltweit) an, dass sie in der Pandemie mehr Zeit in der Küche verbracht haben. Vier von fünf gaben an, dass sich ihr Kochverhalten geändert hätte. Demzufolge suchen die Verbraucher\*innen nach Geräten, die einfach zu bedienen und zu reinigen sind, die leise arbeiten und über eine bessere Wi-Fi-Konnektivität verfügen, die ihr Leben bequemer machen und ihnen helfen, ein besseres Leben zu führen. Kein Wunder, dass die Geräte-Industrie stets bestrebt ist, diesen ständig wachsenden Anforderungen gerecht werden. Besonders interessant an dieser Stelle auch:



Kühlgeräte sind oft ein Design-Statement in modernen Küchen, wie hier das aktuelle Modell der Gorenje-Retro-Kollektion.

90 Prozent der Verbraucher\*innen möchten die Gewohnheiten beibehalten, die sie im Lockdown gelernt haben.

#### Wider die Lebensmittelverschwendung

Dazu gehört auch das vermehrte Kochen mit frischen Zutaten und die Reduktion von Le-

bensmittelverschwendung, wie Miele in Bezug auf eine Studie der WHO bekanntgab. Die richtigen Kühlgeräte liefern hier beste Voraussetzungen, ermöglichen doch weiterentwickelte Features wie eiskalte Sprühnebel auf Obst und Gemüse alle 90 Minuten und bei jedem Öffnen (Liebherr/Miele) oder die an den Tagesablauf angepasste Beleuchtung (Beko/elektroabregenz) vvm. noch längere Haltbarkeiten bei idealer Frische. Aber auch außergewöhnliche Features wie Glasoberflächen, die durch Klopfen transparent werden und so den Blick auf das Innenleben freigeben (LG) machen neugierig und beleben den Markt.

Ein genauerer Blick auf das Kühlgeräte-Sortiment lohnt sich jedenfalls. Im Folgenden finden Sie einige der aktuellen Highlight-Produkte.

Weitere Kühlgeräte-Highlights auf unserem Online-Marktplatz unter [www.wohninsider.at](http://www.wohninsider.at), Link zu den Produkten: [bit.ly/3xK8suJ](https://bit.ly/3xK8suJ)



Perfekte Ordnung und Übersichtlichkeit muss sein.

## COOL UND FLEXIBEL



Die neue coolFlex Generation von Siemens überzeugt durch ihr optimiertes XXL-Frischesystem für längere Haltbarkeit, optimale Nutzung des 360-Liter-Volumens und maximale Übersicht über alle Vorräte. So wird der Gefriereteil nun erstmals über ein eigenes freezer-Light ausgeleuchtet und im Kühlteil ist es doppelt so hell wie zuvor. Mit nur 35 dB zählen die neuen coolFlex Geräte zu den leisesten Solo-Kühl-Gefrierkombinationen auf dem Markt. Zu ihrem Komfort gehört zudem die Möglichkeit,

das Gerät nicht nur über das in die Tür eingelassene touch-Control Elektronik-Display zu steuern, sondern auch per Home Connect App. Die hyperFresh Frischetechnologie im neuen XXL-Format ermöglicht spezielle Klimabedingungen für Lebensmittel. Die superKühlen- und superGefrieren Optionen lassen sich etwa schon aus dem Supermarkt oder Großmarkt per Home Connect App einschalten. Dabei stellt das hinter der Rückwand verborgene Multi-Siemens Hausgeräte Airflow-System eine perfekte Verteilung der kalten Luft auf allen Ebenen des Kühlraums sicher, während die noFrost Ausstattung dafür sorgt, dass der Gefriereteil nie wieder abgetaut werden muss.

[www.siemens-home.bsh-group.com/at](http://www.siemens-home.bsh-group.com/at)

## So richtig zum Chillen

Der neue vernetzte Kühlschrank AEG French Door/ MultiDoor (MultiChill) bietet nicht zuletzt durch seine vier Türen mit Gefrierfach extra viel Platz. Dank der MultiChill-Technologie kann er zudem ein intuitives Temperaturmanagement vorweisen. Die mittlere Schublade lässt sich ganz nach Bedarf auf Temperaturen von -2 bis +7 Grad einstellen. Und die Connectivity-Funktion bietet dabei höchst praktische Vorteile: Über die My AEG Kitchen App kann sie bereits im Supermarkt die Schnell-Gefrierfunktion „Frostmatic“ aktivieren, damit der Lebensmittel-Einkauf direkt zu Hause im Gefrierfach eingelagert werden kann und damit in der Kühlkette bleibt.



Bei der Vorratshaltung erweist sich die Smarter FridgeCam™ als besonders nützlicher Helfer. Die intelligente Kamera nimmt jedes Mal ein Foto auf, wenn die Tür des Geräts geschlossen wird. So kann man über Smartphone oder Tablet überall und jederzeit feststellen, was noch im Kühlschrank ist und was fehlt. So erleichtert sie den Einkauf und hilft, die Verschwendung von Lebensmitteln zu minimieren.

[www.aeg.at](http://www.aeg.at)

## Kühl kalkuliert

Praktisch, der Unterbau-Kühlschrank mit Gefrierfach – die perfekte Lösung überall dort, wo es an Platz mangelt. Bei den meisten Kühlgeräten von ORANIER gehört das be-fresh Gemüsefach zur Grundausstattung, das durch eine Regulierung der Feuchtigkeit für langanhaltende Frische sorgt. Für verschiedene Einbauhöhen steht ein Festtür-Mechanismus zur Verfügung, der ab einem Öffnungswinkel von 30 Grad dafür sorgt, dass die Tür von selbst schließt. Viele Geräte sind zudem mit der neuen No-Frost-Funktion aus-



gestattet, die eine Vereisung verhindert, lästiges Abtauen erspart und den Energieverbrauch dauerhaft senkt. Doch das ist noch nicht alles: Da ist zum einen die 145 cm hohe Kühl-Gefrier-Kombi, bei der sich das Gefrierfach unten befindet; zum anderen die freistehende Kombi in hochwertiger Edelstahl-Optik mit Display und einer extra kühlen Zone, in der die Temperatur annähernd beim Nullpunkt liegt, sodass viele Lebensmittel länger haltbar sind und Vitamine sowie Mineralstoffe erhalten bleiben.

[www.oranier.com](http://www.oranier.com)

## NEFF präsentiert FlexCooling



Das Innenleben des Kühlschranks wird künftig neu gedacht, denn mit FlexCooling bietet NEFF eine variable Anordnung der Türfächer und damit größtmögliche Gestaltungsfreiheit im Kühlschrank.

Das System besteht aus handlichen Türabstellern und dazu passenden Einhängeschieben, die beliebig in der Kühlschranktür positioniert werden können. Die Aufbewahrungsboxen gibt es in zwei Größen, mit Deckel oder ohne. Auf diese Weise wird der Platz in der Tür optimal ausgenutzt – je nach Modell können bis zu acht Boxen gleichzeitig installiert werden. Die Behälter können zudem vom Kühlschrank aus direkt weiterverwendet werden, z.B. als Servierschale für Grillsaucen. Das ist smart und schafft jede Menge Freiheit im Küchenalltag. Das neue FlexCooling System ist in allen Kühlschränken der NEFF Collection der Ausstattungs-Standard. Bei vielen weiteren Modellen sind die flexiblen Ablagen außerdem durch wenige Handgriffe nachrüstbar.

[www.neff-home.com/at](http://www.neff-home.com/at)

## Die nächste Standgeräte-Generation

Liebherr unterteilt die neue Standgeräte-Reihe in Pure und Plus sowie in die Premiummodelle Prime und Peak. Mit EasyFresh, BioFresh und BioFresh Professional bietet Liebherr präzise Lagermöglichkeiten, um empfindliche Vitamine und Mineralstoffe deutlich länger zu bewahren. Mit dem BioFresh Professional Fish & Seafood-Safe hat Liebherr ein separates Fach entwickelt, das speziell auf die verbesserte Lagerung von Fisch und Meeresfrüchten bei -2 Grad Celsius ausgerichtet und individuell regulierbar ist. In den Kühlgeräten der Peak-Serie legt sich außerdem der feine Frischenebel HydroBreeze auf Obst und Gemüse, für einen zusätzlichen Frische-Effekt. Unentwegt frisches Wasser direkt aus dem Kühlschrank liefert zudem der integrierte Wasserspender mit Filtersystem Infinity-Spring. Auch im Inneren der Kühlgeräte nutzt Liebherr eleganten Edelstahl, der ein besonders hygienisches Umfeld zur Lagerung bietet, zudem wird unerwünschte Feuchtigkeit und Anfrieren von Lebensmitteln durch Luftzirkulation zwischen Rückwand und Edelstahl-Verkleidung vermieden. Alle Kühl- und Gefriergeräte der neuen Standgeräte-Reihe wurden in Deutschland entworfen und werden in Europa gefertigt.

[home.liebherr.com](http://home.liebherr.com)



## Call me, baby

Eben erschienen sind auch die Gorenje GardenFresh Kühlschränke mit WLAN-Funktion. Die WiFi-Verbindung ermöglicht Fernsteuerung, mobile Benachrichtigungen und Ticketing, sodass alle Kühl- und Gefriervorgänge reibungsloser und schneller von überall aus verwaltet werden können. So informiert der Kühlschrank etwa, wenn der Strom ausfällt, hohe Temperaturen auftreten oder jemand die Tür offen gelassen hat. Es lässt sich aber auch die Temperatur des Kühl- und Gefrierschranks von überall aus über die Anwendung einstellen, und wenn Sie nach Hause kommen, können Sie Ihre Lebensmittel bei genau den richtigen Graden lagern, die Sie benötigen. Mit Ticketing können Probleme mit Kühl- und Gefrierschränken mit sofortigem Zugriff auf die Datenbank „Häufig gestellte Fragen“ in der App einfach verwaltet werden oder sich direkt aus der App an den Kundendienst gewandt werden.

[www.gorenje.at](http://www.gorenje.at)



## From Dusk till Dawn



Beko präsentiert die neuen Beyond-Modelle mit AeroFlow. Dies sorgt für eine gleichmäßige Temperaturverteilung auf allen Ebenen und minimale Temperaturschwankungen. So kommt weniger direkte Kaltluft auf die frischen Lebensmittel, was wiederum das Problem des Austrocknens der Lebensmittel minimiert. Die Lebensmittel bleiben so länger frisch und saftig. Ab den b300 Geräten gibt es das Feature HarvestFresh. Diese innovative Technologie verwendet nicht eine, sondern gleich drei effektive Farben (Grün, Blau und Rot), die den natürlichen Lichtzyklus des

Tages imitieren, einschließlich einer dunklen Nachtphase. Durch diesen 24-Stunden-Tag-Nachtzyklus wird ein natürliches Lebensumfeld für Obst und Gemüse geschaffen, lange nachdem dieses geerntet und gekauft wurde. Die Verwendung verschiedener Lichtkombinationen ermöglicht es, in beispielsweise Spinat oder Beeren enthaltene Vitamine auf natürliche Weise zu konservieren. Die dreistufige Beleuchtungstechnologie schafft so beste Bedingungen für den Erhalt von Vitamin A und C in Frischeprodukten. Obst und Gemüse schmecken auch nach Tagen wie frisch geerntet.

[www.beko.com/at-de/](http://www.beko.com/at-de/)

## EISKALT EINGENEBELT

Die neue Kühlgeräte-Generation K 7000 von Miele – mit PerfectFresh Active setzt neue Maßstäbe. Bei Temperaturen zwischen 0 und 3 Grad Celsius erhält schon das bewährte Frischesystem PerfectFresh Pro von Miele Lebensmittel bis zu fünfmal länger frisch als dies im klassischen Gemüsefach möglich ist. Mit PerfectFresh Active setzt Miele noch eins drauf: Ein feiner Sprühnebel legt sich auf den Inhalt der Frischeschublade, der Qualität und Vitamine zusätzlich schützt. Dies gibt es sonst nur in professionellen Anwendungen, etwa in Feinkostgeschäften. Die extra zugeführte Feuchtigkeit sorgt für den besonderen Frischekick. Alle 90 Minuten und bei jeder Türöffnung wird dieser Sprühnebel aus dem darüberliegenden Wassertank direkt in die Schublade abgegeben. Da der Wasserverbrauch dabei sehr gering ist, fasst der kleine, leicht zu reinigende Wassertank nur 120 ml Wasser. Eine unerwünschte Verkeimung findet bei den niedrigen Temperaturen nicht statt,

sodass der Tank erst nach zwei bis drei Monaten neu befüllt werden muss. Ein toller Erfolg: Noch vor Markteinführung erhielt die neue Generation K 7000 im Mai 2021 den iF Design Award.

[www.miele.at](http://www.miele.at)



# MARKTPLATZ : KÜHLGERÄTE

## The French Way of Cooling



Mit den neuen „French Door-Geräten in den Serien 4, 6 und 8 liefert Bosch Antworten auf viele Bedürfnisse des Alltags. Die 91 Zentimeter breiten French Door Geräte fassen bis zu 605 Liter Inhalt. Ihre eleganten Doppeltüren erlauben einen einzigartigen Überblick über den großzügigen Innenraum mit seinen vielfältigen Gestaltungsmöglichkeiten. Die neu gestaltete Design-Metallic Innenrückwand in Hochglanz-Weiß oder Silbermetallic verleiht dem Kühlraum einerseits eine hochwertige Optik und unterstützt andererseits das MultiAirflowSystem bei der gleichmäßigen Kaltluftverteilung. Einen entscheidenden Beitrag zur Frische von

Obst, Gemüse, Fisch und Fleisch leistet der besonders geräumige VitaFresh6 Bereich, bestehend aus zwei großen, separat einstellbaren Schubladen. Bei niedriger Temperatur und genau angepasster Luftfeuchtigkeit werden hier getrennt voneinander sowohl Obst und Gemüse, als auch Fisch und Fleisch optimal vor Qualitätsverlusten geschützt. Und bei Bedarf lässt sich in letzterem auch mal eine Flasche Prosecco kurzfristig auf Trinktemperatur bringen. Dank Home Connect Schnittstelle, verfügbar in den Serien 6 und 8, lässt sich das Gerät ganz einfach in das smarte Zuhause integrieren.

[www.bosch-home.at](http://www.bosch-home.at)

## Samtiges Rubinrot



SMEG bietet in der großen FAB-Farbfamilie drei Trend-Farbtöne. In opulentem Rubinrot sticht der Smeg Kühlschrank im 50's Style natürlich besonders ins Auge. Edel wirkt dabei nicht nur der sanfte Metallic-Schimmer, sondern auch die Softtouch-Oberfläche. In neuem Emerald Green/ Dunkelgrün harmoniert der Design-Kühlschrank wie ein Möbelstück perfekt mit dem angesagten Wohnstil botanischer

Dekors. Ebenfalls warm und entspannt, aber leiser, präsentiert sich das FAB-Modell in Taupe. Insgesamt bietet Smeg damit jetzt seine Kühlschränke mit Kultstatus in insgesamt 21 Farb- und Dekorooptionen. Durch die Verarbeitung hochwertiger Materialien wie Glas und Chrom sind sie zudem äußerst langlebig. Die leisen Betriebsgeräusche von 38 Dezibel machen sie ideal für offene Küchen- und Wohnbereiche. Auch sonst zeigen sich die Geräte technisch auf dem neuesten Stand.

[www.smeg.de](http://www.smeg.de)

## Wer klopft denn da?



Ein eleganter Kühlschrank, der per Klopfen den Blick auf seinen Inhalt frei gibt? Was zunächst futuristisch klingt, ist dank der LG InstaView Door-in-Door™ Kühlschränke allerdings schon längst keine Zukunftsvision mehr. Das verspiegelte Glasfenster des LG InstaView fügt sich harmonisch in das gesamte, geradlinige Kühlschrank-Design. Das Glas wird nur bei Anklopfen transparent, sodass sich problemlos einen Überblick über die darin befindlichen Lebensmittel verschaffen lässt, ohne zuvor die Tür öffnen zu müssen. Auf diese Weise werden Kälteverluste reduziert, es wird Energie gespart und die Lebensmittel bleiben im LG InstaView Door-in-Door™ Kühlschrank länger frisch. Zudem ist das Gerät mit Features wie dem LG ThingQ, dank dem sich die wichtigsten Funktionen mithilfe einer App per Smartphone steuern lassen oder dem „Inverter Linear Kompressor (mit 10 Jahren Material Garantie) ausgestattet.

[www.lg.com/at/instaview-kuehlschraenke](http://www.lg.com/at/instaview-kuehlschraenke)

## Küppersbusch macht Platz

Die neuen French Door Kühl-Gefrierschränke von Küppersbusch gelten gleichwohl als Eyecatcher als auch überzeugendes Platzwunder. Leistungsstarke Kompressoren und eine hochwirksame Vakuumisolierung sorgen bei allen Varianten für einen geringen Stromverbrauch.

Die Geräte sind sehr schwingungsarm und mit 41 dB besonders leise; gerade in offenen Wohnküchen ein nicht zu unterschätzender Vorteil.

Die neue Ion Clean-Technologie sorgt für gute Gerüche im Geräteinneren: Der integrierte Ionisierer verhindert, dass sich geruchsbildende Bakterien ansiedeln. Im Gefrierraum gewährleistet die bewährte No Frost-Technologie, dass dieser vollständig frei von Eisansammlungen bleibt. Weder an den Innenwänden noch an den Lebensmitteln kann sich Reif bilden. Ein lästiges Abtauen des Gerätes gehört der Vergangenheit an. Der FKG 9860.0 ist ab sofort in zwei Designvarianten erhältlich: im klassischen Edelstahl-Look und in Schwarz.



[www.kueppersbusch-home.com](http://www.kueppersbusch-home.com)

FRANZ SCHNEIDER UND HELGE OBERLEITHNER

## Tischlermeister mit Quooker

Die Tischlerei Schneider GmbH in Euratsfeld (NÖ) gibt es seit 1876 in 5. Generation. Ein echter Familienbetrieb also, der heute von Tischlermeister Franz Schneider als Geschäftsführer geleitet wird. Unterstützt wird er – wie könnte es anders sein – von der Familie: Heidelinde (Ehefrau), Maria (Schwester), Manfred (Bruder) und Paul (Sohn) sowie von 50 Mitarbeiter:innen. wohninsider sprach mit Franz Schneider und Helge Oberleithner (Geschäftsführer Quooker Österreich). VON GERHARD HABLICZEK

**D**er Beruf des Tischlers hat sich in den letzten Jahrzehnten sehr verändert. Die Kompetenz liegt zwar beim Thema Holz, aber sie geht mittlerweile in viele andere Bereiche. Im folgenden Beispiel auch in den Bereich der Küchenarmaturen. Die Tischlerei Schneider ist spezialisiert auf die Innenraumgestaltung. 'Im Trend wohnen' ([www.imtrendwohnen.at](http://www.imtrendwohnen.at)) lautet das Motto und Firmenchef Franz Schneider steht neuen, modernen Entwicklungen aufgeschlossen gegenüber. So kam es, dass in Euratsfeld, schon bevor das niederländische Unternehmen Quooker in Österreich mit einer eigenen Niederlassung startete, ein Quooker präsentiert wurde.

„Ich war mit meiner Schwester 2018 auf der Kölner Messe und da wurde ich auf Quooker aufmerksam“, erzählt der Tischlermeister.



Tischlermeister Franz Schneider (li.) und Quooker Österreich Geschäftsführer Helge Oberleithner.



Franz Schneider mit Sohn Paul.

„Die Kunden erkennen die Vorteile und kaufen Quooker.“

Franz Schneider

„Oder besser gesagt, meine Schwester Maria wurde darauf aufmerksam. Sie erkannte sofort die Vorteile von kochend heißem Wasser in sekundenschnelle. Tee aufsetzen, Filterkaffee aufbrühen, Pasta kochen, Gemüse blanchieren oder eine Flasche Milch für den Nachwuchs zubereiten. Wer mehrmals täglich kochendes Wasser benötigt, verbraucht mit einem Quooker deutlich weniger Energie, als mit einem Wasserkocher. 'Der Wasserhahn der alles kann' liefert mit dem CUBE zudem gekühltes prickelndes oder stilles Wasser ebenfalls in Sekunden. Das System ist sehr effizient. Die Kunden erkennen das und kaufen Quooker.“

Das Hauptgeschäftsfeld des Tischlerbetriebes umfasst den gesamten Wohnraum. Franz Schneider sieht seine diesbezüglichen Aufträge als Projekte, von denen er so zwischen 200 bis 250 pro Jahr abwickelt. Nicht in jedem Projekt ist eine Küche inkludiert, aber rund 70 Projekte sind mit Küche. Und gut ein Drittel davon sind mit Quooker ausgestattet. Schneider: „Der Quooker ist nicht wirklich eine Preisfrage. Wenn der Kunde die Vorteile erkennt, dann kauft er einen Quooker. Er würde ja sonst auch eine Armatur für seine Spüle brauchen. Mit Quooker kauft er sich halt was hochwertigeres.“ Und was Schneider noch freut: „Bei Quooker werden im Internet keine Preise verrissen, das gibt mir als Unternehmer viel Sicherheit.“

„Ein Quooker verkauft sich fast von selber.“

*Helge Oberleithner*

„Ein Quooker verkauft sich fast von selber“, erklärt Österreich Geschäftsführer Helge Oberleithner. „Wir sehen das bei unseren Messeauftritten. Wenn hier kochend heißes Wasser aus der Armatur dampft, oder eisgekühltes Mineralwasser aus der gleichen Armatur kommt, dann bleiben die Leute stehen und schauen. Das ist Emotion pur. Und das passiert auch in einem Schauraum. Für das eigene zu Hause bedeutet das: man braucht keinen Wasserkocher, man braucht keine Plastikflaschen und man braucht keinen Platz im Kühlschrank. Wichtig für den Verkauf sind meiner Meinung nach folgende Schritte: aktiv zeigen und vorführen sowie im Planungsgespräch einplanen.“

„Der Quooker verkauft sich über Weiterempfehlung“, sagt Franz Schneider. „Wir sehen das in unserem Haus. Mittlerweile haben einige Mitarbeiter:innen von uns einen Quooker bei sich zu Hause. Es kommen dann Freunde und Bekannte von unseren Mitarbeiter:innen zu uns und wollen auch einen Quooker.“

Über Weiterempfehlungen kommt die Tischlerei Schneider generell zum Großteil ihrer Kunden und das schon seit Generationen. Andere Werbung macht man nicht, seit neuestem setzt man zusätzlich auf soziale Netzwerke. Junior Paul Schneider widmet sich diesem Thema. Der Kundenkreis der Tischlerei wohnt grob gesprochen zwischen Salzburg und Wien mit Ausreißern (London, Miami). Als Handelsware führt Franz Schneider hauptsächlich die gelisteten Marken des Europamöbel Verbandes, dessen Mitglied das Unternehmen seit 2012 ist.

