

»Hier spricht die Branche

Ausgabe 4/2022
August/September
www.wohninsider.at



BRANCHENTALK

Innenarchitektur und Möbelhandel

OZONOS®

Neu mit Kochfeldern

SCHLAFEN

Natur ist angesagt





TRENDSTARKER NACHHALTIGER GENUSS.



BLANCO UNIT
drink. prep. clean.

Machen Sie den Wasserplatz zur Quelle von Lebensqualität, Genuss und Nachhaltigkeit. Die BLANCO drink.soda liefert alles zum Trinken, Vorbereiten und Reinigen. Mit dem integrierten Wassersystem lässt sich rund um die Uhr gefiltertes, gekühltes und aufbereitetes Wasser – still, medium oder prickelnd – in der gewünschten Menge zapfen. Trendstark präsentiert sich die Oberflächenausführung in schwarz matt. Zusammen mit einem schwarzen Becken aus Silgranit® wird der Wasserplatz nicht nur funktional, sondern auch optisch zum Highlight der Küche. Ein passendes Abfallsystem im Unterschrank macht die BLANCO UNIT perfekt! Alles an einem Platz schön vereint. Mehr über das BLANCO Soda-Wassersystem auf www.blanco.at

BLANCO



BLANCO KÜCHENTECHNIK – IN ÖSTERREICHS KÜCHEN DAHEIM

Mit BLANCO macht sogar ungeliebte Küchenarbeit Freude. Denn BLANCO ist die Premiummarke für den bis ins Detail durchdachten Küchen-Wasserplatz. „Drink.Prep.Clean.“ steht für die zentralen Tätigkeiten dort und ist Sinnbild für die BLANCO UNIT.



VINTERA XL 9

Moderne Spüle im Landhausstil aus Silgranit®.

Modern, geradlinig, zeitlos: Das Modell BLANCO VINTERA XL 9 ist die erste Spüle im Landhausstil aus Granitverbundstoff auf dem europäischen Markt. Die akzentuierten Geometrien und das Material Silgranit interpretieren das klassische Design komplett neu und passen es den aktuellen Designtrends an.



BLANCO LINUS-S

Goldene Zeiten.

In der modernen Küche werden metallische Töne immer beliebter. Neben Gunmetal, Bronze und Nickel steht vor allem Gold bei Küchenfans hoch im Kurs. Bei BLANCO hat man sich für den Farbton „satin gold“ entschieden. Der helle Goldton mit hellgrauen Farbanteilen und einem feinen Satin-Finish passt perfekt zu einer Vielzahl von Küchenutensilien – von klassisch bis modern.



BLANCO SELECT II

Passgenaues Abfallsystem.

Die passgenaue Abfallsystem-Familie SELECT II mit integriertem Systemdeckel für die Aufbewahrung von Küchenutensilien oder Zubehör, macht sowohl die Müllentsorgung als auch die Handhabung der Technik kinderleicht.



BLANCO WASSERSYSTEME

BLANCO drink.soda EVOL-S Pro

Soda-Wasser direkt übers Wassersystem in der Küche zapfen.

Mit dem Soda-Wassersystem von BLANCO wird die Küchenarmatur zur vollwertigen Wasserstation für die private Küche. Sie sorgt für einen gesunden Lebensstil und spart Ihnen wertvolle Zeit zu Hause. Zapfen Sie gekühltes, gefiltertes stilles oder prickelndes Wasser direkt über Ihren Smarten Wasserhahn. Das Schleppen von Wasserkisten gehört der Vergangenheit an.



BLANCO drink.hot EVOL-S Pro

Kochend heisses Wasser im Handumdrehen.

Ob frischen Tee oder Kaffee kochen, Gemüse blanchieren oder die Wärmflasche füllen: Wer Wasser kocht, muss warten. Doch damit ist jetzt Schluss! Denn BLANCO Heißwassersysteme liefern kochend heißes Wasser innerhalb von Sekunden. All das mit maximaler Sicherheit und an einem einzigen Ort in der Küche, dem Wasserplatz.



BLANCO drink.hot EVOL Mono

Zwei in Einem. Für jeden Geschmack.

Die drink.soda EVOL-S Pro in Kombination mit der drink.hot EVOL Mono führt das Beste aus allen Wasserwelten zusammen. Durch die Kombination von Soda, Hot und Filter Systemen mit einem Spülbecken, und einem Abfallsystem bleiben keine Wünsche offen.



BLANCO drink.filter EVOL-S Pro

Mehr Geschmack dank BLANCO Filtersystem.

Wenn man richtig Durst hat, gibt es kaum was Besseres als einen frischen Schluck kühles Wasser. Doch auch beim Teegenuss, beim Herstellen von hauseigenem Tafelwasser oder bei der Verwendung von Eiswürfeln möchte man sich auf eine gute Wasserqualität verlassen. Das können Sie mit BLANCO: Weniger Kalk, mehr Geschmack – BLANCO Filtersysteme machen Wasser lecker.



Küchenszene zieht nach Salzburg

Im kommenden Jänner gibt es in Köln keine imm-cologne und natürlich auch keine LivingKitchen. Die imm-cologne wurde, verkürzt auf vier Tage, in den Juni (4. bis 7. Juni 2023) platziert (siehe Seite 118). Keine good news für die Branche, aber was bedeutet das für Österreich und darüber hinaus speziell für die Küchenbranche? Die küchenwohntrends in Salzburg vom 3. bis 5. Mai 2023 und mit ihr auch die möbel austria bekommen einen ganz anderen Stellenwert. Vor allem für die heimische Branche, aber eigentlich für den gesamten deutschsprachigen Raum und darüber hinaus. Denn auch in Mailand wird es nächstes Jahr keine Küchen geben und im Juni in Köln wird man erst entscheiden, wann und wie es die nächste LivingKitchen geben wird. Der erste B2B Küchenevent im deutschsprachigen Raum findet 2023 im Mai also definitiv in Salzburg statt.

Die Veranstalter von möbel austria und küchenwohntrends reiben sich die Hände und stehen voll in der Planung. Die Buchungen verlaufen äußerst zufriedenstellend, hört man. Es heißt also Gas geben, wenn man noch dabei sein will (siehe Seite 119).

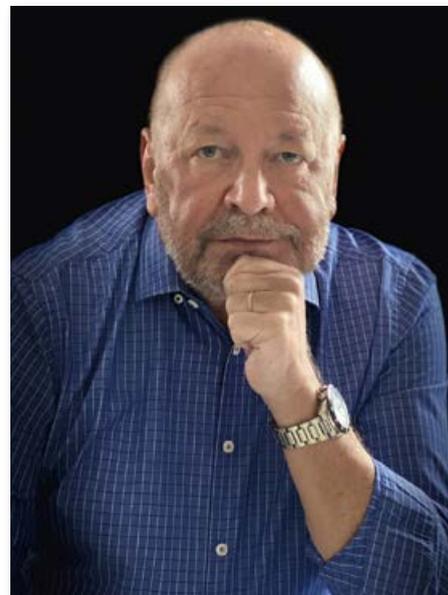
Die Probleme der großen internationalen Messen setzen sich fort. Mittlerweile hat das nicht mehr ausschließlich mit der Pandemie zu tun, sondern es kommt Weiteres hinzu. Für Polen und die im Mai gelaufene Meble Polska gab

es für die USA eine Reisewarnung, wegen des Krieges im Nachbarland Ukraine. Besucher aus China fehlten coronabedingt und russische Besucher aufgrund der Sanktionen. Aussteller wahrscheinlich aufgrund von Transportschwierigkeiten und natürlich spielen die explodierenden Kosten in vielen Bereichen auch für die Industrie eine nicht zu unterschätzende Rolle.

Die „kleineren“ Events sind von diesen internationalen Ereignissen weniger stark betroffen. An- und Abfahrten der Besucher funktionieren mit Auto oder Bahn und auch die Aussteller kommen aus einer überschaubaren Region.

Regionalität und Nachhaltigkeit liegen auch beim Konsumenten im Trend. Die Wohnen&Interieur in Wien vom 15. bis 19. März 2023 hat in einer völlig neuen Konzeption das Thema Nachhaltigkeit ganz groß für kommendes Jahr auf ihre Fahnen geheftet (siehe Seite 30). Man denkt in anderen Dimensionen. Kombiniert mit der Ferien- und Immobilienmesse, reduziert auf fünf Tage und konzentriert auf konkrete Themenbereiche. Einen „Elfmeter für die Branche“ nennt es der Messe-Verantwortliche Edi Seliger. Um die 150.000 Besucher werden erwartet.

Für die kommenden Monate stehen einige Messen national und international am Programm. Ich bin schon gespannt, wie sie sich schlagen werden. wohninsider berichtet



darüber in den kommenden Ausgaben und natürlich auch online.

In dieser Ausgabe sprach unsere Redakteurin Sylvia Pilar mit Innenarchitekt:innen, wie sie mit dem Möbelhandel zusammenarbeiten (siehe Seite 22). Am 27. September planen wir ein Gespräch mit Architekt:innen, wie sie mit den Handwerker:innen zusammenarbeiten. Das lesen Sie in unserer nächsten Ausgabe. Erscheinungstermin: 28. Oktober.

Viel Spaß beim Lesen wünscht
Ihr Gerhard Habliczek

**Nachhaltigkeit:
Wer es verabsäumt, ein
Leben lang zu lernen, bleibt
nachhaltig dumm!**

Mr. Profit (siehe Seite 124)

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, FN: 486285 a, UID: ATU73559936.

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

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

Verwaltung & Abos: Ratschkygasse 44/32, A-1120 Wien. T: +43 (0) 1 2809374, 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

- 5 Editorial
- 5 Impressum
- 8 Gesprächspartner:innen
- 10 Topstories
- 14 Leute
- 124 Mr. Profit
- 124 Vorschau

TRAINING : WISSEN

- 20 Gabriel Schandl: Wege ins Erfolg-Reich
- 116 Reputationsmanagement
- 123 Walter Kandut: Am Point of Sale

BRANCHENTALK

- 22 Innenarchitekt:innen im Talk
- 28 Ing. Reinhard Backhausen
- 30 Edi Seliger
- 32 Ernst Tanzler

DESIGN : TRENDS

- 36 Holzmöbel, die sich selbst aufbauen
- 38 LOEWE – Mit Stil, Design und Melodie
- 40 LEICHT – Kollektion 2023

NETZWERKE

- 42 Tischlerei Helmer
- 44 KüchenTreff: Losgelöst und mit voller Fahrt
- 46 olina: Eröffnung nach Studioübernahme
- 47 Matratzenindustrie: In neuem Glanz
- 48 MHK: 35 Teilnehmer bei Vertriebsveranstaltung

KÜCHE

- 50 OZONOS: Kochfelder mit integrierter Steuerung
- 52 Quooker: Ein passender Lieferantenpartner
- 54 Stauraum ist nicht gleich Stauraum
- 55 GRASS: Stahlschubkasten schmal wie ein Bleistift
- 56 Ballerina: Neue Stauraumgewinnung
- 58 Häcker: Mehr Platz für's Leben
- 62 HAKA: Optimale Raumnutzung
- 64 Blum: Die Lösung zur flexiblen Raumnutzung
- 66 GRASS: Transparenz im Stauraum
- 68 Falmecc: Elegante Revolution
- 68 Ballerina: Das Hometool
- 69 Naber: Premiere für Luftkanal der Extraklasse
- 70 Otto Wilde: Produziert bei Miele in Bürmoos
- 72 Gorenje: Visibility ist das Um und Auf

FORTSETZUNG KÜCHE

- 74 Sachsenküchen: Messthemata Green Living
- 75 systemceram: Im Dialog mit dem Handel
- 76 NOLTE KÜCHEN: Einladung zur Hausmesse
- 78 CARAT: Neuer Look, bewährte Qualität
- 80 Schösswender: Neue Modelle auf der M.O.W.

WOHNEN

- 82 SCHLAFEN: Fachberatung gefragt
- 82 Supermatratze aus Amerika
- 83 BRANCHENRADAR: Ab in die Betten
- 84 dormiente: Naturbetten
- 86 sedda: Guter Schlaf für mehr Lebensqualität
- 87 Hästens: Die Traum-Realisierer
- 88 ADA: Respect The Next
- 90 HEFEL: Kuscheln in Daunern
- 91 Marktplatz: Schlafen
- 92 Betten Eberharter: Der Weg in die Zukunft
- 94 HELLA – Schlafstudie
- 96 Marktplatz: Textile Kollektionen

RAUM : OBJEKT

- 98 Aeris: Aktive Office-Tisch-Revolution
- 100 Vivesente: „Shop-Design muss einzigartig sein“
- 102 FeinArt: Die Kunst individueller Wandinszenierung
- 104 Textilfabrik Rechberger
- 106 SONNHAUS: Markante Designs
- 107 KOBE: Trendstoffe mit lässigen Lichteffekten
- 108 EGGER: 4,23 Mrd. Euro Umsatz
- 110 Der Naturgarten
- 112 STEINERT: Aus Holz wird wieder Holz
- 114 JOKA: Firmenmuseum in Schwanenstadt

MESSEN : EVENTS

- 118 imm-cologne: Keine Messe im Jänner
- 119 möbel austria und küchenwohntrends
- 120 Architekturwerkstatt auf 4.000 qm erweitert
- 121 Elektrofachhandelstage
- 121 ARCHITECT@WORK
- 122 BLICKFANG
- 122 ORGATEC



Foto: OZONOS®
www.ozonos.com

5 TAGE

15.–19. März 2023
Messe Wien



AUSSTELLER
WERDEN!



Wohntrends,
Möbel, Garten &
Design

WOHNSINN

Built by
RX
In the business of
building businesses

wohnen-interieur.at

**[WOHNEN &
INTERIEUR]**[®]

KTHE | Karrik by Jean-Baptiste Morizot + Lucas Le Bihan, Scilde Mirage by By Jérémy Landes + Waid Bouchouchi (Velvetyne Type Foundry)

DIE GESPRÄCHSPARTNER:INNEN DIESER AUSGABE

**22 Ing. Sabrina M. Haindl, DI (FH),
Ing. Christian Armstark, BA, Ing. Martina
Fürnkranz, DI (FH) Judith Wendelin**

Die Innenarchitekt:innen BÖIA plaudern im wohninsider-Talk über die Zusammenarbeit mit dem Möbel- und Einrichtungsfachhandel, ihre Erfahrungen, Herausforderungen und Potenziale für erfolgreiches Teamwork und für zufriedene Kund:innen.



28 Ing. Reinhard Backhausen ...

... brennt für das Thema Kreislaufwirtschaft. Es sei das Wirtschaftssystem der Zukunft, ist der mit „Reinhard Backhausen textile & circular consulting“ engagierte Circular Economy-Unterstützer überzeugt, der Handel sei eine Schlüsselfigur und es brauche einen Schulterschluss von Handel und Industrie.



30 Edi Seliger

Die Wohnen & Interieur 2023 kommt zurück, und zwar mit viel neuem Esprit, Drive und Plänen. Im Gespräch mit wohninsider erläutert Messe-Verantwortlicher Edi Seliger, warum man die kommende Ausgabe im März keinesfalls verpassen sollte!

32 Ernst Tanzler
Er kennt die Branche wie kein anderer. Uns verrät Ernst Tanzler, warum er lieber auf Prosecco denn auf Geduld setzt, weshalb er bei jeder Planung immer noch selbst Hand anlegt – und dass jetzt mehr denn je Zeit zum Handeln ist.



70 Dr. Achim Schade
Der Produktionschef von Otto Wilde ist mit der Produktion des Oberhitzebrills O.F.B. nach Bürmoos (Sbg.) ins Miele Werk gewandert. 10.000 Stück des Brills sollen dort pro Jahr produziert werden.



72 Andreas Kuzmits

Der Gorenje-Neo-GF ist seit Anfang Juli der neue Mann am Steuer von Gorenje Österreich. Der Branchenroutinier berichtet, warum man an Gorenje und Hisense fortan kaum vorbeikommt und auch in Zukunft nicht alles online ist.



94 Andreas Kraller

Der geschäftsführende Gesellschafter der Hella Gruppe – Spezialist für Sonnenschutzsysteme – spricht über die neue Schlafstudie, die das Unternehmen vor kurzem veröffentlicht hat. Für guten und gesunden Schlaf sind Klima und Licht entscheidenden Faktoren.

100 Ing. Christa Greisinger
„Shop-Design muss einzigartig sein“, so die Innenarchitektin und Inhaberin des Ingenieurbüros für Innenarchitektur „Vivesente“, die sowohl Projekte im Privatbereich wie Shops gestaltet. Im Gespräch erzählt sie über gutes Shopdesign, dessen Bedeutung und den Mehrwert für Fachhändler:innen.



102 Elisabeth Grabner ...
... schafft mit FeinArt Walldesign Kunstwerke für die gesamte Wand. Im Gespräch erzählt die Inhaberin und Designerin mehr über die individuell gestalteten Unikate, die Wänden und Räumen den besonderen letzten Schliff verleihen.



KETURO, VIGO & ARBON 2.0

SCHÖSSWENDER AUF DER MOW 2022

INFORMA MESSEZENTRUM / Stand 12

17.- 22. SEPTEMBER 2022



SCHÖSSWENDER
MÖBEL



MOD. KETURO



MOD. VIGO



MOD. ARBON 2.0

DIE TOPSTORYS DIESER AUSGABE



JOKA hat den **Schauraum in Graz** einer kompletten Überarbeitung und Renovierung unterzogen und jetzt neu eröffnet ... **Seite 19**



Mag. Gabriel Schandl hat sich in die Salzburger Berge begeben und erklärt, was eine Schafherde mit Führen zu tun hat ... **Seite 20**

Holz Möbel, die sich selbst aufbauen? Ja das gibt's. „**HygroShape**“ macht's möglich ... **Seite 36**



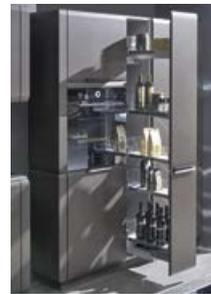
LEICHT gibt Einblicke in die neue **Kollektion 2023**. Eine schlanke 12 mm Linie sorgt für eine extra filigrane Frontgestaltung ... **Seite 40**



Tischlerei Helmer: Menschen glücklich zu machen ist das oberste Ziel des Familienunternehmens Helmer im Norden von Wien ... **Seite 42**



OZONOS® – das junge Salzburger Unternehmen entwickelt sich weiter. Zum Portfolio kommen ab sofort **Kochfelder mit integrierter Aircleaner Steuerung**. Zu sehen erstmals auf der area30 ab 17. September ... **Seite 50**



Der deutsche Fachverband der Matratzen Industrie e.V. hat seine Website auf Vordermann gebracht. Obendrauf gibt's auch ein neues Logo ... **Seite 47**

Stauraum ist nicht gleich Stauraum. Speziell in der Küche müssen viele Utensilien und natürlich auch Nahrungsmittel untergebracht werden ... **Seite 54**

Trend erspürt.



Produkt entwickelt.



Innovationen gestalten wir am liebsten selbst. Dazu setzen wir auf unser kreatives Entwicklungsteam. Die vielfach ausgezeichneten Küchenzubehörlösungen sprechen für sich.

DIE TOPSTORYS

Naber zeigt ein Luftkanalsystem der Extraklasse – Wo? Auf der area30 in Löhne vom 17. bis 22. September ... **Seite 69**



Schösswender präsentiert sich auf der diesjährigen M.O.W. in Ostwestfalen und zeigt seine **neuen Modelle** mit variantenreichen Weiterentwicklungen ... **Seite 80**

Beim **THEMA SCHLAFEN** kann sich der Fachhändler zum Fachberater etablieren und sich am Markt klar vom Mitbewerb differenzieren ... **Seite 82**



Eine „Wundermatratze“ aus Amerika kühlt und heizt den Körper gezielt. Die Erfinder sind auf der Suche nach Industriepartnern für die Produktion ... **Seite 82**

Im vergangenen Jahr gaben die Österreicher:innen mehr Geld für Matratzen und Lattenroste aus als in den Jahren zuvor ... **Seite 83**

Betten Eberharter, der Zillertaler Traditionsbetrieb, **positioniert sich für die Zukunft**. Nachhaltigkeit steht dabei an oberster Stelle, erklärt Geschäftsführer Roman Eberharter ... **Seite 92**



Marktplatz: **NEUE TEXTILE KOLLEKTIONEN** und aktuelle Kreationen bereichern das Interior Design ... **Seite 96**

In der **Textilfabrik Rechberger** fertigt Chef Michael Rechberger mit seinem Team eine große Bandbreite an Textilien. Renommierte Unternehmen setzen auf die Spezialität und Qualität des Traditionsunternehmens ... **Seite 104**



Die neuen Vorhänge- und Möbelstoffkollektionen von **SONNHAUS** für den kommenden Herbst laden zum Umdekorieren und Kombinieren ein ... **Seite 106**

Die **EGGER** Unternehmensgruppe konnte ihr Geschäftsjahr 21/22 mit 4,23 Mrd. Euro Umsatz abschließen ... **Seite 108**



WWW.ORGATEC.DE

Jetzt Messticket
online bestellen
www.orgatec.de/tickets

KÖLN, 25.-29.10.2022 ARBEIT NEU DENKEN



Arbeit findet an vielen Orten statt. Und sie braucht vielgestaltige Räume. Das können Begegnungshubs in Hotels, Experimentierlabore in Bildungseinrichtungen oder Denkstationen in Krankenhäusern sein. Und wie richtet man diese Räume ein, wenn sie virtuell sind? Moderne Arbeitswelten sind facettenreicher denn je. Und noch nie wurden sie so intensiv, auf so unterschiedlichen Ebenen und aus so vielen Perspektiven betrachtet wie heute. Erleben Sie auf der Weltleitmesse vielschichtigen Konzepte und inspirierenden Lösungen für die ganze Welt der Arbeit: vom Office bis zum Bildungscenter, von der Einrichtung bis zur Managementsoftware. Gestalten Sie mit uns die Zukunft.

Mehr erfahren unter: orgatec.de

Gesell GmbH & Co. KG
Sieveringer Str. 153 | 1190 Wien
Tel. (01) 320 50 37
office@gesell.com

koelnmesse



sembella[®]
SCHLAFKULTUR ■

SO SIEHT FREIRAUM AUS.



Großer Öffnungswinkel
für leichtes Befüllen.



PRÄMIERTES DESIGN, AUSGEZEICHNETER SCHLAFKOMFORT

„Marylin“ ist mit seinem markanten Kopfteil mit XXL-Rautensteppung eines der Flaggschiffe der sembella[®]-Polsterbett-Kollektion – das Design ist so gelungen, dass es den German Design Award 2021 erhielt! So wie „Marylin“ lassen sich auch alle Polsterbetten dank der großen Auswahl an Stoffen und Bettfüßen komplett individuell gestalten oder mit Stauraum versehen. Matratze und Betteinsatz können aus dem gesamten sembella[®]-Sortiment frei kombiniert werden, sodass der Liegekomfort dem Design in nichts nachsteht. Nicht zuletzt wird auch Funktionalität besonders groß geschrieben, etwa mit der Storage Box mit extrastarker Bodenplatte.



Mehr Auswahl und Infos finden Sie in
der aktuellen Polsterbettbroschüre
oder online auf www.sembella.at

Star-Serie von sembella[®], 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[®] garantieren beides: Sie bestehen aus reinstem 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.



Weitere Informationen finden Sie unter
www.sembella.at

Rempp Küchen GmbH ist ein mittelständisches Familienunternehmen mit 130 Mitarbeitern. Seit 1930 produzieren wir individuelle Küchen mit hohem Design- und Qualitätsanspruch. Gemäß unserem Slogan ZUHAUSE GENIESSEN ist es unser Ziel, mit unseren Produkten, begeisterte Kunden zu erhalten.



REMPP KÜCHEN SUCHT VERSTÄRKUNG IN ÖSTERREICH

Für weiteres Wachstum sucht die Rempp Küchen GmbH einen gut eingeführten Handelsvertreter (m/w/d) für gesamt Österreich

Ihre Aufgaben:

- Betreuung und Unterstützung von vorhandenen Handelspartnern
- Akquise von neuen Händlern
- Präsentation von Neuheiten
- Planung von Musterküchen

Ihr Profil:

- Entsprechende Erfahrung im Einbauküchen-Bereich
- Kontakte zu passenden Fachhändlern

Bitte senden Sie Ihre Unterlagen per E-Mail an:
mr@rempp-kuechen.de

Rempp Küchen GmbH, Matthias Rempp
Talstraße 145, D-72218 Wildberg
Telefon: +49 7054-204-0
info@rempp-kuechen.de | www.rempp-kuechen.de

ADA-Vorstand: Aus Trio wird Duo



Vorstandsduo Vorraber und Wibmer

Der aktuelle Vorstand der ADA Möbelwerke Holding AG wurde in Person von Gerhard Vorraber und Michael Wibmer bestätigt.

Robert Fizimayer hat das Unternehmen mit August verlassen. Es war eine einvernehmliche und respektvolle Trennung, heißt es seitens der ADA Möbelwerke. Aufsichtsratsvorsitzender Christian Derler: „Wir danken Herrn Fizimayer für sein großes Engagement und wünschen ihm für die Zukunft alles Gute.“

Robert Fizimayer war insbesondere an zahlreichen Maßnahmen zur strategischen Entwicklung und zur digitalen Ausrichtung des Unternehmens beteiligt. Seine Verantwortungsbereiche werden fortan vom etablierten Vorstandsduo Gerhard Vorraber und Michael Wibmer weitergeführt.