[www.imtrendwohnen.at](http://www.imtrendwohnen.at)

[www.quooker.at](http://www.quooker.at)



*Wasser kochend heiß ...*



*... und eisgekühlt.*

TEKA

## „Einem Umsatzquantensprung steht nichts im Wege“

Teka Österreich mit den Marken Teka und Küppersbusch zeigt fortan deutlich stärker auf. Die Zwei-Marken-Strategie mit Fachhandelsfokus bei Küppersbusch bleibt, trotzdem will der Zentraleuropa- und Österreich-Geschäftsführer Hannes Kolb vermehrt und merkbar auf seine Brands aufmerksam machen. VON LILLY UNTERRADER

**K**üppersbusch, die Traditionsmarke aus dem Ruhrgebiet, steht seit jeher für Werterhalt und Tradition – nicht umsonst ist das Kompetenzzentrum mit mitteleuropäischer Ausrichtung nach wie vor in Gelsenkirchen beheimatet, die internationalen Fäden laufen dort zusammen. – Und Küppersbusch steht für den Küchenmöbelfachhandel, hält Hannes Kolb ganz klar fest, daran würde sich auch künftig nichts ändern! Dennoch wird man fortan nicht nur auf die jüngere, mediterranere Marke Teka,

sondern auch auf Küppersbusch hierzulande öfter treffen: „Wir werden klar unsere Sichtbarkeit bei der Marke Küppersbusch erhöhen“, sagt der Manager. Damit setzt man einen Weg fort, der bereits in den vergangenen Monaten eingeschlagen wurde. Bedeutet, man stellt sich vertriebstechnisch breiter auf, tritt auch marketingseitig vermehrt ins Rampenlicht, ohne jedoch seine Wurzeln im Fachhandel zu vernachlässigen.

„Wir wissen, wo wir mit Küppersbusch herkommen und wo wir hingehören, und dieses Erbe werden wir auch weiterhin pflegen“, so Kolb gegenüber wohninsider Ende Februar.

Rückblickend auf das vergangene Jahr erntete man bereits die ersten Früchte der konsequenten Arbeit. „Wir sind sowohl in den neuen Vertriebswegen mit Teka als auch im angestammten Küchenfachhandel sehr



„Wir wissen, wo wir mit Küppersbusch herkommen und wo wir hingehören, und dieses Erbe werden wir auch weiterhin pflegen“,

stellt Hannes Kolb klar, auch wenn es Teka und Küppersbusch fortan öfter zu sehen geben wird.





Die Innovationen Steak Master und Maestro Pizza sollen heuer in Q3 bzw. Q4 auch unter der Marke Küppersbusch auf den Markt kommen.

schön und klar über dem Markt gewachsen und sehr zufrieden, und das, obwohl wir keine Möglichkeiten hatten, unsere tollen Innovationen im entsprechenden Ausmaß live zu präsentieren.“ Gemeint sind damit die Highlights wie Maestro Pizza, Steak Master, aber auch die Airfry-Funktion in den Backöfen zum fettlosen Frittieren von Pommes und mehr, dank ÖkoTherm zudem auch noch komplett geruchlos, wie Kolb schwärmt. Kein Wunder also, dass man es „gar nicht mehr erwarten konnte, physisch sichtbar zu werden mit diesen Innovationen, die ja wirklich High-end sind und die sonst wirklich keiner so hat“, so Kolb. Und er ergänzt: „Nicht zuletzt zeigen wir damit auch, dass all unsere Produkte wirklich wettbewerbsfähig sind, und da nehme ich unser großes Spülen- und Armaturen-Sortiment von Teka, allen voran unsere PVD Spülen, gar nicht aus.“

## Präsent in Eugendorf und ganz Österreich

Seit Anfang April laufen sie also wieder regelmäßig, die Kochvorführungen und Präsentationen von und mit Küppersbusch und Teka. Allen voran im neuen Aushängeschild Eugendorf bei Salzburg, wo man im November vergangenen Jahres mit Thomas Wimmer und „wohnen kochen leben“ eine

Schauküche, Kochschule und Repräsentation geschaffen hat. Mit diesem Standort ist noch viel geplant, wie Kolb anmerkt, gleichzeitig soll dieses Aushängeschild nicht das letzte in Österreich bleiben. Zu sehen wird es die Produkthighlights heuer auch auf Gut Böckel im Rahmen der küchenmeile „in bester Gesellschaft“ geben.

## Die Wege sind geebnet

Bereits vor zwei Jahren traf man die strategische Entscheidung, sich kanalseitig wesentlich breiter aufzustellen. Soll heißen vor allem mit Teka ist man nun online, aber auch im Elektrofachhandel (Red Zac in Österreich), sowie im DIY (in Deutschland mit Hornbach) vertreten, mit Teka Spülen pflegt man seit kurzem eine Zusammenarbeit mit

nobilia. Auch in der Großfläche Elektro als auch Möbel wird es Teka, aber auch Küppersbusch fortan wieder vermehrt zu sehen geben. Kolb: „Unser Vertriebsteam, allen voran unser Key Account Gabriel Kramer, hat da großartige Aufbauarbeit geleistet.“ Und weiter: „Mit diesen wirklich einzigartigen Innovationen, den neu eröffneten Kanälen sowie unserem angestammten Küchenmöbelfachhandel gehen wir mit sehr hohen Erwartungen in die nächsten Monate und Jahre. - Einem Umsatzquantensprung steht also wirklich nichts mehr im Wege.“ (schmunzelt)

Und wie steht's in Sachen Service? Kolb: „Wir haben für den gesamten Osten eigene Techniker, die wirklich top sind. Wer hat das noch außer die ganz großen Marken? Das ist sicherlich ein weiterer Punkt, der ganz klar für unsere Marken spricht...“



„Auch unser Armaturen- und Spülensortiment bei Teka ist mehr als nur konkurrenzfähig.“

Hannes Kolb

## Bleibt noch die zermürbende Lieferthematik ...

Hannes Kolb: „Das ist natürlich auch für uns ein großes Thema. Auch wir sind von den steigenden Preisen und den Verzögerungen nicht verschont. Im Vergleich zu unserem Mitbewerb traue ich mich aber zu sagen, dass wir uns wacker schlagen.“ Wann zeichnet sich Entspannung ab? Wie viele seiner Branchenkollegen kann auch der Teka-Chef keine genauen Prognosen abgeben: „Bis zum Ende des Jahres wird uns das Thema sicher begleiten. Mit der Hoffnung, dass es sich dann 2023 Schritt für Schritt lichtet.“

[www.teka.at](http://www.teka.at)  
[www.kueppersbusch.at](http://www.kueppersbusch.at)

OZONOS

## Dunstabzugshaube mit Special Features gefällig? Made in Austria. Sofort lieferbar.

Die Lieferzeiten rund um Küche und Wohnen arten ins Uferlose aus. Immer mehr Verbraucher müssen 35 Wochen und länger warten, bis sie vielleicht (!) ihre Dunstabzugshaube geliefert bekommen. Kaum einer der namhaften Hersteller bleibt davon verschont – doch in Salzburg bei OZONOS ticken die Uhren noch komplett anders. Ein Bericht über autarken Erfolg der Extraklasse und wie man Kunden heutzutage zu 100 % zufrieden stellt ...



STELLA heißt: Designer-Deckenleuchte inklusive Dunstabzug.

Starkoch und TV-Ikone Roland Trettl schwört auf OZONOS.



**N**euere Küche, neue Einrichtung. Das verschobene Leben in Zeiten der Pandemie hat dafür gesorgt, dass wir es uns zu Hause schön machen wollten. Doch vor allem der Küchen-Boom und die internationalen Lieferprobleme haben zur Folge, dass wir nun alle auf unsere neue Küche und unsere neue Einrichtung warten müssen. 30 Wochen, 35 Wochen – die Industrie steckt in einer historischen Lieferkrise und es ist kein Ende in Sicht.

### STELLA von OZONOS ersetzt die Dunstabzugshaube

Während viele anderen Hersteller hoffen und bangen, dass sie ihre Kunden nicht ver-

lieren, ist in Salzburg die Welt noch in Ordnung. Denn das Unternehmen OZONOS GmbH produziert seit fünf Jahren komplett in Österreich und kann daher weltweit sofort liefern. Und es kommt sogar noch viel besser: Die nicht vorhandenen Lieferprobleme sind nur ein kleiner Teil der Besonderheiten, die STELLA mit sich bringt. Denn STELLA ist gar keine gewöhnliche Dunstabzugshaube ...

### Saubere und geruchsfreie Luft dank eines Patents

Auf den ersten Blick ist STELLA eine Designer-Deckenleuchte, die an der Küchendecke thront, wunderschönes Licht spendet und die Dunstabzugshaube ersetzt. Aber was

tatsächlich im Inneren von STELLA abläuft, ist verblüffend: Mit Hilfe eines Patents eliminiert STELLA Gerüche und Aerosolfette und wandelt sie in reinen Sauerstoff um. Damit ist STELLA nicht nur schöner als gewöhnliche Dunstabzugshauben, sondern auch weitaus effektiver. Denn während eine

normale Dunstabzugshaube in der Regel mit einem Fettfilter arbeitet und nur den direkten Dampf beim Kochen aufsaugt, werden bei STELLA die Gerüche und Aerosolfette mit einer UVC-Leuchte im Inneren des Geräts beseitigt, so dass reiner Sauerstoff zurück in den Raum gegeben wird. Das Ergebnis: Saubere Luft und absolute Geruchsneutralisierung – egal ob Schnitzel, Fisch oder Knoblauch in der Pfanne liegen.

## **Auch Viren, Keime, Bakterien und Allergene sind vor STELLA nicht sicher**

Und es kommt noch besser: Denn STELLA von OZONOS beseitigt nicht nur Gerüche und Aerosolfette, sondern auch Viren, Keime, Bakterien, Allergene, Haustier- und Milbenallergene sowie Schimmelpilzsporen. Sogar Coronaviren werden von STELLA auf Oberflächen bis zu 92 % und in der Luft bis zu 99 % beseitigt, wie zwei akkreditierte Prüfinstitute bestätigt haben (HygCen Germany GmbH und OFI Technologie & Innovation GmbH). Der Wirkungsgrad von OZONOS wurde ebenfalls durch zwei geprüft und über die Digital Elektronik GmbH beim TÜV SÜD zertifiziert und zugelassen. Damit ist STELLA nicht nur der ideale Ersatz für die klassische Dunstabzugshaube sowie Inseldunstabzugshaube, sondern eignet sich aufgrund ihrer herausragenden Funktionen und ihrer Formschönheit auch als Deckenleuchte bspw. in Wohnräumen, Besprechungsräumen, Arztpraxen, Bars, Cafés, Restaurants und Hotels. Also überall dort, wo Hygiene und saubere Luft wichtig sind.

„Unsere Mission ist es, die Welt ein Stückchen besser zu machen. Schlechte Gerüche, Viren, Keime, Bakterien, Allergene – all das sind Faktoren, die unsere Lebensqualität negativ beeinflussen. Mit OZONOS® haben wir es vor fünf Jahren geschafft, Räume auf Knopfdruck nahezu geruchsneutral, keimfrei und allergenfrei zu machen. Dabei haben wir von Anfang an auf eine komplette lokale Produktion made in Austria gesetzt, was den positiven Nebeneffekt hat, dass wir auch jetzt in diesen Zeiten problemlos sofort lieferfähig sind“, sagt Fredy Scheucher CEO OZONOS GmbH.

## **Starkoch Roland Trettl ist überzeugter Fan von OZONOS**

Wer kennt ihn nicht? Starkoch und TV-Ikone Roland Trettl, den Sie bereits auf dem Cover

dieser Ausgabe gesehen haben, liebt es, ausgefallene Gerichte zu kochen – aber das Schlimmste für ihn sind die Gerüche, die sich beim Kochen entfalten. Gewöhnliche Dunstabzugshauben kommen da meist nicht hinterher und sind oftmals auch ein optischer Störfaktor über dem Kochfeld, vor allem heutzutage bei den vielen Kochinseln. Als Roland zum ersten Mal die Designer-Deckenleuchte STELLA erlebt hat, war er sofort begeistert. Denn eine Deckenleuchte ist sowieso Pflicht in jeder Küche – warum also nicht Leuchte und Dunstabzug miteinander kombinieren und zugleich fantastische Ergebnisse hinsichtlich sauberer Luft erzielen? Das klingt mehr als plausibel. Roland Trettl ist seitdem ein echter Fan von OZONOS und inzwischen sogar Gesellschafter des Salzburger Unternehmens.

## **Auch weitere OZONOS Luftreiniger-Modelle sofort verfügbar**

Neben STELLA hat das Unternehmen noch zwei weitere Produkte im Sortiment, um saubere Luft auch an allen anderen Orten zu ermöglichen, bei denen kein direkter Lampenanschluss vorhanden ist: HAILEY ist die Stehleuchte mit integriertem Aircleaner, die bereits den Red Dot Award gewonnen hat. Sie eignet sich vor allem als Wohn-Accessoire in Wohnräumen und Schlafräumen und eliminiert dort ebenfalls Gerüche, Viren, Keime, Bakterien, Allergene & Co.

Wer noch flexibler sein möchte, für den ist der mobile Aircleaner OZONOS AC-I die beste Wahl: Der OZONOS AC-I erinnert optisch ein wenig an einen stylischen Lautsprecher, doch auch in ihm steckt die volle Power der UVC-Leuchte, die Gerüche, Viren, Keime, Bakterien, Allergene, Haustier- und Milbenallergene und Schimmelpilzsporen im Inneren des Geräts beseitigt. Ein weiterer großer Vorteil des OZONOS AC-I ist seine Mobilität: Er kann aufgrund seiner Größe schnell überall aufgestellt werden, um die Luft zu reinigen. Der OZONOS AC-I eignet sich daher auch für die Reinigung in Autos, Wohnwägen und Mobile Homes – und natürlich auch überall anders, wo Hygi-



Roland Trettl mit dem flexiblen und mobilen Aircleaner OZONOS AC-I.

ene eine wichtige Rolle spielt, z.B. in öffentlichen Toiletten, Schulen und Kindergärten, Büros, Umkleidekabinen, Fitnessstudios, Wartezimmern etc.

## **So geht's weiter: tolle Ausblicke**

Für Managing Partner Fredy Scheucher steht eines fest: Trotz des großen Erfolgs ist Stillstand keine Lösung. Dieses Jahr wird das smarte Nachfolgemodell AC-II, inklusive neuer Fernbedienung, Netzteil 24V-230V, Touch-Display und Wechselstecker gelauncht. „Man wird den AC-II per APP mit dem WLAN verbinden können und dabei beispielsweise regeln, dass er während des 14-tägigen Urlaubs zwei Stunden je Tag eingeschaltet sein sollte“, erklärt CEO Fredy Scheucher. Smart Living meets OZONOS sozusagen! Auch die nächsten Messen, bei denen der direkte Kundenkontakt wieder möglich ist, stehen an: OZONOS wird auf der area30 im September vor Ort sein und sich im Oktober zum ersten Mal auf der Design District Messe in der Wiener Hofburg zeigen.

Mehr Informationen zu OZONOS finden Sie online:

[www.ozonos.com](http://www.ozonos.com)

CARAT

## CARATservice: Schnelle und einfache Steuerung von Montage- und Serviceterminen

Es ist immer wieder ein gutes Gefühl, ganz unabhängig davon, wie viele Küchen man im Laufe seines Arbeitslebens schon verkauft hat: Die Planung ist zur Zufriedenheit aller abgeschlossen, die Montage durchgeführt und der Kunde freut sich auf das erste Kocherlebnis in seiner neuen Küche.

**D**er Weg dahin ist allerdings nicht immer einfach. Gerade die Organisation und Steuerung der Küchenmontage stellt für den Fachhandel oft eine besondere Herausforderung dar. Je nachdem, wie automatisiert oder eingespielt die Prozesse sind, kann die Abwicklung rund um die Montage einen hohen Zeitfaktor und damit zwangsläufig auch einen hohen Kostenfaktor bedeuten.

Mit CARATservice hat der Hersteller der gleichnamigen Küchenplanungssoftware CARAT jetzt eine Anwendung auf den Markt gebracht, mit der sich Montage- und Servicetermine ohne zusätzlichen Aufwand optimal steuern lassen. Und das mit einem echten Alleinstellungsmerkmal: Erstmals ist es für den Händler möglich, den Montageauftrag direkt aus dem cloudbasierten Planungsprogramm heraus zu erstellen. Genau an der Stelle also, an der bereits alle relevanten Daten und Dokumente wie der Kundenkontakt, Grundrisse, Planungsbilder und Montageanleitungen liegen. Zusätzlich lassen sich bei Bedarf weitere wichtige Informationen ergänzen, die die Arbeit des Monteurs erleichtern,



Während der Verkäufer oder der Disponent in der CARATcloud jederzeit den aktuellen Status aller seiner Montageaufträge ab-

rufen kann, profitiert der Monteur nicht nur davon, dass er in der CARATservice App sämtliche Dokumente und Informationen übersichtlich an einem Ort gesammelt hat. Die lästige und ungeliebte Zettelwirtschaft hat damit nun endlich ein Ende! Falls doch noch eine Frage aufkommen sollte, hilft die

Chatfunktion in der App schnell und unkompliziert weiter. Die vollständige Dokumentation der Montage erfolgt ebenfalls intuitiv in der App,

über die auch Fotos von möglichen Vorschäden, Reklamationen oder Typenschilder der montierten Elektrogeräte erfasst werden. Am Ende entsteht so ein komplett digitales Abnahmeprotokoll mit Unterschrift des Endkunden, das unmittelbar nach Fertigstellung

wieder zurück in die cloudbasierte Planungssoftware übertragen wird. Zeitgleich kann der Kunde auch unmittelbar nach der Montage das Protokoll per E-Mail erhalten.

Bei Kunden kommen digitalisierte Prozesse wie diese gut an. Mehr noch, ist sich Matthias Schaufler, CARAT-Geschäftsführer in Österreich und Vertriebsleiter international, bewusst: „Die Kunden erwarten im Zeitalter von Amazon und Co. mittlerweile ein hohes Maß an Digitalisierung. Sie haben sich an vereinfachte und schnelle Abläufe gewöhnt, schätzen sie in vielen Alltagssituation. Diese Erwartungshaltung macht natürlich auch vor dem Fachhandel nicht halt und wir müssen uns darauf einstellen und liefern.“ Ein Vorhaben, das den Dreieicher Software-Spezialisten nicht schwerfallen dürfte. Ganz nach der Firmenleitkultur „Fortschritt gestalten“ wird schon kurz nach dem Erscheinen von CARATservice an Erweiterungen des Produkts getüftelt. Die weltweit mehr als 45.000 Anwender dürfen sich also auch zukünftig auf innovative Lösungen freuen, die ihnen das Tagesgeschäft erleichtern.



„Die Kunden erwarten im Zeitalter von Amazon und Co. mittlerweile ein hohes Maß an Digitalisierung.“

*Matthias Schaufler, CARAT-Geschäftsführer in Österreich und Vertriebsleiter international*

Rückfragen oder Unklarheiten reduzieren und damit Fehlerquellen minimieren. Mit nur wenigen Klicks sind alle benötigten Unterlagen zusammengestellt und werden direkt an die CARATservice App des zuständigen Monteurs übermittelt.

[www.carat.at](http://www.carat.at)

BLANCO DRINK.SODA

## Prickelnde Freude am Wasserplatz

Wasser ist unser wichtigstes Lebensmittel. In der Küche haben wir direkten Zugang zu qualitativ hochwertigem Wasser. Warum also Mineralwasserkisten schleppen oder die Umwelt mit Plastikflaschen belasten, wenn uns günstiges Leitungswasser zuhause rund um die Uhr zur Verfügung steht?

**D**as intelligente BLANCO Soda-Wassersystem liefert gefiltertes und gekühltes Wasser in drei Varianten auf Knopfdruck: prickelnd, medium und still und bietet zudem zwei einzigartige Funktionsweisen in einer Armatur: Links aktiviert man gefiltertes und gekühltes Sodawasser nach Gusto. Am rechten Bedienhebel lässt sich konventionelles Leitungswasser zapfen von kalt bis warm. Ebenso ein Novum ist die integrierte Messbecherfunktion, bei der sich nicht nur die Wassermenge nach einer vordefinierten Skala einstellen lässt, sondern auch die Temperatur des gefilterten Wassers.

Das Wassersystem macht den nachhaltigen, bedarfsgerechten Umgang mit Wasser leicht und komfortabel, spart Zeit und zusätzliche Geräte wie einen Wasserfilter. Die dazugehörige Sodaeinheit wird kompakt im Unterschrank verstaut und lässt sich durch das von oben ablesbare Display einfach bedienen.