Christian Derler: „Gerade in Zeiten gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Umbruchs sind starke Persönlichkeiten für den Erfolg eines Unternehmens wesentlich. Mit Gerhard Vorraber und Michael Wibmer haben wir einen Vorstand, der ADA mit konsequenter Zielorientierung in die Zukunft führt und zugleich verantwortungsbewusst auf die Interessen der Mitarbeiter blickt.“

Das Familienunternehmen setzt in Zukunft auf eine noch engere Zusammenarbeit zwischen dem Vorstandsduo und der ersten Führungsebene, damit der strategische Weg weiterhin selbstbewusst und erfolgreich beschritten wird.

www.ada.at

Personalrochade bei Artweger



Michael Walkoun, Franz Gschwandtner

Artweger stellt die personellen Weichen für eine erfolgreiche Zukunft und hat zwei Schlüsselpositionen neu besetzt. Nachdem der Erfinder der Duschbadewanne TWIN-

LINE und Artweger-Entwicklungsleiter Wolfgang Zierler in den wohlverdienten Ruhestand gegangen ist, hat der bisherige Produktmanager Michael Walkoun mit 1. Juli 2022 die Produkt-Neuentwicklung beim Premium-Produzenten von Duschabtrennungen aus Bad Ischl übernommen. Der gelernte Maschinenbauingenieur hat nach Stationen als Konstrukteur und Projektleiter im Fassadenbau und bei einem Autozulieferer sowie Entwicklungsleiter bei einem Flugzeugzulieferer zuletzt das Produktmanagement bei Artweger geleitet und hat nun eine der wichtigsten Positionen im Unternehmen mit

dem Ziel übernommen, weiterhin Neuheiten zu entwickeln, die sich durch speziellen Zusatznutzen auszeichnen.

Nachfolger von Michael Walkoun als Produktmanager wird Franz Gschwandtner, ein gelernter Techniker und langjähriger Artweger-Mitarbeiter. Als bisheriger Projektleiter für Neuentwicklungen und stellvertretender Leiter der Produktentwicklung hat er profunde Kenntnisse des Sanitärmarkts und wird seine Expertise in den Bereich Produktmanagement miteinbringen.

www.artweger.at

Verstärkung in der Bene-Geschäftsführung



V.l.: Benedikt Wolfram, Michael Fried, Manfred Huber

Die Bene GmbH hat mit 1. Juli 2022 mit Manfred Huber, der als neuer technischer Direktor (CTO) die operativen Abläufe und den technischen Fortschritt des Unternehmens verantwortet, und Benedikt Wolfram, dem neuen Chief Financial Officer (CFO), zwei neue Geschäftsführer bestellt. Sie übernehmen die Agenden von Jörg Schuschnig, der mit 1. September 2022 das Unternehmen verlässt und sich neuen beruflichen Herausforderungen widmet, und bilden gemeinsam mit dem derzeitigen Geschäfts-

führer Michael Fried zu dritt die neue Geschäftsführung von Bene.

Manfred Huber bringt in die neue Position seine Kompetenzen in der strategischen Unternehmensentwicklung sowie fundierte technische Expertise in der Büromöbelherstellung mit. Zuletzt als CEO von hali tätig, war er vor allem für die Unternehmensrestrukturierung und Markenrepositionierung verantwortlich. Gemeinsam mit seinem Team setzte der 56-Jährige wichtige Schlüsselprojekte in der nachhaltigen Entwicklung von hali um, welche zum dauerhaften Erfolg des Unternehmens beitragen. Seine neuen Aufgabenbereiche umfassen Operations, Logistik und Einkauf.

Benedikt Wolfram übernimmt als Chief Financial Officer (CFO) die Bereiche Finance, Legal und IT. Vor seinem diesjährigen Einstieg in die BGO Holding arbeitete der 41-Jährige als Chief Financial Officer bei Alu Menziken Group und Puls Group. In seiner neuen Funktion als CFO von Bene wird er die nachhaltige Weiterentwicklung des Unternehmens vorantreiben.

www.bene.com

Bene: Doppelte Womanpower



Andrea Hildwein, Tara Catriona Bichler

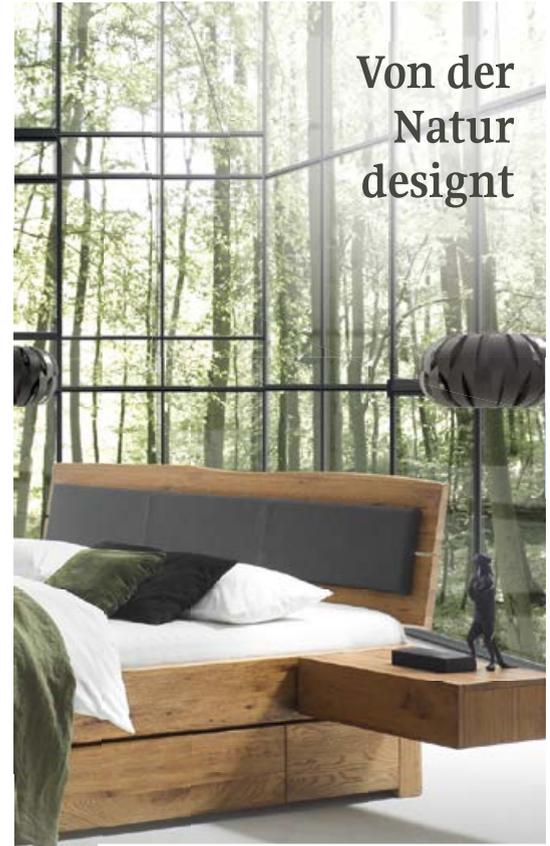
Andrea Hildwein verantwortet als Head of Marketing & Digital die Marketing-Agenden des internationalen Büromöbelherstellers Bene. Sie folgt in ihrer neuen Position Florian Moritz, der sich neuen Herausforderungen widmet. Bereits seit fünf Jahren ist die 43-jährige im Unternehmen tätig, prägte als Corporate Marketing Manager das Image von Bene mit ihrer Kreativität sowie ihrer strategischen Weitsicht entscheidend mit, verantwortete Projekte wie „The Future of Work Report“ und Produkteinführungen wie STUDIO by Bene sowie nach ihrer Rückkehr aus der Karenz das Marketing für das wegweisende Projekt „The Core by Bene – Wie eine Pandemie das Büro trans-

formiert“. Vor ihrem Einstieg bei Bene war Hildwein als Marketing Managerin bei Western Union und als Account Executive bei Ogilvy tätig und sammelte Erfahrung in den Bereichen Strategie, Markenpositionierung und Branding. Zusätzlich war sie Gründerin von INSPiKED, einer Online-Kunstgalerie für Fotografie, Illustrationen und Design. Ihr Studium der Betriebswirtschaftslehre absolvierte sie an der Wirtschaftsuniversität Wien sowie an der Universität Paris Dauphine.

Seit Anfang des Jahres ist zudem Tara Catriona Bichler Corporate Communications Managerin und Pressesprecherin bei Bene. Nach ihrem Corporate Communications Studium an der Universität von Amsterdam war die 33-jährige als Consultant bei Grayling Austria in den Bereichen Corporate und Produkt-PR und Corporate Communications Professional bei McDonald's Österreich tätig. Die erfahrene Kommunikationsexpertin ist für die internationale Pressearbeit, das Referenzmarketing, die Social-Media- und Nachhaltigkeitskommunikation zuständig.

www.bene.com

GEMEINSCHAFT AUF DEN PUNKT GEBRACHT.



Von der
Natur
design

- TOP-RÜCKVERGÜTUNG
- HÖHERE RENDITE
- UNTERNEHMERISCHE FREIHEIT (KEINE ZUTEILUNG)
- MEHR MITBESTIMMUNG
- EXKLUSIVMODELLE
- NULL RISIKO
- UMFANGREICHES MARKETINGPAKET

ÜBERZEUGEN SIE SICH SELBST:

GfMTrend[®]
●●● Möbeleinkaufsverbund

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



Neues Führungsduo bei hali



Mario Helfenschneider, Daniel Erlinger

hali hat die Geschäftsführung neu geregelt. Zwei langjährige erfolgreiche Führungskräfte leiten das Unternehmen mit Sitz in Eferding/OÖ: Daniel Erlinger als Chief Financial Officer (CFO) und Mario Helfenschneider als Chief Technology/Chief Operation Officer CTO/COO bilden das neue Führungsduo bei hali. Der bisherige Alleingeschäftsführer Manfred Huber wechselt als CTO/COO in die Muttergesellschaft, die BGO Holding.

Der CFO Daniel Erlinger aus St. Martin im Mühlkreis ist schon seit einigen Jahren als kaufmännischer Leiter und Prokurist von hali tätig, war zuletzt für die finanziellen Agenden verantwortlich und leitete darüber hinaus die Personal- sowie die IT-Abteilung. Gemeinsam mit seinem Team konnte der 31-Jährige in der Vergangenheit wichtige Schlüsselprojekte für die Zukunft umsetzen, welche zur nachhaltigen Entwicklung des Unternehmens beitragen. Seine neuen Aufgabenbereiche bei hali umfassen zusätzlich zu den bestehenden Agenden das Marketing, den Vertrieb und die Nachhaltigkeit.

Der neue CTO/COO Mario Helfenschneider aus Aschach an der Donau ist ebenfalls seit vielen Jahren bei hali tätig und leitet seit vier Jahren die Produktion. Der 37-Jährige verfügt aufgrund seiner bereits langjährigen Erfahrung im Unternehmen über hervorragende Voraussetzungen für den umfassenden zusätzlichen Verantwortungsbereich. Neben wichtigen Investitionen, welche Helfenschneider verantwortete, leitete er bereits einige zukunftsorientierte technische sowie organisatorische Projekte. Mario Helfenschneider übernimmt als COO und CTO neben der Produktion auch die Verantwortung für den Einkauf, die Logistik, das Engineering sowie das Service Center.

www.hali.at

Hettich trauert um Dr. Erwin Hettich

Dr. Erwin Hettich, der langjährige geschäftsführende Gesellschafter der Hettich Unternehmensgruppe, ist am 30. Juli 2022 im Alter von 89 Jahren verstorben. Im Jahr 1964 wurde er mit Anfang 30 Mitglied der Geschäftsleitung des Familienunternehmens Hettich. Zunächst kümmerte er sich um den Einkauf und das Finanzwesen, anschließend leitete er den Bereich Marketing und Vertrieb und war der von Kunden geschätzte Repräsentant des Unternehmens im Außenkontakt. Insgesamt über 30 Jahre war Dr. Erwin Hettich Mitglied der Geschäftsleitung und übernahm 1990 den Vorsitz der Geschäftsleitung bis zu seinem Ruhestand Ende 1993. Er lebte Kundenorientierung und seine besonde-

re Begabung und Stärke lag in der Kommunikation. So expandierte das Unternehmen während seines engagierten Wirkens international und wurde zu einem der größten Beschlaghersteller der Welt. Seine Familie, die Gesellschafter, der Beirat, die Geschäftsführung sowie das gesamte Hettich Team behalten Dr. Erwin Hettich als große Persönlichkeit in Erinnerung und werden die Hettich Unternehmensgruppe in seinem Sinne weiterentwickeln.



www.hettich.com

Haier mit neuem CCO und Vorstand-Verstärkung



Christian Burghardt, Manuel Gassner

Haier erweitert sein Management und den Vorstand: Zum 1. Juli 2022 wurde Christian Burghardt als CCO und neues Vorstandsmitglied begrüßt. Ebenfalls neu im Vorstand ist Manuel Gassner, der bereits seit Juni 2020 in seiner Funktion als CFO bei Haier ist. Damit reagiert das Unternehmen auf das deutlich gestiegene Umsatzwachstum in den vergangenen Jahren und mit Christian Burghardt wird ein sehr erfahrener Manager in den Vorstand von Haier Germany berufen. Der 45-Jährige bringt nicht nur langjährige Managementenerfahrungen mit in das Unternehmen, sondern ist bereits mit dem Spezialisten für Haushaltsgeräte vertraut: 2019 kam er als Head of Sales für Einbaugeräte zu Haier. Als neuer CCO wird Burghardt eine wichtige Rolle in der Wachstumsstrategie von Haier spielen. Kenntnisse bringt er für diese Aufgabe reichlich mit: Seit 20 Jahren ist er in der Elektro- und Haushaltsgeräte-Branche erfolgreich. Der neue CCO wird an Thomas Wittling berichten.

www.haier.de

Haier: Neuer Business Unit Director SDA

Markus Reiners übernimmt als neuer Business Unit Director D/A/CH für den Bereich SDA (Small Domestic Appliances) bei Haier Germany und verstärkt diesen Geschäftsbereich.



Der Betriebswirt, der die Stelle zum 1. Juli 2022 antrat, verfügt über 25 Jahre Berufserfahrung in Vertrieb und Marketing und besetzte verschiedene Führungspositionen bei internationalen Unternehmen.

Zuletzt war Reiners als Regional Head, Country Manager und Director Sales bei iRobot beschäftigt. Seinen Schwerpunkt sieht er darin, im Team das Wachstum voranzutreiben – womit er hervorragend zu Haier passt. Markus Reiners wird unter anderem dafür zuständig sein, die Marke Hoover weiterzuentwickeln.

www.haier.de

Alle Branchen-News lesen
Sie immer topaktuell auf
www.wohninsider.at

Voglauer: Toni Lienbacher geht in Pension



V.l.: Martin R. Fütterer (Geschäftsfeldleiter), Toni Lienbacher (ehem. Verkaufsleiter) und Daniel Wallinger (Verkaufsleiter ab 1. August).

47 Jahre stand er im Dienste von Voglauer. Nun geht er in Pension. Toni Lienbacher verabschiedet sich, sein Nachfolger wurde mit 1. August Daniel Wallinger.

Wer Voglauer kennt, kennt Toni Lienbacher. Toni Lienbacher hat den Vertrieb als Verkaufsleiter über Jahrzehnte maßgeblich mitgeprägt und den Vertrieb der drei Stil-Epochen – von den traditionellen Bauernmöbeln (Anno) über die Landhausmodelle (Epoche, My Life und Landadel) bis hin zum heute erfolgreichen designaffinen Naturholzmöbel (V-Vita, V-Montana und V-Alpin) – geleitet. Seine Nachfolge übernahm Daniel Wallinger. Auch er ist schon seit 26 Jahren im Betrieb und übernahm die Position zum 1. August 2022. Daniel Wallinger bringt in seine neue Tätigkeit wertvolle VOGLAUER-Erfahrung aus der Leitung des Verkaufsinendienstes und des internationalen Vertriebs mit. So sei in der Leitung des VOGLAUER-Vertriebs mit Martin R. Fütterer und Daniel Wallinger auch in Zukunft die gewohnte Kontinuität und Stabilität für die VOGLAUER Markenpartner gewährleistet.

www.voglauer.com

DER KREIS: Frank Platzer rückt als Co-GF auf

Die Position des kaufmännischen Geschäftsführers bei DER KREIS – Einkaufsgesellschaft für Küche & Wohnen mbH wurde



intern neu besetzt: Frank Platzer (52) übernimmt die Verantwortung der Leonberger Gemeinschaft für Küchenspezialisten. Platzer begann als kaufmännischer Leiter bei der Verbundgruppe. In der neuen Funktion wird er die Bereiche Finanzen, Controlling, Personal sowie Digitalisierung und Prozessoptimierung der Unternehmensgruppe verantworten, die mittlerweile in 19 europäischen Ländern aktiv ist. Weiterer Geschäftsführer ist wie bisher Ulf Triebener, verantwortlich für Marketing, Vertrieb und Einkauf in Deutschland. Weiterhin ist Diplom-Kaufmann Platzer neben Ralph Leimbach zum Geschäftsführer der Holdinggesellschaft DER KREIS Systemverbund Holding GmbH & Co. KG bestellt worden. Frank Platzer verfügt über jahrelange Verbundgruppenerfahrung, zuletzt bei EURONICS in Ditzingen als Prokurist mit den Verantwortungsbereichen Controlling sowie Strategieentwicklung & Projekte.

www.derkreis.de

Samuel Vonrüti übernimmt als CMO bei Bauwerk

Seit Mitte August ist Samuel Vonrüti neuer CMO und übernimmt die Gruppenverantwortung für das Marketing der Bauwerk Group. Er bringt umfangreiche Erfahrung in den Bereichen Marketing, Produktmanagement und Innovation mit und diese nun beim weltweit führenden Hersteller von Parkettböden im Premium-Segment mit ein. Zuletzt leitete er die Produkteinheit „Work and Public Spaces“ bei Vitra und war zuvor viele Jahre bei Franke Kitchen Systems tätig, unter anderem als Chief Marketing Officer. In dieser Position war er für das gesamte Produktportfolio und alle globalen Marketingaktivitäten verantwortlich. Vonrüti, der einen Master-Abschluss in Informations-, Medien- und Technologiemanagement der Universität St. Gallen und einen Bachelor-Abschluss in Betriebswirtschaft der Universität Bern hat, berichtet direkt an Patrick Hardy, CEO und Präsident der Bauwerk Group.



www.bauwerk-parkett.com



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 Küchenräume 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

rational: Mano Bakhtiari übernimmt Geschäftsführung

rational® Mano Bakhtiari hat die Geschäftsführung bei rational mit Ende Juni übernommen. Seine Vorgänger Janusz Palarczyk und Dogan Yalin verlassen das Unternehmen.

Mit Ende Juni kam es zu einem Wechsel an der Spitze von rational einbauküchen solutions. Mano Bakhtiari wurde zum Geschäftsführer bestellt, er löst Janusz Palarczyk und Dogan Yalin in dieser Funktion ab. Beiden Managern wird seitens des Unternehmens für ihren Einsatz gedankt!

Mit Mano Bakhtiari übernimmt auch gleichzeitig der CEO der IBP-Gruppe die Geschäftsführung von rational. Die IBP-Gruppe, ein global ausgerichtetes Unternehmen, das die Entwicklung, Herstellung und Lieferung von Armaturen, Ventilen und Zubehör für die Sanitär- und HVACR-Industrie umfasst, und rational haben den gleichen Eigentümer. Wie das Unternehmen mitteilt, genießt Mano Bakhtiari das vollste Vertrauen der Shareholder der beiden Unternehmen.

www.rational.de

GRASS: Kainrad übernimmt Agenden von Albert Trebo

Im Einvernehmen trennten sich mit Ende August die Wege von Albert Trebo und GRASS.

Der Geschäftsführer verlässt das Unternehmen nach vier Jahren an der Spitze. Trebo war im Herbst 2018 zu GRASS gestoßen und hat die Unternehmens-Gruppe gemeinsam mit dem Management erfolgreich durch herausfordernde Zeiten geführt sowie die Weichen für weiteres Unternehmenswachstum gestellt. Nun führen unterschiedliche Auffassungen über die strategische Zukunftsausrichtung zur einvernehmlichen Trennung. Seine Agenden übernimmt CFO Helmut Kainrad (*Bild*).

Indes geht die Modernisierung bei GRASS weiter. In den nächsten Jahren wird ein dreistelliger Millionenbetrag in die Modernisierung der Produktionsstandorte und die Entwicklung neuer Produkte investiert. Dabei bekennt sich das Unternehmen zum Standort Europa und stellt sich als fortschrittliches, wettbewerbsfähiges Unternehmen auf.



www.grass.eu

SCHOCK: Can Köseoglu zum CFO bestellt

Das Führungstrio bei SCHOCK, dem Hersteller von Quarzkomposit-Spülen und Anbieter hochwertiger Armaturen, wurde mit

1. Juni 2022 durch Can Köseoglu als neuem Group CFO komplettiert. Er führt fortan gemeinsam mit CEO Ralf Boberg und CSO Sven-Michael Funck die Geschicke des Unternehmens.

Seine Karriere begann Köseoglu 2007 bei P&G, bevor er 2017 zum Technologiekonzern Dyson wechselte. Dort managte er als CFO zuletzt die D/A/CH-Region und Polen.

Bei SCHOCK stehen die Zeichen nach der Übernahme von Marmorin und The 1810 Company zu Beginn des Jahres auf Expansion. Mit Köseoglu ergänzt eine erfahrene Persönlichkeit im Bereich international agierender Unternehmen die Führungsspitze des Spülenherstellers.



www.schock.de

Peter Schmid übernimmt als GROHE Österreich-GF



Peter Schmid, Mag. Barbara Kasses

Mit Wirkung zum 1. August 2022 wurde Peter Schmid zum Geschäftsführer der Grohe Gesellschaft m.b.H. Österreich ernannt. Er übernimmt damit, zusätzlich zu seiner Funktion als Geschäftsführer der Grohe Switzerland S.A., die Position von Mag. Barbara Kasses, die sich in Elternkarenz verabschiedet hat. Schmid ist bereits seit mehr als 35 Jahren in der Sanitärbranche tätig und hat umfassende Erfahrung über alle drei Vertriebsstufen hinweg, seit 16 Jahren arbeitet er bei GROHE in verschiedenen Vertriebsfunktionen, davon seit sieben Jahren als Geschäftsführer in der Schweiz.

www.grohe.at

HAKA Sommerfest für eine neue Tribüne

Entspannte Stimmung, regionale Köstlichkeiten, jede Menge Programm und ein guter Zweck – mehr als 300 Gäste folgten der Einladung zum Sommerfest in das HAKA Center nach Traun. „Wir haben uns im Vorfeld große Mühe gegeben und uns auf alle Eventualitäten vorbereitet – vor allem in Bezug auf das Wetter. Wir wollten auf jeden Fall dieses Fest durchführen und mit unseren Gästen ein paar schöne Stunden verbringen“, sagt HAKA KÜCHE Geschäftsführer Mario Stifter.

Unterstützung für eine neue Tribüne

Im Mittelpunkt des Festes stand aber auch eine Charity-Aktion zugunsten des vom Familienunternehmens unterstützten Vereins SV HAKA Traun: „Es fehlt dem Club an einer zeitgemäßen Tribüne. Wir sind einerseits Unterstützer des Vereins und andererseits in der Region tief verwurzelt. Uns ist es wichtig, den Sport und vor allem den Nachwuchs und damit die Gemeinschaft zu fördern. Deswegen haben wir einen Spendenaufruf für unsere Gäste veranstaltet

und sämtliche Einnahmen kommen diesem Projekt zugute“, so HAKA KÜCHE Eigentümer Gerhard Hackl.

www.haka.at



Links HAKA Geschäftsführer Mario Stifter und 2. v.r. HAKA Eigentümer Gerhard Hackl.

JOKA

Grazer Neueröffnung: JOKA Schauraum in neuem Glanz

Der JOKA Schauraum in Graz wurde einer kompletten Überarbeitung und Renovierung unterzogen. Mitte Juli folgte dann die offizielle Eröffnung.

JOKA muss in Österreich niemandem erklärt werden, steht der Name doch schon seit 1921 für Produkte Made in Austria mit höchstem Qualitätsanspruch. Um zu zeigen, was man kann und hat, steht die entsprechende Präsentation der Produkte stets als integrativer Bestandteil der Ausrichtung auf der Agenda. Nun wurde der Schauraum in Graz komplett erneuert und das Unternehmen macht damit die Zehne voll. Im Rahmen der Neuausrichtung der JOKA Schauräume kam nun der Standort in Graz, der den größten Investitionsbedarf



Die Geschäftsführung, v.l.: Johann Kapsamer (ehem. GF JOKA), Johannes Kapsamer (GF JOKA), Anna Kapsamer-Fellner (GF JOKA), Margarete Kapsamer.

hatte, an die Reihe. Geschäftsführerin Anna Kapsamer-Fellner sagt: „Wir freuen uns sehr, dass wir am bekannten JOKA Standort in der Annenstraße 47 unseren Schauraum in neuem Glanz erstrahlen lassen können.“ Co-GF Johannes Kapsamer ergänzt: „Als ehemaliger Grazer Student lag mir die Sanierung natürlich besonders am Herzen.“

Auf einer Ebene

Dabei wurde in die ehemalige Lagerfläche des Gebäudes ein neuer Raum gebaut und damit die Schauraumfläche von drei Etagen auf eine neu gestaltete Ausstellung im Erdgeschoß verlegt, ohne Präsentationsmöglich-

keiten einzubüßen. Ein modernes und offenes Design prägt das Erscheinungsbild. Auf rund 600 m² werden neben den bekannten (Taschen-) Federkern- und FlexiNet®-Matratzen sowie den Betten, Polstermöbeln und Funktionsliegen, auch die neuen Produktserien wie die Kippcouch „Cento“ oder die Wohnliege „Max“ präsentiert. Das Raumdesign wurde von Stefan Brandtmayr entwickelt und für die Dekoration konnte Christiane Pichler-Katholnigg gewonnen werden. Um auch weiterhin stets am Ball zu bleiben, finden zeitgleich wichtige Investitionen in den Produktionsstandort Schwanenstadt statt.

www.joka.at



Mit gefeiert, v.l.: Meicl Wittenhagen (Obmann-Stv. für den Einrichtungsfachhandel Stmk.), Anna Kapsamer-Fellner (GF JOKA), Johannes Kapsamer (GF JOKA), Stefan Brandtmayr (Designer JOKA).

WEGE INS ERFOLG-REICH

Was eine Schafherde mit Führen zu tun hat

Eine Serie für Ihren Erfolg. Experten-Tipps von Mag. Gabriel Schandl, CSP, CMC

Ich war einmal auf einer Alm. Einer schönen Alm, mitten im sonnigen Pinzgau, einer Region im Salzburger Land. Eine Gruppe von Führungskräften hatte die Aufgabe, mit einer Schafherde zu arbeiten und daraus Parallelen für den eigenen Führungsalltag zu ziehen. Nicht dass Menschen wie Schafe wären, aber einige interessante Muster gab es doch zu entdecken dabei. Das Seminar hieß „Hirtenprinzip“ und wurde von dem Personalchef des Unternehmens und einem Hirten betreut. Ich war Beobachter und Feedback-Geber für den Personalchef. Der Hang war steil, die Schafe über die ganze Alm verstreut und wir hatten bereits einen einstündigen Aufstieg mit 550 Höhenmetern hinter uns. Dann hieß es, die Teilnehmer sollen 120 Schafe innerhalb von 1,5 Stunden zum nächsten Gipfelkreuz bringen, in zwei Teams. Wir starteten los. Es war eine von mehreren Aufgaben. 1,5 Stunden später haben wir das Ziel erreicht. Nicht ganz mit 120 Schafen, aber an die 80 waren es schon. Und wir um einige Lernerfahrungen reicher.

Interessante Reflexionsfragen gaben die Möglichkeit, über das Erlebte nachzudenken

Wie war die Kooperation, wie waren wir mit dem Ergebnis aber auch mit dem Prozess

zufrieden? Also Sach- und Beziehungsebene. Wie wurde mit den unterschiedlichen Stärken der Teilnehmer umgegangen?

Was hat das alles mit dem „echten Leben“ zu tun?

Vieles, es geht um das Führen von Menschen.



Gabriel Schandl, Seminarleiter, Speaker und Coach.

Und die Fragen sind:

- Wie nutzen wir Hilfsmittel?
- Wie kommunizieren wir?
- Wie schnell sind wir?
- Wie gehen wir mit den Alphetieren um?
- Verlieren wir welche auf dem Weg?
- Kippt die Stimmung?
- Erreichen wir das Ziel?
- Gilt es Verletzte zu versorgen?
- Behalten wir die Führung oder geben wir sie ab?
- Haben wir genug „Lockmittel“?
- Kümmern wir uns um die Herde und bieten wir ihr Schutz?
- Kümmern wir uns auch um jeden Einzelnen darin, individuell?

Diese zwei Tage in den Leoganger Bergen waren hervorragend geeignet, um über diese Fragen nachzudenken und hautnah zu spüren, ob einem die Schafe folgen (wollen) oder lieber davon rennen. Beides ist uns passiert, beides war Anlass zum Lernen. Zwei besondere Geschenke nahmen wir noch mit, von dieser Alm: Einen Hirtenstab und ein Buch: „Das Hirtenprinzip“ von Kevin Leman und William Pentak. Eine weitere, wichtige Erkenntnis: Die Natur und die ganze Schöpfung ist der beste Seminarraum.

Hier als Service für Sie noch ein Interview, das „RadioExperten“ mit mir geführt hat zu diesem Thema: „KOMM IN DIE HUFEN, KOLLEGE – WOFÜR SCHAFHERDEN EIN VORBILD SEIN KÖNNEN“

Interviewer: Vielleicht ist es Ihnen auch schon aufgefallen: Im Büro geht es manchmal zu wie in einer Schafherde. Und damit ist nicht das Geblöcke der Kollegen während der Mittagspause gemeint. Nein, es geht vielmehr um Verhaltensmuster. Das Team hat ein gemeinsames Ziel, das der Chef oder Vorgesetzte ausgibt. Ähnlich wie in einer Schafherde sollte auf dem Weg dorthin keiner der Kollegen auf der Strecke bleiben oder verloren gehen. Die Gruppe muss miteinander auskommen und braucht eine Person, die sie begleitet und führt – den Hirten. Er muss sich um die Truppe kümmern, muss sie lenken, loben und für ausreichend „Lockmittel“ sorgen. Eine Aufgabe, die vielen

Chefs bekannt vorkommen wird. Warum es im Beruf manchmal zu geht wie bei den Schafen und was wir von einer Herde und seinem Hirten lernen können, erklärt uns jetzt Buchautor, Coach und Vortragsredner Gabriel Schandl.

Herr Schandl – Schafherden als Vorbild, ist das Ihr Ernst? Das müssen Sie genauer erklären?

Ja, unbedingt, das Hirten-Prinzip taugt nicht nur im Beruf viel sondern auch für das Privatleben – es gibt auch ein geniales Buch mit diesem Titel. Aber lassen Sie uns beim Beruf bleiben: Bei der Schafherde geht es in unserem Fall mehr um den Hirten. Was kann er tun,

um seiner Verantwortung gerecht zu werden? Diesen Sommer war ich auf einer Alm im schönen Salzburger Land und konnte einem Hirten über die Schultern sehen. Er war verantwortlich für über 200 Schafe, die über mehrere Almen verstreut waren, trotzdem war er ganz relaxed und hatte einen guten Überblick.

Was macht dann das Besondere in seiner Rolle aus bzw. was haben Sie von ihm lernen können?

Er beobachtete die Tiere ganz genau, zum Teil mit einem Fernglas. Dadurch fiel ihm schnell auf, wenn mal eines der Tiere humpelte oder sich verletzte. Diese Verletzungen konnte er

dann rasch und gezielt behandeln, das war natürlich für das Schaf kurz unangenehm aber wenn er das nicht getan hätte, wäre es schlimmer geworden. Ähnliches gilt für Führungskräfte: Sie sollten den Zustand ihrer Herde genau kennen und notfalls rasch eingreifen, wenn etwas schief läuft. Ansonsten kann man die Herde ruhig auch mal grasen lassen.

Das klingt interessant, erzählen Sie uns mehr davon...

Der Hirte soll auch für gute Weiden sorgen, also dass genügend Futter für alle da ist. Manchmal muss er härter durchgreifen, dafür hat er seinen Hirtenstock, auch das kann mal unangenehm werden, ist aber wichtig, denn der Hirte sieht, wenn sich die Herde z.B. in eine gefährliche Richtung bewegt. Auch das ist gut übertragbar: Führungskräfte haben mehr Informationen und einen besseren Überblick, damit können sie ihre Mitarbeiter – also ihre Herde – besser führen und auch schützen.

Was meinen Sie mit schützen?

Es gilt, die Herde und auch jedes einzelne Schaf vor Verletzungen oder Schlimmerem

zu bewahren. Dafür ist der Hirte verantwortlich. Ein Schaf kann auch mal in einer Felspalte hängen bleiben und kann sich nicht befreien, auch da kommt er ins Spiel. Schon Jesus brachte das Hirten Prinzip damals als Gleichnis für die Sorge um die Lebewesen, die dir anvertraut sind. Das ist heutzutage nicht mehr besonders modisch, wo es oft nur um Leistungsmaximierung oder Zielerreichung geht, aber wer loyale Mitarbeiter haben will, der muss auch für sie sorgen und für sie kämpfen.

Was bedeutet der Herdentrieb in diesem Zusammenhang?

Es gibt Leittiere, denen die anderen folgen. Es gilt, diese zu identifizieren und enger zu führen, dann führt man die ganze Herde. Manchmal wählen auch diese eine falsche Richtung, dann ist es notwendig, diese zu korrigieren, denn die anderen Schafe rennen einfach den meisten anderen nach. Das machen wir Menschen auch manchmal, ohne zu überlegen ob die Richtung, in die der Großteil läuft, eine gute ist. Die Masse hat nicht immer recht, sie kann sich auch ganz schnell irren. ■

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

architektur
werkstatt

ALLES FÜR DEN LEBENSRAUM KÜCHE.

Die Architekturwerkstatt.

Ein Ausstellungszentrum, das die stilistische und architektonische Qualität im Premium-Küchenmarkt sichtbar macht.

Wir freuen uns auf Ihren Besuch!

Öffnungszeiten

Sa. 17.09. bis Mi. 21.09.

von 09:00 - 19:00 Uhr

Do. 22.09. von 09:00 - 18:00 Uhr

Architekturwerkstatt

Weidengrund 10

32584 Löhne

www.architekturwerkstatt.com

INNENARCHITEKT:INNEN BÖIA IM TALK

„Wir sollten uns immer als Partner:innen sehen“

Wie läuft die Zusammenarbeit von Innenarchitekt:innen, Möbel- und Einrichtungsfachhandel?

Die Innenarchitekt:innen BÖIA Ing. Christian Armstark, BA (ARMSTARK - Planung & Gestaltung), Ing. Martina Fürnkranz (plan.loos! / Innenarchitektur), Ing. Sabrina M. Haindl (uniek/innenarchitektur) und DI (FH) Judith Wendelin (Innenarchitektin & Geschäftsführerin bei ARENDT & WENDELIN) plaudern im wohninsider-Talk über Erfahrungen und Herausforderungen, die Bedeutung von Marke, Möbel und Service – und Potenziale für erfolgreiches Teamwork für zufriedene Kund:innen.

Von Sylvia Pilar

wohninsider: Wie und wie intensiv arbeitet ihr als Innenarchitekt:innen mit dem Einrichtungs- und Möbelfachhandel zusammen?

Ing. Sabrina M. Haindl: Mit fällt es leichter, mit Flagshipstores zusammen zu arbeiten, weil ich für meine Projekte konkret Produkte dieser spezifischen Marke suche und benötige. Im Möbelfachhandel wird oft versucht, etwas aufzuzwingen, was ich weder suche noch möchte, und oft werden nicht alle Möglichkeiten vorge-

schlagen, sondern meistens ein teureres Produkt forciert. Oft fühlt es sich auch leider wie ein Konkurrenzkampf mit den Einrichtungsberater:innen an, im Gegensatz zu einem Flagshipstore einer Marke, bei dem ich weiß, was ich bekomme. Ich kenne meine Kund:innen genau, weiß, was sie wollen, und damit auch, worauf mein Augenmerk liegt. Die meisten Kund:innen fragen aktiv nach meiner persönlichen Empfehlung, weil sie sich nicht selbst auf die Suche begeben wollen, sondern auf meine Kompetenz und Erfahrungswerte, welcher Hersteller das für sie passende Produkt hat, vertrauen.

Ing. Martina Fürnkranz: Für mich ist es individuell unterschiedlich. Als Innenarchitektin sehe ich mich in der Verantwortung, Kund:innenwünsche und -bedürfnisse umzusetzen, sei es hinsichtlich Budgetrahmen, Funktionen oder auch Design, und das Beste für meine Kund:innen herauszuholen. Ich klopfe in meinen Briefings genau ab, was sie wollen und wohin



Ing. Sabrina M. Haindl rockt mit „uniek/innenarchitektur“ mit Sitz in Wien, ist Innenarchitektin BÖIA und Präsidentin des BÖIA.
© Sophie Menegaldo



Ing. Christian Armstark, BA, ist Geschäftsführer und Innenarchitekt von „ARMSTARK - Planung & Gestaltung“ in Schärding (OÖ), und Innenarchitekt, BÖIA sowie Vizepräsident des BÖIA.
© Sophie Menegaldo



Ing. Martina Fürnkranz, Inhaberin und kreativer Kopf des Raumplanungs- und Innenarchitekturstudios „plan.loos!“ in Loosdorf (NÖ), Innenarchitektin, BÖIA und Geschäftsführerin des BÖIA.
© Sophie Menegaldo



DI (FH) Judith Wendelin ist Innenarchitektin und Geschäftsführerin bei ARENDT & WENDELIN mit Sitz in Gols, Burgenland, sowie Innenarchitektin BÖIA.
© Photographie Barbara Amon

die Reise geht. Manchmal ist für mich auf diesem Weg auch der Fachprofi in einem Möbelgeschäft der Mann oder die Frau der Stunde, manchmal der Flagshipstore eines Herstellers die beste Wahl. Ich persönlich konzentriere mich lieber auf die Planung, die Begleitung der Kund:innen und die Dienstleistung und möchte die Möbel nicht über mich abwickeln. Dadurch ist die Unabhängigkeit gewährleistet. Kund:innen wünschen sich ja, dass Produkte nicht deshalb empfohlen werden, weil vielleicht die Provision höher ist, sondern setzen auf Innenarchitekt:innen, um die für sie beste Lösung zu finden. Das können auch Produkte und Lösungen sein, die in Österreich schwieriger erhältlich sind und die es aufzuspüren gilt.

Christian Armstark, BA: Von Design haben wir alle gute Kenntnisse. Wir sollten uns immer als Partner:innen sehen. Es ist ein No-Go, wenn in Zusammenarbeit mit dem Möbelhandel eine Konkurrenzsituation entsteht. Das eigene Ego sollte nachgereicht sein und es ausschließlich darum gehen, wie wir offene Fragen beantworten und bestmögliche Lösungen für Kund:innen finden. Die klassische Rolle der Innenarchitekt:innen, die auch der BÖIA vertritt, ist jene der Dienstleister:innen, die nach bestem Wissen und Gewissen für Kund:innen tätig sein sollten. Als Innenarchitekt:innen sollten wir uns nicht in der Rolle von Verkäufer:innen sehen. Wichtig ist daher in der Zusammenarbeit mit dem Handel, gute Informationen zu erhalten, die nicht nur für Endkund:innen, sondern für Innenarchitekt:innen optimal aufbereitet sind, sprich mit guten Produktbeschreibungen, Maßangaben, Datenblättern. In weiterer Folge hilfreich sind 3D-Dateien, die direkt in Projektplanungstools eingefügt werden können. Das sind die technischen Elemente der Zusammenarbeit.

„Es muss verstanden werden, dass Innenarchitekt:innen nicht gegen den Möbelfachhandel arbeiten, sondern wir die Schnittstelle zwischen ihm und den Kund:innen sind.“

Ing. Christian Armstark, BA

Und darüber hinaus?

C. Armstark: Ein großes Thema ist für mich auch Nachhaltigkeit. Das Thema ist prä-senter denn je, wird aber oft stiefmütterlich



Cooler Projekt: Von den ersten (Hand-) Skizzen bis zur Umsetzung begleitete plan. loos! die Gestaltung einer Zahnpraxis in Horn. © plan.loos!

behandelt. Innenarchitekt:innen brauchen auch hierbei nicht nur Infos, die gut für den Verkauf sind, sondern Hintergrundinformationen und Transparenz, woher die Produkte kommen, wo sie wie produziert werden. Es ist auch ein Stück weit Aufgabe von uns Innenarchitekt:innen, diese Fragen an die Unternehmen heranzutragen. Zum Beispiel, wie ein Produkt repariert werden kann oder wie es am Ende des Lebenszyklus entsorgt werden kann oder muss. Es scheint, als ob viele Unternehmen sich bis heute zu wenige Gedanken zum Thema Nachhaltigkeit machen würden. Als Innenarchitekt:innen sind wir die Schnittstelle zu den Kund:innen, die diese Informationen gerne hätten, und brauchen sie, um mit gutem Gewissen auch in Zukunft Produkte empfehlen, einplanen und argumentieren zu können.

DI (FH) Judith Wendelin: Wir führen ein Ingenieurbüro für Innenarchitektur und ich bin hauptsächlich in der Planung tätig. Im Zuge eines abgeschlossenen Projekts habe ich

zuletzt viele Bestellungen getätigt und kann aus meiner Praxiserfahrung mit verschiedenen Händler:innen und Online-Shops sprechen. In der Abwicklung würde ich mir eine Erleichterung im Sinne praktikabler Online-Shops für Profis für schnellere Bestellungen wünschen. Die Möbelauswahl folgt bei uns dem Gesamtkonzept, ich weiß meist schon was ich suche wenn ich an den Handel herantrete. Es sei denn, es bedarf noch einer Inspirationsreise durch den Handel. Ich würde die Möbel auch gerne vor Ort ausprobieren oder zum Ausprobieren erhalten. Es gibt viele Händler:innen, die offen für eine gute Zusammenarbeit sind. Das ist der Schlüssel zum Erfolg in unserem Business. Die Arbeit wird durch gute, langjährige Partnerschaften leichter und effizienter, auch für den Handel. Der Vorteil von Innenarchitekt:innen ist die unabhängige Beratung, das breitgefächerte Potpourri an Produkten und Marken sowie die Erfahrung, um für Kund:innen das Beste auszuwählen.

M. Fürnkranz: Das angesprochene Musterservice ist ein wesentlicher Punkt. Ob das ein Stuhl zum Probefahren ist oder Stoff-, Holz-, Produktmuster sind, ist es essenziell, dass Innenarchitekt:innen diese auch zur Verfügung gestellt bekommen. Der Handel erhält sie ganz selbstverständlich, weil er >>

sie verkauft. Nur sind Innenarchitekt:innen ja ausschlaggebend, was Kund:innen wählen. Wir treffen bei unseren Projekten viele Entscheidungen im Vorfeld. Ohne Muster oder diese nur gegen Bezahlung wird es schwierig. Gerne retourniere ich sie auch nach Abschluss des Projekts und finde das auch im Sinne der Nachhaltigkeit eine gute Option.

Werden denn Schauräume genutzt, um sich Produkte und Muster, auch mit Kund:innen, anzuschauen?

M. Fürnkranz: Im Idealfall gerne und das machen wir auch.

S. Haindl: Das ist manchmal schwierig. Bei Projekten greife ich oft auf viele Muster zurück, die bei Terminen mit Kund:innen immer wieder angeschaut und abgewogen werden. Es geht ja um das Gesamtkonzept. Hier spielen viele unterschiedliche Produkte hinein und ich kann nicht immer aufs Neue losziehen, um sie zu begutachten. Auch für Kund:innen ist es angenehmer, wenn alle Fäden und Muster bei mir zusammenlaufen.

C. Armstark: Planungen sind ja auch nichts Statisches, sondern oftmals verändern sich Wünsche, Bedürfnisse und Produkte im Projektverlauf. Zu Beginn eines Projekts bediene ich mich oft in meinem Archiv, ziehe so Beispiele heran und wenn sich die Richtung, in die es gehen soll, herauskristallisiert hat, lasse ich mir gerne die neuesten Kollektionen der jeweiligen Unternehmen zusenden, um dann die aktuellsten Produkte auszuwählen. Mir ist es wichtig, Muster vorliegen zu haben, auch über einen längeren Zeitraum. Ich erwarte einen guten Musterservice und es ist oft hilfreich, einen Pro-Shop oder eine Plattform für Professionisten vorzufinden, um mehr Infos zu erhalten und direkt Bestellungen, seien es Muster oder Produkte, tätigen zu können. Ich gehe mit Kund:innen kaum in Möbelgeschäfte oder Flagshipstores, wenn, dann besuchen sie diese selbst.

Verfügt ihr über ein spezifisches Markenportfolio oder werden Produkte je nach Projekt gewählt?

S. Haindl: Mir geht es nicht nur um ein tolles Produkt, sondern ich handhabe es entsprechend dem Servicegedanken. Ich setze auf Produkte von Unternehmen mit exzellentem Service und kompetenter Beratung, mit Flagshipstores, die von Kund:innen besucht werden können, wo sie die Möbel erleben, eine gute, unabhängige Beratung erhalten, und wo ich als Innenarchitektin ernst genommen werde. Das ist der Idealfall und es

macht Kund:innen auch glücklich, wenn die Mitarbeiter:innen nicht gegen, sondern mit Innenarchitekt:innen zusammen arbeiten.

„Manchmal ist für mich auf diesem Weg auch der Fachprofi in einem Möbelgeschäft der Mann oder die Frau der Stunde, manchmal der Flagshipstore eines Herstellers die beste Wahl.“

Ing. Martina Fürnkranz

M. Fürnkranz: Wir haben alle viele Jahre Berufserfahrung, wir wissen, welche Firmen am Markt unterwegs und welche Produkte verfügbar sind. Für die Wahl sind Punkte wie Service, Muster, Nachhaltigkeit und Liefertreue entscheidend. Wir greifen gerne auf jene zurück, die all diese Punkte, die uns und unseren Kund:innen wichtig sind, abdecken. Ein Vorteil ist auch, die Vertreter:innen zu kennen. Es gibt Unternehmen mit eigenen Innenarchitekt:innen-Ansprechpartner:innen, wo es nicht darum geht, den Umsatz in die Höhe zu schrauben, sondern uns Profis bestmöglich zu unterstützen. Für mich ist auch die technische Seite wichtig, also zum Beispiel Werksführungen, um die Produktion zu sehen, zu wissen, woher die Rohstoffe und das finale Produkt kommen. Das ist die Geschichte, die Möbel erzählen, und spannend, weil wir ja auch Geschichten erzählen.

J. Wendelin: Unsere Kund:innen sind alle Individualist:innen und kommen zu uns, weil sie etwas Besonderes wollen. Die meisten sind bereit, viel Geld zu investieren und wollen natürlich wissen, was sie bekommen. Oft erhalten wir wichtige Informationen nicht, beispielsweise wo wirklich produziert wird. Es fehlen Gespür und Geschick dafür, dass und wo der Handel noch mehr Punkte bei Planer:innen sammeln und sich Innenarchitekt:innen an die Seite holen könnte, weil wir, genauso wie unsere Kund:innen, für die Geschichte hinter den Produkten zu begeistern sind.

S. Haindl: Auch Flexibilität ist essenziell. In Flagshipstores werden alle Optionen aufgezeigt, im Möbelfachhandel habe ich die Erfahrung gemacht, dass zunächst individuelle Möglichkeiten verneint werden, obwohl sie durchaus bestehen. Daher habe ich lieber alle Informationen selbst in der Hand und arbeite, wenn möglich, am liebsten mit den Unterlagen der Hersteller, welche auch die technischen Details enthalten.

M. Fürnkranz: Diese Einschätzung kann ich so pauschal nicht unterstreichen. Ich habe viele Möbelfachhändler:innen, zu denen ich gerne gehe, weil sie ein sehr profundes Produktwissen haben und ich auch weiß, dass die Zusammenarbeit gut funktioniert. Andererseits habe ich auch schon schlechtere Erfahrungen in Flagshipstores gemacht. Es hängt sehr stark an den Fachprofis vor Ort.

J. Wendelin: Alles steht und fällt mit den Mitarbeiter:innen, die uns und unsere Kund:innen beraten. Es gibt Händler:innen, mit denen ich gut zusammenarbeite, wo ich verlässlich Antworten in einer vertretbaren Zeitspanne bekomme. Ein Servicepunkt ist ganz sicher die Verlässlichkeit, aber auch Transparenz und Kommunikation.

M. Fürnkranz: Ein wichtiger Punkt ist auch die Reklamationsabwicklung. Es braucht verlässliche Ansprechpartner:innen, die sich verantwortlich fühlen, auch wenn sie im Falle eines Fehlers nicht unmittelbar etwas dafür können. Da sieht man, wie Firmen ticken, und es kann ganz viel verbockt werden.

C. Armstark: Ein Reklamationsfalls kann für uns und für Kund:innen auch eine positive Erfahrung werden und ein positiver Eindruck bleiben, weil eine Lösung gefunden wird und sie sehen, wie sich alle bemüht haben. Das ist das beste Zeugnis für jedes Unternehmen. Hier kann gut mit dem Möbelfachhandel zusammengearbeitet werden, indem er Innenarchitekt:innen als Schnittstelle auch wirklich ernst nimmt.

„Innenarchitekt:innen werden immer wichtiger, oft aber noch immer zu wenig ernst genommen.“

Ing. Sabrina M. Haindl

Wie oft gestaltet ihr selbst Möbel? Arbeitet ihr viel mit dem Tischlerhandwerk zusammen?

J. Wendelin: Bei meinen Projekten ist immer ein:e Tischler:in dabei, weil es für manche Bereiche selten verfügbare Produkte gibt, die genau passen. Es wäre zu mühsam, passende Lösungen zu suchen, und es ist auch schöner, wenn es auf Maß gestaltet wird.

M. Fürnkranz: Das sehe ich genauso, auch weil ich als Innenarchitektin das ganzheitliche Projekt im Blick habe. Es geht nicht um das einzelne Möbelstück, sondern wie der Raum, die Funktionen und das Leben sind und alles funktionieren kann. Im Zuge

dessen wird Gestaltung immer individueller und es geht gar nicht ohne Tischler:in.

C. Armstark: Ich plane und gestalte auch Möbel selbst, oftmals mit Tischler:innen, und entwerfe auch sehr spezielle Produkte, die im ersten Moment gar nicht meinen Designgeschmack widerspiegeln, aber gut bei diesem oder jenem Projekt passen. Möbel können sehr viel sein und deswegen plane ich sie auch gerne selbst.

Wie wichtig ist der Raum und welche Rolle spielt das Möbel für Innenarchitekt:innen?

J. Wendelin: Der Raum ist immens wichtig. Von Raum und Gebäude geht alles aus, die gesamte Planung startet hier. Für mich kommt das Möbel zum Schluss. Bis zur Wahl der Möbelstücke wurde schon viel überlegt, geplant, in Betracht gezogen. Die Überlegung und Planung von Möbelstücken ist für mich das schöne Finale.

C. Armstark: Innenarchitekt:innen sind keine Interior Designer:innen, Raumausstatter:innen oder Tischler:innen, die einen fertigen Raum mit Möbel bestücken. Bei Innenarchitekt:innen steht bei der Planung die konzeptionelle Lösungskompetenz im Vordergrund. Damit können wir den meisten Mehrwert für

unsere Kund:innen generieren. Es ist natürlich auch schön, die Innenräume ästhetisch ansprechend mit Möbelstücken, Materialien und Farbkonzepten zu gestalten. Das ist auch Teil unserer Aufgabe. Für mich als Innenarchitekt mit technikklastiger Ausbildung ist aber der konzeptionelle Teil die wichtige Grundlage, auf der Raum und Ausstattung aufbauen. Es liegt an Innenarchitekt:innen, die Vorstellungen, Wünsche, Bedürfnisse und Ideen in ein Konzept zu gießen. Es geht darum, wie gebauter Raum in seinen drei Dimensionen, Wände, Dachfläche und Boden, so konzipiert, verändert, neu gedacht werden kann, dass er für die Bewohner:innen passt. Da setzen Innenarchitekt:innen kreativ an und es braucht kreative Lösungen. Erst wenn der Raum steht, geht es um Möbel und dekorative Elemente, aber auch technische Elemente, Lichtkonzepte und so weiter. All diese Aspekte bringen Innenarchitekt:innen in einem Gesamtkonzept zusammen, in dem dann der Einrichtungsfachhandel eine Rolle spielt und der Möbelhandel ein wichtiger Partner ist. Die Zusammenarbeit mit ihm muss genauso gut funktionieren wie mit anderen Gewerken. Der Einrichtungsfachhandel sollte sich genauso wie die anderen als ein Gewerk verstehen, das uns hilft, das

erstellte Konzept gemeinsam umzusetzen und Kund:innen glücklich zu machen.

Wäre es für Innenarchitekt:innen nicht wünschenswert, den Möbelbereich bei Projekten überhaupt in andere Profi-Hände zu geben und sich rein auf das Konzept zu konzentrieren?