Für einen rundum ergonomischen Wasserplatz und die perfekte Einheit empfiehlt sich der Einbau im 60 cm breiten Unterschrank und die Kombination mit dem Becken BLANCO Etagon und dem Abfallsystem Select II Soda.



### Aktion für Endverbraucher

Im Zeitraum vom 04.04.2022 – 31.03.2023 haben Käufer zudem die Möglichkeit sich den Durstlöcher Deal zu sichern, indem sie ihre Soda Einheit nach Erhalt auf

[www.blanco.at/durstloeschen](http://www.blanco.at/durstloeschen) registrieren. Während diesem Aktionszeitraum erhalten Nutzer vier CO<sub>2</sub> Zylinder mit jeweils bis 60 Liter prickelndem Wasser kostenlos.

[www.blanco.at](http://www.blanco.at)



1\_Auf dem Touch-Display der Soda-Einheit können wesentliche Informationen wie die restliche Kapazität von Filter und CO<sub>2</sub>-Zylinder bequem abgelesen und rechtzeitig online im BLANCO Ersatzteil-Shop nachbestellt werden. 2\_Die intuitive „Click & Touch“-Bedienung macht die Handhabung der Armatur zum Kinderspiel. Zudem ermöglicht die klare Trennung der Wasserwege eine zeitgleiche Bedienung von Mischwasser und veredeltem Trinkwasser.

SYSTEMCERAM

## Armaturen Vielfalt

Die passende Armatur zur Küchenspüle bietet systemceram, der Spezialist für Keramikspülen aus dem Westerwald, schon lange. Nun wurde das Sortiment ausgeweitet und durch exklusive Premium-Modelle ergänzt. Das erhöht die Flexibilität für Planer.

**N**eu im Modelljahr 2022 sind die exklusiven Armaturenserien „Offeo“ und „Tono“. Damit spricht systemceram designorientierte Küchenkäufer an. Die Serien basieren auf unterschiedlichen Sockeln: der bei „Offeo“ ist geradlinig, der bei „Tono“ ist nach oben verjüngt. Gewählt werden kann zwischen drei Auslaufvarianten: der Grundform mit 360 Grad drehbarem Auslauf, der Grundform mit einem klassisch herausziehbaren Auslauf und der semi-professionellen Variante mit einem frei beweglichen und mit Silikon ummantelten Schlauch-Auslauf. Diesen flexiblen Auslauf gibt es exklusiv für die Top-Modelle „Offeo Pro“ und „Tono Pro“.

Vielfalt für mehr Gestaltungsfreiraum in der Küchenplanung setzt systemceram auch in der Optik um: Armaturenfuß und Auslauf sind bei allen Modellen in den Farben Mattschwarz, Chrom und Edelstahlfinish erhältlich. Der Schlauch bei den „Pro“-Varianten ist Mattschwarz.

### Alles auch in Mattschwarz

Neu im aktuellen Sortiment ist zudem die Küchenarmatur „Mix“, die mit ihrer niedrigen Höhe gut in der Nische zwischen Arbeitsfläche und Oberschrank eingesetzt werden kann. Erhältlich ist das Modell wahlweise in Mattschwarz oder Chrom.

In Summe hat systemceram im Modelljahr 2022 das bestehende Armaturenprogramm deutlich ausgeweitet und bedient vielfältig den aktuellen Trend zu Schwarz. So stehen die bewährten Armaturen „Bingo Star“ und „Fino“ nun in diesem modernen Ton zur Verfügung. Damit sind insgesamt neun Modelle in Mattschwarz im Angebot, ergänzt um die Klassiker Chrom und Edelstahlfinish.

[www.systemceram.de](http://www.systemceram.de)



1\_Die neue Armatur „Offeo Pro“ mit geradlinigem Fuß, hier im Edelstahlfinish und mit flexiblem Silikon-Schlauchauslauf in Mattschwarz.

2\_„Offeo“ in Mattschwarz mit herausziehbarem Schlauch.

3\_„Offeo“ in Chrom mit U-Auslauf. Die Armatur lässt sich um 360 Grad drehen.

4\_„Tono Pro“ in Mattschwarz mit flexiblem Silikon-Schlauch und elegant nach oben verjüngtem Armaturenfuß.

5\_Die neue Armatur „Tono“ in Mattschwarz harmoniert mit den ebenfalls mattschwarzen Details rund um das Spülbecken.



**NEUE MAßSTÄBE  
SETZEN. CONTENT  
INDIVIDUALISIEREN.**

# **MARKETING PLANEN**

**DER KÜCHENRING SCHNÜRT IHNEN  
EIN UMFASSENDES PAKET CROSSMEDIALER  
MARKETING-LEISTUNGEN. 360° – GANZ INDIVIDUELL  
AUF SIE ABGESTIMMT!**

**IHR PERSÖNLICHER  
ANSPRECHPARTNER IST FÜR SIE DA:  
BERNHARD ACHLEITNER: +43 664 – 2 11 97 77**

**DER  
KÜCHEN  
RING**

**WWW.KUECHENRING.DE**

EVOLINE

## Perfekt „schubladiisiert“

Video zum Produkt:  
[bit.ly/3EAocC1](https://bit.ly/3EAocC1)



Mit Wing präsentiert EVOLine einen weiteren – doch – stringenten Evolutionsschritt in Sachen Verkabelung – und besticht dabei gleichermaßen durch Cleverness wie Schlichtheit. VON LILLY UNTERRADER

**E**VOLine Gebietsverkaufsleiter Österreich Marcus Falk ist begeistert: „Wing ist eigentlich untypisch für unseren Entwicklungsweg, hält aber unserem Namen EVOLine die Treue, der für die Evolution der perfekten Verkabelung steht.“ Das Geniale daran sei, dass es trotz der einfachen Anmutung seinen Zweck professionell erfüllt, nämlich die Verkabelung z.B. in einer modernen Küche unsichtbar macht. Falk, der vor nunmehr mehr als elf Jahren bei EVOLine begonnen hat, erinnert sich zurück. „Ich bin



▲ Marcus Falk steht voll und ganz hinter der neuen Wing: Eine einfache Lösung zur Kabelführung in der Schublade, die unterschiedlichsten Anforderungen professionell gerecht wird.

◀ Die Auszugsweite der Wing beträgt 590 mm, im Lieferumfang inkludiert sind zwei Adapter. Für die in der Industrie oft verwendeten Stahlzargen gibt es einen Adapter zum Draufklemmen, sodass Wing ohne Schrauben und Kleben positioniert werden kann. Bei Anwendung in einer Tischlerlade kann der Adapter angeschraubt werden.



selbst gelernter Elektrotechniker und in meiner ersten Küche – wir hatten eine schöne Glasrückwand bestellt – habe ich versucht, eine schöne Lösung zu finden für die damals standardmäßigen ‚Plastikbomber‘ (Anm: die unschönen weißen Kunststoff-Steckdosen). Das Problem ist, so etwas einmal eingebaut, bekommst du nicht mehr wirklich schön.“

### Perfekter Match

Perfekt ergeben hat sich dabei der Start von Falks Karriere bei EVOLine, wo man es sich schon damals zur Aufgabe machte, Steckdosen „unsichtbarer“ zu machen. „Das hat vor 20 Jahren mit dem EVOLine Port zum Rausziehen begonnen, später kam die Weiterentwicklung, der Backflip, der gut verbaubar ist und gut geschützt ist gegen das Eindringen von Feuchtigkeit. Es folgte die EVOLine One, die vor allem durch den kleinen Radius, aber auch die geringe Einbautiefe besticht“, so Falk weiter.

### Zauberstab Wing

Mit der Wing wird die Verkabelung bzw. Steckdose schließlich in die Schublade „gezaubert“, wie der Verantwortliche für EVOLine Österreich ausführt. Und zwar auf professionelle und gut planbare Weise. Bislang wäre das Thema individuell in der Planung, oft mehr schlecht als recht, gelöst worden. Mit Wing bietet EVOLine nun eine professionelle Lösung, die Küchenplanern, aber auch Handwerkern entgegenkommt und für viele Anwendungen geeignet ist.

Falk: „Neben der Anwendung in der Küche, wo man etwa Stabmixer, aber auch Handys in der Schublade aufladen (und gleich verstauen) kann, sind auch Home-Office – Stichwort Clean Desk – versperrbare Schreibtische im Büro, aber auch LED-Beleuchtungen, ein Apothekerschrank sowie der gewerbliche Bereich mögliche Anwendungsbeispiele.“

### Premiere in Salzburg

„Wir haben Wing erstmals als Prototyp in Salzburg auf der küchenwohntrends hergezeigt und die Resonanz war wirklich fantastisch.“ Klar sei, dass EVOLine nicht die günstigsten Produkte am Markt biete, dies aber ganz bewusst. EVOLine ist nach wie vor ein Familienunternehmen und steht für Qualität aus Deutschland. Heißt im Klartext: Alles wird an unserem Standort in Lüdenscheid hergestellt. Falk unterstreicht: „Wir geben Produkte aus der Hand, bei denen wir die Qualität selbst in der Hand haben und nicht nur die Qualität kontrollieren.“ Zu guter Letzt stehe EVOLine auch für After-Service, wie Falk ausführt. „Damit transportieren wir auch ein Stück Sicherheit. Bei unserer Hotline hebt immer jemand ab, der helfen kann. Wir kümmern uns um unsere Kunden und Partner auch, wenn das Produkt schon verkauft ist.“

[www.evoline.at](http://www.evoline.at)

SEDDA

## NOVA – das individuelle Multifunktions-talent

Mit dem Newcomer easy NOVA beweist SEDDA seine Kompetenz in Sachen Wandlungsfähigkeit. Kein anderes Sofasystem am Markt ermöglicht die individuelle Planung von Wohnlandschaften mit Relax-, Glider-, Schlafbank- sowie der patentierten easy Schlafsofafunktion.

Das easy Schlafsystem ist zudem das vielseitigste und komfortabelste Schlafsofa auf dem Markt und besticht durch seine besondere Ästhetik. Diese innovative Weiterentwicklung beeindruckt mit neuen Tools und enormer Flexibilität. Verschiedene Features und individuelle Planungsmöglichkeiten berücksichtigen persönliche Bedürfnisse und Vorlieben. So können die easy Bettfunktion mit verstellbarem Kopfteil, automatischem Matratzenschoner, Infrarot-

Tiefenwärmesystem, Powerstation sowie Stauraum für Bettwäsche, abnehmbarem Leintuch frei nach Wahl kombiniert werden. Je nach eigenen Komfortwünschen lassen sich die elektrische oder manuelle Schlafbankfunktion konfigurieren. Dazu kommen die neue elektrische Relax-Einstellung, bei der sich die Lehne nach hinten neigt und ein verstecktes Fußteil ausfährt, sowie der neue manuelle Glider, bei dem der Sitz durch den Körperdruck in eine entspannte Loungeposition gleitet, während sich die Lehne leicht zurückneigt und der Sitz ausfährt.

Durch verschiedene Sitz- bzw. Liegequalitäten erlangt das variantenreiche Sofa noch mehr Anwendungsmöglichkeiten.

- Federkernpolsterung für mittelfesten und elastischen Sitz- und Schlafkomfort
- Kaltschaum Polsterung medium für festen Sitz- und Schlafkomfort
- Kaltschaum Polsterung soft für weichen Sitz- und Schlafkomfort

[www.sedda.at](http://www.sedda.at)



Individuelle Wohnlandschaften abgestimmt auf die jeweilige Wohnsituation oder als kompakte Sofalösungen, in denen Einzelbett und Relaxbank kombiniert werden können.



Sogar bei kompakten Garnituren sorgt diese easy Evolution für maximalen Freiraum auf kleiner Fläche, etwa bei der Verbindung eines easy Einzelbettelements mit einer Relax-Variante. Dabei bleiben das zeitlose Design und die klare Formensprache, durch die sich easy NOVA in jedes Ambiente stilvoll einfügt, jederzeit gleich.

KIRCHMAIR - DIE WOHNTRAUMVERSTEHER

## Zu Hause im Schauraum

Anfang April wurde in St. Johann i. T., Salzburger Straße 23A, der neue Schauraum der Firma Kirchmair - alles wohnen eröffnet. In einem mehrtägigen Event präsentierte der Familienbetrieb seinen neuen Auftritt und mit dem Haus ist ein Schmuckstück gelungen, wo kein Wunsch des Einrichtens offenbleibt. VON GERHARD HABLICZEK

**S**chon beim Betreten des Hauses merkt man, dass hier ein anderer Wind weht, als man es von diversen Möbelhäusern oder -geschäften gewohnt ist. Es herrscht „Patschenpflicht“. Gleich nach der Eingangstür stehen Filzpantoffeln bereit, und man wird höflich aufgefordert, die Schuhe auszuziehen und die Filzpatschen anzuziehen. „Das machen wir aus Hochachtung vor dem Material“, begründet Juniorchef Ing. Lukas Kirchmair den Hausbrauch. Und das sieht und spürt man bei den ersten Schritten. Hochwertige Holzböden, ebensolche Teppiche – wäre schade, würde man hier mit den Straßenschuhen drüberlatschen. Man fühlt sich auch gleich wie zu Hause und die ausgestellten Wohn- und Küchensituationen tun ihr übriges dazu.

Gegründet wurde die Firma von Hannes Kirchmair vor 19 Jahren und vor fünf Jahren trat Sohn Lukas in das Unternehmen ein. „Wir sind ein Familienbetrieb“, betont der Juniorchef stolz und weist darauf immer wieder hin, dass das Team und die Teamarbeit bei Kirchmair an oberster Stelle stehen. Das



Das Team v.l.: Irene Heigenhauser (Kochservice), Hans-Peter Widmann (Tischler und Monteur), Gianna Hueber (Empfang, Planung und Gestaltung), Gerhard Hirsberger (Tischler und Monteur), Ing. Lukas Kirchmair (Planung, Gestaltung, Detailplanung, Verkauf und Baustellenabwicklung), Melanie Kirchmair (Buchhaltung und Büroorganisation), Sarah Fröhlich (Planung, Gestaltung und Verkauf), Christian Unterrainer (Detailplanung, Gestaltung, Verkauf und Baustellenabwicklung), Markus Fohringer (Detailplanung, Gestaltung, Verkauf und Baustellenabwicklung), Florian Kirchmair (Planung, Gestaltung, Verkauf und Baustellenabwicklung), Hannes Kirchmair (Planung, Gestaltung und Verkauf).



Impressionen aus dem Schauraum.



Mit „Bora“ ging es per Kran in luftige Höhen zum Rundblick über St. Johann und Haubenkoch Menü.



„Der Kunde kommt oft wegen einer Küche zu uns. Dazu kommen dann aber meist viele andere Wünsche und die können wir eben alle umsetzen.“

*Juniorchef Lukas Kirchmair*

Thema Team lebt er nicht nur im Beruf sondern auch in der Freizeit, aktiv im Fußballverein von Kirchdorf. Sein Einrichtungswissen holte sich der Junior (24) in Hallein an der HTL für Innenraumgestaltung und Möbelbau. Sein Job ist jetzt im neuen Schauraum hauptsächlich vor Ort die Kundenberatung. Aber das ist nicht alles: „Ich betreue den Kunden von der Beratung über die Planung, Verkauf und Abwicklung, also mehr oder weniger von A bis Z“, erklärt er seine Aufgaben. „Hier erkennt man auch gleich die Stärke unserer Firma. Wir machen für den Kunden ein gesamtes Konzept. Also den Einrichtungsplan erledigen wir, aber wenn in der Planung mehrere Gewerke gebraucht werden, also zum Beispiel ein Elektriker, Installateur, Maurer, Fliesenleger usw., dann erledigen wir das. Das heißt, unser Kunde braucht sich um nichts zu kümmern, wir managen das mit entsprechenden Firmen, und der Kunde hat mit uns einen einzigen Ansprechpartner. Wir organisieren die gesamte Baustelle.“

Das Unternehmen Kirchmair - alles wohnen beschäftigt elf hauptberufliche Mitarbeiter:innen und konzentriert sich ausschließlich auf Planung, Abwicklung, Handel und Montage. „Wir produzieren nicht selber“, sagt Lukas. „Wir planen und verwirklichen zwar schon

oft eigene Tischlerprodukte, die beziehen wir aber von Tischlern in der unmittelbaren Umgebung oder der Firma Forcher in Lienz. Was wir aber machen ist die gesamte Montage. Kirchmair ist Verbandsmitglied beim MZE. „Wir sind mit dem Handelsnetzwerk zum MZE gekommen und sehen hier für uns als Komplettanbieter viele Vorteile – speziell der Erfahrungsaustausch mit den Kollegen, die Kontakte zu den gelisteten Lieferanten und die verbandseigenen Veranstaltungen, wie jetzt zum Beispiel am 18. und 19. Mai die Messe in Mondsee.“

„Der Kunde kommt oft wegen einer Küche zu uns. Dazu kommen dann aber meist viele andere Wünsche und die können wir

eben alle umsetzen. Von der Planung bis zur Schlüsselübergabe – wie schon erwähnt von A bis Z. Wenn man ausschließlich das Produkt Küche hervorhebt, verkaufen wir so um die 80 Küchen pro Jahr. Unsere Kunden kommen eigentlich aus allen Schichten. Vom Ersteinrichter bis zur High-End Ausstattung, bei uns werden keine Grenzen gesetzt.“

Bei den Marken setzt man bei Kirchmair - alles wohnen nahezu zu hundert Prozent auf die MZE Verbandsmarken und auf Regionalität. Firmen wie HAKA, sedda und JOKA stehen hier an erster Stelle und auch zugekaufte Arbeiten und Dienstleistungen werden aus der Region bezogen. „Wir schauen auf die Regionalität, denn ich sage immer: ‚Geht es meinem Umfeld gut, dann geht es auch mir gut!‘“, meint Lukas. Ebenfalls kommen die Kunden Großteils aus der Region. „Innsbruck, Salzburg, München – in diesem Dreieck liegt unser Geschäftsfeld.“ So wird auch die Werbung hauptsächlich in der Region platziert. „Die Kitzbühlerin“ und regionale Anzeigen können sich über Einschaltungen der Firma Kirchmair – alles wohnen freuen. Weiter entfernte Kunden werden über Aktivitäten auf Instagram und Facebook bzw. über Weiterempfehlungen gewonnen.

Mit den derzeitigen Lieferschwierigkeiten, hauptsächlich bei Elektrogeräten, kann Ing. Lukas Kirchmair leben, was ihm Sorgen bereitet ist die Preisentwicklung. Diesbezüglich hofft er – und damit ist er sicherlich nicht alleine – dass hier in naher Zukunft wieder eine gewisse Normalität eintritt.

[www.kirchmair-wohnen.at](http://www.kirchmair-wohnen.at)

SEDDA

## 60 + 1 Jahre österreichische Möbelgeschichte

Das oberösterreichische Familienunternehmen sedda feiert ein fast rundes Jubiläum.

„**sedere**“, das lateinische Wort für **Sitzen, stand Pate für den Firmennamen**. Das oberösterreichische Unternehmen wird heute in dritter Generation von Familie Ragaller geführt. Die Erfolgsstory begann 1961 mit Garderobewänden und Sitzmöbeln. Das Sortiment erstreckt sich von planbaren Wohnlandschaften, patentierten Schlafsofas, flexiblen Couches, Relax-Sessel mit Funktion, eleganten Essplatzgruppen, bis hin zu komfortablen Boxspring- und Polsterbetten sowie hochwertigen Matratzen. Dabei wird traditionelle Handwerkskunst mit innovativer Technologie in Einklang gesetzt. „Wer Trends setzt, läuft nicht anderen hinterher, sondern lebt sei-

hofallee 2, Bad Schallerbach am 1.4.1961 das Unternehmen als Handwerksbetrieb (Tapezierer und Bettwarenerzeugung). Bereits ein Jahr später erfolgt die serienmäßige Fertigung von Polstermöbeln und Garderobewänden. Die originellen Schalensessel und Fellhocker werden Kultobjekte. 1966 zählt man 43 Beschäftigte. 1975 stellt sedda erstmalig individuell gestaltbare Planungsgarnituren vor. Internationale Maßstäbe setzen die Verleihung des österreichischen Qualitätsgütesiegels im Jahre 1978 als erster Polstermöbelhersteller für alle Produkte und 1984 die Verleihung des International Furniture Award in Paris. Im April 1995 wird die modernste Schaumstoff-Kleberei der europäischen Polstermöbelindustrie eingeweiht. sedda wird erster und bisher einziger europäischer Polstermöbel-Hersteller, der Lösungsmittelfreie Kleber auf Wasserbasis ersetzt.

### Weitere Meilensteine des Unternehmens:

- 1995: Verleihung der staatlichen Auszeichnung „Staatswappen“ durch das Wirtschaftsministerium
- 1996: Abfallmanagement bei sedda erreicht 93 % Recyclingquote
- 2001: Verleihung des silbernen Verdienstzeichens der Republik Österreich
- 2004: sedda stellt als erster Polstermöbelhersteller ein CAD-Planungsmodul für 3-dimensionale Raumplanung mit Polstermöbeln auf Basis der MBI Software GRAPHICAL SALES DESIGNER vor.
- 2006: Ost-Exportmärkte Kroatien und Slowenien werden erschlossen
- 2009: Dun & Bradstreet bescheinigt dem Unternehmen das erstklassige Rating „2A1“ oder „AA1“ mit dem D&B Score 100 (von max. 100 möglichen). Das Unternehmen ist eigenfinanziert.
- 2018: Das Boxspringbett KING erhält im Test des Österr. Qualitätsgütesiegels 91 von 100 Punkten und erreicht somit die Einstufung in die Produktkategorie des höchsten Qualitätsstandards PREMIUM.
- 2022: Die Manufaktur wird erneut mit dem Qualitätsgütesiegel AUSTRIA ausgezeichnet sowie mit dem neuen Gütesiegel MÖBEL für heimische Möbel in höchster Qualität.