M. Fürnkranz: Für mich schon und auch ich sehe Möbel- und Einrichtungshandel ebenso als ein Gewerk, das ich genauso im Blick habe. Es kommt allerdings ganz auf das Produkt an, um das es geht.

S. Haindl: Für mich gehört alles zusammen, weil ja bei Projekten alles ineinander ver wächst. Innenarchitekt:innen haben ja eine Vision und ich kann das Rädchen Möbel und Einrichtung nicht aus der Hand geben.

J. Wendelin: Es gibt auch Kund:innen, die das nicht wollen, sondern für die wir diese Dienstleistung übernehmen. Dafür würde ich mir bessere Online-Shops für Fachprofis im Handel und von Möbelfachgeschäften wünschen. Im optimalsten Fall will ich die ausgewählten Produkte im stationären Handel bestellen können, wo ich sie mir angeschaut habe. Dabei bevorzuge ich Fachhändler:innen, die mehrere Hersteller im Sortiment haben. Ich sehe die Zukunft >>



Beeindruckend: Badezimmergestaltung von uniek/innenarchitektur. © uniek/Fotografie Konstantin Reyer

in der Kombination von Online und Offline. Möbel ausprobieren und live erleben im Fachgeschäft in der nahen Umgebung mit guter Beratung, um sie dann einfach und schnell im Online-Shop des gleichen Händlers bestellen zu können. Das würde den Prozess erleichtern und wäre auch für Kund:innen optimal.

„Es gibt viele Händler:innen, die offen für eine gute Zusammenarbeit sind. Das ist der Schlüssel zum Erfolg in unserem Business.“

DI (FH) Judith Wendelin

Wird nicht immer stärker vonseiten der Hersteller der Kontakt zu Innenarchitekt:innen gesucht?

S. Haindl: Der Fokus liegt noch immer mehr auf Architekt:innen als auf Innenarchitekt:innen. Da gibt es noch viel Potenzial. Innenarchitekt:innen werden immer wichtiger, oft aber noch immer zu wenig ernst genommen.

In Möbel- und Einrichtungsfachgeschäften sind oft Innenarchitekt:innen aktiv und planen. Wie steht ihr dazu?

C. Armstark: Es macht einen großen Unterschied, ob Innenarchitekt:innen als unabhängige Dienstleister:innen arbeiten und dabei oft selbständig sind, oder nicht. Innenarchitektur, wie wir Innenarchitekt:innen BÖIA sie leben, umfasst die Leistung beginnend beim Konzeptionellen bis hin zur Umsetzung. Wir bieten ein Gesamtleistungsspektrum, stellen die Lebenssituation und Wohnraumwünsche auf den Prüfstand, und kreieren Räume, in denen sich Kund:innen wohlfühlen können. Soweit geht meines Erachtens die Arbeit von Innenarchitekt:innen im Möbel- und Einrichtungsfachgeschäften oftmals nicht. Sie sind damit keine Konkurrenz. Vielleicht arbeiten sie mit Gewerken für kleinere Umbauten wie die Öffnung und Verschmelzung von Wohnraum und Küche zusammen und können das natürlich auch anbieten. Es ist aber nur ein Teilaspekt dessen, was in der Innenarchitektur und im Raumbau überhaupt möglich ist. Unsere Kompetenzen reichen viel weiter und der Mehrwert von Innenarchitekt:innen BÖIA liegt in dem gesamten Leistungsspektrum und in der konzeptionellen Stärke. Es wäre wichtig, Innenarchitekt:innen als eigene, unabhängige Dienstleister:innen zu begreifen, und klar von Interior Designer:innen abzu-

grenzen, die auch Innenarchitekt:innen sein können, aber mit Spezialisierung auf diesen Teilaspekt. Das Feld der Themen, die Innenarchitekt:innen bearbeiten, wird immer größer und komplexer, unsere Rolle immer wichtiger und es steigt der Wert, der für Innenarchitektur ausgegeben wird, im Vergleich zu jenem für die Gebäudehülle.



Genussvoll: ARENDT & WENDELIN verwandelte bei einem Projekt in Gols Gästezimmer zu Genießer-Apartments. © MoMent Photographie/Moritz Gasser

Wie ist eine Zusammenarbeit mit dem Möbel- und Einrichtungsfachhandel ohne das zu Beginn erwähnte Konkurrenzdenken möglich?

S. Haindl: Die Zusammenarbeit sollte wertschätzend und unterstützend sein.

J. Wendelin: Ich sehe überhaupt keine Konkurrenz. Manchmal empfinde ich uns genauso als Vertriebsmitarbeiter:innen für den Handel, wir bringen ihm Kund:innen, die Produkte sind gewählt, es gibt keine Nachfragen mehr, sondern es geht nur noch um die Bestellung. Besser geht es ja eigentlich nicht.

C. Armstark: Es geht um nachhaltige Zusammenarbeit. Viele Firmen haben schon begriffen, dass wir im selben Boot sitzen, um Kund:innen das Beste zu liefern. Eine gute Zusammenarbeit wäre sehr wichtig. Es muss verstanden werden, dass Innenarchitekt:innen nicht gegen den Möbelfachhandel arbeiten, sondern wir die Schnittstelle zwischen ihm und den Kund:innen sind.

Was würdet ihr euch für die Zukunft in der Kooperation wünschen?

C. Armstark: Vieles wurde schon gesagt. Ich würde mir eine verstärkte Zusammenarbeit für die bestmögliche Kund:innen-Lösungen wünschen, Verständnis, dass der Einrichtungsfachhandel ein Gewerk wie jedes andere ist, das wir brauchen, um gemeinsam

unsere Kund:innen zufriedenzustellen.

S. Haindl: Neben den genannten Punkten wie Kompetenz und Transparenz würde ich mir Verantwortungsbewusstsein, Unterstützung, und eine Begegnung auf Augenhöhe wünschen.

J. Wendelin: Ich bin immer bestrebt nach langfristigen, vertrauensvollen Geschäftsbeziehungen und wünsche mir die notwendigen Problemlösungskompetenzen mit Fokus auf Lösung und nicht auf Problem, sowie mehr Onlineshops für Profis beziehungsweise die Kombination, dass auch Händler:innen das Potenzial dieser Möglichkeit erkennen und ausschöpfen.

M. Fürnkranz: Ich wünsche mir außerdem noch mehr und zwar wirkliche Nachhaltigkeit, von den Rohstoffen über die Produktion bis zur sozialen Verantwortung und dem Umgang mit Mitarbeiter:innen, und transparente Kommunikation darüber.

www.innenarchitekten.at

AEG

WARUM ÜBER TEMPERATUR NACHDENKEN

Bestellen Sie mit dem Drehwähler Ihres Backofens wie in einem Restaurant. Rare, medium oder well done: Erzielen Sie auch zuhause perfekte Ergebnisse, ohne ein Experte für Temperatureinstellung zu sein. Warum sollten Sie sich mit einem Backofen zufrieden geben, der nicht Ihren Anforderungen entspricht.

FÜR ALLE DIE MEHR ERWARTEN

[AEG.AT/STEAMPROM](https://www.aeg.at/steamprom)

AEG

ING. REINHARD BACKHAUSEN

„KREISLAUFWIRTSCHAFT IST DAS WIRTSCHAFTSSYSTEM DER ZUKUNFT“

„Ich brenne für das Thema Kreislaufwirtschaft“, erzählt Ing. Reinhard Backhausen, einst Vorreiter und heute passionierter Circular Economy-Unterstützer mit „Reinhard Backhausen textile & circular consulting“. Die Zeit sei „überreif“, der Handel eine Schlüsselfigur und Teamwork mit der Industrie gefragt.

VON SYLVIA PILAR



„Noch liegt die Chance der Veränderung in unseren Händen und wir sollten sie nutzen. Kreislaufwirtschaft muss Normalität werden.“

Ing. Reinhard Backhausen, Reinhard Backhausen textile & circular consulting

wohnsider: Nachhaltigkeit ist in aller Munde. Welche Rolle spielt sie, auch wenn der Begriff schon etwas ausgetreten scheint?

Ing. Reinhard Backhausen: Nachhaltigkeit ist mir ein großes Anliegen, mir geht es aber vor allem um Kreislaufwirtschaft. Schon im Jahr 2008 habe ich mich damit beschäftigt und war damit ein Pionier am Markt. Ehrlicherweise war auch ich anfangs skeptisch beim Thema Kreislaufwirtschaft, habe mich jedoch begeistern lassen und sie mit meinem ehem. Textilproduktionsunternehmen „Backhausen interior textiles“ gelebt, das auch die Zertifizierung Cradle to Cradle Certified® Gold erhalten hat. Wir waren damals zehn Jahre zu früh dran. Mein Gedanke war und ist, dass etwas für die Umwelt getan werden muss. Ich brenne für das Thema Kreislaufwirtschaft und ich versuche mit meiner Consulting Firma, die ich seit ca. 10 Jahren betreibe, das Wissen und die Begeisterung weiterzugeben, berate und unterstütze national und international bei der Umsetzung. Die Zeit ist überreif für Kreislaufwirtschaft. Kreislaufwirtschaft ist das Wirtschaftssystem der Zukunft. Davon bin ich überzeugt.

Was bedeutet das in der Praxis?

Es gilt zu überlegen, wie Produkte in die Kreisläufe gebracht werden können. Entscheidend ist, schon zu Beginn zu überlegen, was mit dem Produkt am Ende des Lebenszyklus passieren soll, und keine Rohstoffe zu integrieren, die umweltschädlich sind. Rohstoffmischungen sind generell problematisch. Das gilt nicht nur für die Textilindustrie, sondern für alle Bereiche. Kreislaufwirtschaft betrifft alle Produkte und alle Segmente.

Wie wird das Thema aufgegriffen?

Ich widme mich dem Thema nicht nur im Textilbereich, sondern in vielen Bereichen. In der Textilindustrie sowie in anderen Branchen ist eine Aufbruchsstimmung spürbar. Es gibt kaum Unternehmen, die sich nicht mit Nachhaltigkeit und Kreis-

laufwirtschaft beschäftigen. Sie haben die Bedeutung erkannt, viele wissen aber nicht, wie sie an diese Herausforderung herangehen sollen und es schaffen, kreislauffähig zu werden. Ich glaube, dass es in Zukunft keine Firma mehr ohne Zertifizierung geben und schaffen wird, am Markt zu bestehen. Jedes Unternehmen wird in Zukunft auch nachweisen müssen, wie seine Produkte im Kreislauf geführt werden.

„Es braucht einen Schulterschluss von Handel und Industrie. Es geht nur mit Teamwork.“

Welche Rahmenbedingungen braucht oder gibt es schon dafür?

Das Umwelt- und Wirtschaftsministerium hat eine Kreislaufwirtschaftsstrategie erarbeitet, die aktuell in Begutachtung ist und dann natürlich mit Leben erfüllt werden muss. Es ist wichtig, dass für die Kreislaufwirtschaft die richtigen Rahmenbedingungen von der Politik geschaffen werden. Politik, Industrie und Handel sind die drei essenziellen Säulen. Die Wirtschaft darf aber nicht nur auf Entscheidungen der Politik warten, sondern muss selbst die Initiative ergreifen und den Paradigmenwechsel wollen. Wir sprechen hier von einer massiven und zukunftsweisenden Transformation. Die Kreislaufwirtschaft ist eine Top-down-Entscheidung. Die Unternehmensführung muss überzeugt sein und sie dann konsequent durchziehen. Kleinere Unternehmen geben hier mehr Gas, große Unternehmen haben eine immense Vorbildwirkung, alle sind gefragt. Es geht ja nicht nur um uns. Wir haben die Verantwortung, die gute Basis zu schaffen, auf der die nächsten Generationen aufbauen können. Leider werden diese umwelt- und klimapolitischen Themen von anderen Ereignissen wie der Pandemie und anderen derzeitigen Krisen immer wieder eingebremst.

Können aktuelle Themen nicht auch eine Chance sein? Die Ereignisse der letzten Jahre haben ja unter anderem die Themen Regionalität und Nachhaltigkeit gepusht.

Das ist richtig, aber es müssen laufend Initiativen gesetzt werden. Es ist wichtig, dass Handel und Industrie das Thema Kreislaufwirtschaft gemeinsam angehen. Es müssen gemeinsame Konzepte erstellt werden. Einerseits ist die Industrie bei der Umsetzung in der Pflicht und sollte dabei unterstützt werden, andererseits muss der Handel den Produzent:innen signalisieren, kreislauffähige Qualitätsprodukte herzustellen. Es braucht einen Schulterschluss von Handel und Industrie. Es geht nur mit Teamwork.

„Der Handel hat eine Schlüsselrolle, jetzt und in Zukunft.“

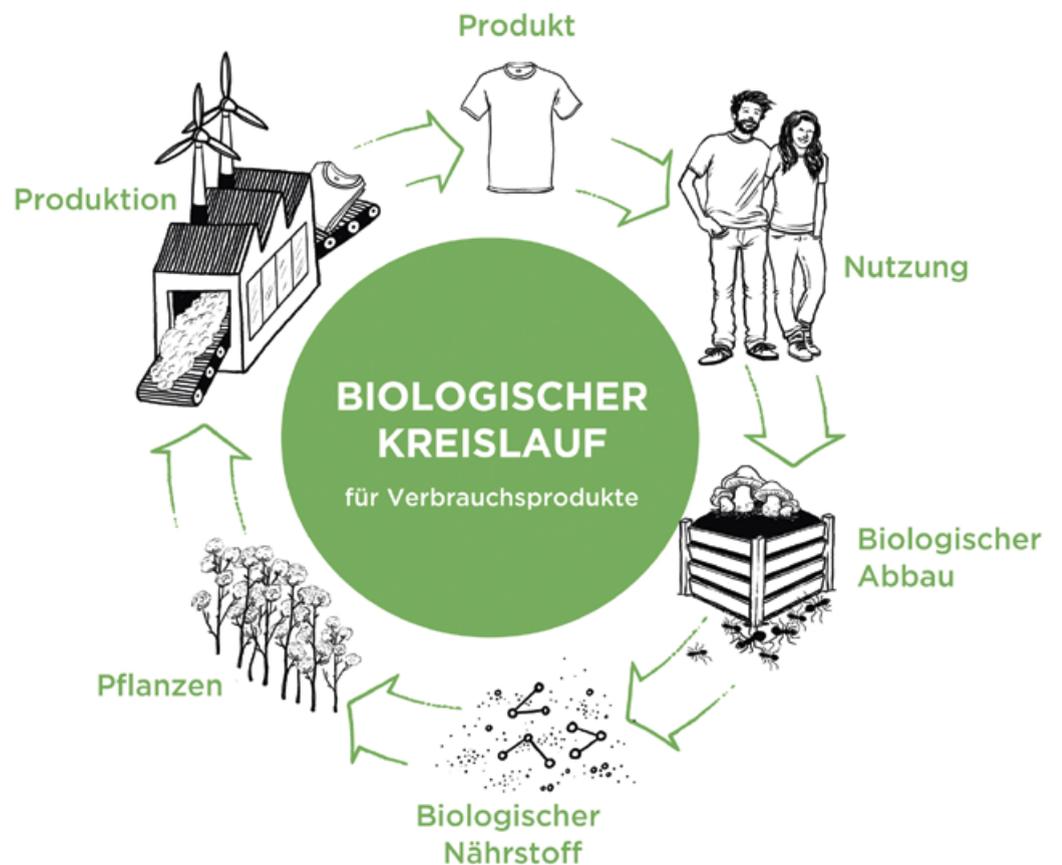
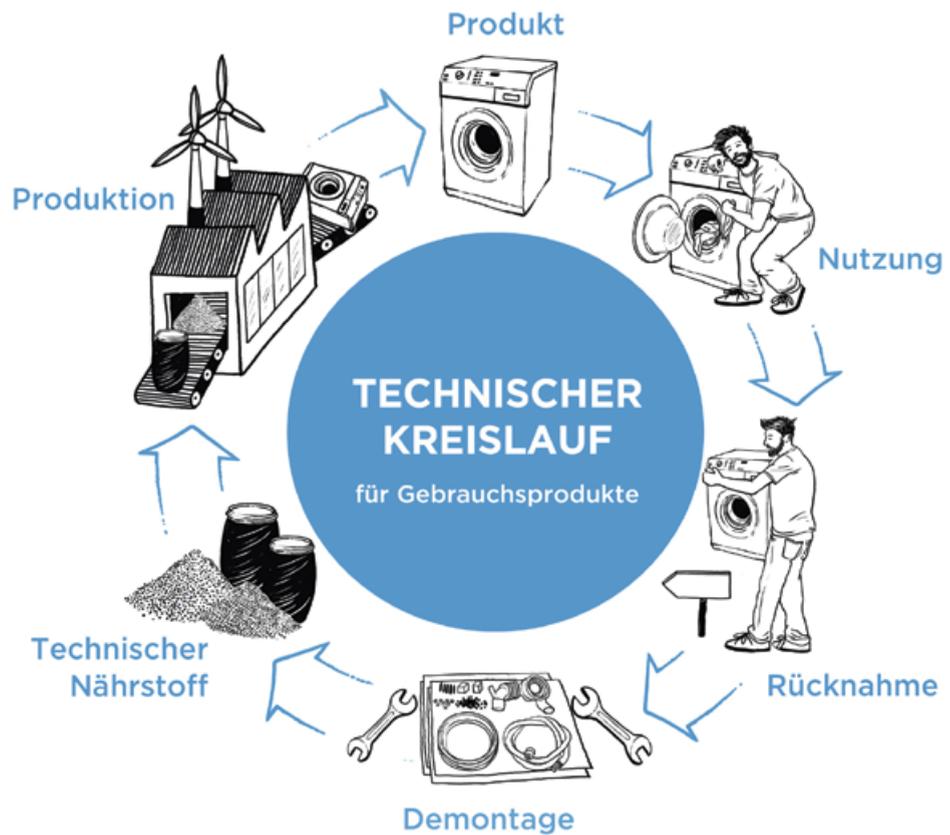
Welche Tipps haben Sie für den Handel?

Der Handel sollte auf die Industrie zugehen und sagen, was er will. Die Forderung können nur kreislauffähige Produkte sein. Der Handel hat eine Schlüsselrolle, jetzt und in Zukunft. Er ist auch der Kommunikator zu den Konsument:innen. Was er präsentiert, wie er die Konsument:innen darin bestärkt, dass sie etwas tun können, und welche Produkte er bewirbt, gefördert von der Industrie sowohl mit den richtigen Produkten wie auch beim Marketing, kann viel bewegen. Kreislaufwirtschaft sollte gebetsmühlenartig ins Gespräch gebracht werden, bis alle Konsument:innen die Bedeutung verstanden haben. Ich halte nichts von Verboten, meine Devise ist Begeisterung. Unternehmen, Handel und Konsument:innen müssen für Kreislaufwirtschaft und kreislauffähige Produkte begeistert werden.

Wie lässt sich die Begeisterung entfachen und weitergeben?

Es gilt, auf den Handlungsbedarf aufmerksam zu machen, sich nicht mit dem Status quo abzufinden, mit Freude an die Veränderung heranzutreten und sie als Möglichkeit zu sehen. Noch liegt die Chance der Veränderung in unseren Händen und wir sollten sie nutzen. Kreislaufwirtschaft muss Normalität werden.

www.reinhard-backhausen.com



Cradle to Cradle: Bei Kreislaufwirtschaft werden Produkte im Kreislauf – von der Wiege zur Wiege – geführt. Grafiken: © Cradle to Cradle e.V.

WOHNEN & INTERIEUR

ELFMETER FÜR DIE BRANCHE

Nach zweieinhalb Jahren voller Herausforderungen für die Messeszene stellt sich die Wohnen & Interieur im kommenden Frühjahr endlich wieder dem Publikum. Und zwar mit sehr viel neuem Esprit, Drive und Plänen. Im Gespräch mit wohninsider erläutert Messe-Verantwortlicher Edi Seliger, warum man die kommende Ausgabe keinesfalls verpassen sollte. VON GERHARD HABLICZEK UND LILLY UNTERRADER

Im Frühjahr 2023 stehen die Zeichen nicht auf Sturm, sondern Ansturm. Denn da bläst die Wohnen & Interieur erstmals zum Messtriple mit Immobilienmesse und Ferienmesse. Die dahingehenden Erwartungen sind hoch, wie Edi Seliger, Head of Operations Living and Construction, im Gespräch mit wohninsider eingangs gleich unterstreicht. „Sowohl die Wohnen & Interieur als auch die Ferienmesse haben sich in den vergangenen Jahren immer wieder als Besuchermagneten gezeigt. Mehr als 100.000 Besucher beim Messtriple sind also alles andere als unrealistisch. Die Zusammenführung der drei Erfolgsformate wirkt dabei wie ein Booster.“

Von 15.–19. März wird die Messe unter dem Motto „Fünf Tage Wohnsinn“ zeigen, was die heimische Industrie zu bieten hat. Und das ist, so Seliger, jede Menge: „Die österreichische Möbelbranche lebt das Thema Kreislaufwirtschaft schon jetzt sehr intensiv. In Bezug auf: Woher kommt das Holz, wo wird produziert, woher kommt der Designer? Hier

sind wir in Österreich absolut in der Rolle der Vorreiter und brauchen auch den internationalen Vergleich nicht scheuen. Ein weiterer Pluspunkt: Die Premiumlinien werden zu einem hohen Anteil in Österreich produziert, die Wertschöpfung passiert also im Land. Es ist wichtig, dass auch in dieser Deutlichkeit herauszustreichen, um es in den Köpfen der Konsumenten zu verankern!“

„Wir wollen als die Einrichtungsmesse wahrgenommen werden, die Nachhaltigkeit, Kreislaufwirtschaft, Regionalität lebt.“

Edi Seliger

Seliger spricht damit gleichzeitig auch eines der Kernthemen der kommenden Messe an: die Nachhaltigkeit und insbesondere auch, wie die Jugend darüber denkt. „Wir suchen auch gemeinsam mit der Wirtschaftskammer den Dialog mit Lehrlingen und Berufsschülern aus der Branche zum Thema: Jugendliche denken

Nachhaltigkeit. Wir wollen unsere Nachwuchskräfte und potenziellen zukünftigen Führungskräfte schon jetzt in diese Themen intensiv einbinden. Darum wird es auf der Wohnen & Interieur dazu auch ein eigenes Forum Nachhaltigkeit geben, in dem Fragen behandelt werden, wie beispielsweise: Wohin geht die Reise, wie sehen die Jungen ganz spezifisch das zukünftige Wohnen und Einrichten? In weiterer Folge wollen wir dadurch auch ein

Messe-Info

15.-19. März 2023

9.00 -18.00 Uhr

MESSE WIEN, Hallen A+B

- After-Work-Shopping-Donnerstag: 9.00 - 21.00 Uhr
- Ladies Day am Freitag
- Sonderschauen:
 - Austria Gütezeichen Möbel
 - Nachhaltiges Design aus Österreich mit Christian Kröpfl
 - Upcycling Furniture
 - #cookingstation mit Julian Kutos

Einige der Aussteller, welche sich bereits für die kommende Ausgabe angemeldet haben: Breitschopf, Voglauer, Peter Max, Schösswender, Geberit, Bora, DAN Küchen, Peter Stangl – Der Einrichter, Nentwich Gartenbau, Wagenleitner, Kerschner, Isi Mobili

Des Weiteren haben viele namhafte Unternehmen bereits großes Interesse bekundet, u.a. Rolf Benz, Joka, ProNatura, Sedda, Anrei, Möbel Weiser, Blaha Gartenmöbel, St. Karasek, Fian Küchen

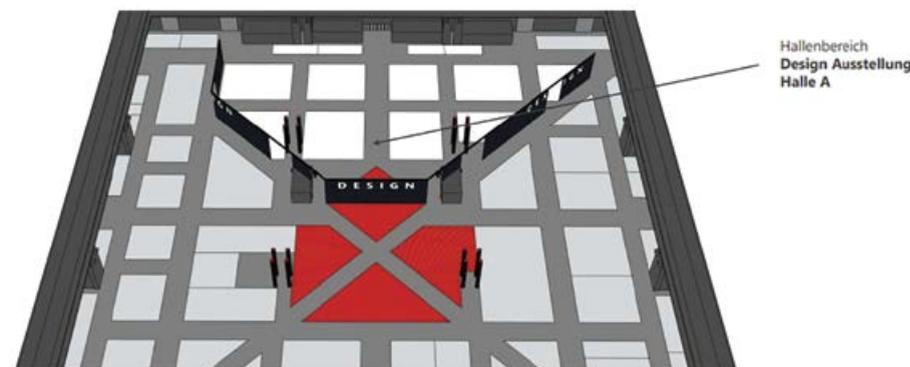


Edi Seliger hebt im Gespräch mit wohninsider-Herausgeber Gerhard Habliczek hervor: „Wir geben der österreichischen Möbelindustrie nächstes Jahr eine neue Plattform.“

jüngeres Publikum mit unserer Messe ansprechen,“ skizziert Seliger das weitere Vorhaben. Denn die Ambitionen gehen auch noch weiter: „Wir wollen damit eine Strahlkraft bis in das deutschsprachige Ausland hinaus schaffen, wahrgenommen zu werden als die Einrichtungsmesse, die Themen, wie Nachhaltigkeit, Kreislaufwirtschaft, Regionalität lebt.“

Was ist neu bei der Wohnen & Interieur 2023?

Neben dem gemeinsamen Termin mit der Ferienmesse wird sich auch die Hallenaufplanung im kommenden März von den vorangegangenen Messen deutlich unterscheiden. Seliger räumt dabei mit einem kursierenden Gerücht auf: „Wir bespielen mit der Wohnen & Interieur nicht die kleinen Hallen, wie von manchen verlautbart, sondern sind in der Halle A und B, gleich beim Haupteingang, positioniert.“ Der beliebte Designbereich wird in die Halle A integriert und optisch und physisch von der restlichen Messe abgehoben (*siehe Skizze*), Gartendesign und PremiumDesign werden miteinander verheiratet. Zudem ist auch die Gangführung in Halle A ganz neu; Diagonale Wege eröffnen neue Sichtachsen und bieten mehr Wege für die Besucher. Seliger erläutert: „Wir werden das brauchen, denn durch die zeitliche Zusammenlegung der bei-



Die Halle A wird 2023 erstmals den Designbereich beheimaten, der sich durch ein Entree und eine diagonale Wegplanung auch optisch abhebt.

den größten Wiener Messen, weiters durch die Tatsache, dass die W&I auf fünf Tage verkürzt wurde, wird es dort, wie man auf Wienerisch so schön sagt, wurln.“

Positiver Nebeneffekt für die Wohnen & Interieur: „Alle Menschen, die auf die Ferienmesse wollen, müssen durch die Wohnen & Interieur quasi durch, ebenso eröffnet die Ferienmesse, die einen Tag kürzer geöffnet ist, erst um 10 Uhr und schließt auch am langen After-Work-Shopping-Donnerstag bereits um 18 Uhr.“ Das Publikum wird dann in die Hallen A & B kommen, denn „dort gibt’s Action“, so Seliger.

Kontraste bilden

Mit Action meint Seliger neben den Ausstellern auch jede Menge Sonderschauen und Schwerpunkte. So wird es wie immer die beliebte Cookingstation mit – mittlerweile schon Promikoch – Julian Kutos geben. Des weiteren widmet sich eine Sonderschau der Verknüpfung von Nachhaltigkeit, Architektur, Design und der österreichischen Startup-Szene. Themen wie Neue Materialien, 3D-Druck, CO₂-Fußabdruck, Kreislaufwirtschaft, Augmented Reality oder Reparaturstation, aber auch Upcycling werden in den Fokus gerückt. Die Halle B hingegen wird einen Kontrast bieten und mit vielfältigen Ständen die Themenbereiche Bad & Sanitär, Gartenwelt, Haushalt, Innenausbau und Kamine & Öfen, Schlafwelt, Tischlerwelt, Unikatwelt, Wellness & Spa und Wohnaccessoires abbilden. Seliger: „Wir wollen hier bewusst einen Kontrapunkt zur Halle A setzen!“

10 % B2B-Kunden

Nicht zu vernachlässigen ist auch das B2B-Potenzial, das die Wohnen & Interieur birgt. „Wir wissen aus den vergangenen Messen, dass etwa 10 % B2B Besucher Kunden vor Ort sind.“ Oder, wie Seliger es zusammenfasst: „Wir geben der österreichischen Möbelindustriebranche nächstes Jahr eine neue Plattform.“ Denn, was die Branche jetzt braucht, ist schnell zusammengefasst: Frequenz. Und das könne die Triple-Messe jedenfalls bieten. Seliger weiter: „Zudem wird die kommende Ausgabe der Wohnen & Interieur die erste große Wohn- und Einrichtungsmesse im deutschsprachigen Raum sein, die diverse Neuheiten und Trends für 2023 präsentiert.“ Und, so schließt der Messe-Verantwortliche ab: „Das wird ein regelrechter Elfmeter für die Branche.“ Nachsatz: „...nur schießen müssen Sie noch selbst.“

www.wohnen-interieur.at



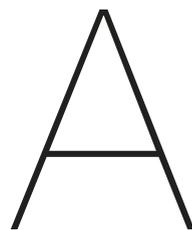
Mit dem Sujet „Fünf Tage WOHNSINN“ wird bei Endkonsumenten ab etwa sechs Wochen vor Messestart Lust auf sinnliches Wohnen und Einrichten gemacht. Und das in gewohnt breiter Streuung.

ERNST TANZLER

„HART AM WIND SEGELN“

Er kennt die Branche wie kein anderer. Als gelernter Tischler, Unternehmer und sogar Vertriebsleiter eines Verbands, national wie international, weiß Ernst Tanzler, wie der Branchenhase läuft. Im Gespräch mit wohninsider erzählt er, warum er lieber auf Prosecco denn auf Geduld setzt, weshalb er bei jeder Planung immer noch selbst Hand anlegt – und dass jetzt mehr denn je Zeit zum Handeln ist.

VON GERHARD HABLICZEK UND LILLY UNTERRADER



Alles hat seine Zeit, ist Ernst Tanzler überzeugt. Und so war es rückblickend auch genau richtig, als er vor rund vier Jahren mit seinen Partnern entschieden hat, das nunmehrige reginaplaza an seinem neuen Standort komplett neu zu erfinden. Tanzler blickt zurück: „Damals haben wir uns die Frage gestellt, ob wir uns trauen, 3,5 Mio. Euro zu investieren. Heute machen wir am neuen Standort dreimal so viel Umsatz und haben doppelt so viele Mitarbeiter.“

Also steht das Unternehmen heute zukunftssicher da? Für Tanzler ist nix fix und das Zurücklehnen sicherlich keine Option: „Wir haben als Unternehmen alles dafür getan, um heute eine Sonderposition zu haben.

Wir sind bekannt für unsere Prosecceria, die Kochschule, das 5D-Weinkino Esperienza oder unsere Eventlocation. Aber eines ist auch klar, jede Fahnenstange hat ein Ende und keiner kann sich heute in Sicherheit wiegen.“ Aktuell sorgt reginaplaza mit seiner breiten Aufstellung allerdings in seiner Region und darüber hinaus für Aufsehen und Nachfrage: „Damit generieren wir Menschen, die eigentlich gar keine Kaufabsicht haben, aber sie kommen zu uns und sie kommen wieder, um unseren Designersprudel oder unsere eigens entwickelte Getränkemarkte zu kaufen oder hier ein Event zu veranstalten. Wir sind mit reginaplaza eine echte Marke geworden und treten auch auf lokalen Genussmessen mit

„Die eigene Komfortzone musst du jeden Tag verlassen, teilweise komplett irrationale Wege gehen.“



Das reginaplaza in Wiener Neustadt ist eine lokale Größe geworden, die schon lange nicht mehr nur für Küchen steht ...

Fotos: Thomas Gobauer



„Ich kann nur jedem einzelnen Unternehmer sagen, hörts auf in alten Mustern zu denken. Das sagen wir eh immer wieder, aber die heutige Zeit ist noch schneller und brutaler geworden.“

Ernst Tanzler



... unter anderem für die Prosecceria, wo regelmäßig Veranstaltungen potenzielle Kunden in die Räumlichkeiten locken.

unserem eigenen Wein und Bier auf.“ Und weiter, „Wir verdienen kein Geld damit, verlieren aber auch nichts. Das ist unsere Werbung, damit berühren wir die Leute.“

Die klassischen Wege wurden damit also verlassen, Persönlichkeit rückt in den Vordergrund? Tanzler: „Ja, genau das ist es, worauf es jetzt ankommt. Die eigene Komfortzone musst du jeden Tag verlassen, teilweise komplett irrationale Wege gehen. Unter dem Strich sind wir nicht mehr nur Einrichter, sondern Entertainer.“ Eines ist für den Branchenerfahrenen klar: Sich nur über die Produkte oder den Preis zu differenzieren, würde einfach nicht mehr funktionieren, schon gar nicht in Zeiten wie diesen. Tanzler: „Ich kann nur jedem einzelnen Unternehmer sagen, hörts auf in alten Mustern zu denken. Das sagen wir eh immer wieder, aber die heutige Zeit ist noch schneller und brutaler geworden. Nur wenn du selbst eine Marke bist, hast du eine Chance. Du musst dich eigentlich jeden Tag neu erfinden!“

Eher trübe Aussichten also für die Branche? Tanzler entgegnet: „Ich bin nicht pessimistisch, sondern vorsichtig und achtsam. Man muss sicher in Zukunft noch mehr Dienstleistung bringen, wesentlich mehr leisten, mehr Risiko eingehen, Investitionen in die Hand nehmen. Und obendrauf den Mut haben, den einen oder anderen Prozent vorher schon beim Kunden einzurechnen.“ Oder, setzt er nach, „Um es in der Segler-

sprache zu sagen, wir müssen hart am Wind gegen die Wellen segeln ...“

Soll heißen, das Sterben in der Branche kommt noch?

Der Unternehmer gibt sich da keiner Illusionen hin: „Das ist fix. Wenn man sich die Aggressivität anschaut und die Langatmigkeit der marktbeherrschenden Macht, wenn die immer mehr Rabatte geben, werden sich jene Unternehmen, die die Masse bedienen, wirklich schwertun. Die Preise werden getrieben – und die Konsumenten, die wenig Geld haben, gehen zwangsläufig zur Großfläche. Womit kann man sich dann aber als Studio noch differenzieren, wenn man bis dahin keine eigene Marke/Positionierung geschaffen hat?“ Dabei treffe in Österreich die Kopf-in-den-Sand-Mentalität auf die Gesamtsituation. Tanzler: „Viele denken – und das höre ich oft: ‘Es ist noch immer weitergegangen und so geht es auch in Zukunft’, oder ‘Wir haben nur mehr ein paar Jahre bis zur Pensionierung, die biegen wir schon noch runter.’“ Aber, nimmt er hier diese Hoffnung ganz deutlich: „Das wird es nicht spielen! Jetzt nicht mehr!“ Denn, analysiert er, die Küchen unterscheiden sich im Großen und Ganzen kaum noch. Die Kunden wollen Qualität und das bekommen sie bei jedem Studio. Der entscheidende Unterschied liegt woanders: „Die Kunden, die zu uns kommen, wollen beim Tanzler kaufen oder bei reginaplaza.“

Das reginaplaza

Hinter reginaplaza steht das Unternehmen E-CON, das Ernst Tanzler gemeinsam mit Mathias Ernst 2001 gründete. 2020 wurde der neue Standort in der Wiener Neustädter Grete Bialonczyk Gasse 7 bezogen, „reginaplaza“ ist ein markenrechtlich eingetragener „Künstlername“, wie Tanzler schmunzelnd anmerkt, und ist von der Küchenmarke regina komplett getrennt zu betrachten. Man mache mittlerweile Gesamtausstattungen, etwa 60 % Küchen und 40 % alle anderen Wohnbereiche. Aktuell plane man auch sehr viel Gastro und ein lokales Hotel. Markenseitig arbeite man nunmehr vorrangig mit Häcker, Schüller und next sowie Forcher zusammen, zudem ist eine eigene Tischlerei angeschlossen. Der Standort beinhaltet zudem eine Eventlocation, das 5D-Kino Esperienza oder die Prosecceria. Weitere Pläne liegen bereits in der Schublade. Die Kooperation mit und Tätigkeit für reginaplaza hat Tanzler indes beendet.

Nettes Bonmot am Rande: Die Persönlichkeit manifestiert sich bei reginaplaza unter anderem in einer Besonderheit: „Wir handhaben es nach wie vor so, dass beim Erstgespräch der Entwurf mit der Hand gezeichnet wird. Das führte dazu, dass ein prominenter Kunde von uns voll des Erstaunens auch ein paar Radiergummi-Fussel dazu haben wollte und sich diese zusammen mit meiner Handzeichnung schließlich in seinem Empfang eingerahmt an die Wand hängen ließ“, schmunzelt der Unternehmer, nicht ohne Stolz.



„Es kann nicht sein, dass das ganze Risiko an uns hängen bleibt. Wo sind die Interessenvertreter in der aktuellen Situation? Warum schütten die Verbände nicht zum Beispiel eine Art Solidaritätsbonus aus?“

appelliert Ernst Tanzler an Interessenvertretung und Verbände.

„Die Industrie und die Verbände bieten kaum Unterstützung“

Wie geht es nun aber weiter mit Themen wie Lieferfähigkeit und Preiserhöhungen. Tanzler: „Wir haben heuer schon die dritte Preiserhöhung und es wird immer schwieriger, eine gute Marge mit nach Hause zu bringen. Die Industrie hilft in der Ertragssituation leider gar nicht. Wir haben aktuell einen Vorlauf von bis zu einem Jahr. Ich habe 200 Küchen draußen und dann heißt es plötzlich, ab Lieferdatum November gibt es 8 % Preiserhöhung. Selbst wenn man mit den Herstellern gut verhandelt, weiß man, dass man bei 200 Küchen zumindest immer noch 4 % verliert. Rechnet man das dem Kunden dann vorher schon ein oder verzichtet man komplett darauf? – Das alles erfordert aktuell schon sehr viel Mut und Risikobereitschaft.“ Und wie geht man mit fehlenden Geräten um? Das Team von reginaplaza geht auch hier eigene Wege: „Wir haben um 100.000 Euro selbst Geräte von Amazon und Co. bestellt, um unseren Kunden Leihgeräte zur Verfügung stellen zu können. Denn ICH kann meinen Kunden, die eine Küche um 30.000 Euro bestellen, nicht sagen, ‘Deinen Dampfgarer bekommst du in sechs Monaten.’“

Grundlegende und andauernde Veränderungen

Die aktuellen Krisen sowie die negativen Schlagzeilen hinterlassen seiner Ansicht nach tagtäglich ihre Spuren. Der reginaplaza-Chef analysiert: „Wir haben aktuell rund ein Drit-

tel weniger Kundenanfragen, dafür sind die Kunden, die kommen wirklich kaufinteressiert und bereit, auch 30-40.000 Euro in die Hand zu nehmen.“ Das läge zum einen daran, dass viele Investitionen durch Corona vorgezogen wurden. Zum anderen, dass viele Menschen – hier vor allem auch der Mittelstand – durch die ständig steigenden Energie- und Lebenskosten noch kostenbewusster geworden sind bzw. notgedrungen in die Großfläche gehen. Und jene, die genug Geld hätten, sind anspruchsvoller, genauer informiert, selektieren

und verlangen mehr. Tanzler: „Man kann sicher sagen, dass wir heute im Durchschnitt dreimal sooft auf eine Baustelle fahren, als noch vor drei Jahren.“ Auch das seien zusätzliche Kosten an, die man den Kunden nicht in Rechnung stellen könne ...

Appell an Interessenvertreter und Verbände

Strukturänderungen wären angesichts der Gesamtsituation dringendst vonnöten. Tanzler: „Die massiv steigenden Energiekosten treffen

das Herz unserer Gesellschaft und das ist noch immer der Mittelstand. Die merken es extrem. Da geht es nur mehr ganz rauf oder ganz runter und das schneller als je zuvor. Auch als Unternehmer. Und wenn viele Betriebe zusperren oder den Gürtel enger schnallen müssen, fehlen die Investitionen andernorts usw.“ In der Pflicht sieht Tanzler daher sowohl die Politik als auch Interessenvertreter und die Verbände. „Es kann nicht sein, dass das ganze Risiko an uns hängen bleibt. Wo sind die Interessenvertreter in der aktuellen Situation? Warum schütten die Verbände nicht zum Beispiel eine Art Solidaritätsbonus aus? ...“ Nachsatz in aller Deutlichkeit: „Die Verbände verabsäumen schon sehr sehr viel, sich zu positionieren, so empfinden wir das – und auch viele meiner Kollegen!“

Es ist ein geiler Job!

Angesichts der rundum herausfordernden Situation: Habe er jemals bereut, diesen Weg gegangen zu sein? Tanzler überlegt keine Sekunde: „Ich bin sehr stolz auf meinen Werdegang. – Meine Frau sagt immer, Ernst, das war alles zur richtigen Zeit. Den Schritt, den wir vor vier Jahren gegangen sind, hätte ich vor zehn Jahren nicht machen können. Zusammengefasst kann ich sicher sagen: Es ist ein total geiler Job. Ich kenne alle Strukturen und Machenschaften und möchte keine dieser Erfahrungen missen ...“

www.reginaplaza.at

www.facebook.com/reginaplaza.living





Der Wasserhahn, der alles kann

100 °C KOCHENDES, GEKÜHLTES PRICKELNDES UND STILLES WASSER

Mit dem Quooker erhalten Sie ab sofort alle Wassersorten aus einer Armatur: warmes, kaltes, 100 °C kochendes sowie gekühltes prickelndes und stilles Wasser. Kochen Sie Pasta im Handumdrehen, blanchieren Sie Gemüse oder erfrischen Sie sich mit einem Glas Wasser - gekühlt und gefiltert, prickelnd oder still. Ein Quooker spart Zeit, Energie und Platz und ist dabei für Groß und Klein sicher im Gebrauch. Weitere Informationen finden Sie auf quooker.at

Quooker®

+43 (0)463 289 88 70 info@quooker.at www.quooker.at

HOLZMÖBEL, DIE SICH SELBST AUFBAUEN

„HygroShape“ macht's möglich

Man stelle sich vor, man kauft ein flach verpacktes Möbelstück aus Holz, entfernt das Drumherum und nach einiger Zeit verformt sich das Packstück von selbst zu einem bequemen Stuhl oder zu einem Tisch.

Möglich macht dies das innovative HygroShape-Konzept, das von Dr.-Ing. Dylan Wood, Laura Kiesewetter und Prof. Achim Menges und weiteren Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern der Universität Stuttgart in Zusammenarbeit mit der Eidgenössischen Materialprüfungs- und Forschungsanstalt („Empa“/Schweiz) beziehungsweise der ETH Zürich entwickelt wurde.



auf die Technik ist angemeldet und es werden Partner für die kleinformative Serienproduktion gesucht. „Dieses innovative Konzept eröffnet dem Möbeldesign ganz neue Möglichkeiten. Ohne viel Stress lassen sich tolle Formen entfalten und das mit hervorragender Ökobilanz. Das ist ein weiteres tolles Beispiel für die zahlreichen, nachhaltigen Anwendungsmöglichkeiten von Holz“, so die langjährige Wohnanalystin und Geschäftsführerin der Initiative Furnier + Natur (IFN), Ursula Geismann, zu der praktischen Neuentwicklung für das Wohnen oder die Arbeit. (DS)



Beim HygroShape-Konzept wird frisches Holz furnier in unterschiedlich dicken Schichten zusammengeklebt. Die einzelnen Lagen werden dabei in 0 Grad und 90 Grad zur Faserrichtung des Holzes gedreht. Der nun entstandene sogenannte „Bilayer“, also die „Doppelschicht“, verbiegt sich durch den Widerstand

sowohl in Faserrichtung als auch quer durch die Trocknung und die damit einhergehende Schrumpfung.

Der Clou: Je nach Dicke des Holzelementes, seiner Jahresringanordnung, dem Schichtenaufbau und seinem Feuchtigkeitsgehalt kann am Computer im Vorfeld die erwünschte Krümmung festgelegt werden. Dem Holz wird dabei so viel Feuchte gegeben, wie es sich später durch Trocknung und Aufbau vorhersehbar biegen soll. Ein mögliches Ergebnis nach dem Auspacken: Ein bequemer und stabiler Stuhl oder eine ergonomische Lounge-Liege mit Wippfunktion. Bislang gibt es einige funktionierende Prototypen, das Patent



Weitere Informationen zum Thema Furnier unter www.furnier.de oder www.furniergeschichten.de

Weitere Infos zum Thema HygroShape auf der Projektseite der Universität Stuttgart und auf der Homepage des Spinoffs hylo.tech.



Handwerkskunst in Perfektion.



Modell DIANA
mit elektrosmogfreier Infrarot Tiefenwärme

DESIGN TRIFFT FUNKTION.

Mit seinem lässigen, geradlinigen Design hat DIANA das Zeug zum Klassiker. Klar konturiert und in kubischer Anmutung verleiht das Sofa jedem Raum ein makellooses Ambiente. Durch hochklappen des Kopfteils verwandelt gelingt die Verwandlung vom Niedrig- zum Hochlehner. Raffinierte Extras wie Schlafbank Funktion und das patentierte Infrarot Tiefenwärme System machen den Wohnbereich zur wohligen Wellness-Oase.



sedda Polstermöbelwerke
Hans Thalermaier GmbH
Mitterweg 45, A-4702 Wallern
+43 (0)7249 441-0 | 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

LOEWE

Mit Stil, Design und Melodie



Loewe ist bekannt für qualitativ hochwertige Audio- und Video-Lösungen, die gleichzeitig auch designmäßig höchsten Ansprüchen gerecht werden. Aktuell bietet das Kronacher Unternehmen mit dem Klang sub 1 eine neue Lösung, die Augen wie Ohren öffnet.



Der neue Klang sub 1 lässt sich frei im Raum positionieren, ist kabellos und arbeitet praktisch vibrationsfrei.

Hören und sehen lassen kann sich der Klang sub 1 jedenfalls. Der in Kronach entwickelte kompakte Subwoofer setzt ein dynamisches wie kraftvolles Bassfundament. Kompatibel ist er für integrierte Audiolösungen von Loewe-TV-Geräten gleichermaßen wie auch für Drittanbieter mit parallel zum TV geregelterm Audioausgang. Der Klang sub 1 zeichnet sich durch seine Unabhängigkeit (weil kabellos), sein kompaktes Format sowie seine vibrationsfreie Klangwiedergabe aus. All das bringt er bei einer Gesamtmusikleistung von 160 Watt.

Das Hexagon macht's möglich

Die innovative Konstruktion im Inneren des Subwoofers ist ziemlich clever. Vier freischwingende Passiv-Membranen mit zwei aktiven Basslautsprechern in Form eines Hexagons sorgen für vibrationsfreie Klangwiedergabe und verhindern dadurch entstehende Störgeräusche. Obendrein ist der Klang sub 1 auch noch um etwa 50 % kleiner (Maße: 287x287x158 mm).

Das Design spricht für sich

Eine hochwertige Materialauswahl, ein edel umlaufender Akustikstoff und die massiven Sockel- und Deckenplatten sorgen für eine

elegante Anmutung. Dass dann auch etwa das Kabel unsichtbar in der Unterseite des Subwoofers verschwinden kann, sei dabei nur am Rande erwähnt und ein attraktives Detail.

Den Prinzipien treu geblieben

Mit dem Klang sub 1 bleibt Loewe seinen Prinzipien treu und stimmt Sound und Designsprache perfekt aufeinander ab. Auch die Installation sowie ungestörte Klangübertragung sollte dank kabelloser High-Performance-Verbindung einfach von der Hand

gehen. Der Loewe Klang sub 1 bringt Tiefen bis unter 100 Hertz, ist seit Juli für den autorisierten Fachhandel verfügbar.

www.loewe.de



Als Summeredition hat Loewe eine limitierte Sonderserie der TV-Modelle Loewe bild v dr+ in Silber und Weiß für den Fachhandel aufgelegt.



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



Stefan BELADA | Jaros SAHINOVIC
Handelsagentur Österreich | Slowenien | Südtirol
Email: office@agentur-belada.at

LEICHT KOLLEKTION 2023 | CONTINO E12

Die schlanke 12 mm Linie für eine extra filigrane Frontgestaltung

Mit Contino E12 erweitert LEICHT die Kollektion 2023, in der unterschiedliche Planungsszenarien vorgestellt werden, um eine neue, grifflose Küchenfront in einer Stärke von 12 mm und feinsten Manufaktur-Qualität.

Wahlweise mit einem Lackfinish oder in Aluminium erhältlich, rundet die dünne Front unterschiedliche Raumgestaltungen mit einer eleganten Formensprache sowie architektonisch klaren Linienführung ab. Durch die reduzierte Materialstärke überzeugt Contino E12 nicht nur optisch dank des hochwertigen Erscheinungsbildes einer grifflosen Oberfläche, sondern auch haptisch im unmittelbaren Vergleich zu stärkeren Standardfronten. Filigran, formschön und edel wirkt das neue Produkt, mit dem die Architekturmarke die ästhetische sowie technische Kompetenz in der Gestaltung und Umsetzung von grifflosen Küchen stilistisch erweitert denkt. Durch die bewusste Materialreduzierung maximiert Contino E12 ein edles Erscheinungsbild im Lebensraum Küche.



Mit einer Materialstärke von 12 mm erzeugt Contino E12 eine äußerst filigrane Küchenarchitektur und verleiht der grifflosen Küche eine sehr geradlinige, formschöne Ästhetik.

Contino E12 – eine neue, schlanke Front mit handwerklichem Qualitätsanspruch
Grifflose Küchen sind optisch durch ihre Linearität definiert – sie betonen die Horizontale, die Länge eines Küchenmöbels im zweidimensionalen Raum. Die dünne 12 mm Materialstärke von Contino E12 greift nun eine dritte räumliche Dimension auf: Mit Blick auf die obere Frontkante zeigt sich eine besonders klare und reduzierte architektonische Linienführung. Unterstützt wird diese formale Geradlinigkeit durch die Wahl der Materialien. Verfügbar in den 15 exklusiven Mattlack-Farben Les Couleurs® Le Corbusier, sowie in sämtlichen RAL- und NCS-Farben in Mattlack und der LEICHT Aluminiumoberfläche ALURO mit gefasten Kanten in den Ausführungen silber, oxid titan und oxid bronze, ergibt sich eine harmonische Form- und Oberflächenkomposition. In Verbindung mit der dunklen Korpusinnenfarbe carbon-grau, die neben dem Inneren der Schranksysteme auch im Auszugssystem zum Einsatz kommt, zeigt sich ein durchgängiges Gesamtbild von Innen und Außen. Mit Contino E12 entsteht ein neuartiges Oberflächenkonzept, das in seiner Schlichtheit den ästhetischen Ansprüchen des Küchenherstellers entspricht und beim Öffnen der Möbel eine moderne, hohe Wertigkeit ausstrahlt.

Kubische Küche in die Höhe gedacht –
ICONIC Regalsystem trifft auf dünne Front Contino E12
Elementarer Bestandteil dieser Küchenplanung ist das neue, unmittelbar an einen freistehenden Raum-im-Raum Kubus installierte offene Regalsystem ICONIC, am Foto exemplarisch in der Ausführung bergamo ulme. ICONIC verkörpert die Symbiose von visionärem Planungsgedanken und Fachwissen mit besonderem Schwerpunkt auf Materialkunde, die auf eine traditionsreiche Expertise von LEICHT zurückzuführen sind. Seitlich des Regalsystems zeigt sich ein entscheidendes Detail: Die vertikalen Regalseiten stehen mit einem minimalen 5 cm Abstand von der Wand entfernt. Rückseitig dieser Wangenkanten verläuft ein LED-Lichtband, das die flächige Rückwand optisch hervorhebt. Dabei sorgt das bewusst inszenierte indirekte Licht für eine dreidimensionale Wirkung des neuen ICONIC Regalsystems.