Firmengründer Hans Thalermaier

ne eigene Philosophie.“ So kann sedda’s Entwicklung zum technologischen Marktführer im Bereich „Polstermöbel zum Sitzen und Schlafen“ zusammengefasst werden. sedda exportiert Polstermöbel und Sofas in die DACH Region sowie nach Italien (Südtirol). Weitere Märkte sind Belgien, Niederlande, Spanien, Ungarn, Tschechien, Kroatien und Slowenien.

### sedda – Wie alles begann ...

1961 Hans und Edith Thalermaier gründen im sogenannten „Waagstöckl“ an der Bahn-



1966 – IRENE Kippcouch



1961 – das Waag'stöckl



2022 – Modell ARTEMIS

## sedda heute

sedda fühlt sich dem Gleichgewicht zwischen Mensch und Natur verpflichtet und legt Wert auf Qualität made in Austria. Die Ökobilanz des Hauses spiegelt den Nachhaltigkeitsgedanken wieder: Recycelbare Materialien, schadstoffarme und lösungsmittelfrei verklebte Schaumstoffe sind die Basis für human-ökologisch gefertigte Polstermöbel. Für die Gestelle werden ausschließlich heimische Massivhölzer aus nachhaltiger Forstwirtschaft verwendet. In der Fertigung werden nur mehr allergieneutrale, ÖKOTEX geprüfte Polstermaterialien verwendet.

„In unseren Polstern stecken zirka 85 Prozent aufwendigste Handarbeit“, erklärt Geschäftsführer Roland Ragaller. „Zudem fertigen wir streng nach den Anforderungen des österreichischen Qualitätsgütesiegels, denn wir sind uns unserer Verantwortung gegenüber der Natur und auch den Menschen bewusst.“

[www.sedda.at](http://www.sedda.at)

# Design in Bestform.



Mit zeitloser Ästhetik, preisgekröntem Design, modernster AeroPerfect-Technologie und einer besonders einfachen Bedienbarkeit setzen die beko Backöfen neue Maßstäbe im Einbauküchen-Sortiment.

Entdecken Sie unsere Neuigkeiten: [beko.com/at-de](http://beko.com/at-de)



\*Euromonitor International Limited; Großgeräte gemäß „Major Appliances“ in Consumer Appliances 2022, Einzelhandelsvolumen, Daten von 2021.

**beko**  
Live like a Pro

JOKA

## Geniale Ruheoasen

Bekannt für Sofas mit bestem Sitzkomfort und Betten mit höchstem Schlafkomfort, vereint JOKA beide Kompetenzen gekonnt in Modelle „mit Mehrwert“.



*Doppelliegen-Serie Time*

**D**ie Schlafsofas aus Schwabenstadt sind wahre Verwandlungskünstler, denn in jedem von ihnen ist ein vollwertiges Doppelbett mit dem bewährten JOKA Liegekomfort versteckt. Gefertigt wird regional mit Liebe für Handwerk und heimische Rohstoffe, Design und Detail.

### **Doppelliegen-Serie Time**

Die Doppelliege Time ist für ein zeitlos modernes Wohnzimmer genau die richtige Ergänzung. Dabei besticht die Wohnliege nicht nur durch die einzigartige Optik, die

durch die Integration von Sichtholzelementen im Armteil unterstrichen wird, sondern auch aufgrund des perfekten Liegekomforts. Dieser wird durch die JOKA Federkern-Polsterung sowohl in der Liegefläche als auch in der Rückenlehne sichergestellt. Profitieren kann man bei der zum Doppelbett verwandelbaren Liege nicht nur vom integrierten Stauraum sondern auch von ihrem Variantenreichtum: unterschiedliche Armteile und Möbelfüße in verschiedenen Varianten stehen zur Verfügung. Außerdem überzeugt die Wohnserie „Time“ durch die Verwandlungsmöglichkeit in ein Doppelbett mittels der einzigartigen Hubmatic-Funk-

tion. Durch den eingesetzten Beschlag ist die kinderleichte Bedienbarkeit sichergestellt und auch hochflorige Teppiche stellen kein Hindernis mehr dar.

### **Cento: Das Jubiläumsmodell**

Mit der Kippcouch Cento, die anlässlich des 100-jährigen JOKA Jubiläums entstanden ist, wurde ein Klassiker in die Gegenwart geholt, der höchste Ansprüche in Form und Design erfüllt. Eine Hommage an längst vergangene Tage und doch bedeutsamer als je zuvor! Die Kippcouch lässt sich schnell und einfach mittels Hebebeschlag in drei unterschiedliche Positionen verwandeln. Die elegante



*Kippcouch Cento*



Längsschläfer Magic

Pfeifensteppung sowie die extravaganten Holzsprossen der Armteile, sorgen für einen besonderen Flair. Cento ist aus Massivholz Esche gefertigt und in schwarz lackiert sowie weiß lasiert erhältlich.



### Längsschläfer Magic

Aus dem Längsschläfer Magic wird im Nu ein vollwertiges Doppelbett mit dem bewährten JOKA-Liegekomfort. Die einzigartige und innovative Verwandlungsfunktion kommt fast gänzlich ohne Metallbeschläge aus. Das Modell punktet außerdem durch

seinen großzügigen Stauraum sowie dem integrierten Schonbezug und kann in verschiedenen Breiten und unterschiedlichen Steppmustern gewählt werden. Eine innovative und formschöne Bereicherung für jeden Wohnraum.



Schlafsofa Onda

### Schlafsofa Onda

Mehr Bett hat es in einem Sofa noch nie gegeben! Treffender kann man das neue Schlafsofa Onda nicht beschreiben. Das praktische Schlafsofa punktet mit der 18 Zentimeter hohen Taschenfederkernmatratze, die für einen idealen Schlafkomfort und eine angenehme Einstiegshöhe sorgt. Mit dem innovativen, integrierten Latensystem kann Onda sogar bis zu einer Liegebreite von 185 Zentimetern gewählt werden.

[www.joka.at](http://www.joka.at)

## MEHR SERVICE. MEHR ERFOLG.

Das MZE-Mitglied Die Planbar (4720 Neumarkt, OÖ) nutzt als dynamischer Einrichtungsfachhändler die Potenziale der Digitalisierung in allen Facetten. Inhaber Philipp Baumgartner zeigt, wie die Zukunft des Fachhandels gemeinsam mit MZE erfolgreich gestaltet wird.

*„MZE ist ein führender Verband bei Digitalisierung und so haben wir auch da die optimalen Schnittstellen. Viele Funktionen, wie die Zentralregulierung, machen meinen Alltag wesentlich leichter.“*

Philipp Baumgartner  
Inhaber Die Planbar



## DORMIENTE

# dormiente Schlafsofas – nachhaltige Verwandlungskünstler in rein Natur

Die Naturbettenmanufaktur dormiente ist einer der wenigen Hersteller konsequent nachhaltiger Naturpolstermöbel. Alle Modelle bieten die Zusatzfunktion „Schlafen“.



Zedulo 3 – Liegefläche 130 x 200 cm durch Herausziehen der Sitzfläche. Holzgestell wahlweise sichtbar oder bezogen.

Nachhaltige und natürliche Wohnungseinrichtung hört meist bei den Polstermöbeln auf, weil es kaum ein entsprechendes Angebot gibt. Einerseits braucht es spezielle Expertise für die Verarbeitung natürlicher Polstermaterialien, die nicht weniger, aber anderen Sitzkomfort bieten als Schaumstoff. Andererseits war die Nachfrage bisher verhalten. Genau das ändert sich gerade und verlangt vom Handel entsprechende Lösungen im Eiltempo. Längst in den Startlöchern: der

deutsche Naturbettenspezialist dormiente. Der Branchenprimus im Bereich Naturlatexmatratzen bietet schon seit Jahren wohnraumtaugliche Naturschlafsofas und hat seine Kollektion jetzt um zwei Verwandlungssofas aufgestockt, mit denen sich variantenreiche Wohn- und Schlaflandschaften gestalten lassen.

### Besser grün schlafen – besser grün sitzen

Alle Schlafsofas werden im hauseigenen Werk bei Gießen in traditioneller Handarbeit ge-

polstert. Zum Einsatz kommen Massivholz aus nachhaltiger Forstwirtschaft und dieselben hochwertigen Naturmaterialien, die dormiente auch für seine ergonomischen Matratzen verwendet: 100 % Naturlatex, latexierter Kokos, Kapok und Schafschurwolle aus kontrolliert biologischer Tierhaltung, alle durch den QUL (Qualitätsverband umweltverträgliche Latexmatratzen e.V.) schadstoffgetestet. Nachhaltigkeit, schadstoffarme Raumluft und perfekte Klimatisierung sind die klaren Vorteile. Aus Gründen der elektrobiologischen Neutralität verzichtet dormiente bei der Unterfederung auf Metall.



Lounge S – vom Einzelsofa mit verschiedenen Rückenlehnen-Variationen bis zum Ecksofa.

### Design fast zeitlos, Erweiterungsmöglichkeiten: beliebig!

Für den Bezug steht eine umfangreiche Kollektion aus strapazierfähigen Baumwoll- oder Baumwoll-Leinen-Stoffen u.a. von Jab Anstötz zur Verfügung, mit viel Auswahl auch jenseits gedeckter Naturtöne. Je nach Sofa-Modell werden zusätzliche Dekobezüge angeboten, die sich abnehmen und austauschen lassen. Das neue LOUNGE S Systemsofa kann mit Anbauelementen bedarfsgerecht immer weiter ergänzt werden und theoretisch unendlich viel Sitz- und Liegefläche bieten.

[www.dormiente.com](http://www.dormiente.com)



Zedulo 5 – viel Liegefläche für 2 Personen.



▲ Polsteraufbau: metallfrei und Natur statt Plastik.  
Zedulo 2 – die Chaiselongue. ▶



## Mit Schlafsofas von dormiente lassen sich Zusatzumsätze generieren und das Öko-Profil schärfen

„Für Fachhändler ist das Polstersortiment von dormiente die ideale Gelegenheit, das Thema Nachhaltigkeit genau dort zu besetzen, wo die Großfläche nicht punkten kann. dormiente Partner sind Naturschlafspezialisten und verfügen über das Know-how, nachhaltige Schlafsofas kompetent zu erklären und zu verkaufen. Das geht sogar auf wenigen Quadratmetern, denn die

„Beratungsinselfür das Kundengespräch‘ ist häufig noch eine unproduktive Fläche. Statt irgendeiner Sitzgelegenheit könnte dort auch eine sinnvolle Ergänzung zum grünen Sortiment aus Matratzen und Betten stehen. So leicht lassen sich sonst kaum Zusatzumsätze generieren.“

**Erich Hölzl, Vertriebsleiter Österreich**

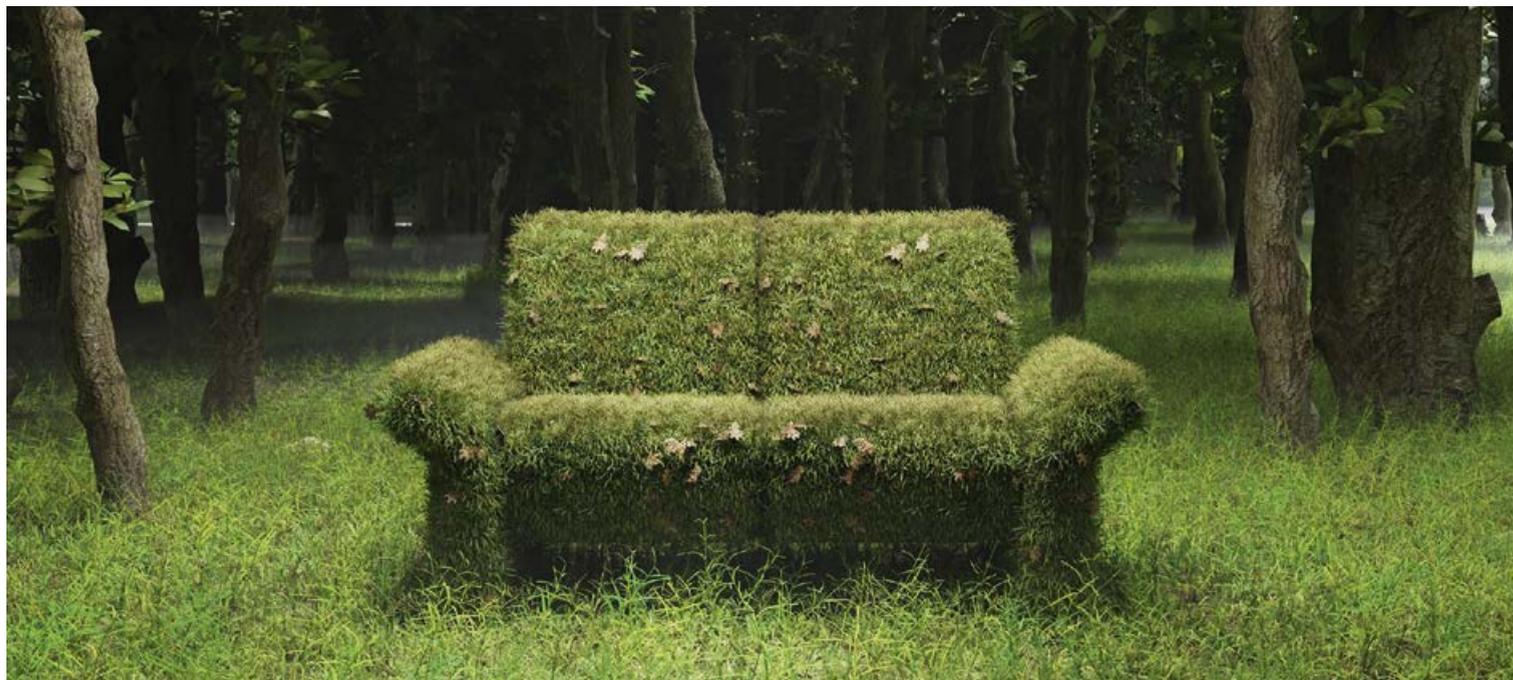


Erich Hölzl, Agentur für strategische Marktentwicklung  
A-4075 Breitenbach, Steinholz 2a  
T: +43 7249 45381 | M: +43 664 4556013  
info@agentur-hoelzl.at  
www.agentur-hoelzl.at

THINK GREEN!

## Umweltmanagement von ADA

Think Green! Für ADA Chefsache und mehr als nur ein Slogan. Nachhaltiges Handeln, klimagerechte Fertigung und ein effizienter Einsatz von Material und Energie stehen auf der Agenda des Betten- und Polstermöbel-Spezialisten aus Anger in Österreich ganz oben. Ebenso wie das hohe Engagement für Mitarbeiter, Jugendliche und zahlreiche regionale Themen.



### Nachhaltig Wirtschaften

Umweltschutz ist fest in der ADA-Philosophie verankert. „Wir heizen unser Headquarter in Anger mit Holz und setzen somit auf erneuerbare Energien“, erklärt ADA-Vorstand Gerhard Vorraber. „Außerdem achten wir auf nachhaltige Materialien, einen effizienten Umgang mit Ressourcen und regionale Wertschöpfung.“ Das beginnt bereits mit der Qualität der Produkte. So reduzieren langlebige Möbel deutlich den Verbrauch von wertvollen Ressourcen. Gleiches gilt für die Rohstoffe: Edle Öle zur Oberflächenbehandlung der Holzteile stammen von klimaneutralen Lieferanten aus Österreich, wasserbasierte Kleber schonen die Umwelt und fördern die Wohngesundheit. Parallel dazu kauft ADA Massivholz wie beispielsweise Eiche und Zirbe bei regionalen Lieferanten ein.

### Umwelt & Klima

ADA betreibt ein professionelles CO<sub>2</sub>-Management und schützt auf diese Weise das Klima. „Wir entwickeln unseren Nachhaltigkeitsfahrplan ständig weiter und setzen dabei verstärkt auf die Aspekte Reduce, Replace und Recycle.“, unterstreicht ADA-Vorstand Robert Fizimayer. Inzwischen werden 61 % der Abfälle in Anger recycelt und 33 % zur Energiegewinnung genutzt: Insgesamt also 94 % nachhaltige Verwertung! Ein weiterer, wichtiger Baustein im ADA-Umweltmanagement ist das Recycling

des Verpackungsmülls mit Interseroh. Bereits im Jahr 2020 sparte der Betrieb rechnerisch 197 Tonnen Ressourcen und 30.373 kg Treibhausgase ein. Darüber hinaus sind die in Österreich gefertigten Möbel mit dem „Austria Gütezeichen“, dem „Goldenen M“, „Öko-Tex“ und dem Emissionslabel in der besten Klasse ausgezeichnet, um nur einige zu nennen.

„Für den Endkunden bedeuten Zertifizierungen: Ehrlichkeit, Transparenz und Sicherheit.“



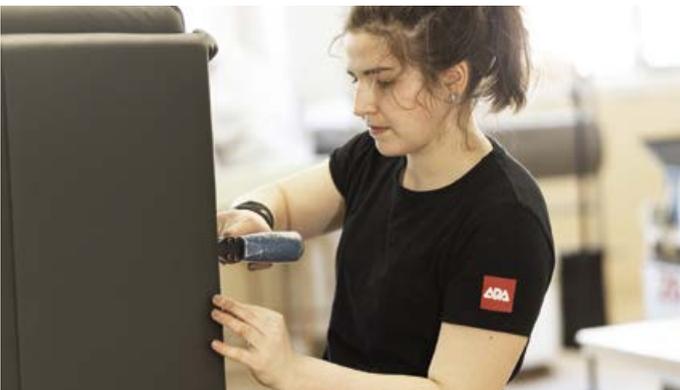
Die in Österreich gefertigten Möbel sind mit dem „Austria Gütezeichen“, dem „Goldenen M“, „Öko-Tex“ und dem Emissionslabel in der besten Klasse ausgezeichnet.



ADA achtet auf eine regionale Wertschöpfung, nachhaltige Materialien und einen effizienten Umgang mit Ressourcen.

## Regionale Wertschöpfung

Verantwortung hört für ADA aber nicht bei der Produktion auf. Im Gegenteil. Der Hersteller ist seit 65 Jahren fest im österreichischen Anger verwurzelt und fühlt sich als einer der größten Arbeitgeber für die Region verpflichtet. „Wir treffen unsere Entscheidungen immer im Hinblick auf die nächsten Jahrzehnte. Die Standort- und Lebensraumerhaltung in der grünen Steiermark ist uns ein wichtiges Anliegen“, betont Michael Wibmer, Vorstand bei ADA. Dazu gehört der Artenschutz mit einem Biotop für eine Biberfamilie innerhalb des Werksgeländes ebenso wie das Sponsoring der Bereiche Sport, Kultur und Soziales.



Das Lehrlingsprogramm „Level up“ bietet den Auszubildenden einen krisensicheren Arbeitsplatz mit besten Karrierechancen.

Besonders am Herzen liegt ADA die Jugend. Mit dem Lehrlingsprogramm „Level up“ bietet der Möbelhersteller seinen Auszubildenden einen krisensicheren Arbeitsplatz, ein innovatives Bonus-System für Extra-Prämien sowie beste Karrierechancen. Nur Anger betrachtet, bildet ADA aktuell 18 Lehrlinge in den Bereichen Tapezieren & Dekorieren, Metallbau, Tischlerei, Büro, Elektro und IT aus. Damit trägt das Unternehmen zu einer wirtschaftlich erfolgreichen und regional belebten Zukunft bei.

[www.ada.at](http://www.ada.at)

# Wohninsider Sonderausgabe

PRINT & eBook

Erscheinungstermin  
17. Juni 2022

NACHHALTIGKEIT IM WOHNRAUM  
„Hier wird nachhaltig  
gearbeitet“

Wie setzen Sie in Ihrem Unternehmen das Thema Nachhaltigkeit um? Informieren Sie unsere Leser und Ihre Kunden. Kontaktieren Sie uns:

Gerhard Habliczek:

gh@wohninsider.at, T: +43 664 2500953

Anna Habliczek:

ah@wohninsider.at, T: +43 699 11234508



Weitere Informationen:

[www.wohninsider.at/printausgabe/sonderausgabe-nachhaltigkeit.html](http://www.wohninsider.at/printausgabe/sonderausgabe-nachhaltigkeit.html)

LEITNER LEINEN

## Dem Leinen verpflichtet

Leitner Leinen ist einer der Leuchttürme heimischer Textilienproduktion. Im Mühlviertel entstehen die hochwertigen Stoffe, die die Welt erobern, am österreichischen Markt hat das traditionsreiche Unternehmen kräftig zugelegt, bleibt dem Leinen treu und nimmt vor allem das Projektgeschäft ins Visier, wie Geschäftsführer Jakob Leitner verrät. VON SYLVIA PILAR

### Wie ist Leitner Leinen ins Jahr 2022 gestartet und wie ist es zuletzt gelaufen?

**Jakob Leitner:** Natürlich hat uns die Pandemie im Jahr 2020 etwas gebremst, vor allem die internationalen Märkte betreffend, insgesamt war die Entwicklung aber ganz gut. Am deutschsprachigen Markt konnten wir zulegen. Wir sind in den letzten Jahren in Österreich unter anderem im Projektgeschäft gewachsen, sowohl bei Hotellerie wie Gastronomie. Als kleine Weberei können wir anbieten, was andere nicht schaffen, vor allem individuellere Kollektionen. Außerdem ist auch das Direktgeschäft mit Kund:innen, vor allem über unseren Onlineshop, den wir schon über fünf Jahre führen, gewachsen.