Konsequent führt sich die reduzierte Materialstärke der Front beim Auszugssystem M8 fort. Die filigrane Ästhetik der nur 8 mm starken Metallseiten wird durch den edlen Farbton carbon-grau unterstützt.



Durch die reduzierte Materialstärke überzeugt Contino E12 nicht nur optisch dank des hochwertigen Erscheinungsbildes einer grifflosen Oberfläche, sondern auch haptisch im Vergleich zu stärkeren Standardfronten.

Das Verständnis von Raum wird bei diesem exemplarischen Planungsszenario von LEICHT gänzlich aufgelöst und neu zusammengesetzt: Während sich architektonische Begrenzungen in der Regel an feststehenden Wänden orientieren, konzentriert sich dieses zukunftsgerichtete Planungsbeispiel im ersten Schritt auf das ICONIC Regal sowie auf einen freistehenden und begehbaren

Kubus. Dieser Raum-im-Raum von LEICHT ist das strukturelle Herzstück, das nicht nur optisch prägt, sondern gleichzeitig auch als funktionaler Hauswirtschaftsraum cleveren Stauraum bietet. Als deckenhoher Solitär aus dem Echtholz-Oberflächenprogramm TOPOS in bergamo ulme entworfen, der den Blick in die Höhe zieht, findet Küche und Kochen rundherum statt. Unmittelbar vom Raum-im-Raum abgehend, ragt eine großzügige Insel in den offenen Wohnbereich hinein und bestimmt, als Kontrast zum vertikal nach oben verlaufenden Kubus, die horizontale Linienführung. Hier kommt die neue, dünne Front Contino E12 in der Oberfläche ALURO zum Einsatz. Ihre einzigartige Materialstärke von 12 mm und ihre gefaste Aluminiumkante unterstützen die reduzierte Geradlinigkeit des Gesamtszenarios.

Beim Öffnen der durchgängig um den Inselblock verlaufenden Schrankelemente finden sich das neue Auszugssystem M8 und die Korpusinnenfarbe carbon-grau wieder, welche die Materialbeschaffenheit des Aluminiums ideal ergänzen.

www.leicht.de

TISCHLEREI HELMER

„Menschen glücklich machen“

Das Familienunternehmen Helmer im Norden von Wien setzt in mehrerer Hinsicht Zeichen. Regionalität und Nachhaltigkeit sind dort schon seit Jahrzehnten gelebte Philosophie und die Lehrlingsausbildung eine Selbstverständlichkeit. Die Familie Helmer/Krexner im Portrait. VON LILLY UNTERRADER

„Zu fällen einen schönen Baum, braucht's eine halbe Stunde kaum. Zu wachsen, bis man ihn bewundert, braucht er, bedenk' es, ein Jahrhundert.“ Diese Worte begrüßen einen, wenn man den neuen Schauraum der Familie Helmer in Obersdorf nördlich von Wien besucht. Es steht – ebenso wie die vier im Außenbereich gesetzten jungen Bäume: Ahorn, Buche, Eiche und Nuss – für

die Philosophie und das Denken des Unternehmens, das heuer schon sein 40-jähriges Bestehen feiert: Arbeiten im Kreislauf der Natur, nachhaltig, ressourcenschonend.

Dabei waren die Anfänge alles andere als einfach, als Franz Helmer 1982 im wahrsten Sinne des Wortes in seiner eigenen Garage begann, die ersten Küchen zu fertigen. Wie

es dazu kam? „Ich war damals Monteur bei der Firma ÖAG und habe alleine die Küchen montiert. Bei den Kunden draußen habe ich einiges gesehen ...“ Bald dachte Helmer, das kann man doch besser machen, und so schritt er zur Tat. Anfangs alleine, bald schon stieß sein Bruder Georg dazu. Als er sich bei der Wirtschaftskammer Rat und Unterstützung holen wollte, wurde ihm jedoch von einem eigenen Betrieb abgeraten. Immerhin waren die Zinsen, als er das erste Grundstück 1991 kaufte, noch bei astronomischen 12 %. „Eine harte Zeit“, wie Helmer konstatiert, „aber ich war schon immer eine Kämpfernatur.“ Und so folgte er dem Rat eines Ausstellers einer Messe, baute vorerst kleiner als geplant und verfolgte weiter seine Ziele, nämlich: „Menschen glücklich zu machen.“ – Ist es das, was ihn im täglichen Leben antreibt? Helmer denkt nicht lange nach: „Definitiv. Wir machen so vielen Leuten Freude, und das ist ein schönes Gefühl. Man sieht, wie etwas entsteht und das ist toll.“



V.l.: Franz Helmer, Ehefrau Maria, Tochter Susanne Krexner und Sohn Thomas Helmer.



Der neue Schauraum für Schlafen und Couchen wurde erst im vergangenen Herbst eröffnet.

Gemeinsam im Auftrag des Kunden

Heute beschäftigt die Tischlerei Helmer 32 Personen, davon acht Lehrlinge. Helmer: „Mir war von Beginn an die Lehrlingsausbildung sehr wichtig. Wir haben über die Jahre sicher schon 58 Lehrlinge ausgebildet.“ Dabei sind, wie auch gerade aktuell, viele Frauen und einige im zweiten Bildungsweg. An Franz Helmers Seite arbeiten heute neben seiner Frau Maria seit nunmehr fast 16 Jahren auch die Kinder Susanne und Thomas, beide im zweiten Bildungsweg. Susanne verantwortet die Schauräume, Thomas die Produktion, er ist auch als Geschäftsführer eingetragen und hat zudem die Funktion als Innungsmeister von seinem Vater übernommen.

Und wie sieht Helmer sen. die Fachkräftesituation? „Wir haben uns unsere Mitarbeiter immer selbst ausgebildet, aber die Situation wird immer schwieriger.“ Sein Sohn Thomas ergänzt: „Den Fachkräftemangel hatten wir bis vor zwei Jahren, jetzt haben wir einen Mitarbeitermangel. Tatsächlich ist es so, dass man auch nichtausgebildete Mitarbeiter nur



Kleines Bild: So hat alles begonnen. In der eigenen Garage baute Franz Helmer vor 40 Jahren die ersten Küchen. Jedes Jahr wurde erweitert, bis heuer zwei Schauräume das gesamte Einrichtungsrepertoire abbilden.



sehr schwer bekommt.“ Auch andernorts fühlen sich die Unternehmer von Politik und Industrie im Stich gelassen: „Die Thematiken Preiserhöhungen und Lieferproblematik sind aktuell sehr herausfordernd. Teilweise sind die Preiserhöhungen sogar selbstgemacht von der Industrie, durch Zurückhalten von Ware und künstlich erzeugten Engpässen“, so Helmer. Und weiter: „Früher wurden die Preise nach Bestelldatum abgerechnet, jetzt zählt das Datum der Lieferung.“ Ein fatales Unterfangen in Zeiten von notorischen Lieferengpässen und mehrmaligen Preiserhöhungen im Jahr.

Aufträge ins neue Jahr hinein

Wie sehen die Helmers die nähere Zukunft für die Branche und den Betrieb? Thomas Helmer: „Um unser Unternehmen mache ich mir aktuell keine größeren Sorgen, wir sind für heuer ausgebucht und unsere Aufträge gehen weit ins nächste Jahr hinein. Aber klar ist, die sehr hohe Nachfrage durch Corona wird vermutlich Anfang nächstes Jahr wieder auf ein Vorkrisen-Niveau zurückgehen. Und da werden einige, die sich dadurch hinübergerettet haben, wohl unter die Räder kommen.“

Ressourcenschonung, Umweltschutz und nachhaltiges Arbeiten

Ein weiteres aktuelles Thema muss im Betrieb Helmer nicht erst groß gelernt werden. Denn schon von Beginn an hat man auf nachhaltiges und umweltbewusstes Arbeiten großen Wert gelegt, so der Senior-Chef: „Umweltschutz, Ressourcenschonung, Regionalität und Müllvermeidung waren bei uns immer an der Tagesordnung.“ Nicht nur dass die Küchen komplett selbst gefertigt werden – vom Zuschnitt, über die Bekantung („wir bekanteten alles mit PU, das ist wasserfest und hebt uns von industriell gefertigten Küchen ab“, so Helmer sen. stolz) bis zur Montage – dort, wo zugekauft wird, setzt man auf regionale Partner, wie Anrei, Voglauer, sedda. Zudem werden die produzierten Möbel seit jeher in Decken verpackt, sodass kein zusätzliches Verpackungsmaterial anfällt. Der Fuhrpark wurde schon vor Jahren um vorerst vier Elektroautos ergänzt, die Solaranlage am Dach soll bald vergrößert werden.

Stetige Investition und der Blick auf das Ganze

Heute ist die Tischlerei Helmer eine Lokalgröße. „In meiner Heimatgemeinde stehen

350 Häuser, 250 davon hab ich mit Küchen ausgestattet ...“ Investiert wird praktisch jedes Jahr. In diesem Frühjahr wurde eine neue CNC-Fräse sowie eine neue Lasermaschine angeschafft. Der zweite Schauraum, der sich dem Schlafen, Couchen widmet, wurde ebenfalls vor kurzem eröffnet. Ebenfalls neu ist die Ausstellung von Outdoor-Möbeln. Susanne Krexner: „Wir haben von Beginn an schon immer alles an Einrichtung gemacht, in den vergangenen Jahren hat sich das aber dahin entwickelt, dass wir ein Gesamtkonzept erstellen. Dass sich Farben und Motive durch die gesamte Wohnsituation durchziehen.“ Thomas ergänzt: „Früher haben die Leute Raum für Raum eingerichtet, jetzt wird es immer mehr in einem geplant.“ Und wenn einmal etwas nicht passt? Ein weiterer wesentlicher Punkt für Helmer: „Für uns ist die Qualität extrem wichtig. Und im Falle, dass der Kunde unzufrieden sein sollte, ist die perfekt abgewickelte Reklamation das Wichtigste. Wenn etwas passiert, und das kann immer sein, reagieren wir schnell und kompetent und das ist dann die beste Werbung.“

www.helmer-dietischlerei.at

KÜCHENTREFF

Losgelöst und mit voller Fahrt

Der Verband lud Anfang Juli unter dem Motto „Leinen los!“ zum Familientreffen, zur Netzwerkplattform, zur Fortbildung, zur Diskussion – und nicht zuletzt zum Feiern.

Das Programm war breit gefächert, vom Rahmenprogramm, den Ehrungen bis hin zum allseits beliebten Socializing und Feiern. Nach dem Organisatorischen begann der inhaltlich spannende Teil, der nun erstmals live von den beiden „neuen“ Geschäftsführern Daniel Borgstedt und Marko Steinmeier samt offizieller Staffelübergabe eingeleitet wurde.

Wie verliefen die ersten Jahre der neuen Spitze? Neben der starken Kooperation mit Partnerverbänden, die KüchenTreff mit einem gemeinsamen Umsatz von 1,2 Mrd. Euro zu einem Teil der größten Einkaufsgemeinschaft in Deutschland macht, wurden eine mittlere Managementebene eingeführt und der Außendienst neu aufgestellt. Die Geschäftszahlen wuchsen überplanmäßig um mehr als 19 % und auch die Mitgliederzahlen stiegen: Zum Stichtag 31. Dezember 2021 gab es 486 Mitglieder mit 509 Küchenstudios – ein Zuwachs von 17,6 Prozent bei den Mitgliedern. Christian Schneider, Inhaber von KüchenTreff Homberg, bekam bereits zum siebten Mal in Folge den Service-Award, als Küchenstudio mit den besten Online-Bewertungen. Im Anschluss wurden die Jubilare geehrt – u. a. KüchenTreff Leue mit beachtlichen 25 Jahren Verbandsmitgliedschaft. Ein Highlight des Tages folgte im Anschluss: die offizielle Ehrung und Verabschiedung von Franz Bahlmann.



„KüchenTreff ist nicht irgendein Verband, sondern eine Gemeinschaft, die sich mit Freude, Kreativität und Freundschaft der Herausforderungen der Zukunft annimmt. Das hat man auch an diesen zwei Tagen erlebt, an denen durchweg eine freundliche, entspannte, lockere Atmosphäre herrschte. Der familiäre Spirit war überall und jederzeit spürbar – und vor allem am Abend, wo KüchenTreff gezeigt hat, dass wir auch feiern können!“

Marko Steinmeier, hier mit Co-GF Daniel Borgstedt (r.) und Daniel Bahlmann.

Volle Fahrt voraus

In diesem Sinne sorgten hochkarätige Speaker mit ihren Vorträgen für unterschiedliche Perspektiven auf das Thema „Change“. Key-Note-Speakerin Anja Förster lieferte einen enthusiastischen und aufrüttelnden Vortrag dazu, welchen Fragen sich Unternehmen stellen müssen, um neue Wege zu beschreiten.

Das Abendprogramm schließlich fand in der Alten Werft statt. Inmitten dieses coolen Mixes aus Design und Selbstgebautem, aus Paletten, Hochbeeten und Containern lässt es sich hervorragend feiern. Nachdem es

mit einem der bekanntesten Bremer Shanty-Chöre traditionell losging, wurde es zu späterer Stunde Zeit, das Tempo anzuziehen: Tänzer mit Laserkostümen holten die Gemeinschaft, die sich bei gutem Wetter noch großteils draußen aufhielt, in die Räumlichkeiten, wo eine Band, DJs und sogar eine Seiltänzerin für Festivalstimmung sorgten. Wer wollte, konnte auch selbst aktiv werden, sich temporäre Tattoos „stechen“ lassen oder Fotos vor einem Green Screen machen lassen. Bis in die frühen Morgenstunden wurde getanzt, gefeiert, geredet ...

www.kuechentreff.de



Fotos: KüchenTreff



Räume erleben

Die Rotpunkt-Küche ist das Zentrum des Wohnens und des Genießens. Nie war es gemütlicher, nie komfortabler, nie funktionaler. Dieses Lebensgefühl transportieren unsere Möbel in immer weitere Lebensbereiche – bis ins Wohnen und den Hauswirtschaftsraum. Wir laden Sie ein, diese Räume gemeinsam mit uns zu erleben. Zur Hausmesse vom 17. bis 23. September 2022 können Sie unser neues flexibles System für Ankleidezimmer entdecken. Und darüber hinaus neue Oberflächen, neue Farben und eine neue Ausstattung für die Schubladen-Organisation. Für die Küche – und darüber hinaus. Wir freuen uns auf Sie.

welcome
home.

Hausmesse 2022
17. – 23. September

KM KÜCHENMEILE
GERMANY

Rotpunkt Küchen GmbH

Ladestraße 52

32257 Bünde

Germany

rotpunktkuechen.de

 [rotpunktkuechen](https://www.facebook.com/rotpunktkuechen)

 [rotpunktkuechen_de](https://www.instagram.com/rotpunktkuechen_de)

 [rotpunkt-kuechen-gmbh](https://www.x.com/rotpunkt-kuechen-gmbh)

 [rotpunkt-kuechen-gmbh](https://www.linkedin.com/company/rotpunkt-kuechen-gmbh)

OLINA EBEN

Eröffnung nach Studioübernahme

Beim bestens etablierten oline Studio mitten in Eben blieb kein Stein auf dem anderen. Anton Mühlthaler, der neue Studioinhaber, hat das Geschäft mit außergewöhnlichen Details und einer markanten, neuen Außenfassade aus edlem Teakholz zu einem echten Hingucker gemacht.

Tischlermeister Anton Mühlthaler übernahm mit Februar 2022 das bestens etablierte Studio vom langjährigen oline Partner Gerhard Pfister, der nach mehr als 20jähriger erfolgreicher Tätigkeit seinen wohlverdienten Ruhestand angetreten hat. Pfister etablierte oline Küchen zu einem renommierten und ver-



Auf 140 m² werden neben oline Küchen auch Essplätze und Wohnlösungen präsentiert. V.l.: Studiobetreiber Anton Mühlthaler, ehemaliger online-Partner Gerhard Pfister mit Martin Laireiter, Geschäftsführer der oline Franchise GmbH.

„Mit dem Küchenstudio, kombiniert mit einer Tischlerei zur Fertigung individueller Wohnwünsche, sehe ich meinen Betrieb bestens für die Zukunft aufgestellt.“

Anton Mühlthaler

lässlichen Küchen- und Einrichtungsstudio über die Grenzen des Pongaus hinaus. Auf diesem Fundament kann Anton Mühlthaler nun seine Ideen und Vorstellungen des gesamtheitlichen Einrichtens weiterentwickeln. Im neuen Studio werden auf 140 m² neben wunderschönen oline Küchen auch Essplätze

und Wohnlösungen präsentiert, die auf Kundenwunsch ganz individuell in der hauseigenen Tischlerei umgesetzt werden können. „Durch die Realisierung eines Küchenstudios, das meinem Design- und Qualitätsanspruch gerecht wird, kombiniert mit der Möglichkeit, in der Tischlerei individuelle Wohnwünsche fertigen zu können, sehe ich meinen Betrieb bestens für die Zukunft aufgestellt“, so der stolze Studiobetreiber Anton Mühlthaler.

Gefeiert wurde an drei Tagen

Zum Pre-Opening im Juni 2022 waren neben der Familie zahlreiche Freunde und

Industriepartner sowie die Kollegen aus dem oline Netzwerk eingeladen. Karl Rinner, der den Studio-Relaunch seitens der Zentrale koordinierte und unterstützte, wurde von Martin Laireiter, Geschäftsführer der oline Franchise GmbH begleitet, der Anton Mühlthaler den symbolischen Schlüssel für eine erfolgreiche Zukunft überreichte. Die darauffolgenden zwei Eröffnungstage am 24. und 25. Juni waren ein voller Erfolg. Viele Besucher konnten sich in lockerer Atmosphäre und bei einem guten Glas Wein von der neuen Ausstellung sowie dem fundierten Fachwissen von Anton Mühlthaler inspirieren lassen.

www.oline-franchise.com

Die Außenfassade aus Teakholz macht das oline-Studio zu einem markanten Hingucker. ▶

Lockere Atmosphäre und gut gelaunte Besucher an den beiden Eröffnungstagen. ▶▶



Fotos: oline Franchise

FACHVERBAND MATRATZEN INDUSTRIE

In neuem Glanz

Die Website des Fachverbands Matratzen-Industrie e.V. wurde nach einer Generalüberholung nun neu präsentiert. Obendrauf gibt's auch ein neues Logo.

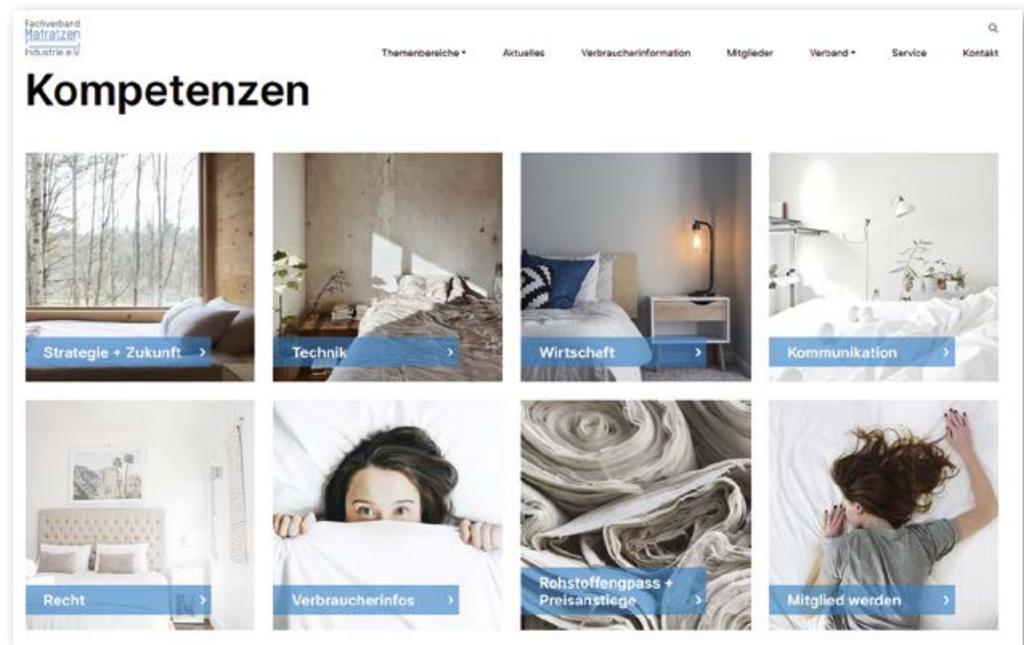


Im Fokus stand, dass das neue Logo gleich auf den ersten Blick erkennbar macht, wofür der Fachverband Matratzen-Industrie e. V. steht. Zudem soll es durch seine moderne und klare Formensprache schnell im Gedächtnis verankert bleiben und einen hohen Wiedererkennungswert haben.

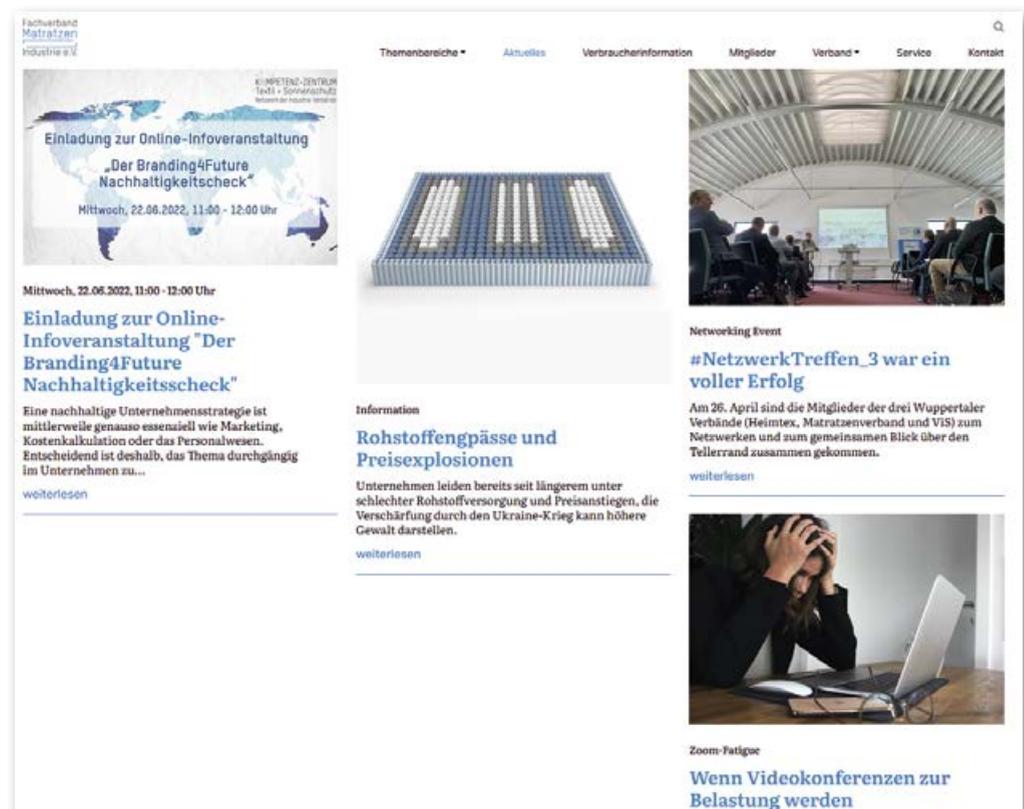
Ebenso soll die nun nach einer Generalüberholung neu präsentierte Website Klarheit und Struktur vermitteln. Mit dem Auftritt auf der Website www.matratzenverband.de präsentiert sich der Verband als DER Experte für die Matratzen-Branche mit seinem umfassenden Produkt- und Serviceportfolio, technischen Know-how und seinem Netzwerk. Das ansprechende Webdesign weckt das Interesse der Besucher – nicht zuletzt durch die Unternehmensprofile der Mitglieder des Matratzen-Verbands. In der Rubrik „Verbraucherinformation“ finden Konsumenten praktische Tipps zum Matratzenkauf, Besonderheiten der unterschiedlichen Matratzenarten und Ratschläge rund um das Thema „Schlafen“. Im Segment Strategie und Zukunft etwa widmet man sich u.a. auch den Megathemen Nachhaltigkeit und Kreislaufwirtschaft.

Weitere Unterpunkte sind „Aktuelles“, wo sich Termine und Aktivitäten, aber auch Informationen zu relevanten brisanten Themen finden, sowie der Bereich „Kompetenzen“. Hier findet der User noch einmal einen strukturierten Überblick über das Angebotsspektrum des Verbands.

www.matratzenverband.de



Die Kompetenzen übersichtlich zusammengefasst.



Termine, aber auch aktuelle Themen finden sich in diesem Segment.

MHK-ÖSTERREICH ORGANISIERT VERTRIEBSVERANSTALTUNG AM ATTERSEE

35 Teilnehmer. Drei Tagespunkte. 3,5 Stunden.

Ende Juni lud MHK Österreich neola- und MHK Handelspartner:innen, die daran interessiert sind, die erfolgreiche Eigenmarke in ihr Programm aufzunehmen, zu einer Informationsveranstaltung ins Salzkammergut ein.

Ziel des Treffens war es, das neola-Konzept vorzustellen, aufzuzeigen, wie die Handelspartner:innen noch stärker von der Eigenmarke profitieren können und den Austausch untereinander, aber auch mit der Industrie zu fördern. Gelegenheiten dazu boten sich zahlreiche, denn neben MHK Österreich waren auch der Außendienst der Schüller Möbelwerk KG, Hersteller der neola-Küchen, sowie Andreas Knebler, Leiter Eigenmarken, angereist.

Die insgesamt 35 Gäste erlebten ein auf die wichtigsten Themen konzentriertes Programm, dessen Agenda genau drei Tagespunkte umfasste. So gab Günter Schwarzmüller, Geschäftsführer MHK Österreich, einen Überblick über die aktuelle Marktsituation in Österreich. Im Anschluss berichtete Andreas Knebler von den neola-Neuheiten und wie sich die Marke entwickelt. Sein Vortrag schloss mit der Verleihung der neola-Awards. Die vier Auszeichnungen gingen an die erfolgreichsten Handelspartner:innen und sind für selbige ein Marketingbaustein, um sich als Marke vor Ort zu etablieren. Abgerundet wurde die Veranstaltung schließlich durch die Unternehmenspräsentation der Schüller Möbelwerk KG. Zu den besonderen Highlights zählte, dass Schüller die Neuheiten seiner Premiummarke next125, die in Mailand erst kürzlich auf dem Salone del Mobile vorgestellt wurden, im Gepäck hatte und diese präsentierte.



Die Preisträger, v.l.: MHK: Mag. Günter Schwarzmüller, Cookina: Ulrike Hofer, Ing. Bernhard Brandstätter, Schwab Küchen: Pollhammer Bernd, Eilmannsberger: Silke und Manfred Eilmannsberger, MHK: Andreas Knebler (Leiter Konzeptmarken, Neola), Schüller Küchen: Sebastian Dunkl.

Nach 3,5 informationsreichen Stunden ging es auf die Terrasse des Hotel Oberndorfer mit Blick über den schönen Attersee. Hier aß man gemeinsam zu Abend und hatte die Gelegenheit, sich in ungezwungener Atmosphäre auszutauschen und zu netzwerken. Das Fazit der anwesenden Handelspartner:innen war einstimmig: „Die Veranstaltung in solch einem komprimierten Format abzuhalten, war eine super Idee. Die Zeit war optimal kalkuliert, um sich über Aktuelles und Zukünftiges auf Stand zu bringen und beim Abendessen den ein oder anderen Punkt im persönlichen Gespräch mit anderen Unter-

nehmer:innen und der Industrie zu vertiefen. Von diesem ‚Speed-Event‘ wird es hoffentlich eine Fortsetzung geben.“

Und auch Silvia Rieschl, Marketingmanagerin MHK Österreich, zeigte sich mit der von ihr und dem Team organisierten Veranstaltung sehr zufrieden: „Das war genau die richtige Mischung aus Information und kommunikativem Beisammensein. Und eine malerische Kulisse – den Attersee – gab es noch obendrauf.“

www.mhk.at



Das MHK Team bei der Veranstaltung, v.l.: Andreas Knebler (Leiter Konzeptmarken, Neola), Mag. Günter Schwarzmüller, Silvia Rieschl, Andreas Kummer, Christian Landry.

35 Teilnehmer informierten sich über das neola-Konzept.

Besuchen Sie uns!
area 30 in Löhne
vom 17. - 22.09.22
Stand G31



Neue Armatur
Tradizione in
Gold

Goldrichtig

Statements mit Armaturen und Co.

Die neue KARA 51 F für den 50er-
Einbauschränk mit neuer Armatur
und Zubehör im trendigen Gold.



OZONOS®

KOCHFELDER mit integrierter Aircleaner Steuerung und smarterer AC-II

Ein Tag mit Roland Trettl.
Link zum Video: bit.ly/3CxBS1u



Frischlufte auf einem ganz neuen Niveau.

Dass OZONOS® für frische Luft und Hygiene sorgt, sollte inzwischen jedem bekannt sein. Das Salzburger Unternehmen hat bereits vor über fünf Jahren mit seinem mehrfach patentierten Aircleaner den Markt revolutioniert und die Lebensqualität unzähliger Haushalte und Unternehmen auf das nächste Level gehoben. Kein Wunder, denn OZONOS® beseitigt schlechte Gerüche, Allergene, Aerosolfette, Bakterien, Viren und Keime. Mit seinen extrem leisen 37 Dezibel und seinem geringen Stromverbrauch von 14 Watt ist das Frischluftwunder daher besonders gefragt in Küche, Wohnbereichen, Gastronomie und Hotellerie, um die Räume geruchsneutral, Allergiker-freundlich und hygienisch zu bekommen.

Jetzt geht OZONOS® in die nächste Runde: In Kürze werden zwei neue Produkte gelauncht und auf der area30 im September erstmalig präsentiert, die richtige Meilensteine für die Marke und ihre Kunden darstellen werden: Der smarte OZONOS® AC-II sowie OZONOS® XENIA & KALISTA, die innovativen Kochfelder-Serien des Unternehmens für die private und professionelle Küche.



OZONOS® KALISTA und XENIA – die Kochfelder der Zukunft

Keine Frage: Kochen gehört zu den täglichen ToDo's im privaten Haushalt und selbstverständlich auch in der Profi-Küche. Doch das herkömmliche Kochfeld kann im Grunde nicht viel mehr als Pfannen und Töpfe erhitzen – und vielleicht mit viel Glück noch eine integrierte Eieruhr bedienen. Die brandneuen OZONOS® Kochfelder mit den Namen KALISTA und XENIA revolutionieren die komplette Branche. Denn die Kochfelder von OZONOS® können die Aircleaner in den Versionen AC-I, AC-II und sogar die Deckenleuch-

te STELLA in der Küche per Touchdisplay ansteuern. Zusätzlich gibt es die KALISTA-Kochfelder auch noch in der Muldenlüfter-Variante mit eingebautem Dunstabzug, so dass nicht nur Gerüche und Aerosolfette in der Luft, sondern auch direkter Dunst der beim Kochen entsteht, sofort beseitigt wird: Willkommen in der Welt der Dunstabzugshauben 2.0! Push the button auf dem Kochfeld und schon sorgt der OZONOS® Aircleaner in vier verschiedenen Timer-Stufen für absolute Hygiene. Auch die Dimmung des Lichts der Deckenleuchte STELLA mit integriertem Aircleaner kann problemlos über das Kochfeld geregelt und sogar in fünf Stufen gedimmt werden.

Aber KALISTA und XENIA können sogar noch viel mehr und schaffen eine immense Steigerung des Komforts beim Kochen: Mit der Ankochautomatik wird die Kochzone kurze Zeit auf volle Leistung gestellt. Das heißt im Klartext: Nach Ablauf einer vorgegebenen Zeit stellt sich die Kochzone automatisch auf die vorher gewählte Stufe zurück. Die Recallfunktion ist ebenfalls sehr hilfreich: Wer kennt das nicht? Ein paar Tropfen Wasser landen auf dem Kochfeld und der Herd schaltet sich ab. Das nervt natürlich ohne Ende! Nicht mehr mit den OZONOS® Kochfeldern: Wer versehentlich sein Kochfeld ausgeschaltet hat



OZONOS® Kochfeld XENIA



OZONOS® Kochfeld KALISTA



Starkoch Roland Trettl schwört auf OZONOS®.

und es innerhalb von zehn Sekunden wieder startet, reaktiviert alle Leistungsstufen und Zeiteinstellungen, die vorher bereits eingestellt waren – wie von Zauberhand. So lässt sich der Kochvorgang ungehindert fortsetzen.

Mit der Brückenfunktion hebt sich der Komfort für Bräter auf ein ganz neues Level: Wenn ein Bräter auf das Kochfeld gestellt wird, werden automatisch mehrere Kochzonen zusammen aktiviert, so dass der große Topf gleichmäßig ausreichend Hitze bekommt.

Mit der Warmhaltstufe können Speisen in idealer Weise warm gehalten werden – unabhängig von der Menge. Durch die intelligente Überwachung der Topfbodentemperatur werden Speisen serviergerecht temperiert, ohne dass sie festbrennen. So kann sich jeder ganz der Gestaltung des übrigen Menüs widmen. Ein Timer ist selbstverständlich auch integriert – Ehrensache!

Die intelligente Verriegelung sorgt dafür, dass die Herdplatten ungewollt verstellt werden. Kinderhände, Wassertropfen oder die eigene Hektik – das kennt jeder und kann diese Bedenken ab sofort mit den OZONOS® Kochfeldern vergessen.

Die automatische Topferkennung analysiert die Größe der Töpfe und Pfannen und sorgt für eine automatische Aktivierung der Zahlenreihe: Beim Einschalten wird bereits aufgesetztes Kochgeschirr sofort erkannt.

Fazit: Die Kochfelder KALISTA und XENIA bilden zusammen mit OZONOS®

eine innovative Einheit, die man so zuvor noch nicht erlebt hat. Die Symbiose aus intelligentem Kochfeld, Muldenlüfter-Funktion und dem OZONOS® Aircleaner beseitigt Gerüche und Aerosolfette sowie Dunst direkt während des Kochens und ist bequem per Knopfdruck ansteuerbar über das KALISTA & XENIA Kochfeld.

OZONOS® AC-II smarte Luftreinigung

Der AC-II wird das Handling von OZONOS® revolutionieren, denn in dieser Serie wird auf Touch-Display, WLAN-Verbindung und App-Steuerung gesetzt. Richtig gelesen: Der neue OZONOS® wird smart: OZONOS® AC-II kann künftig ganz einfach direkt ins WLAN eingebunden werden, um dann via App und Online-Plattform gesteuert zu werden. Die Vorteile liegen auf der Hand: Es können feste Zeiten programmiert werden, in denen die Luftreinigung dann ganz von alleine stattfindet. Feste Kochzeiten? Kein Problem. Ein frisch gereinigtes und allergenfreies

Schlafzimmer pünktlich zum Bettgehen? Eine frische Wohnung direkt nach dem Urlaub, in denen der OZONOS® beispielsweise jeden Tag zwei Stunden die Luft gereinigt hat? Alles kein Problem mehr mit dem OZONOS® AC-II und der OZONOS® Online-Plattform, in der jeder seinen individuellen und smarten Reinigungsplan für alle OZONOS®-Produkte im Haus von überall erstellen kann.

Gute Nachrichten für alle Fans der Fernbedienung: Selbstverständlich wird der OZONOS® AC-II auch weiterhin mit Fernbedienung ausgeliefert, um den Aircleaner auch ganz schnell mal spontan ein- und auszuschalten. Das Design der Fernbedienung wurde grundlegend überarbeitet und stellt einen stilvollen Eyecatcher im Wohnraum dar. Wer seinen OZONOS® lieber klassisch direkt am Gerät steuern möchte, muss ebenfalls nicht auf Komfort verzichten. Der ehemalige Button wurde durch ein interaktives Touch-Display ersetzt, das unter anderem die verbleibende Restlaufzeit anzeigt. Ein weiteres Highlight ist das flexible Netzteil, welches von 240V bis 230V einsetzbar ist. Das bedeutet, dass selbst der Einsatz in einem Wohnmobil oder LKW problemlos möglich ist.

Geprüft und zertifiziert

Alle OZONOS®-Produkte sind geprüft und zertifiziert, damit das Patent auch Hand und Fuß hat: Der Wirkungsgrad des OZONOS® AC-I wurde durch die OFI Technologie & Innovation GmbH geprüft und über die Digital Elektronik GmbH beim TÜV SÜD zertifiziert und zugelassen. Der OZONOS® AC-II UL Version besitzt sogar eine UL-Zulassung.

Made in Austria und sofort verfügbar

OZONOS® wird komplett in Österreich produziert und ist damit sofort lieferbar. Im Gegensatz zu anderen Produkten, die aktuell extrem lange Lieferzeiten von bis zu einem Jahr aufweisen, ist OZONOS® in nur wenigen Tagen bei Ihnen. Der smarte Aircleaner und die innovativen Kochfelder werden erstmals auf der area30 vorgestellt. Vorbestellungen können auch jetzt schon direkt bei OZONOS® aufgegeben werden, damit Sie zu den ersten gehören, die mit den neuen OZONOS®-Produkten Ihre Räume cleanen.

Weitere Informationen zu OZONOS®, den Vorteilen und vielseitigen Anwendungsbereichen erhalten Sie über folgenden Link:

www.ozonos.com



QUOOKER

Warum Quooker ein passender Lieferantenpartner ist

Mit diesen Informationen im Vorfeld der anstehenden area30 motiviert Quooker zu einem Besuch auf dem Messestand: area30 Lübbecke Str. 29, 32584 Löhne, Stand: G20

Quooker ist in den vergangenen Jahren in Österreich sehr stark gewachsen und die einst genannte Nische, hat sich zu einer relevanten Produktkategorie entwickelt. Durch große Marketing-Investments kennt ein Großteil der Zielgruppe die Quooker Produktkategorie, Quooker ist Marke Nummer 1 im Segment der multifunktionalen Armaturen!

Warum Quooker für den Fachhandel ein passender Lieferantenpartner sein könnte?

- a) innovatives und nachhaltiges Produkt
- b) eine tolle Story
- c) überzeugende Qualität und Design
- d) verlässlicher österreichweiter Kundendienst
- e) ein klarer Vertriebsweg und keinen Großhandel



Wofür steht Quooker?

Quooker steht für wegweisende Innovationen! Durch stetige Weiterentwicklung der seit 1992 erhältlichen Quooker Systeme bietet Quooker ein erprobtes Produkt. Ein Quooker in der Küche bedeutet Effizienz durch Energie- und Zeitersparnis sowie Komfort durch deutliche Erleichterungen im Alltag. Zum Beispiel bei Kochprozessen oder auch der Tatsache, dass Flaschenschleppen der Vergangenheit angehört.

Besonders stolz ist Quooker allerdings – in Zeiten wie diesen – ein Produkt anbieten zu können, welches Nachhaltigkeit und Energieeffizienz mit Komfort wie kaum ein anderes vereint. Der bewusste Umgang

mit Ressourcen wie Wasser und Energie ist aus unserem und dem Leben vieler Nutzer nicht mehr wegzudenken.

Der Quooker ist im Planungsprozess nicht mehr “nur” als Wasserhahn, sondern als Einbaugerät zu verstehen. Ob Blanchieren von Gemüse, Pochieren von Eiern/Fisch, der schnellen frischen Pasta, der Zubereitung von Babynahrung oder eben sogar dem Desinfizieren von Schneidebrettern und Messern – der Quooker ist ein Allzweck-Helfer im Alltag und erleichtert Einiges. Die vielen Vorzüge von Quooker erleben Sie live bei einem Besuch der area30 in Löhne anlässlich der Küchenmeile vom 17. bis 25. September.

www.quooker.at

Hausmesse 2022
17. – 22. September
9.00 – 18.00 Uhr



Feel it

unverkennbar regina.



german
brand
award
22
winner

STAURAUUM

Stauraum ist nicht gleich Stauraum

Was braucht man, wenn man eine Wohnung oder Haus bezieht? Eine Küche, ein Bad und an dritter Stelle viel Stauraum. Vor allem in der Küche ist Stauraum gefragt.

Stauraum ist nicht gleich Stauraum, weil Raum ist schnell vorhanden und ebenso schnell ist dieser vollgeräumt. Also geht es um einen sogenannten intelligenten Stauraum. Raum der kaum zu sehen ist, wo man wirklich was unterbringt und der simpel zu bedienen ist.

Speziell in der Küche tun sich diesbezüglich die Beschlägerzeuger hervor. Sie (er)finden die Möglichkeiten Laden, Kästen, Schubler und ähnliches bequem und schnell zu öffnen bzw. zu schließen. Und sie schaffen auch das entsprechende Innenleben. So, dass Teller, Dosen, Töpfe und Co optimal den Platz nutzen und leicht zu verwenden sind. Den Möbelbauern sind aufgrund der Vorgaben der Beschlägeindustrie die Hände gebunden. Sie müssen die Möbel den Gegebenheiten anpassen – ein Grund dafür, dass böse Zungen behaupten: „Die Küchen schauen alle gleich



ewe lässt Brotschneidemaschine und das Brot selbst im Unterschrank verschwinden. Foto: ewe

aus“. Aber das stimmt natürlich nicht. Durch eine Vielzahl an Herstellern gibt es auch eine Vielzahl an Stauraumvarianten, die von den Möbelbauern unterschiedlich eingesetzt bzw.

angeordnet werden. Das geht vom Besteck-einsatz bis zum separaten Wirtschaftsraum. Einen kleinen Überblick finden Sie auf den folgenden Seiten. ■

Eigene Hauswirtschaftsbereiche finden auch in Küchen Platz.

Foto: Rotpunkt Küchen

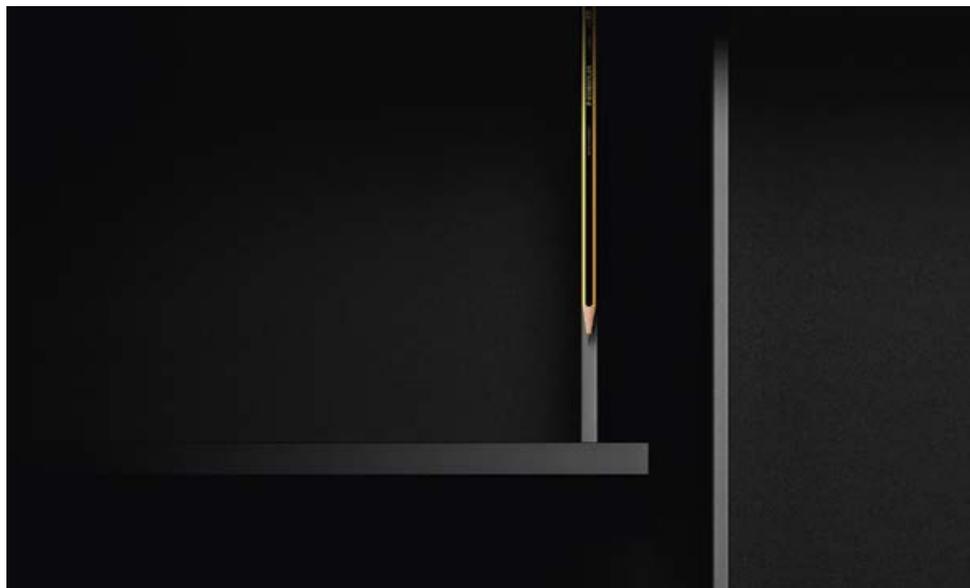


Sehr beliebt und aus einer modernen Küche nicht wegzudenken – die Apothekerauszüge. Foto: regina/rational

GRASS

Ein Stahlschubkasten so schmal wie ein Bleistift

Mit Vionaro V8 läutet GRASS nun die nächste Schubkastengeneration ein. Das nur 8 Millimeter schmale und mit einem German Design Award ausgezeichnete Slim Drawer System ist eine Meisterleistung der Ingenieurskunst – die Bewegung zu einer sinnlichen Erfahrung macht und als zeitlos-minimalistisches Design-Highlight mitten ins Herz des Zeitgeists trifft.



Vionaro V8 Slim Drawer ist die weltweit erste 8 Millimeter One-piece Stahlzarge.

einzelnen Wohnbereichen werden – und ermöglicht dabei eine optimale Stauraumnutzung. Für das perfekte Bewegungserlebnis sorgt dabei eine der weltweit erfolgreichsten Unterflur-Führungen für Vollauszüge: Unter dem Vionaro V8-Schubkasten gewährleistet das Führungs-System Dynapro exzellente Laufeigenschaften, präzise Bewegungen und hohe Stabilität.

Unendliche Gestaltungsmöglichkeiten

Das Vionaro V8 Slim Drawer System ist in fünf Zargenhöhen erhältlich: vom Herdschubkasten bis zum 250-mm-Auszug. Bei den Auszugsoptionen sticht besonders die hohe Glaszarge hervor, die ganz ohne Front- und Rückwandhalter auskommt. Mit verschiedenen Ergänzungen und Designoptionen lässt sich das System zudem weiter individualisieren.

Nachhaltigkeit mitgedacht

Vionaro V8 ist eine reine Stahlzarge, die einzige weltweit, die ganz ohne Kunststoffelemente auskommt. Alle Bauteile werden mittels modernster Laserschweißtechnik miteinander verbunden. Das schafft höchste Stabilität und Langlebigkeit und garantiert eine fast hundertprozentige Recyclingquote.

www.vionaro-v8.com

Nach dem verdeckten Scharnier und dem doppelwandigen Schubkasten hat der Spezialist für Bewegungssysteme eine weitere Innovation geschaffen, die Standards setzt. Das Vionaro V8 Slim Drawer System ist mit 8 Millimeter die schmalste Stahlzarge der Welt.

Harmonie im Möbel und darüber hinaus

Ein System für alle Wohnbereiche: Mit Vionaro V8 bietet GRASS die perfekte Lösung, um Küchen-, Bad- und Wohnmöbel mit dem gleichen Bewegungs-System auszustatten. Das puristische Design lässt Vionaro V8 gewissermaßen zum Bindeglied zwischen den



Das Vionaro V8 Slim Drawer System ist überraschend anders. Die außergewöhnliche Erscheinung verleiht jedem Möbel einen WOW-Faktor. Die perfekte Lösung, um Küchen-, Bad- und Wohnmöbel mit dem gleichen Schubkasten-System auszustatten, das puristisch-elegante Design dient als Bindeglied zwischen den Wohnbereichen.

BALLERINA

Neue Stauraumgewinnung

Der Planungsstil PREMIUMLINE überzeugt mit seiner optimierten Stauraumausnutzung.



Die unteren Auszüge eröffnen durch ihre Höhe ein maximiertes Platzangebot. Ein Innenauszug schafft noch eine zweite Stauraumebene. Der obere Schubkasten bringt mehr Platz für höhere Utensilien, Kochlöffel, größere Gewürzgläser etc. oder einen Innenschubkasten mit einer doppelten Besteckebene. Der Wunsch nach einem klaren Ordnungssystem begegnet einer ideenreichen Archi-

tektur. Bei modernen Fronten betont die PREMIUMLINE den Purismus der grifflosen Gestaltung. Filigran im Fugenbild unterstreicht sie die klare Linienführung. Küchen mit den Fronten der NEW TRADITION bekommen durch die PREMIUMLINE einen klassischen modernen Ausdruck, da auch die Schubkastenvorderstücke die volle Profilierung erhalten.

www.ballerina-kuechen.at

Vertretung für Österreich:

PAC Agentur e.U.

Christian Pabst

A-8591 Maria Lankowitz

T: +43 (0) 664 1876790

christian.pabst@pac.co.at



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

HÄCKER KÜCHEN

Mehr Platz für's Leben

Stauraum hat bei Häcker Küchen viele Facetten.

Dass Platz nicht gleich Platz ist, weiß man immer dann, wenn der Wocheneinkauf einsortiert werden muss. Da kann es schon mal vorkommen, dass Schranktüren und Schubladen nur noch schwer zu schließen sind. Erster Gedanke in solchen Situationen: „Ich brauche mehr Platz“. Gleiches gilt für all die Dinge, die wir in der Küche eher selten benötigen. Vom Eierkocher bis zur Saftpresse. Alles muss sinnvoll und übersichtlich untergebracht werden. Wie das ästhetisch, clever und besonders praktisch funktioniert, zeigt Häcker mit einer ganzen Reihe von außergewöhnlichen Stauraumlösungen.

Bleiben wir zuerst bei dem Gedanken, durch welche Elemente sich mehr Platz in der Küche erzeugen lassen? Dabei fällt der Blick sofort auf die Ecken, in denen so manches Potenzial schlummert. Wer hier zum Beispiel eine ergonomische und einfach zu bedienende

Ecklösung sucht, der findet mit den voll ausschwenkbaren Drehböden „LeMans“ einen komfortablen Zugriff bei 90° Eckschränken. Einfach perfekt, für jede Körpergröße.

Ähnlich zeigt sich auch ein weiteres Produkt, in dem sich Geschirr und Küchenutensilien bestens unterbringen lassen. Wenn auf engstem Raum jeder Zentimeter zählt, sorgt der diagonale Tandem Vorratsauszug für ein cleveres Plus an Platz – ganz ohne Ecken und Kanten. Die stabile Reling hat den Inhalt dabei stets fest im Griff.

Beeindruckend ist auch der große Auftritt der Ecklösung Qanto von Häcker Küchen, der Stauraum quasi auf Knopfdruck liefert. Mit dem Qanto gehören ungenutzte Ecken im Küchenarbeitsbereich der Vergangenheit an und Standgeräte „verschwinden“ wie von Zauberhand. Ob Küchen- oder Kaffeemaschine – hier wird auf Knopfdruck versenkt und auf Knopfdruck hoch-



Auszug mit Vario Einsatz



Auszugsregal Metro Glas



Hochschrank mit Metallrahmen



Tandem Schwenkauszug

gefahren. Dieses Produkt möchte man immer wieder gerne nutzen und ist darüber hinaus ein optisches und technisches Highlight.

Ein weiteres Platzthema basiert oft auf der Wohnungs- bzw. Dachgeometrie. Denn wer in seinem Zuhause eine Dachschräge besitzt, steht bei der Küchenplanung vor der Herausforderung, den verfügbaren Platz bestmöglich zu nutzen. „Dass Häcker Küchen auch Schränke in Sondermaßen für Dachschrägen produzieren kann, ist nicht neu, doch längst nicht hinreichend bekannt. Hier entsteht ein attraktiver Stauraum bis in den letzten Winkel“, so Karin Padinger, Leitung Marketing & Innenarchitektur bei Häcker Küchen. Schränke für Dachschrägen lassen sich hervorragend in die jeweilige Raumsituation integrieren und setzen damit formschöne op-



Besteckeinsatz Massivholz Esche dunkelgrau

tische Akzente. Somit wird auch dieser Platz optimal genutzt.

In den Planungsbereich fallen auch zwei weitere Möglichkeiten, mehr Platz zu schaffen bzw. den vorhandenen Raum besser zu nutzen. Die eine ist dabei so naheliegend wie effektiv – die raumhohe Planung macht es möglich. Mit der Korpushöhe von 221 cm lässt sich so mancher Hochschrank mit jeder Menge Platz realisieren. Ebenso, wie mit der Korpushöhe von 84,5 cm bei Unterschränken. Damit entsteht viel nutzbarer Stauraum bei gleichzeitig bester Ergonomie. Architektonisch immer ein Hingucker: raumhoch

geplante Küchen wirken sehr modern und beeindruckend. In diesen Kontext passen auch Vitrinen, Auszugsregale und weitere Regalsysteme aus dem Hause Häcker. Diese schaffen die perfekte Verbindung zwischen Küche, Wohn- und Essbereich. Zugleich bieten sie Geschirr, Vasen oder Büchern ein attraktives Umfeld zur Aufbewahrung. Edle, schwarze Metallrahmentüren sowie lineare Beleuchtungssysteme werden hier gekonnt in Szene gesetzt.