### Wie stark war das Wachstum am österreichischen Markt und wie sind Sie positioniert?

Der österreichische Markt wächst jährlich. Ursprünglich war unsere Marke kaum in Österreich vertreten, in den letzten 15 Jahren hat sich Leitner Leinen hier gut entwickelt und mittlerweile generieren wir in Österreich 40 Prozent unseres Umsatzes. Wir sind in den wichtigsten Städten mit rund 40 Partner:innen vertreten, die unser volles Sortiment führen

und beraten, in bestimmten Regionen arbeiten wir mit kleineren Partner:innen zusammen. Wir sind mit der Händler:innendichte zufrieden, auch in unseren Auslandsmärkten.

### Leinen als Ihre Spezialität haben Sie sich auch in den Namen geschrieben.

### Viele sind auf den Leinen-Trend aufgesprungen. Wie sehen Sie diese Entwicklung?

Wir produzieren seit eh und je mit Weberei und Näherei im Haus im Mühlviertel und es gibt kaum noch Betriebe wie unseren in Europa, die so vollstufig alles im Haus produzieren. Wir stechen dadurch hervor, dass wir ausschließlich hochwertigste Leinengarne zu besonderen Textilien verweben. Unsere Stoffe an sich sind schon ein Alleinstellungsmerkmal. Wir stehen im Austausch mit dem Produzenten der Leinengarne und allen Beteiligten der gesamten Herstellungskette. Das Besondere an Leinen ist ja, dass der Rohstoff in Europa wächst. Leinen ist per se nachhaltig. Wir arbeiten zudem so, dass die gesamte Wertschöpfungskette in Europa liegt und be-



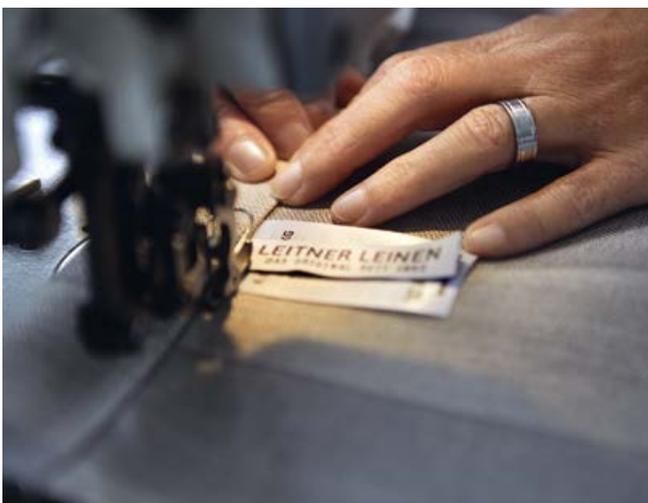
ziehen Leinen aus Frankreich und Belgien. Dass mittlerweile bis zu 85 Prozent der Rohstofferte nach Asien exportiert werden, ist eine beunruhigende Entwicklung. Es ist wichtig, dass die Wertschöpfungskette in Europa nicht verloren geht.

„Unsere Stoffe an sich sind schon ein Alleinstellungsmerkmal.“

*Jakob Leitner,  
Geschäftsführer Leitner Leinen*

### Garne aus recycelten Materialien sind en vogue. Ist das bei Ihnen auch ein Thema?

Jein. Wir sind eine kleine Manufaktur mit 30 Mitarbeiter:innen und unsere Stoffe werden weltweit verkauft. Ein großer Konzern kann eine Recycling- und Wertstoffkette einführen, wir können das nicht. Bei uns gibt es aber im Haus seit jeher keine textilen Abfälle, weil Garn- und Stoffreste, Verschnitte und so weiter anderen Verwertungsschritten zugeführt wird.



Leitner Leinen fertigt mit Weberei und Näherei im Haus hochwertige Textilien im Mühlviertel.



Links: Abstrakt, frisch, exklusiv: „Maia“, kreiert in Kooperation mit der englischen Designerin Laurie Maun.

Unten: Hochwertige Leinengarne werden zu besonderen Textilien wie „Savanna“ verwoben.



## Wird die Kunst des Webens bei Leitner Leinen auch weitergegeben?

Es ist sehr schwierig, Nachwuchs und top ausgebildetes Personal zu finden, daher bilden wir selbst aus. Wir würden gerne mehr Lehrlinge ausbilden, allerdings gibt es nur noch eine Berufsschule in Dornbirn und es ist schwierig, junge Menschen davon zu überzeugen, auf die andere Seite Österreichs zu ziehen. Glücklicherweise haben wir in der Näherei einen neuen Lehrling.

„Die bunte Mischung ist es, mit der wir möglichst viele Geschmäcker abdecken.“

## Wie ist die aktuelle Kollektion gestaltet?

Unsere Kollektion ist grundsätzlich eine Standardkollektion, die jedes Jahr mit neuen Designs und Farben ergänzt wird. Im Jänner erscheint die Hauptkollektion, im Sommer eine kleinere und im Herbst und Winter eine weitere größere Kollektion. Die neueste Kollektion bringt frische Farben mit sich und die Designs sind für uns neu, weil abstrakt gehalten, einerseits gestaltet von der jungen britischen Designerin Laurie Maun, andererseits mit dem jungen slowenischen Designer David Tavcar. Es entstehen sehr viele Designs bei uns im Haus, die Designentwicklung liegt in Familienhand, gleich-

zeitig wollen wir die Zusammenarbeit mit Designer:innen weiter forcieren.

## Wohin geht die Designentwicklung?

Wir beobachten natürlich Trends bei Design. Mit unserer Kollektion versuchen wir immer, ein möglichst breites Sortiment von Dessins, das von historischen bis zu ganz modernen, abstrakten Mustern reicht, anzubieten und neue Entwicklungen und Ideen einfließen zu lassen, ohne zu vergessen, wofür wir eigentlich stehen. Die bunte Mischung ist es, mit der wir möglichst viele Geschmäcker abdecken.

## Die Messen starten wieder. Welche haben Sie im Visier oder hat sich der Blick auf das Messegeschehen verändert?

Der Blick hat sich sogar stark verändert. Das Messegeschäft ist bei uns vollständig auf Eis gelegt, sicher auch noch für die nächsten zwölf Monate. Bei der Präsentation der Neuheiten verlassen uns auf unsere Vertreter:innen. Natürlich darf nicht unterschätzt werden, dass heute viel online passiert. Virtuelle Messen und Präsentationen sind natürlich nicht dasselbe, als die

Produkte in natura zu sehen, aber eine gute Alternative.

## Welche Ziele haben Sie für die Zukunft?

Wir wollen das Projektgeschäft stärken, Gastronomie und Hotellerie. Das ist ein Bereich, der mir besonders am Herzen liegt. Ein zweites Ziel ist die Erschließung neuer Märkte. Aktuell entsteht eine neue Zusammenarbeit mit einem australischen Partner, außerdem sind Länder wie Japan und Südkorea interessant, wo Textilien hohen Stellenwert genießen.

[www.leitnerleinen.com](http://www.leitnerleinen.com)

## Stark auf ganzer Linie

INKU setzt mit der Möbelstoffkollektion Easy Clean Plain auf top Fleckschutz. Der Name ist dabei Programm und die hochwertigen Flock- und Webqualitäten verbinden eine attraktive Optik mit besten Gebrauchseigenschaften: Sie sind pflege- und reinigungsfreundlich – und dies ein Leben lang. Alle Artikel sind waschbar und überzeugen durch gute Lichtechtheits- und Pillwerte. Fünf Artikel sind für den Einsatz im Objektbereich geeignet. Die aktuellen Farbpaletten spiegeln die modernen Einrichtungsstile und ergänzen so gelungen die Paletten der INKU Kollektion Easy Clean Structure 712.

[www.inku.at](http://www.inku.at)



## Für drinnen & draußen



Création Baumann präsentiert mit INSIDE/OUTSIDE eine leichte, natürliche, haptische Kollektion hochwertiger Textilien, die für den privaten Innen- wie Außenraum gleichermaßen gedacht und gemacht ist. Sie umfasst sieben Stoffe mit besonderer Struktur in subtilen Sandfarben oder in klaren Pastelltönen sowie abstrakte, florale Stoffe. Ein Teil der Textilien ist strapazierfähig sowie lichtecht und kann auf der Terrasse, im Garten sowie auch indoor eingesetzt werden.

[www.creationbaumann.com](http://www.creationbaumann.com)

## Sommerlicher Spirit



Die In & Outdoor-Kollektion Amorgos von CASAMANCE feiert das Lebensgefühl indoor und outdoor. Sie umfasst Stoffe, die natürlich und harmonisch wirken, kombiniert Farben und Muster. Feine Details und Raffinesse wetteifern miteinander und kreieren beruhigende Looks voller Sommerfeeling und Lebensfreude. Neben der Optik bestechen die Textilien mit ihren Qualitäten gegen Sonne, Licht und Wasser wie schnell trocknendem, UV-beständigem Polypropylen und schimmelresistenter, wasser- und ölbeständiger Behandlung.

[www.casamance.com](http://www.casamance.com)

## Dreifaches Farbenspiel



Der Möbelstoff „Tricolore“ von englisch dekor macht es sprichwörtlich spielerisch einfach, den passenden Stoff als Ergänzung zum individuellen Raumkonzept zu finden. Durch die Vielfarbigkeit passt er sich nahtlos und multi-kompatibel überall ein und setzt sich dort in Szene, wo er gebraucht wird. Als Ergänzung zu den unterschiedlichen Farbfamilien kommen auch vier markante Texturen zum Einsatz.

[www.englisch.at](http://www.englisch.at)

## STARK & STILVOLL

Der Textilverlag KOBE Interior Fabrics trumpft mit der Kollektion „ROOTS“ auf und die Fleckfrei-Technologie der Bezugsstoff-Marke EASY & SAFE von KOBE ermöglicht einen sorgenfreien Einsatz im Wohn- und Objektbereich. Neben der großen Auswahl an Unis und Texturen in einer breiten Farbpalette überzeugen die Eigenschaften schwer entflammbar und pflegeleicht. Neu seit Frühjahr 2022 sind der reichhaltige, weiche flauschige Bouclé-Stoff OSMIUM FR und der gerippte Cord-Polsterstoff LAZULI FR in einer breit gefächerten Farbpalette

[www.kobe.eu](http://www.kobe.eu)



# MARKTPLATZ

## Sinnlich & nachhaltig



Mit der Kollektion „Arcadia“ fängt Christian Fischbacher die Sehnsucht nach einem romantischen, ländlichen Leben ein. In einer bewussten Kombination von Texturen und Strukturen wurden Materialien mit Charakter gewählt, die alle Sinne ansprechen. Mit ihren lebendigen Oberflächen und individuellen Haptiken schaffen Wolle, Leinen und Baumwolle eine behagliche Atmosphäre. Ergänzt werden sie von funktionalen Trevira CS- und flammhemmenden Geweben, und „Arcadia“ umfasst auch neue Recycling-Qualitäten, die in einem umweltfreundlichen Verfahren produziert werden. So werden BENU CHECK und BENU STRUCTURE aus Konfektionsabschnitten der Modeindustrie gewonnen.

[www.fischbacher.com](http://www.fischbacher.com)

## Eleganter Style

Bei der Kollektion HIGHLAND WOOLS nutzt JAB ANSTOETZ Fabrics nicht nur die den Wollfasern immanenten top Eigenschaften, sondern berücksichtigt zudem den Aspekt der Nachhaltigkeit. So besteht die neue Kollektion aus recycelter Wolle sowie recyceltem Polyester und Polyamid, die Designinspiration stammt aus der Mode. Typische Wollmuster wie Karo, Glencheck und Streifen wurden aktualisiert, auch der Charakter des Naturmaterials spielt bei der Dessinierung eine wichtige Rolle. Die Bezugstoffe zeigen das sinnlich weiche Volumen von Wolle und immer wieder ist eine subtile Mehrfarbigkeit erkennbar.

[www.jab.de](http://www.jab.de)



## Fantasievoll schön



Mit der Outdoor-Kollektion PARADISO zeigt fine, was Fantasie im Garten, am See, im Spa bedeutet: mit Vögeln, Korallen, Palmen, Äffchen, Rauten und Würfeln, mit Jacquards, Velours und Unis aus Bouclé und strukturierten Garnen sorgt die Kollektion des Tiroler Textilverlages für Atmosphäre und stilvoll-moderne Wohlfühlmomente.

[www.fine.at](http://www.fine.at)

Aktuelle textile Kollektionen finden Sie online auf [www.wohninsider.at](http://www.wohninsider.at)  
Link zu den Produkten: [bit.ly/3Manj5Q](https://bit.ly/3Manj5Q)



Für jeden die richtige Küche gibt's, ganz klar, bei den Küchenspezialisten von MHK!

## MHK. MEIN KÜCHENSPEZIALIST

Wir, die MHK Group, sind der führende Einkaufs- und Dienstleistungsverband für mittelständische Küchenfachhändler. 3.400 x in Europa, 176 x in Österreich. Was uns auszeichnet: das rote Dreieck ▽.

Als MHK Partner profitieren Sie von:

- ▽ einem gebündelten Einkauf
- ▽ attraktiven Eigenmarken zu top Konditionen
- ▽ einer eigenen Planungssoftware, die Küchenträume realisiert
- ▽ maßgeschneiderten Marketingkonzepten

**MHK**  
MEIN KÜCHENSPEZIALIST

MHK Österreich GmbH & Co. KG  
Oberndorfer Straße 35/19 | 5020 Salzburg  
+43 (0) 662 276 265 -0  
office@mhk.at  
[www.mhk-oesterreich.at](http://www.mhk-oesterreich.at)

## FOOD DESIGN

Alternative Zubereitungsarten von Lebensmitteln liegen voll im Trend. Perlino zaubert auf Knopfdruck Geleeperlen aus der Molekularküche. Dank der einfachen Handhabung lassen sich im Handumdrehen bis zu 500 Geleeperlen pro Minute erzeugen und dabei sind dem individuellen Geschmack und der Experimentierfreude kaum Grenzen gesetzt. Feine Fruchtsaft-Perlen für Cocktails sind ebenso schnell gezaubert wie Teriyaki-Perlen für ein Abendbuffet. Der Perlino ist schnell zu reinigen, einfach zu transportieren und platzsparend zu verstauen.



[www.rommelsbacher.de](http://www.rommelsbacher.de)

## Magisch beleuchtet

Die von traditionellen Laternen inspirierten TAWA Leuchten sorgen für eine atmosphärische Beleuchtung. Die textile Außenhülle sorgt für stimmungsvolles Licht und der präzise gearbeitete Korpus aus Aluminium gibt der Leuchte Stabilität. Funktionalität steht auch bei der Aufladung im Fokus: Durch einen Magnetanschluss ist ein schnelles Verbinden zur Aufladung ohne langes Suchen möglich. Das Ein- und Ausschalten sowie die Einstellung der Helligkeit erfolgt intuitiv über einen Berührungsknopf auf der Oberseite der Leuchte.

[www.blomus.com](http://www.blomus.com)



## Mystisches Farbspiel



Ob als festliche Tischdekoration für einen besonderen Anlass oder als stylisches Accessoire – diese Dekoartikel zaubern einfach immer ein großartiges Bild auf dem Esstisch. Die Vasen und die Schale Brasil werden aus einem massiven Steinblock von Hand in Form geschlagen und anschließend sorgfältig poliert.

Bei der Marmorart handelt es sich um Rainforest Marble, der nur im Norden Indiens aufzufinden ist und aufgrund der ungewöhnlichen Maserung und Färbung sehr selten ist.

[www.lambert-home.de](http://www.lambert-home.de)

## Fließend geknotet



Verschlungene Form, fließende Linien und softes Porzellan zeichnen die Rosenthal Vase „Node“ der Rosenthal Studio-line aus. Designer Martin Hirth gießt das für ihn typische Designprinzip – die Bewegung und das Verschmelzen und Transformieren von Gewohntem – in eine voluminöse, geometrische Knotenform und kreiert eine Vase, die mehr wie eine Skulptur als ein Gebrauchsgegenstand anmutet und in drei Farbvarianten besticht.

[www.rosenthal.de](http://www.rosenthal.de)

## Pottery-Look

Mit Geschirr aus Keramik gestalten wir unser Zuhause ganz natürlich und erschaffen uns so einen Ort des Rückzugs mit positiver Ausstrahlung – individuell, voller Entspannung und Authentizität. Die Kollektion Crafted von like. by Villeroy & Boch zählt optisch auf diesen handwerklichen Look ein und überzeugt zugleich mit ihrem feinen Material. Crafted begeistert mit einer besonderen Reaktivglasur: Dank ihr ist jeder Farbverlauf auf Premium Porcelain einmalig und somit jedes Stück ein Unikat.

[www.villeroy-boch.com](http://www.villeroy-boch.com)



# MARKTPLATZ : ACCESSOIRES

## Hitzefrei



Table Frame schützt Ess- oder Terrassentisch vor heißen Schüsseln, Töpfen oder Rotweinflecken. Je nach Bedarf können die an einem Lederband fixierten Eichenholzleisten zu einer oder zwei Seiten ausgeklappt werden. Erhältlich ist der Topfuntersetzer in natur, geölt, geräuchert und schwarz. Wenn er nicht gerade für heiße Speisen verwendet wird, macht er auch eine gute Figur als Untersetzer für Öl oder Schälchen.

[www.bywirth.com](http://www.bywirth.com)

## Ausgezeichnet gewürzt

Ein echtes Multitalent für Pfeffer, Salz, Chili & Co. ist die magnetische 4in1 Mühle Giant der Firma AdHoc Entwicklung und Vertrieb GmbH aus Mannheim, die nun mit dem Red Dot Award, Product Design 2022 ausgezeichnet wird. Sie überzeugt durch ein einzigartiges Designkonzept, bei dem durch vier ultrastarke Magnete vier Einzelmøhlen zusammengehalten werden. Mit drei CeraCut® Hochleistungs-Ceramic Mahlwerken bietet sie top Ergebnisse beim Mahlen verschiedenen Pfeffer- und Salzsorten, das patentierte original AdHoc SchneidWerk® sorgt für das optimale Zerkleinern von getrockneten Chilis und Gewürzen.



[www.adhoc-design.de](http://www.adhoc-design.de)

## Genussvoller Frischekick



Mit Bamboo serviert Le Creuset eine frische Farbe. Der intensive, satte Grünton setzt lebhaft Akzente auf jedem Tisch, ganz egal, ob drinnen oder im Garten gedeckt wird. Bamboo wirkt authentisch und einladend, regt an und beruhigt zugleich, es spiegeln sich aktuelle ökologische Trends und Nachhaltigkeit wie bei dem botanischen Vorbild wider, es ist harmonisch auf be-

stehende Le Creuset-Farben abgestimmt und kann vielseitig kombiniert werden. Das Bamboo Sortiment reicht von gusseisernem Kochgeschirr über Poterie aus ofenfestem Steinzeug bis hin zu verschiedenen Küchen- und Weinaccessoires.

[www.lecreuset.com](http://www.lecreuset.com)

## NATURVERLIEBT



Mit den Kubus Flowerpods legt by Lassen den Fokus auf die pure Schönheit der Natur, um Bereiche in Wohnung oder Terrasse stilvoll in Szene zu setzen. Die Kubus Blumentöpfe und Kubus Vase Nolia sind eine willkommene Ergänzung für das designbewusste Zuhause. Zudem ist eine zusätzliche Halterung für die Kubus Kollektion erhältlich, mit der Pflanzgefäße und Vasen direkt an der Wand montiert werden können, um ein leichtes, luftiges, botanisches Gefühl zu schaffen.

[www.bylassen.com](http://www.bylassen.com)

Weitere Produkthighlights finden Sie online auf [www.wohnsider.at](http://www.wohnsider.at) | Link zu den Produkten: [bit.ly/3xEo7vE](https://bit.ly/3xEo7vE)



EXTREMIS

## „Wir passen in keine Schublade“

Bei Extremis geht es um mehr als Möbel. Mit „Tools for Togetherness“ verbindet Extremis Menschen und Welten. Dirk Wynants, Designer, Gründer und „big boss“, über die Bequemlichkeit als Designbooster, „slow design“, die Bedeutung des Outdoorbereichs und den Auftritt beim „Salone“.

VON SYLVIA PILAR

### wohnsider: Was macht Möbel zu guten Outdoor-Möbeln?

**Dirk Wynants:** Extremis bezeichnet sich selbst nicht als Outdoor Living-Unternehmen, sondern als Designmöbelmanufaktur. Wir fertigen Produkte, die outdoor verwendet werden können, transformieren nicht nur Indoor-Möbel mit anderen Materialien und Textilien für draußen, sondern überraschen mit komplett neuen Lösungen. Ich mag beispielsweise keine Schutzhüllen für Möbel, weil ich bin zu faul bin, um sie zu entfernen, also habe ich mit dem Walrus-Sofa ein neues Design entwickelt, bei dem Decken einfach in der Rückenlehne verstaut werden können. Bequemlichkeit ist eine gute Charaktereigenschaft für Designer:innen, weil sie angeregt, Probleme zu lösen und Produkte zu kreieren, die das Leben einfacher machen. Der schwierigste Teil des Designprozesses ist es, das richtige Problem zu finden. Es zu lösen, ist ziemlich einfach. Die Form erwächst in einem Prozess, in dem die Entscheidungsfindung sehr funktional ist. Schlussendlich sollen Funktion und Ästhetik gleich gut sein. Gleichzeitig agieren wir so ökologisch wie möglich. Der Transport ist ein wichtiger Faktor, den wir von Beginn des Designprozesses an mitdenken. Bevor bei uns ein Design als gut bewertet wird, landen viele Ideen und Vorschläge im Mistkübel.

### Geht es bei all diesen Faktoren auch um Nachhaltigkeit?

Durchaus, aber Nachhaltigkeit ist ein komplexes Thema. Es hat viele Facetten und für mich ist es frustrierend, wenn nur einige wenige im Fokus stehen oder es genügt, wenn das Wort „recycelt“ fällt. Wir sprechen auch über Zirkularität, über Kreislaufwirtschaft, und versuchen, den Kreis so groß wie möglich zu ziehen. Nachhaltigkeit reicht für mich weiter. Wie verdient sich ein neues Produkt einen Platz auf dem Markt, worin liegt der Grund für seine Existenz, muss es wirklich über jene Materialien verfügen, die verarbeitet wurden? Diese Fragen werden immer



„Der schwierigste Teil des Designprozesses ist es, das richtige Problem zu finden. Es zu lösen, ist ziemlich einfach.“

*Dirk Wynants, Designer, Gründer, big boss von Extremis*



AMAI von Extremis.



Ein Möbel für alle Fälle und Bereiche: Outdoor und indoor, sitzen und stehen, arbeiten und relaxen – mit AMAi ist alles möglich.

wichtiger, aber nur selten beantwortet. Im Sinne des „Golden Circle“ von Simon Sinek suche ich nach einem starken „Warum“ für ein neues Produkt. Welchen positiven Impact hat es? Wenn wir den negativen Einfluss minimieren und den positiven maximieren, lassen sich Produkte nicht nur ökologischer fertigen, auch die Wertigkeit des Produkts steigt.

## Ist dies auch eine Frage des Innovationszyklus?

Extremis präsentiert nicht jedes Jahr eine Innovation. Jeder spricht über „slow design“, generell sollte aber überall „weniger, aber besser“ gelten und Innovation von einem anderen Blickwinkel beginnen, nicht nur beim ökonomischen. Wir hinterfragen, warum es ein neues Produkt unbedingt braucht, dadurch dauert der Innovationsprozess länger und ist risikoreicher. Dafür sind unsere neuen Produkte immer etwas innovativer als es Konsument:innen gewöhnt sind und das überrascht sie. Alle bekannten Klassiker auf dem Markt haben lange gebraucht, um von der breiten Gesellschaft akzeptiert und erfolgreich zu werden. Wir stehen vor derselben Herausforderung und wollen Produkte fertigen, die gut gemacht sind, sich gut am Markt etablieren, eine große Zielgruppe ansprechen und langlebig sind. Dafür müssen wir geduldig sein.

## Das aktuellste Produkt, AMAi, sprengt die Grenzen zwischen Indoor- und Outdoor-Welt. Wie managt Extremis das Zusammenspiel von drinnen und draußen?

Mir geht es darum, sämtliche Grenzen niederzureißen und Menschen zusammenzubringen. Die Bedeutung der Grenzauflösung von drinnen und draußen beruht darauf, dass wir davon überzeugt sind, dass Menschen den Kontakt mit der Natur brauchen und das mehr denn je. Der Unterschied ist

„Die Bedeutung der Grenzauflösung von drinnen und draußen beruht darauf, dass wir davon überzeugt sind, dass Menschen den Kontakt mit der Natur brauchen und das mehr denn je.“

so groß geworden, weil der Komfort indoor immens gewachsen ist. Auch der Lebensstil hat sich in den letzten hundert Jahren immens gewandelt, Stress und Druck sind gestiegen und es braucht Tools, um die abverlangte Energie wieder zurückzugewinnen. Dafür ist die Natur essenziell und Outdoormöbel sollen jederzeit genützt



*Umfassend gedacht & clever gemacht: Von Sonnenschutz über Stromversorgung bis zu Licht ist alles im aktuellsten Extremis-Highlight integriert.*

werden können. Früher gab es die Wohnbereiche im Haus, der Außenbereich wurde nicht als solcher angesehen, wird aber heute als Wohnraum wie indoor betrachtet, egal ob es ein riesiger Garten oder ein kleiner Balkon in der Stadt ist, und Outdoormöbel sollen jederzeit genützt werden können.

## Welche Lösungen braucht es?

Mobile Lösungen, Flexibilität. AMAi ist nicht das erste, nur das aktuellste Highlight von Extremis und vereint alles. Die Challenge dabei war es, das Möbel für alle Bereiche gleichermaßen gut einsetzbar zu machen. Es muss outdoor genauso perfekt passen wie es für indoor Sinn machen muss. AMAi bietet die Möglichkeit zum Sitzen und Stehen, wir haben Stromquellen in AMAi integriert, weil wir stets Strom benötigen, und natürlich auch Licht. Die Lichtlösung soll

nun so weiterentwickelt werden, dass sich das Licht zukünftig während des Tages verändert und damit immer die richtige Stimmung erzeugt. Das entspricht dem Biophilic Design und wir bereiten uns auch schon auf „Lifi“ vor, eine Kommunikationstechnologie, die zur Datenübertragung Licht verwenden wird und ihren Ursprung in der Raumfahrt hat.



## Wird Extremis beim Salone del Mobile. Milano 2022 präsent sein?

Wir werden beim „Salone“ mit dabei sein, dieses Thema dort allerdings nicht präsentieren, weil wir noch intensiv daran und an Lösungen für die Zukunft arbeiten. In Mailand werden wir trotzdem wieder ein Risiko eingehen, indem wir nur AMAi zeigen, aber in ganz unterschiedlichen Settings, im Kontext von Unternehmen wie auch im Privatbereich, für das diese Lösung ebenso gedacht ist.

## Welche Bedeutung haben Messen für Sie?

Furniture business is people business. Bei Möbeln dreht sich alles um Menschen. Auf einer Messe präsent zu sein bedeutet für uns, Erlebnisse und Erinnerungen an eine tolle Zeit zu schaffen, die weit über die Messe hinaus reichen und inspirieren. Für uns ist der Salone in Mailand der optimale Ort, um Personen aus dem Retailbereich zu treffen, die ORGATEC für Fachprofis aus dem Officesegment. Wir sind in beiden Bereichen unterwegs und passen in keine Schublade. Wir machen unser Ding und das so gut, wie wir können.

[www.extremis.com](http://www.extremis.com)

## Ihr Kontakt, mehr Infos und Bezugsquelle von Extremis:

Design-Agentur Klaus Flachberger  
[www.design-agentur.at](http://www.design-agentur.at)

MARKILUX

## Pergola-Klassiker in eckiger Form

Formenvielfalt ist gefragt. Daher bietet Markisenspezialist markilux mit der „pergola cubic“ ein neues Modell an, das zu trendiger kubischer Architektur passt.

markilux hat über die Jahre ein vielfältiges Produktsortiment rund um das System „pergola“ aufgebaut. Die von zwei vorderen Säulen gestützte Markise gibt es bereits in drei Varianten: von klassisch über kompakt bis zum XXL-Format. Nun ergänzt der Hersteller sein Programm um die „pergola cubic“. Die neue Markise basiert auf der Technik des klassischen Modells, jedoch mit eckiger Tuchkassette, und setzt auf ein noch gelungenes Zusammenspiel mit minimalistischer Architektur. „Bei unserer jüngsten pergola-Entwicklung steht die Form ganz im Vordergrund. Denn die zugrundeliegende Technik hat sich über die Jahre bewährt“, erklärt Michael Gerling, Geschäftsführer für Technik und Produktion.

### Schattenspender mit coolen Highlights

Die „pergola cubic“ beschattet gut 30 Quadratmeter Fläche bei einem einzelnen Markisenfeld. Für sehr große Flächen lassen sich mehrere Markisenfelder kombinieren. Das Tuch wird per Tracfix-System bündig in den seitlichen Schienen geführt. Durch die Gegenzug-Spanntechnik und Gasdruckfedern ist es stets gut gespannt und die motorisierte Markise dadurch sehr windstabil. Zudem lässt sie sich nach Wunsch mit LED-Systemen ausstatten. Eine zusätzliche LED-Line kann nun auch unter der Kassette angebracht werden. Weitere Optionen sind absenkbare Säulen, die für guten



Regenablauf auch bei geringerer Neigung der Tuchoberfläche sorgen. Ferner eine manuell oder solarbetriebene Schattenplus-Markise, die vor tief stehender Sonne schützt. Zudem kann man zwischen einer fest im Boden fixierten Variante wählen oder sich für Beschwerungskästen entscheiden, die die Markise sichern.

### Eckig & clever

Um den neuen Sonnen- und Wetterschutz auf die kubische Formensprache abzu-

stimmen, musste die Glasdachmarkise markilux 8800, die für den Tuchtransport sorgt, angepasst werden. So ergänzt ab jetzt die markilux 7800 mit eckiger Tuchkassette den neuen Markisentyp. Wie alle anderen pergola-Varianten eignet sich auch das „cubic-Modell“ dafür, es zum Schutz vor Wind oder Regen mit weiteren Markisen-systemen zu kombinieren.

[markilux.com](https://www.markilux.com)



Das neue Modell „pergola cubic“ erweitert die pergola-Produktfamilie von markilux. Die ab Sommer lieferbare Markise punktet mit eckiger Tuchkassette und passt damit besonders gut zu kubischer Architektur.

## Schwebend leichter Komfort



Filigran und komfortabel zugleich besticht CESTINO von solpuri, entworfen vom Designer Duo Hoffmann Kahleyss Design, durch zeitloses Design. Das leichtfüßige Aluminiumgestell vermittelt einen nahezu schwebenden Eindruck. Die geflochtene Sitz-/Rückenschale thront in einem leichtfüßigen, einen nahezu schwebenden Eindruck vermittelnden Aluminiumgestell. Die aufwendig konzipierte Polsterlösung sorgt für einen bequemen Sitzkomfort, der zum Entspannen einlädt.

[www.solpuri.com](http://www.solpuri.com)

## Wild-e Gemütlichkeit



Mit der von Robby Cantarutti entworfenen Kollektion „Wild“ von Fast wird auf das grafische Licht- und Schattenspiel der Äste in einem dichten Wald verwiesen. Für den Privat- und Objektbereich geeignet, umfasst sie Esstische, Beistelltische und Poufs mit Sitz aus wasserdichtem Kissen, allesamt mit einem Gestell aus Aluminiumröhren und einer Platte aus Aluminiumlaminat. Dank der Polyester- und Polyurethan-Pulverlacke können die Modelle in allen Farben von Fast erstrahlen und mit den anderen Kollektionen kombiniert werden.

[www.fastspa.com](http://www.fastspa.com)

## Genuss von Komfort bis Design

Niehoff Garden hat mit der Kollektion 2022 eine Fülle innovativer Highlights parat. Wie die NIDEN Bank, die sich besonders durch ihre kubische Form und eine großzügige Sitztiefe auszeichnet. Dank eines passenden Adapters kann die Bank auch als moderne Outdoor-Eckbank gestellt werden und das Banksystem ist nun auch mit anthrazitfarbener Gestelloption erhältlich. Für Genussmomente sorgt die Niehoff Garden Outdoor-Küche, die nun auch in einer Variante mit modernem Rahmen aus Aluminium daherkommt, und zudem ist eine Massivholzküche aus Teak neu im Programm.

[www.niehoff-garden.de](http://www.niehoff-garden.de)



## PERFEKT RELAXEN



Elegante Linienführung, aufeinander abgestimmtes Farbschema, bequemes Sitzen und extrem langlebige Materialien – der ANCÔNE-Lounger von LAFUMA MOBILIER besticht. Das jüngste, in Zusammenarbeit mit dem Designstudio BIG GAME entworfene und hergestellte Mitglied der ANCÔNE-Kollektion bietet ein völlig neues Relaxerlebnis. Dank der breiten Sitzfläche mit smarten Designdetails und der komfortablen Polsterung wird der Rücken in einer optimalen Neigung gehalten, das klappbare Gestell besteht aus besonders gehärtetem HLE-Stahlrohr mit hoher Elastizitätsgrenze, und die Innovation kommt dabei ohne Querstreben an der Vorderseite aus.

[www.lafuma-mobilier.com](http://www.lafuma-mobilier.com)

## Noch mehr Loungegefühl



Mit „OCEAN SKID PLATFORM“ präsentiert KETTLER die passende Lounge-Variante zu „OCEAN SKID“, der Casual Dining Serie aus Aluminium. Bestehend aus 6 Elementen punktet sie durch volumigere Kissen und etwas mehr Sitztiefe, zum Eckteil gesellen sich Mittelteil und 2-Sitzer sowie ein Hocker, eine Universal Ablage zum variablen Anbringen am Mittelteil oder 2-Sitzer und ein Loungetisch. Neben zeitlosem Design und der Materialauswahl punktet das Lounge-Highlight zudem durch Individualisierbarkeit und Funktionalität.

[www.kettler-garden.com](http://www.kettler-garden.com)

## Mehr ist mehr

RS Barcelona fasziniert mit außergewöhnlichen Highlights, wie dem erstaunlichen RS Max Fußballtisch. Entworfen von Rafael Rodríguez, beweist der nun doppelt so große Tisch, dass die Acht die perfekte Nummer ist, um zu spielen und zu genießen. Gemacht für öffentliche Bereiche in Hotels, Restaurants und Büros, die er in Räume mit Fun-Faktor verwandelt, hält der aus hochwertigen Materialien gefertigte Tisch intensiver Nutzung ebenso stand wie schlechtem Wetter und ist nicht zuletzt mit Glasplatte on top ein Hingucker – eine geniale Idee, bei der Gastronomie, Spiel und Design Hand in Hand gehen.

[www.rs-barcelona.com](http://www.rs-barcelona.com)



## Heißer Winner



reddot winner 2022

Weber heizt ausgezeichnet an: Der Holzpelletgrill Weber SmokeFire Stealth Edition, der mit einem Red Dot Award „Product Design“ prämiert wird, ist komplett in Schwarz mit mattschwarzen Elementen gehalten und besticht mit seinem innovativen, hochwertigen Design wie mit top Features. Er eignet sich dank des großen Temperaturbereichs von 95-315°C ideal zum scharfen Anbraten wie auch zum Räuchern, sorgt mit intelligenter WEBER CONNECT Grilltechnologie für perfekt gegrillte Gerichte, die eingebaute Innenbeleuchtung erhellt die gesamte Grillfläche und viele weitere Highlights machen ihn zum Hotspot – und zur Outdoor-Küche.



[www.weber.com/AT](http://www.weber.com/AT)

## Queen des Outdoor Cooking

Das Outdoor Cooking zelebriert OCQ in all seinen Facetten. Von klassisch über modular bis professionell bestechen die extravaganten Außenküchen mit cleveren Funktionen und exklusivem Design.



Foto: Philipp Seidlacek

Individualität wird groß geschrieben, besonders bei der Kollektion OCQ modus, die zahlreiche Planungs- und Gestaltungsmöglichkeiten eröffnet. Alles ist möglich, top Materialien im Duett mit präziser Verarbeitung und Ausstattungsmöglichkeiten von der Stauraum- bis zur Kochfeld- und Spüllösung machen jede OCQ modus zum exklusiven Unikat.

[www.o-c-q.com](http://www.o-c-q.com)

## Innovative BBQ-Power

WMF präsentiert mit dem Profi Plus Urban Master Grill ein Outdoor Cooking-Highlight, mit dem gleichzeitig gegrillt, geröstet und gebacken werden kann, selbst bei wenig Platz outdoor. Der Clou: Die innovative, neuartige Kombination aus Elektrogrill und Backofen. Dank des integrierten

Ofens können mit einem einzigen Gerät und bei voller Leistung verschiedene Gerichte gleichzeitig zubereitet werden. Der 3.000 Watt Grill erreicht auf dem emaillierten gusseisernen Grillrost Temperaturen von bis zu 320°C, der integrierte Backofen bis zu 200°C, dazu machen viele durchdachte Details das Grillen zum Genuss.

[www.wmf.com](http://www.wmf.com)



## Volle Bequemlichkeit



Mehr als nur eine bequeme Sessel-Lounge in puristischem Design ist „PERTH“ von SIEGER. Die supervariable, zur SIEGER Exklusiv-Passion-Kollektion gehörende Lounge ist Sitz-, Liege- und Dining-Platz zugleich. Zur Sessel-Lounge zählen Einsitzer- und ein Zweisitzer-Sessel, bei denen sich die Rückenlehnen unabhängig voneinander jeweils mittels Gasdruckfeder per Knopfdruck stufenlos in verschiedenste Sitz- bzw. Liegepositionen verstellen lassen ohne dazu die momentan eingenommene Lage verlassen zu müssen, ebenso wie ein Hocker sowie optional der neue Loft-Tisch von SIEGER.

[www.sieger.eu](http://www.sieger.eu)

## Maßgeschneidertes Outdoorfeeling



Foto: © VALETTA

Das Outdoor Living perfekt macht VALETTA. Die Markisen bieten individuelle Lösungen für alle Freiflächen, können nach Maß gefertigt werden und ihre Bestandteile zeichnen sich durch eine extrem lange Lebensdauer

aus. Schlank und puristisch in der Konstruktion wirkt die elegante Designmarkise LUNA trotz ihrer beachtlichen Breite. Die Befestigungseinheiten sind unsichtbar eingearbeitet, wodurch das Tuch optisch noch ruhiger wirkt. Im geschlossenen Zustand verbirgt sich die Markise in einer dreiteiligen Aluminiumkassette, eine C-förmige Fallschiene schützt die ausgefeilte Technik und hochwertigen Beschattungstoffe, für viel Komfort sorgen die standardmäßige Ausstattung mit Motor, integrierte Heiz- sowie eingebaute Lichtstrahler.

[www.valetta.at](http://www.valetta.at)

## Exklusiver Hotspot



Das Freiluftfeuer aus der Freiluftmanufaktur ist Place to be im Outdoor-Bereich und Grill-Feuer der besonderen Art. Schwarzer Nero Assoluto Naturstein mit geflammtem Oberflächenfinish trifft auf Seealuminium mit eleganter Pulverbeschichtung, veredelt mit massivem Eichenvollholz für die Einlegeböden. Gemütliche Sitzflächen finden ebenso Platz wie der Raum für Feuerholz, Decken und andere Accessoires. Das individuell gestaltbare Freiluftfeuer basiert auf Modulen, die zu einem exklusiven Einzelstück zusammengefügt und durch Schubladen und den Feuergrill-Rost praktisch ergänzt werden können.

[www.freiluftfeuer.com](http://www.freiluftfeuer.com)



## Charmanter Schattenplatz

Der Seitenmastschirm „Scala“ von Caravita passt mit seiner schlichten Eleganz in jedes Ambiente und bietet eine praktische Verschattungslösung für die Außengastronomie wie den privaten Garten. Dank raffinierter Bauweise schließt das Schirmdach seitlich am mittels Fußpedal schwenkbaren Mast. In geschlossenem Zustand platzsparend, gibt er mit 4x4 Metern Schirmgröße und somit einer Fläche von 16 m<sup>2</sup> reichlich Schatten. Zur elektrischen Zusatzausstattung zählen ein WMS Motorantrieb für die Bedienung per Funk, für den individuellen Look sorgt die Auswahl von über 120 Acryl Stofftöchern und 200 RAL-Gestellfarben. Echtes Highlight ist das Acryl ProNature Tuch.

[www.caravita.com](http://www.caravita.com)

## Ganz klar stilvoll

Raffiniert kombiniert kommen bei Lenyx, der neuen Serie der ZEBRA pure-Kollektion, lebhaftige Kontraste von Farben und Materialien mit einem klassischen skandinavischen Designansatz zusammen. Die rechteckige Tischplatte mit schlanker Silhouette, abgerundeten Ecken und einer Länge von 160 oder wahlweise 220 cm besteht aus HPL in dem Farbton „volcanic stone“, bietet Platz für 6 bzw. 8 Personen und wird von vier schräg angeordneten Tischbeinen aus gebürstetem Teakholz getragen. Das harmonische und zugleich kontrastreiche Farbspiel des Tisches findet sich auch bei den Sitzmöbeln der Serie.



[www.zebra-moebel.de](http://www.zebra-moebel.de)

## Lässiges Ensemble

Eine, die alle und alles vereint, ist die Garnitur Rio Bench ALU von Nardi (Design: Raffaello Galiotto), die den Tisch Rio ALU 210 Fix und die zwei dazugehörigen Bänke Rio Bench ALU umfasst. Alle Möbel zeichnen sich durch das Daubendesign des Tisches und der Sitzfläche, die aus lackiertem Aluminium mit spezieller, leicht geriffelter Textur hergestellt sind, sowie die quadratischen Aluminiumbeine aus, die direkt am Rand der Tischfläche enden. Design und Funktionalität kombinierend, ist die Garnitur in eleganter Farbauswahl leicht montier- und zerlegbar sowie zu 100 % recycelbar.



Design und Funktionalität kombinierend, ist die Garnitur in eleganter Farbauswahl leicht montier- und zerlegbar sowie zu 100 % recycelbar.

[www.nardioutdoor.com](http://www.nardioutdoor.com)

Weitere Produkthighlights finden Sie online auf [www.wohnsider.at](http://www.wohnsider.at) | Link zu den Produkten: [bit.ly/3LjdMJK](https://bit.ly/3LjdMJK)



WEISHÄUPL

## Für außergewöhnliches Sommerfeeling

Der Sommer kann kommen und findet mit WEISHÄUPL draußen statt. Mit lässigen Schattenspendern und frischen Möbeldesigns macht das bayerische Familienunternehmen den Outdoorbereich zum coolen Hotspot.

**A**us Liebe zur Tradition und mit kreativem Esprit fertigt WEISHÄUPL seit rund fünfzig Jahren Möbel und Sonnenschirme in bester Qualität für besondere Sommermomente. Hochwertige, langlebige Schattenspender und raffinierte Sitz- und Relaxlösungen in authentischen, pfiffigen und farbenfrohen Designs sind bei der bayerischen Manufaktur Familiensache. Ehrliches Handwerk wird bei dem von Stefanie, Oskar und Philipp Weishäupl geführten



Genuss mit Lounge-Feeling: DENIA Dining.



„Werte schätzen und pflegen. Das liegt uns im Blut. Wir zelebrieren das Leben draußen.“

*Stefanie, Oskar & Philipp Weishäupl*

Familienunternehmen gehegt und gepflegt, und mit stetigem Blick in die Zukunft wie feinem Gespür für Trends, Wünsche und Farben in der Manufaktur in Stephanskirchen liebevoll jedes einzelne Produkt kreiert, komponiert und mit ausgewählten Materialien gefertigt.

Der höchste Anspruch ist Ansporn und der Innovationsgeist manifestiert sich in einem vielfältigen Portfolio, das vom farbenfrohen leuchtenden Sonnenschirm über komfortable Stühle und formschöne Tische bis zu modularen Sitzmöbeln mit Wow-Faktor reicht. Die Ideen gehen WEISHÄUPL freilich nie aus. Ganz im Gegenteil.

### Stilvolle Gemütlichkeit mit Farbkick

Mit durchdachten, lässigen Neuheiten fängt das Unternehmen die Sommervibes ein und versprüht sie in jedem Outdoorbereich. Mit DENIA Dining bittet WEISHÄUPL das Lounge-Feeling zu Tisch und lädt mit formschönen Sesseln und Esstischen in zwei verschiedenen Größen zum Platznehmen, Sitzenbleiben und entspanntem Get-together. Der gemütliche DENIA Relax-Sessel ergänzt gekonnt Sofa und

Lounge-Sessel der DENIA Serie, schottet mit seiner hohen Lehne vom Alltag ab und lenkt die Gedanken auf pure Entspannung. Für Gemütlichkeit sorgen auch Poufs in vielen Größen zusammen mit Körben sowie rechteckigen und runden Teppichen, während die beliebten DECK Truhen mit einer neuen Auflagen- und Sitztruhe Zuwachs erhalten und attraktiven Stauraum im Wohnraum outdoor bieten. Natürlich feiert WEISHÄUPL den Sommer auch mit neuen Farben für Schirm- und Möbelbespannungen sowie Möbelgestelle, die frische Impulse für ein stilvolles Leben geben – drinnen und draußen.

[www.weishaeupl.de](http://www.weishaeupl.de)



Entspannung pur: Der DENIA Relax-Sessel und vielfältige Poufs.



Sonnenschirme und Möbel werden bei WEISHÄUPL in den eigenen Werkstätten von Hand gefertigt.

STAR-Serie von sembella<sup>®</sup>, gefertigt in Österreich:

# Natur pur für herrlich wohligen Schlaf

Rund ein Drittel unseres Lebens verbringen wir schlafend. Ökologisch einwandfreie Produkte sollten deshalb gerade im Schlafzimmer selbstverständlich sein – höchster Liegekomfort ebenso. Die neuen STAR-Serie-Matratzen von sembella<sup>®</sup> garantieren beides: Sie bestehen aus reinem Naturkautschuk und überzeugen mit hoher Punktelastizität. Durch die extrem präzise Anpassung an die Körperform liegt man in jeder Schlafposition perfekt. Zudem optimieren bei allen STAR-Serie-Modellen spezielle Lüftungskanäle das Schlafklima. Die neuen Halbleinen-Bezüge verstärken diesen Effekt noch, denn sie wirken nicht nur antibakteriell, sondern sorgen auch für einen hohen Luft- und Feuchtigkeitsaustausch. So entsteht ein wohliges Liegegefühl.

Perfekt kombiniert sind die STAR-Serie-Matratzen mit einem Naturaline-Lattenrost: Der metallfreie, massive Buchenrahmen überzeugt mit mehrfacher Härtezoneneinstellung und patentierter Schulterabsenkung.

Schlafen Sie gut!



OFYR

## Feuriger Star-Auftritt

Ein faszinierendes Outdoor-Kocherlebnis serviert OFYR. Das Outdoor-Lifestyle-Konzept begeistert Hobby- und Spitzenköche – und bei „Kitchen Impossible“.

**O**b Grillgerichte oder mehrgängige Menüs, Frühstück oder Abendessen, Punsch, Glühwein oder einfach nur Feuer – der multifunktionale OFYR sorgt jederzeit und überall, vom privaten Garten bis zum Gourmetempel für Behaglichkeit und Gourmetgenuss für alle Sinne. So kommt der feurige Designstar auch bei Kochshows zum Einsatz, wie in Kitchen Impossible „Haya Molcho VS Tim Mälzer“. In der zweiten Folge der 7. Staffel von Kitchen Impossible besuchte Tim Mälzer die Spitzenköchin, ihrerseits seit Jahren von OFYR fasziniert und überzeugt, in Wien und lieferte sich mit ihr ein feuriges Duell.



Andreas Pohlodek und Tim Mälzer.

### Kulinarisches Spitzentreffen

Am Schlossee nahe Baden (NÖ) bei Gastgeber Andreas Pohlodek darf der bekannte deutsche Koch „Jemenitischen Rindfleisch-Eintopf mit Fladenbrot“ am OFYR zubereiten – nur durch Erschmecken der Zutaten und möglichst identisch, so das Konzept hinter dem Kochduell. „Schmorgerichte sind Herzgerichte“, so Mälzer und stellt sich nicht nur der Frage, wie er denn ein „Gefühl“ nachkochen sollte, sondern auch der Challenge, dieses auf dem Design- und Grillstar mit Holzfeuer in ikonischer Feuerschale zu bewerkstelligen. Die Zubereitung am OFYR macht Tim Mälzer – trotz widriger Witterungsbedingungen und Premiere mit der außergewöhnlichen Kochstelle – sichtlich Freude. Er kommt mit dem perfekt kontrollierbaren Feuer des OFYR – auch dank Blas-

rohr (Buffadoo), den einzelnen Halterungen für die Höhe und der Kochplatte (Plancha) sehr gut zurecht. Unübersehbar gelingt das Grillen und Kochen mit der multifunktionalen Outdoorcreation ganz intuitiv. Optisch gelungen, gekonnt gekocht, bemängelt die Jury lediglich die fehlende Würze. „Der orientalische Geschmack fehlt“, urteilt auch Siegfried Wurm von OFYR Österreich, selbst Jury-Mitglied und begeistert über das genussvolle Duett von Mälzer und OFYR.

### Feuriges Sortiment

Für Tim Mälzer ein Premierenerlebnis, setzen zahlreiche renommierte Spitzenköche auf OFYR und erweitern die Riege der OFYR-Fans bis in den kulinarischen Sternhimmel. Der feurige Grill- und Kochstar besticht mit raffinierten Innovationen und lässt die Gourmetherzen noch höherschlagen. Unter anderem erweiterten ein Pizzaofen, ein Gemüsering, ein Rotisserie Set und ein Gusseisen Auflauf Set das Sortiment des Outdoor-Stars in verschiedenen Modellvarianten, darunter OFYR Island, OFYR Storage, die PRO-Kollektionen und der Tabl'O, der das Showcooking selbst auf der kleinsten Terrasse und Balkon möglich macht.

[www.ofyr.at](http://www.ofyr.at)



OFYR sorgt für Grill-, Genuss- und Outdoor-Erlebnis, auch mit innovativen Specials.

FIANDRE

## Design für gesundes Wohlfühl

LUCE heißt das neue, von Guillermo Mariotto signierte Projekt der Iris Ceramica Group. Die Kollektion verbindet Licht und Keramik, Stil und Funktion, Ästhetik und Vision.

**D**ie Iris Ceramica Group und Guillermo Mariotto haben gemeinsame Sache gemacht. Die Hand des Designers wird vom Willen geführt, der keramischen Oberfläche eine neue Interpretation zu geben. Die Verbindung zwischen dem innovativen Charakter des Unternehmens und dem ästhetischen und visionären Gefühl des Designers haben ein Material geschaffen, das die klassische Eleganz in moderner Form überarbeitet – eine authentische Oberfläche, die in der Lage ist, architektonische Räume in eine neue Dimension zu bringen. Der klingende Name: LUCE, erhältlich über FIANDRE.

### Innovation mit besonderer Strahlkraft

Licht ist von jeher ein sehr starkes visuelles Werkzeug, das das Material und den umliegenden Raum enthüllen, formen und zum Leben erwecken kann. Es ist in der Lage, den



Entwurf zu verbessern; es verleiht Kurven Wärme und Bewegung, indem es die wahre Seele der Oberflächen aus dem Schatten hervortreten lässt. Ein Material, das das Licht in seiner ganzen Fülle bestehend aus Bewegung und helldunkel offenbart. Durch das Licht werden die Räume lebendig und verwandeln sich, Räume sprechen zu uns und enthüllen zart das Geheimnis des Unsichtbaren.

### Licht, das reinigt und schützt

Die Kollektion LUCE enthält mit der Farbe Pearl – die Symbolfarbe von ACTIVE SURFACES® – ein Weiß, das Synonym für Reinheit ist und das die einzigartigen Eigenschaften dieser öko-aktiven Oberflächen am Besten zum Ausdruck bringt. Erweitern die Farbstellungen Luce Black, Luce Gold, Luce Silver und Luce Grey die Farbpalette, sind ACTIVE SURFACES® Keramiken mit hohen Leistungen, die seit über zehn Jahren auf dem Markt,

international patentiert sind und deren besondere Eigenschaften zertifiziert sind. Sie nutzen die photokatalytischen Eigenschaften von Titandioxid in Kombination mit Silber, wodurch die einfache Keramikplatte in ein öko-aktives Material mit einzigartigen Eigenschaften – antibakteriell, antiviral, nicht verunreinigend, ohne Geruchsbelastung und selbstreinigend – verwandelt wird.

### Für Sicherheit und Wellbeing

Durch die Einwirkung des Lichts – natürliches oder künstliches – und die in der Luft vorhandene Luftfeuchtigkeit können die Oberflächen ACTIVE SURFACES® diese wichtigen Maßnahmen für die Sicherheit und das Wohlbefinden sowohl in unseren Wohnungen als auch in öffentlichen Bereichen und im Freien erfüllen. Sie besitzen Eigenschaften, die sie derart prägen, dass das Material bei jeder Art von Licht sowie auch im Dunkeln seine Wirkung zeigt – und die Wirkung von ACTIVE SURFACES® bleibt konstant und verringert sich nicht mit der Zeit.

[www.granitifiandre.de](http://www.granitifiandre.de)

SVEN SCHÖPKER

## 5 Tipps, wie Handwerker die richtigen Kunden gewinnen – und profitabler werden

Obwohl die Auftragsbücher von vielen Handwerksbetrieben voll sind, erzielen die meisten Handwerker nicht die Erträge, die sie wünschen. Der Grund: Exklusive Kundenanfragen bleiben aus, da sich viele Unternehmen nicht als die Experten positionieren, die sie sind. Dabei ist gerade eine Expertenpositionierung essentiell, um von den richtigen Kunden entdeckt zu werden.

**S**ven Schöpker erklärt: „Im ersten Schritt sollten Handwerker daran arbeiten, bessere Kunden zu finden – denn das löst viele Probleme auf einmal“. Welche Schritte dafür notwendig sind und wie Handwerker die richtigen Kunden gewinnen und dadurch profitabler werden, erklärt Schöpker im folgenden Gastbeitrag und hat dafür 5 Tipps:

### 1. Als Experte positionieren

Handwerksbetriebe glauben oft, dass sie möglichst viel anbieten müssen, um Kunden anzuziehen. Doch oft ist das Gegenteil der Fall. Allein bei einem Heizungsbauer können Kunden heute zwischen Wärmepumpen, Pelletheizungen, Solarthermie, Brennstoffzellenheizungen und vielen weiteren Systemen wählen und können so schnell den Überblick verlieren. Eine Expertenpositionierung minimiert nicht nur die Komplexität, sondern erhöht auch die Leistungsfähigkeit des Teams.

### 2. Kundennutzen klar kommunizieren

Wer alles für Alle anbietet, spricht niemanden an – und wird auf lange Sicht nicht erfolgreich sein. Denn damit sich Kunden für einen Kauf entscheiden, muss ein klarer Nutzen für sie im Angebot sichtbar sein. Das gelingt, indem man sich als Experte auf ein Fachgebiet fokussiert und das Angebot auf die eigene Zielgruppe ausrichtet.

### 3. Sich richtig verkaufen

Viele Handwerker investieren zu viel Zeit in die Bearbeitung von Anfragen und Erstellung von Angeboten, anstatt mit Kunden persönlich zu sprechen. Dabei ist gerade der persönliche Dialog wichtig, um Interessenten zu überzeugen. Lieber weniger Angebote ver-

schicken – dafür aber mehr Zeit in Kunden investieren, echtes Interesse zeigen und zuhören. So gewinnt man auch die Kunden, die mehr zahlen und die Arbeit wertschätzen!

### 4. Die richtigen Kunden erreichen

Um heute von den richtigen Kunden gefunden zu werden, kommen Handwerksunternehmen an digitalen Tools nicht mehr vorbei. Ein zielgerichtetes Online Marketing ist essentiell, um sich als ein attraktives Unternehmen am Markt zu positionieren und für Wunschkunden sichtbar zu werden. Dafür eignet sich Google AdWords ideal! Auch Social Media Kanäle sollten genutzt werden, um die eigene Botschaft und Marke zu kommunizieren und mehr Reichweite zu bekommen.

### 5. Mut haben, groß zu denken

Handwerksbetriebe sollten groß denken und sich auf die Profitabilität des Unternehmens, anstatt auf kurzfristige Umsätze konzentrieren. Denn mit der richtigen Strategie können Erträge leicht und bei gleichbleibendem Umsatz verdoppelt werden! Eine zielgerichtete Kundenansprache, effektive Verkaufsabläufe sowie eine klare Positionierung sind notwendige Schritte, um nachhaltig Wachstum zu erzielen. So können Handwerksbetriebe auch die Kunden anziehen, die sie sich wünschen – und dadurch profitabler werden.

Weitere Informationen unter:

[www.missiongeiles Handwerk.de](http://www.missiongeiles Handwerk.de)



### Über Sven Schöpker

Sven Schöpker ist Gründer der Architektur- und Handwerksunternehmung Raumfabrik. An den drei Standorten Münster, Düsseldorf und Norderney leitet er ein Team aus Architekten, Innenarchitekten und Handwerkern, die hochwertige Bau- und Umbauprojekte für Privatkunden in ganz Deutschland in einem einmaligen Konzept planen und umsetzen. Das vor 15 Jahren gegründete Netzwerk beschäftigt mittlerweile über 500 Mitarbeiter. Der gelernte Handwerker und studierte Betriebswirt hat das Handwerk in die Wiege gelegt bekommen und führt neben der Raumfabrik gemeinsam mit seinem Vater eine erfolgreiche mittelständige Tischlerei im Münsterland.



## # Schöne Landpartie!

Landhausküchen sind die heimlichen Trendsetter aktueller Küchenplanungen. Mit einem Schuss Nostalgie, reduzierter Profilierung und in den schönsten Farben der Natur wird die individuelle und fast grenzenlose Küchenplanung zum Erlebnis. Kreieren Sie Ihre ganz persönliche Wohlfühloase und gönnen Sie sich den Luxus modernster Innenausstattung.

Mehr unter [www.sachsenkuechen.de](http://www.sachsenkuechen.de)



**Stefan BELADA | Jaros SAHINOVIC**  
Handelsagentur Österreich | Slowenien | Südtirol  
Email: [office@agentur-belada.at](mailto:office@agentur-belada.at)

WOHNEN & INTERIEUR

## MESSE-TRIPLE ALS ABSOLUTER FREQUENZBRINGER



„5 Tage Wohnsinn“ ist der neue Slogan der Wohnen & Interieur.

Unter dem Motto „5 Tage Wohnsinn“ treffen im März 2023 Wohntrends, Immobilien und Reiseinspiration in der Messe Wien aufeinander. Edi Seliger, Head of Operations Living & Construction, und Gabriele Riegler, Messeleiterin der „Wohnen & Interieur“, im Interview.

**wohnsider: Welche neuen Themen sind für die „Wohnen & Interieur“ 2023 geplant?**

**Gabriele Riegler:** Wir setzen den Fokus auf Nachhaltigkeit und Regionalität. Das reicht von nachhaltigem Wohnen mit natürlichen und langlebigen Materialien wie beispielsweise Holz, bis zur Kreislauffähigkeit. Denn nicht nur das Produkt während des Lebenszyklus ist wichtig, sondern auch danach, Stichwort Wiederverwendung bzw. Recycling und Upcycling. Dazu gibt es auch zwei interessante Sonderschauen.

**Was erwartet die Besucher bei den Sonderschauen?**

**Gabriele Riegler:** Zum einen haben wir die Sonderschau „Nachhaltiges Design

aus Österreich“, die eine Verknüpfung von Nachhaltigkeit, Design und der österreichischen Start-up-Szene abbildet. Zum anderen gibt es eine Sonderschau zum Thema Upcycling. Hier präsentieren wir Produkte, die aus vermeintlich Unbrauchbarem entstehen und durch Upcycling eine Wertsteigerung erfahren.

**Die „Wohnen & Interieur“ findet nächstes Jahr erstmals gemeinsam mit der „Ferien-Messe Wien“ statt. Wie kann man sich das vorstellen?**

**Edi Seliger:** Wir planen ein spektakuläres Messe-Triple, denn nicht zu vergessen ist die „Wiener Immobilien Messe“, die am Wochenende parallel stattfindet. Wenn diese mit Österreichs größter Wohn- und

Einrichtungsmesse und mit Österreichs größter Reisesmesse zusammentrifft, ergibt das ein einmaliges Messespektakel. Nicht nur die Besucher werden von der Parallelität dieser starken Lifestylmessens profitieren, sondern auch unsere Aussteller. Wir rechnen mit über 100.000 Besuchern.

### Diese drei Themen ergänzen sich ja perfekt...

**Edi Seliger:** Richtig. Besuchern wird eine noch nie dagewesene Vielfalt an Wohninspiration, Wohnbauprojekten und exklusiven Urlaubsangeboten geboten. Die Immobilienbranche boomt, und auch in der Einrichtungsbranche hat sich viel getan in den letzten zwei Jahren. Von modularen Möbeln bis zum noch stärkeren Fokus auf Nachhaltigkeit. Der Wunsch, das eigene Heim noch schöner und gemütlicher zu gestalten, ist nach wie vor da. Genauso möchte man aber endlich wieder reisen und neue Orte kennenlernen. Der Besucher erhält mit einem Ticket Zutritt zu allen drei Messeformaten.

### Inwiefern profitieren die Aussteller von dem Messe-Triple?

**Edi Seliger:** Für die Einrichtungsbranche ist es sehr wichtig, Präsenz zu zeigen und die persönlichen Kontakte wiederherzustellen nach dieser langen Pause. Die Reduktion der Messelaufzeit auf fünf Tage bringt eine enorme Frequenzerhöhung pro Tag, zusätzlich kommt dieselbe Anzahl an Besuchern

von der „Ferien-Messe Wien“ hinzu. Somit haben wir eine noch nie dagewesene Besucherfrequenz. Ich bin davon überzeugt, dass sich die Aussteller toll präsentieren und zukünftige Kunden gewinnen und binden können. Das Messe-Triple ist das perfekte Marketingtool.

### Apropos Marketing: Gibt es einen neuen Werbeauftritt für die „Wohnen & Interieur“?

**Gabriele Riegler:** Als Start in die neue Messesaison planen wir einen neuen Werbeauftritt für Österreich größte Wohnmesse. Es wird emotional und sinnlich, denn wir feiern fünf Tage „Wohnsinn“. Das Wortspiel aus Wohnen und Sinnlichkeit ist unser Slogan. Wir wollen mit dieser progressiveren Werbeausrichtung das Thema Wohnen in den Vordergrund stellen. Denn wir sind das Kick-off Event für die Wohn- und Einrichtungsbranche in Österreich.

### Was gilt es für Aussteller bei der Standplanung zu beachten?

**Edi Seliger:** Verkaufsstart ist kurz nach Ostern. Aufgrund der hohen Frequenz rate ich allen Ausstellern großzügig aufzuplanen, denn der Kundenstrom wird enorm sein. Unser Slogan ist „5 Tage Wohnsinn“ - sprich wir wollen außergewöhnlich sein und auffallen. Auf diesen Zug würde ich als Aussteller auf jeden Fall aufspringen. Für alle die nicht bis nächstes Jahr warten kön-



„Wir setzen den Fokus auf Nachhaltigkeit und Regionalität.“

*Gabriele Riegler, Messeleiterin der „Wohnen & Interieur“*

nen – im November findet die Premiere der „Bauen + Wohnen Wien“ statt.

### Was wird auf dieser Messe geboten?

**Edi Seliger:** Die „Bauen + Wohnen Wien“ bietet ein breites Spektrum an Bau- und Renovierungsthemen. Das reicht vom Keller bis zum Boden inklusive der Einrichtung. Hier steht das Motto „Erweck dein Projekt“ im Vordergrund.

**Danke für das Gespräch!**

## WOHNEN & INTERIEUR

Österreichs größte Messe für Wohntrends, Möbel, Garten & Design

15.-19. März 2023

[www.wohnen-interieur.at](http://www.wohnen-interieur.at)



„Wir rechnen mit über 100.000 Besuchern.“

*Edi Seliger, Head of Operations Living & Construction*

SLEEP COLOGNE  
8. - 10. MAI 2022, KÖLN

## Aufgewecktes Pop-Up-Event



Mit der „Sleep Cologne“ startet ein neues, exklusives Pop-Up-Format für die Interior Branche. Der Name ist Programm: Alles dreht sich ums Thema Schlafen.

**M**arken und Menschen zusammen zu bringen, um gemeinsam Lebenswelten von heute und morgen zu gestalten – dafür sind die Events der Koelnmesse bekannt und als exklusive Pop-Up Veranstaltung für die Interior Branche verfolgt die Sleep Cologne das gleiche Ziel: Vom 8. bis 10. Mai 2022 finden Akteur:innen, Spezialist:innen und Entscheider:innen aus dem weiten Themenfeld des Schlafens in der Halle 9 daher alles, was sie für wirklich gute Geschäfte rund um inspirierende Komfortkonzepte brauchen – von wegweisenden Trends über beeindruckende Innovationen bis zu spannenden Kontakten und wertvollen Businessleads.

### Schlafen in allen Facetten

Nomen est omen bei dem besonderen Highlight. Als einzigartiges Pop Up-Format rückt

die Sleep Cologne die Welt des guten Schlafs in all ihren Facetten in den Mittelpunkt. Bereits vor dem regulären Messtermin der imm Cologne 2023 bekommt die Sleep Branche hier die Möglichkeit, ihre spannendsten Neuheiten zu präsentieren – und Fachprofs, diese zu erleben. Intelligente Schlafkonzepte, echte Erholungsinnovationen, komfortoptimierte Designs und die neusten Sleeping Trends finden bei der einzigartigen Pop Up-Veranstaltung in Köln eine gemeinsame Bühne.

[www.sleepcologne.com](http://www.sleepcologne.com)

MÜNCHNER STOFF FRÜHLING  
12. - 15. MAI 2022, MÜNCHEN

## Mit voller Power

# MÜNCHNER STOFF FRÜHLING

Es ist endlich wieder soweit: Der Münchner Stoff Frühling lädt nach München. Internationale Textilediteure, Farben-, Tapeten- und Teppichmanufakturen mit über 90 Marken präsentieren ihre Neuheiten.

**D**as lange Warten hat ein Ende, der Münchner Stoff Frühling erblüht wieder mit voller Power. Mehr Aussteller als zuvor präsentieren bei dem besonderen Event ihre neuen Kollektionen und freuen sich auf einen persönlichen Austausch. „Bei dem Showroom-Format können wir das gute Miteinander, die wertvollen Begegnungen und Gespräche untereinander endlich wieder pflegen und die schönen, zahlreichen Neuheiten mustern“, so Klaus Winkler, Münchner Stoff Frühling.

wir den Besuchern in diesem Jahr eine ausgesprochen große und vielfältige Auswahl an Kollektionen bieten“, so Eberhard Müller, Münchner Stoff Frühling. Entdeckt werden kann die spannende Vielfalt mit dem bewährten Shuttle-Service. Shuttle-Busse verbinden im 10-Minuten-Takt die lokalen Showrooms mit den temporären Locations sowie dem Priscohaus. Für alle registrierten Fachbesucher:innen ist der Eintritt zum Münchner Stoff Frühling sowie die Shuttle-Nutzung kostenlos.

[www.stoff-fruehling.de](http://www.stoff-fruehling.de)

### Vielfältig

Die Ausstellerriege reicht wortwörtlich von A bis Z. „Wir freuen uns in diesem Jahr viele neue Aussteller begrüßen zu dürfen, aber auch ‚bekannte Gesichter‘ sind wieder dabei, was uns besonders freut. Daher können

SALONE DEL MOBILE.MILANO  
7. - 12. JUNI 2022, MAILAND

## Jubiläum mit voller Stärke



Der Salone del Mobile.Milano steht in den Startlöchern und ruft nach Mailand – voller Design, Innovation, Nachhaltigkeit, im Duo mit EuroCucina und Bad-Ambiente-Messe und mehr.

**W**enn der 60. Salone del Mobile.Milano im Juni auf dem Gelände von Fiera Milano, Rho, stattfindet, öffnet er mit bekannter Stärke, zeigt auf, dass sich ein internationales Megaevent mit Kriterien der Nachhaltigkeit verbinden lässt, und wird zum Hotspot der globalen Branche. Insgesamt über 2.000 Aussteller werden mit ihren Innovationen bei den Veranstaltungen vertreten sein, darunter auch rund 600 junge Designer:innen beim 23. SaloneSatellite in neuem Layout und unter zukunftsweisendem Motto und Thema. Der Salone Internazionale del Mobile, die Internationale Messe für Einrichtungszubehör und Workplace3.0 werden zahlreiche ästhetisch attraktive Rundgänge bieten, in denen das Qualitäts- und das auf Forschung beruhende Produkt den

**Mit EuroCucina, Bad & mehr**  
Zudem werden auch die Biennale EuroCucina mit der Begleitveranstaltung FTK (Technology For the Kitchen) und die Internationale Bad-Ambiente-Messe stattfinden. Mit S.Project wird auch die Designprodukten, den Lösungen für den Bereich Contract und großen Projekten gewidmete Ausstellung wieder mit dabei sein und mit „Design with Nature“ eines von vielen Highlights warten, eine von Architekt Mario Cucinella entworfene Installation, die auf 1.400 m<sup>2</sup> die Geschichte eines virtuellen Ökosystems erzählt, das im Idealfall die Zukunft des Wohnens repräsentiert. Außerdem bereichert ein top Talk-Show-Programm mit herausragendsten Vertretern der zeitgenössischen Designszene den „Salone“, der auch wieder die Grenzen des Messegeländes überschreiten wird.

[www.salonemilano.it](http://www.salonemilano.it)

SPOGA+GAFA  
19. - 21. JUNI 2022, KÖLN

## Premierenstarker Restart



Alles bereit für eine starke spoga+gafa: Nachhaltigkeit ist das Leitthema, Ausstellerzahl und Internationalität sind hoch, ein Furniture-Special ergänzt die Gartenlifestylemesse und „spoga+gafa 365“ startet.

**W**enn die spoga+gafa ihre Türen öffnet, wird die im Vorfeld durch gute Anmeldestände aus Europa und Übersee verstärkte Vorfriede zum Messeevent. Die Anzahl der ausstellenden Länder ist ähnlich dem Niveau des Rekordjahres 2019 und insbesondere europäische Unternehmen haben teils deutliche Flächenvergrößerungen vorgenommen. Fachbesucher:innen erwartet ein intensives Programm und in allen vier bekannten Segmenten – Garden BBQ, Garden Unique, Garden Creation & Care, Garden Living – haben sich diverse Labels für eine erstmalige Teilnahme an der spoga+gafa 2022 entschieden, die unter dem Motto „Sustainable Gardens“ steht.

kurzen Wege“, aus den Hallen 3.1, 11.1 und 11.2 sowie der unique-Halle 10.2 schafft eine neue Dynamik und einmalig in 2022 ergänzt das Pop-up Event „Home meets spoga+gafa“, das sich der Interior-Möbelwelt widmet und mit dem in Halle 4.2 Indoor- und Outdoorkräfte an einem Ort gezeigt werden, das Möbelsegment der spoga+gafa. Neue Akzente setzt auch das Eventprogramm, dazu locken Sonderschauen und Führungen zum Messemotto. Mit Spannung erwartet wird die Freigabe von „spoga+gafa 365“, der ganzjährigen Digitalplattform der spoga+gafa.

[www.spogagafa.de](http://www.spogagafa.de)

### „Dreieck der kurzen Wege“

Ein neues Hallensetup im Bereich Möbel, ein „Dreieck der

HEIMTEXTIL

21. - 24. JUNI 2022, FRANKFURT AM MAIN

## Hotspot für textile Branche



Das Heimtextil Summer Special öffnet mit Innovationen, spannenden Trends und Highlights ihre Türen. Mit parallel stattfindender Tectextil und Texprocess wartet ein ganzheitlicher Marktüberblick.

Die Heimtextil findet im Juni als einmaliges Summer Special mit 800 angekündigten Ausstellern und einer hohen internationalen Beteiligung aus 47 Ländern statt. Das internationale Großvolumengeschäft wie der Einzelhandel bilden Fokusthemen. Einzelhändlerorientierte Anbieter können im Vorfeld über die Ausstellersuche gezielt gefunden werden. Auch Aussteller mit innovativen textilen Lösungen im Bereich der Objekttextilien zeigen ihre Neuheiten, und beginnend am 21. Juni werden die „Interior.Architecture.Hospitality TOURS“ durchgeführt.

### Trends, Sleep & More

Die Heimtextil-Trends stehen im Sommer unter dem Motto „Next Horizons“ und legen im Zentrum des Messegeländes in Halle 4.0 einen klaren Fokus auf Nachhaltigkeit und Ressourcenschonung. Besucher:innen erwarten inspirierende Inszenierungen von Farben, Materialien, kuratierte

Ausstellereponate, Vorträge und DIY-Aktionen. Zudem bietet die „Heimtextil Conference Sleep & More“ in Halle 3.0 Vertreter:innen des Bettfachhandels, umweltbewussten Einzelhändler:innen und Entscheider:innen aus der Hotellerie eine top Speaker-Zusammensetzung mit u. a. neuesten Erkenntnissen der Schlafforschung, der Tracking-Technologie und zur Nachhaltigkeit in der Hotellerie. Ein weiteres Highlight sind die Green Tours und im Green Village stellen Expert:innen für nachhaltige Textilzertifizierung aus.

### Textiles Trio

Zeitgleich zum Heimtextil Summer Special finden zudem die internationalen Leitmesse Tectextil und Texprocess statt und so werden erstmals globale Trends und Neuheiten entlang großer Teile der textilen Wertschöpfungskette gebündelt an einem Ort erlebbar.

[heimtextil.messefrankfurt.com](http://heimtextil.messefrankfurt.com)

MZE JAHRESTAGUNG

18. - 19. MAI 2022, MONDSEE

## MZE im Schloss Mondsee



Einladung & Agenda:  
[bit.ly/3EGeoqk](http://bit.ly/3EGeoqk)



Bei aller Digitalisierung kann nichts den persönlichen Austausch und echte Impulse ersetzen.

So war es MZE Geschäftsleiter Andreas Hemetsberger besonders wichtig nach zwei Jahren Corona bedingter Zwangspause endlich wieder den Rahmen für persönlichen Austausch und positive Branchenimpulse zu schaffen.

Neben einem gänzlich neuen Ausstellungskonzept in den Säulenhallen des Schloss Mondsee werden im Rahmen der MZE Tagung zahlreiche neue und innovative Vertriebs- und Marketingkonzepte für alle Einrichtungsbereiche sowie neue Möglichkeiten der Digitalisierung am POS vorgestellt. Hochkarätige Impulsvorträge liefern wertvollen Input zu brandaktuellen Branchenthemen. Mehr als 30 ausgewählte Hersteller aus allen Einrichtungsbereichen präsentieren im malerischen Ambiente der Säulenhallen des Schloss Mondsee ihre Produktneuheiten auf über 700m<sup>2</sup> Ausstellungsfläche. Zusätzlich werden auf eigens entwickelten Konzeptflächen Ausstellungskonzepte der Zukunft präsentiert.

### Topthemen

In hochkarätigen Impulsvorträgen beleuchten hochkarätige Speaker brandaktuelle Branchenthemen wie:

- Wie werde ich selbst zur etablierten Marke in meinem Einzugsgebiet?
- Wie agiere ich als Betrieb auch in Zukunft wirtschaftlich erfolgreich?
- Was bedeutet „Nachhaltigkeit“ für unsere Branche und wie bekomme ich ein Stück vom „Kuchen“ durch wachsende Nachfrage der Kunden ab?
- Wie sieht eigentlich das Einrichtungsstudio der Zukunft aus?

Besonders wichtig ist es Verbandschef Andreas Hemetsberger im Rahmen der Tagung auch ausreichend Zeit und Raum für persönlichen Austausch mit Kollegen und wichtigen Herstellern zu schaffen. Wie gewohnt in entspanntem Umfeld und mit ausreichend kulinarischen Highlights.

[www.mze.at](http://www.mze.at)

WALTER KANDUT

## DAS UNGELÖSTE PERSONALPROBLEM

**T**rotz der enormen Preissteigerungen sind die Umsätze in unserer Branche besser als erwartet. Und dennoch gibt es ein gravierendes Problem, der immer weiter zunehmende und inzwischen eklatante Personalmangel. Obwohl wir seit Jahren immer wieder darauf hinweisen und warnen, hat sich die Situation leider zusehends verschlechtert. An allen Ecken und Enden treten Probleme auf. Vor allem Handwerker, Techniker oder IT-Spezialisten fehlen und bremsen deutlich die doch rosigen Zukunftsaussichten.

- Wie sollen die vor uns stehenden massiven Herausforderungen bewältigt werden?
- Wie soll die notwendige Metamorphose aus der aktuellen Energiekrise umgesetzt werden?
- Wie soll ohne ausgebildetes Personal die erforderliche Digitalisierung auf die Reihe gebracht werden?
- Wie soll ohne ausreichende Handwerker unser Lebensraum erneuert und zukunftssicher werden?

Die Folgen dieser Entwicklung sind jetzt schon sichtbar. Immer mehr Möbelstudios reduzieren sich auf die eigene Arbeitskraft oder sperren für immer die Pforten. Öffnungszeiten werden zum Teil drastisch eingeschränkt. Im Umkehrschluss bedeutet dies für potenzielle Kunden einen immer größeren Aufwand den richtigen Einrichter, den kompetenten Problemlöser oder einfach den erhofften Vertrauten zu finden um Wohnung, Büro oder Haus entsprechend auszustatten. Solche Kunden würden gerne im „Studio“ kaufen, müssen aber notgedrungen

in die Großfläche abwandern, wo die Erwartungen nicht erfüllt werden, was aber, so paradox es auch klingt, akzeptiert wird.

Durch das „NICHT HANDELN“ der Politiker und der „Entscheider“ findet keine ernstzunehmende Personaloffensive statt und große Konzerne (z.B. Amazon) profitieren ungewollt und letztendlich zu Lasten der regionalen Wirtschaft und Gesellschaft. Eine jährliche Erhebung über den Fachkräftebedarf ist leider zu wenig. Jedes Mal danach zu sagen „wir müssen was tun“ führt zu keiner Verbesserung. Es ist eine österreichische Eigenart alles so lange zu diskutieren, abzuwägen, um dann in einer Schublade verschwinden zu lassen, weil eh kein akzeptabler Kompromiss zustande kommt. Wir brauchen Spitzenkräfte, nicht irgendwelche angelernte Beschäftigte, die eine lange Lern-Phase haben.

Mir kommt vor, dass die entscheidenden Personen in der Politik, der Standesvertretung und der Branche den Ernst der Lage bewusst verdrängen. „Wir müssen wirtschaftlich handeln“ und „man muss auf den Standort Rücksicht nehmen“ oder „man muss auf die Wettbewerbsfähigkeit achten“ hört man immer wieder aus dem Äther. Das Paradoxe dabei ist, ohne ausreichenden Personal ist das alles sowieso hinfällig. Die Branche soll und muss massiv Geld in die Hand nehmen und endlich gravierend in die Ausbildung und in attraktive Jobs investieren.

Gewissermaßen als Verschärfung leidet die persönliche Lebensqualität vieler engagierter Klein- und Mittelbetriebe zusehends unter dieser stressigen Situation. Als

Dienstleister versucht man die Wünsche (manchmal auch unverschämte) seiner Kunden auch über die eigenen Verhältnisse hinaus zu erfüllen. Wenn nachfolgende Generationen nicht von vornherein schon abgeneigt sind den elterlichen Betrieb zu übernehmen, dann überlegen sie sich allemal den Stress und Arbeitsinsatz der jetzigen Generation zu übernehmen. Nur wenige finden die richtige Mischung aus notwendiger Lebensqualität und wirtschaftlichem Erfolg. Die Möglichkeit nach mehr Gewinn lässt viele über die eigenen gesundheitlichen Möglichkeiten agieren. Nach außen hin ist bei vielen alles in Ordnung, teure Autos stehen in der Garage, sehr oft neben einem Elektroauto, Haus und Wohnung sind vom Besten. Auf dem zweiten Blick sieht man aber wie „teuer“ entstandener Wohlstand erkaufte wird. Die meisten, die noch Personal suchen, können ein Lied davon singen, wie sich die Jugend von solchen Entwicklungen abwendet. Flexible Arbeitszeit ist gefragt – bevorzugt Montag bis Donnerstag und nicht am Freitag oder Samstag bzw. vornehmlich 20-25 Stunden steht zusehends als Bedingung ganz oben.

### DIE Herausforderung für den Handel

Die Möbelbranche hat die allerbesten Jobs anzubieten. Keine monotone Fabriksarbeit, sondern besonders abwechslungsreiche Tätigkeiten und ein Umgang mit interessanten Personen. Es „entstehen“ breit akzeptierte Persönlichkeiten mit einem enormen Fachwissen und entsprechendem Ansehen in der Bevölkerung. Oder?

Genau hier liegt das Problem. Wir haben es verabsäumt dieses The-

ma in den letzten Jahrzehnten der Jugend anzupreisen und schmackhaft zu machen. Wir haben es zugelassen dass genau das Gegenteil passiert ist, so hat es zumindest nach außen hin den Anschein.

WIR müssen das Arbeiten und auch letztendlich den Handel komplett NEU denken, die Produktion, sofern sie noch bei uns im Land vorhanden ist, auf ganz neue Beine stellen, um überhaupt noch eine Zukunft zu haben. Vielleicht ruft diese realistische Einschätzung den Einen oder Andern zu einem schnellen und konsequenten Handeln auf. Es entsteht der Eindruck, dass die Menschen sich auf keine Veränderung oder Neues einlassen wollen, keinen Wandel zulassen und langfristige Probleme nicht erkennen. Das beste Beispiel ist dafür die Corona Krise. Am Anfang stand die überwältigende Mehrheit hinter den notwendigen Maßnahmen, je länger es dauerte desto mehr nahmen davon Abstand und zerpflücken die Argumente oder unterlagen dubiosen Verschwörungstheorien. Alle wollen eine Veränderung und gleichzeitig wollen aber alle zum alten Zustand zurück. Eine bereits veränderte Situation kann nicht ignoriert werden. Es entsteht eine unkontrollierbare Konstellation und wir drehen uns im Kreis.

Vergessen Sie nicht, wir haben die besten Jobs.

[www.agentur-kandut.at](http://www.agentur-kandut.at)

**Walter Kandut** betreibt gemeinsam mit seiner Frau Elisabeth die „agentur für wohnen und mehr“ in Wien.



## Die Firma als brand leader

hat ein klares **Alleinstellungs** Merkmal, d.h. eine profitable Nische im Marketing.

Falls Sie sich als Unternehmen profilieren möchten, sollten Sie das exklusive, besondere **Anders** Sein entwickeln.

Als **brand leader** sind Sie einzigartig, unverwechselbar und unverzichtbar !

Auf das **Feedback** Ihrer Kunden könnten Sie stolz sein, wie z.B. auf die Aussagen „Ich bin glücklich, Ihr Kunde zu sein. Ihre Produkte und Ihre Mitarbeiter sind für mich wertvoll.“

Wenn der Kunde für Ihr Unternehmen eifrig die Werbetrommel klopft, sind Sie **gewinn-sicher** und **zukunftssicher** unterwegs.

Fakt ist: Wenn die sogenannte **POP-Qualität** (**P**ersonal-**O**rganisation-**P**rodukt) stimmt, haben Sie gute Voraussetzungen, einen **brand**, eine **Top-Marke** zu gestalten. Damit werden Sie zunehmend konkurrenzlos, also außergewöhnlich bis sensationell.

Wie Sie sich zum **brand leader** entwickeln können, sagt Ihnen **Mr. Profit** gerne in einem GewinnGespräch. Rufen Sie einfach an!



**Mr. PROFIT**



## Die Küchenszene im Fokus



**Mit welchen Produkten können sich Händler differenzieren?** Welcher Erzeuger hat das spezielle Highlight und bietet clevere Details? Wer vertritt welche Marke und ist der direkte Ansprechpartner für den Handel?



### Bitte zu Tisch

Ob gemütliche Eckbank oder Barlösung in der Küche – **für jede Raumgröße gibt es die perfekte Lösung.**

### ACCESSOIRES UND ZUBEHÖR FÜRS KÜCHENSTUDIO



Zum Kochen gehört mehr als Herd und Kühlschrank.

### Boxspringbetten



Groß, bequem und trotzdem nachhaltig. **Der Schlafraum gewinnt immer mehr an Bedeutung.**

### Licht als Designstatement

**Clevere Lösungen** für Küche, Möbel und Office.



Weitere aktuelle Themen finden Sie auf der Website und jede Woche im Newsletter!  
[www.wohninsider.at/printausgabe/themenvorschau.html](http://www.wohninsider.at/printausgabe/themenvorschau.html)  
[www.wohninsider.at/anmeldung/newsletter.html](http://www.wohninsider.at/anmeldung/newsletter.html)

Mediadaten und Themenvorschau 2022: [www.wohninsider.at/printausgabe/mediadaten-2022.html](http://www.wohninsider.at/printausgabe/mediadaten-2022.html)



# Join the design wave

 Salone  
del Mobile.  
Milano

60<sup>th</sup> Edition  
07\_12.06.2022  
Fiera Milano, Rho

Salone Internazionale del Mobile / EuroCucina / FTK, *Technology For the Kitchen* / International Bathroom  
Exhibition / S.Project / Workplace3.0 / International Furnishing Accessories Exhibition / SaloneSatellite

1971\_1980 (2/6) Emiliano Ponzi created 6 original illustrations to celebrate 60 years together. See them all.  
Use this QR code to get the App, point the camera at this ad page and enjoy the Augmented Reality experience.



Ministry of Foreign Affairs  
and International Cooperation

ITA<sup>®</sup>  
ITALIAN TRADE AGENCY  
FIS & FIERA TRADE COOPERATIVE  
Trade Promotional Office of the Italian Embassy

  
FIERA MILANO

fieramilano

salonemilano.it

AEG

# WARUM NICHT AUF IHREM LEVEL

Erhöhen Sie Ihren Anspruch. Bringen Sie den unteren Korb Ihres Geschirrspülers mit der ComfortLift® Technologie auf eine angenehmere Höhe und Ihr Geschirr kommt Ihnen entgegen. Warum mit einer Küche zufrieden geben, die Ihre Anforderungen nicht erfüllt.

FÜR ALLE DIE MEHR ERWARTEN