Für eine neue Küche gibt es viele facettenreiche Planungsoptionen, die jede Menge Platz schaffen

Fast wie ein Geheimversteck wirkt zum Beispiel der Sockelschubkasten. In ihm lassen sich viele kleine Alltagshelferlein unterbringen. Einfach unter dem Unterschrank hervorziehen und Dosen, Bürsten oder Putzlappen sind sofort griffbereit. Ähnlich sieht es auch bei den weiteren Platz- und Ordnungslösungen aus. Mit einer Ausschwenkmechanik im Unterschrank lässt sich im Nu die Arbeitsfläche für eine Küchenmaschine sinnvoll erweitern. Wer kurze Wege zu seinen Getränken favorisiert, der kann auf einen passenden Flaschentragekorb oder ein Flaschenregal zurückgreifen, in dem sich Getränke optimal lagern lassen. Selbst für feuchte Handtücher oder langes Stangenweißbrot gibt es mit dem integrierten Handtuchhalter und dem Baguettebeutel passende Lösungen, die den vorhandenen Raum hervorragend nutzen.

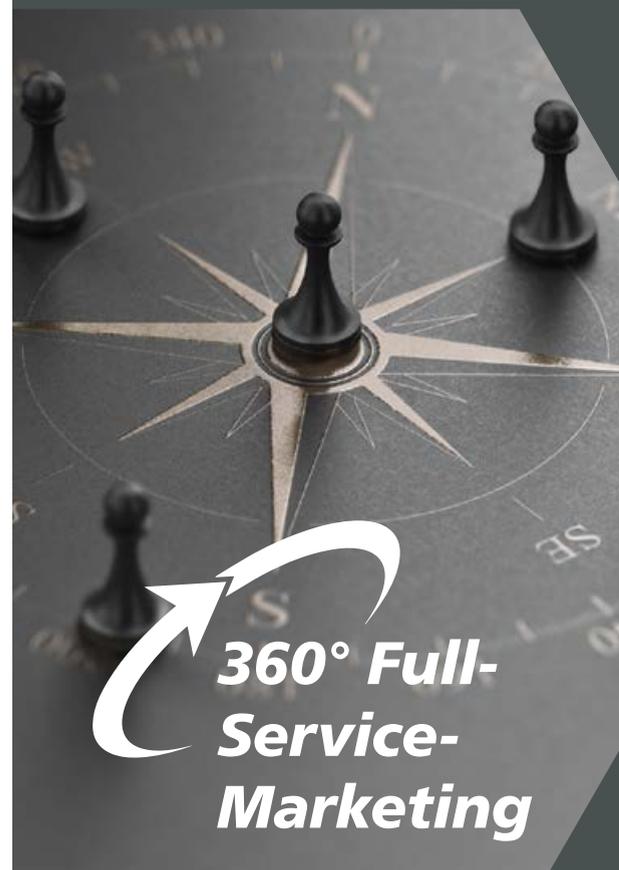
Jedem Schätzchen sein Plätzchen – das Häcker Küchen Ordnungssystem MOVE bringt Ordnung

Auch, wenn Design und Technik einer Küche immer weiter in den Vordergrund »



Vorratshochschrank mit MOVE Orga

**MEHR SERVICE.
MEHR ERFOLG.**



360° Full-Service-Marketing

Sie müssen nicht alle Facetten digitaler Werbung kennen! MZE-Mitglieder können die Entwicklung eines 360°-Marketingkonzepts samt Umsetzung und Betreuung durch einen festen Ansprechpartner in die Hände des MZE-Marketingteams legen! Mehr dazu hier:





Links Auszugssystem SLD, oben Innenorganisation MOVE

rücken – am Ende ist die Küche immer noch ein Ort, der all die Utensilien beherbergt, die man zum Zubereiten von Speisen benötigt. Damit in Schubladen und Auszügen alles schnell wiedergefunden und der Platz optimal genutzt wird, gibt es das Innen-Organisationssystem MOVE. Es sind mehrere Argumente, die für dieses hochwertige System sprechen und es zu einem beliebten Produkt machen. Durch das hochwertige Boxen-System wird das Ordnung halten deutlich vereinfacht. Es schafft auf intelligente Art und Weise die Möglichkeit, jeden Auszug und jeden Schubkasten individuell zu bestücken. Alles bekommt so seinen ganz eigenen Platz und kann durch einen speziellen Besteck- oder Messereinsatz, einen Rollenhalter oder Gewürzeinsatz noch weiter konkretisiert werden.

Wie flexibel das MOVE System einsetzbar ist, zeigt sich beim ersten Blick. Die aus Echtholz gefertigten Kästen können ganz einfach gestapelt und verschoben werden. So entsteht ein System, das ein Maximum an Flexibilität bietet und seinem Namen alle Ehre macht. Besonderer Wert wurde bei der Konzeption auf die eingesetzten Materialien gelegt. Echtholz und Metall charakterisieren das hochwertige System. Hier werden Bestecke harmonisch und sicher aufbewahrt. Ebenso, wie weitere Utensilien, die Kochen zum Erlebnis machen. Perfekt aufeinander abgestimmt und passgenau gearbeitet findet sich hier eine Wertigkeit in der Materialität, die für Begeisterung sorgt. Die variablen Einsatzmöglichkeiten, die sich für Schubkästen, Auszüge, Oberschränke, Reling und Vorratsschränke durch die MOVE-Elemente ergeben, sind vielfältig. Mit einer edlen Optik und hochwertiger Verarbeitung avanciert das

Häcker MOVE System schnell zum beliebten Ordnungshüter in jeder Küche.

Wer die Möglichkeit hat, einen separaten Hauswirtschaftsraum zu planen oder zu nutzen, der findet bei Häcker Küchen ebenfalls eine Reihe von exzellenten Möglichkeiten. Hiermit lassen sich komplette hauswirtschaftliche „Leistungszentren“ erstellen. Ob zur Aufbewahrung von Vorräten und Haushaltswaren oder als Raum für die effiziente Hausarbeit – Stauraum und Arbeit aus der Küche in einen Hauswirtschaftsraum zu verlagern ist eine sinnvolle Alternative bei entsprechender Raumgestaltung. Das Gute daran: man überträgt die Hochwertigkeit der Küche auf weitere Räume. Damit kriert man ein ein-

heitliches Erscheinungsbild und kann die designorientierte Optik auch für das hauswirtschaftliche Umfeld nutzen.

Insgesamt bestehen damit bei Häcker Küchen viele Optionen, mehr Platz in der Küche zu schaffen bzw. den vorhandenen Platz besser zu nutzen. Auf haecker-kuechen.com finden Interessierte weitere Inspirationen und neue Informationen zu hochwertigen Designküchen. Wer sich als Fachhändler persönlich von dem umfangreichen Küchenprogramm inkl. Neuheiten überzeugen möchte, hat auf der Hausmesse von Häcker Küchen, die vom 17. – 23. September in Rödinghausen stattfindet, eine gute Gelegenheit dazu.

www.haecker-kuechen.com

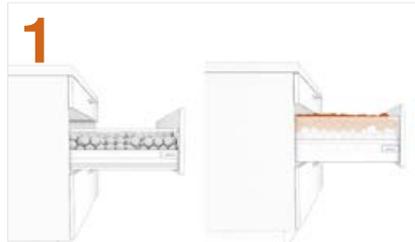


Ein Hauswirtschaftsraum

10 Tipps von Blum für mehr Stauraum

Blum zeigt, wie sich mit einfachen Tipps und Tricks mehr Platz für Vorräte, Töpfe, Geschirr und Kochutensilien herstellen lässt. Überquellende Schränke gehören damit endgültig der Vergangenheit an.

Die Seiten schließen



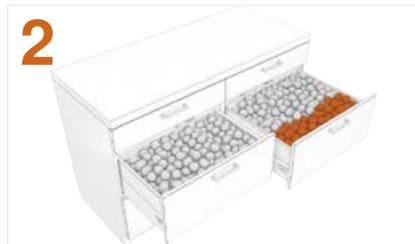
In seitlich geschlossenen Schubladen mit hoher Rückwand lassen sich mehr Staugüter unterbringen und nichts fällt heraus. Das erhöht das Volumen um bis zu 55 %.

Vorratskammer neu erfunden



Das Stauraumwunder SPACE TOWER mit einzeln ausziehbaren Innenauszügen bietet Platz für alle Vorräte. Der Vorratsschrank kann – je nach Bedürfnis – in verschiedenen Breiten umgesetzt werden, von 30 cm bis hin zu 120 cm Breite.

Je tiefer, desto besser



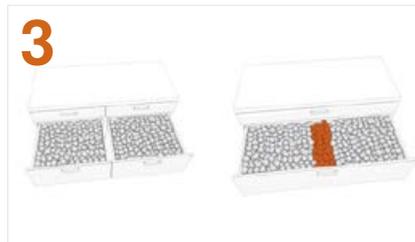
Tiefe Schubladen sind besser nutzbar und bieten mehr Stauraum. Auszüge bis zu einer Tiefe von 65 Zentimeter lassen sich mit MOVENTO von Blum umsetzen. Der Raumgewinn liegt bei bis zu 30 %.

Mut zu kreativen Lösungen



Spülmittelflaschen, Tabs und Bürsten stehen nicht mehr auf der Arbeitsfläche, wenn der ansonsten verschenkte Raum seitlich des Waschbeckens mit Hilfe eines u-förmigen Auszuges nutzbar ist. Das gilt auch für den Badezimmererschrank.

Breite bringt Weite



Wenige breite Elemente bieten mehr Platz als viele schmale Schubladen. Einen breiten statt zwei schmaler Auszüge zu verwenden, schafft bis zu 15 % Stauraumgewinn.

In die Höhe wachsen



Warum nicht neuen Stauraum gewinnen und besser an die Oberschränke kommen? Mit der Sockellösung SPACE STEP! Und sie ist eine praktische Tritthilfe für Kinder, um einfach und sicher im Haushalt mithelfen zu können.

Individuellen Bedürfnisse beachten



Jeder Haushalt ist einzigartig. Gerade der Stauraumbedarf ist sehr individuell und abhängig von der Haushaltsgröße und dem Lebensstil. Bei der Küchenplanung gilt es festzulegen, was wo untergebracht werden soll.

Zusatzplatz für kleine Dinge zaubern



Innenschubkästen sind versteckte Raumwunder: Hinter hohen Fronten lässt sich oft noch eine niedrige Lade einbauen. So lässt sich Platz für viele kleine Utensilien gewinnen.

Nischen zu Stauraum verwandeln



Sind noch ein paar Zentimeter übrig? Dieser schmale Schrank zaubert wertvollen Stauraum selbst in kleine Zwischenräume – ideal beispielsweise für Essig- und Ölf Flaschen. SPACE TWIN gibt es von 15 bis 20 cm Breite.

Dem Chaos keine Chance geben



Stauraum soll übersichtlich und ordentlich nutzbar sein. Praktischen Rahmen und Facheinteilungen von AMBIA-LINE nutzen den gewonnenen Raum bestmöglich und schaffen Überblick.

Schauen Sie sich gleich unsere innovativen Stauraum-Lösungen an: www.blum.com



HAKA

Optimale Raumnutzung

Wie kleine Küchen zu wahren Raumwundern werden.

Kleine Küche und trotzdem viel Stauraum. Wenig Platz für Geräte und trotzdem soll es an nichts fehlen. Eine kleine Nische für Vorräte und trotzdem kein Chaos oder Übereinanderstapeln. Das klingt nach einer großen Herausforderung. Und das ist es auch. Die Küchenberater:innen in den HAKA-Küchenstudios werden laufend mit den unterschiedlichsten und auch mit ungewöhnlichen Raumkonzepten konfrontiert. Nur eines ist in jedem Fall gleich: Es muss genügend Stauraum eingeplant werden. Durch jahrelange Erfahrung wissen die Profis, wie das auch in kleineren Räumen möglich ist und geben wertvolle Tipps, wie kleine Küchen optimal geplant und genutzt werden können:

Genügend Stauraum schaffen

Um einen kleinen Raum optimal einrichten zu können, muss man ihn vorher genau kennen. Also, der Raum gehört bis in den letzten Winkel genau vermessen. Damit wirklich kein Millimeter verschenkt und jede noch so kleine Nische genutzt wird, ist das Profiarbeit. Danach muss entschieden werden, was wirklich unbedingt in die Küche muss und was vielleicht ausgelagert werden kann. Gibt es beispielsweise einen Kellerraum für

den Gefrierschrank? Können Geräte oder Kochutensilien, die selten benutzt werden, in einem Abstellraum untergebracht werden? Ist in der Garage Platz für die Weinflaschen? Und ist für die Kochbücher im Bücherregal im Büro ein Fleckchen frei?

Wenn man sich einen Überblick darüber verschafft hat, was in Ihrer kleinen Küche Platz finden muss, startet die Planung. Bei kleinen Räumen ist der wichtigste Tipp: unbedingt nach oben bis unter die Decke planen. Nutzen Sie die gesamte Höhe der Küche aus, um optimalen Stauraum zu schaffen. Deckenhohe Schränke, Hängeschränke, übereinander gestapelte Geräte – die Möglichkeiten sind vielfältig. Um zusätzlichen Platz im Raum zu sparen, können kleinere Geräte oder Geschirr in Jalousieschränken oder hinter Schiebetüren verborgen werden. Dadurch kann vermieden werden, dass offene Schranktüren unnötig Platz im Raum wegnehmen.

Apropos Geräte: Welche Geräte werden benötigt? Geschirrspüler, Backrohr, Dampfgarer, Kochfeld, Kühlschrank? Viele Gerätehersteller haben mittlerweile kleine, schmale Geräte im Angebot, wie etwa Geschirrspüler oder Kochfelder mit einer Breite von nur 45 cm, was in der Regel für einen Ein- bis Zwei-Personen-Haushalt ausreichend ist.



Sinn macht auch, sich über Kombigeräte zu informieren. Backofen und Dampfgarer beispielsweise sind von allen führenden Herstellern als ein einziges Kombigerät erhältlich und sehr beliebt.

Wenn die Küche auch zugleich Esszimmer sein soll und man sich zum Essen in der Regel nicht lange aufhalten will, kann ein ausklappbarer Esstisch die Lösung sein. Zum Beispiel integriert in der Wand. So nimmt er keinen Platz in der Küche weg und kann zum Essen unkompliziert und schnell ausgeklappt werden.

Auch innerhalb der Schränke und Schubladen kann mit wenigen Handgriffen (und mit kreativen Ideen) viel Stauraum gewonnen werden. Eine Möglichkeit ist, Pfannen und Kochutensilien wie Sieb, Kochlöffel oder Pfannenwender an der Wand aufzuhängen, anstatt Platz in den Schubladen dafür zu verschwenden. Dafür gibt es viele kreative Möglichkeiten. Damit bei der Aufbewahrung von Lebensmittelvorräten wie Nudeln, Reis uvm. kein Chaos ausbricht, eignen sich stapelbare





Behälter. Originalverpackungen brauchen oft viel Platz, weshalb es Sinn macht, die Vorräte in passende Behälter umzufüllen, außen zu beschriften und anschließend im Schrank zu stapeln.

Optisch größer wirken lassen

Um eine kleine Küche optisch größer wirken zu lassen, empfiehlt HAKA helle Farben wie weiß, hellgrau oder helle Holztöne. Dunkle Farben wirken oft erdrückend und verkleinern Räume optisch. Außerdem sollten Sie auf glänzende, reflektierende Flächen und Fronten setzen. Eine Hochglanz-Küche lässt einen Raum größer wirken als eine matte Küche. Zusätzlich kann auch auf Glas-Elemente gesetzt werden. Auch die Auswahl und Anordnung der Schränke und Schubladen kann einen Einfluss auf die optische Größe haben. Die HAKA-Profis empfehlen hier, möglichst breite Schubladen und Schränke zu wählen, damit die Einrichtung nicht zu kleinteilig wirkt. Wer keine Wohnküche, sondern einen abgetrennten Raum für die Küche, hat, der sollte statt der normalen Eingangstür zur Küche eine Schiebetür in Erwägung ziehen. Auch hier kann wieder ein Glas-Element gewählt werden. Die Schiebetür lässt die kleine Küche nicht nur optisch größer wirken, sondern sorgt auch tatsächlich für mehr Platz in der Küche.

www.haka.at



ELEMENTS. DESIGN YOUR WORLD.

Nach erfolgreicher Weltpremiere in Mailand präsentieren wir zur area30 die modularen Systeme Monolith, Shelf und Air-Wall. Die Elements Kollektion lässt die Dunstabzugshaube verschwinden, indem sie die Absaugfunktion vollständig in den Küchenraum integriert.

Wir freuen uns auf Ihren Besuch in Löhne (17.09.-22.09.2022 / Stand F30).

falmec

BLUM

Die Lösung zur flexiblen (Stau)Raumnutzung

„Revego“, die neuen Pocketsysteme ermöglichen völlig neue Gestaltungsmöglichkeiten. Und das bei hohem Bewegungskomfort, einfacher Planung und unkomplizierter Montage.

Küche sowie Ess-, Wohn- und Arbeitsbereiche wachsen in der modernen Wohnraumnutzung immer mehr zusammen. Pocketsysteme vom österreichischen Beschlägehersteller Blum verbergen funktionale Möbelzeilen, erhöhen die Wohnqualität und eröffnen so völlig neue Perspektiven: Schnelles Öffnen kompletter Wohnbereiche zur Nutzung und einfaches Verschließen fördern ein rundum wohnliches Ambiente. „Revego“ zeichnet sich durch den von Blum gewohnten Bewegungskomfort aus: Dank der Bewegungstechnologie „Tip-On“ öffnet der Möbelnutzer die Türen durch sanftes Antippen und schiebt sie komplett in das Pocket. Der Arbeitsbereich der Küche, das Homeoffice, der Hauswirtschaftsraum oder die Garderobe ist nun bequem zugänglich. Zum Schließen reicht ein kurzes Drücken auf die vollaufschlagende Front, diese wird aus dem Pocket ausgeworfen und der Nutzer kann mit einem weiteren Druck den kompletten Bereich elegant verbergen.

Das Geheimnis ist die einfache Herstellung und Montage

Was macht „Revego“ zur Innovation? Das einzigartige Einschiebetürsystem für Einzel- und Doppeltüranwendungen überzeugt mit der im Pocket vollständig integrierten Tech-



„Revego“ – die einfache Lösung zur Stauraumgestaltung, zum Verbergen von Küchenzeilen oder ganzen Wohnbereichen.

nik und lässt sich dadurch bequem ins Küchenlayout oder die Möbelzeile eingliedern. Die durchdachte Schranklösung mit fixen Breiten kann leicht mit Standardkorpussen verplant werden: die Einzeltür „Revego“ und mit 100 mm und die Doppeltür „Revego“ duo mit 150 mm breiten Pockets. Zudem kön-

nen Pocketsysteme bereits vorproduziert und vormontiert zum Aufstellort geliefert werden. Die Endmontage vor Ort ist ebenso einfach: Pockets aufstellen, ausrichten und befestigen, Türen und Laufträger installieren, einstellen – fertig!

www.blum.com



Egal ob als Einzel- oder Doppeltür, vollaufschlagende Fronten ermöglichen schnell und intuitiv komplette Wohnbereiche zu öffnen und durch Schließen wieder diskret „verschwinden“ zu lassen. Pocketsysteme schaffen neue Gestaltungsmöglichkeiten in der Küche, dem Homeoffice, im Hauswirtschaftsraum oder auch in der Garderobe.



OFFEN WIE KEIN ANDERER

SLIDE & HIDE®

DER EINZIGE BACKOFEN MIT
VOLL VERSENKBARER TÜR

Seit 2002 so offen wie kein anderer: Bei NEFF steht Kreativität nichts im Weg – auch keine Backofentür. Mit Slide&Hide® haben wir völlig neu gedacht und bieten bis heute den einzigen Backofen, der mehr Raum für Inspiration und Vielfalt schafft. Erlebe mehr Freiheit, um das Kochen, Braten und Backen in allen Facetten mit uns zu feiern.

Weitere Infos unter neff-home.com/at

GRASS KÜCHENTECHNIK

Transparenz im Stauraum

GRASS steht schon lange nicht mehr nur für Stahlzargen oder Bewegungstechnik. GRASS steht für Lösungen und nicht zuletzt auch Design. Mit der Glas-Innenblende F8 Crystal bringt das Vorarlberger Unternehmen nun eine Neuheit auf den Markt, die die Unternehmensphilosophie einmal mehr perfekt unterstreicht.

Mit Vionaro V8, der dünnsten Stahlzarge der Welt, hat GRASS unlängst ein deutliches Zeichen gesetzt und Schubkasten-Systeme revolutioniert. Nun perfektionieren die Vorarlberger mit der Glas-Innenblende F8 Crystal die Funktionalität des Kücheninnenlebens. Bereits die Schubkasten-Familie Nova Pro Scala ist von der Reduktion auf das Wesentliche geprägt, die klaren Gestaltungsprinzipien treffen dabei auf eine perfekte Einheit von Form und Funktion. Andreas Marosch, Marketingleiter bei GRASS unterstreicht das: „Transparenz im Stauraum passt perfekt zu unserer Produktphilosophie. Eine einfache, klare, zeitlos-puristische Formensprache schafft ästhetischen Mehrwert. Gleichzeitig bekommen Nutzer:innen durch die neue transparente Blende einen Überblick über den Inhalt ihrer Schubkästen.“



Durchdacht bis ins Detail

Der besondere Charakter von Nova Pro Scala beruht unter anderem auf dem modularen Systemgedanken. Von der präzisen Herstellung jedes einzelnen Bauteils, bis hin zu Farbe und



„Eine einfache, klare, zeitlos-puristische Formensprache schafft ästhetischen Mehrwert.“

Andreas Marosch, Marketingleiter bei GRASS

die vormontierten Einhängen von Nova Pro Scala genutzt. Eine geringe Teilekomplexität sorgt zusätzlich für eine einfache Montage.

Oberfläche ist bei dem Schubkasten-System alles auf perfekte Funktion, höchste Qualität und Wertbeständigkeit ausgerichtet. In dieses System reiht sich auch die Glas-Innenblende F8 Crystal ein und führt die Designsprache von Nova Pro Scala konsequent weiter.

Einfach im Einbau

Farblich ist das neue Element perfekt auf die Töne Stone, Ice oder Silver von Nova Pro Scala abgestimmt. Darüber hinaus hat GRASS darauf geachtet, dass Handwerks und Industriebetriebe das neue Element ohne großen Aufwand nutzen können. Eine Bearbeitung der Einschubelemente ist nicht notwendig. In der Innentiefe hat F8 Crystal die gleichen Abmessungen wie Standardschubkästen. Für die Verbindung mit dem Schubkasten werden

Es muss die gesamte Philosophie passen

„Wenn wir neue Produkte entwickeln, müssen sie mehrere Parameter erfüllen“, erklärt der verantwortliche Produktmanager. „Der erste ist naheliegend: Sie müssen zu unserer Philosophie passen. Darüber hinaus muss eine Nachfrage dafür bestehen oder das Produkt muss Nachfrage generieren. Wenn diese Punkte erfüllt sind und wir in die konkrete Entwicklung gehen, wollen wir Industrie und Handwerk ein Produkt bieten, mit dem sie komfortabel ohne großen Mehraufwand Kundenbedürfnisse erfüllen können.“ F8 Crystal ist eine einfache, perfekte und formschöne Lösung für den einfachen wie gehobenen Anspruch in Sachen Glaslösung im Schubkasten.

www.grass.eu



WOHNKULTUR MASSGETISCHLERT IN 9 TAGEN.



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, Südtirol, Schweiz, Tschechoslowakei.



Erleben Sie die
HAKA Musterwohnung!

HAKAKÜCHE

FALMEC

Elegante Revolution

Falmec zeigt auf der area30 auf. Der Lüftungsspezialist präsentiert die Kollektion Elements sowie weitere Neuheiten.

Nach erfolgreicher Weltpremiere zur EuroCucina in Mailand trumpft Falmec auf der area30 vom 17. bis 22. September in Löhne, Stand F30, mit der wegweisenden Kollektion Elements auf, die das Konzept der Absaugung revolutioniert. Die modularen Systeme Monolith, Shelf und Air-Wall lassen die Dunstabzugshaube verschwinden, indem sie die Absaugfunktion vollständig in den Küchenraum integrieren. Die drei eleganten Lösungen überzeugen mit technischer Innovation und passen sich mit multifunktionalem Design diskret in jedes Ambiente ein. Darüber hinaus werden zur area30 weitere Neuheiten zu sehen sein. „Die area30 in Ostwestfalen ist für Falmec Deutschland die wichtigste Messe, bei der wir genau das zeigen, was kurze Zeit später in den Ausstellungsräumen unserer Vertriebspartner zu sehen sein wird. In Löhne



Falmec präsentiert auf der area30 die Kollektion Elements. Ein Highlight: Das System Monolith.

treffen wir zielgerichtet auf unser Publikum, und sind dort deswegen seit der ersten area30 inzwischen zum 11. Mal präsent. Unser Auftritt im September 2022 steht unter dem Zeichen einer kompletten Neuausrichtung im Bereich Lüftungslösungen“, so Ahmet Haskic, Leiter Marketing und Vertrieb, Falmec Deutschland.

Meilenstein

Das Konzept der Kollektion Elements ist ein weiterer Meilenstein in der Geschichte erfolgreicher Eigenentwicklungen, mit denen das Familienunternehmen Falmec aus Vittorio Veneto bei Treviso seit Gründung vor mehr als 40 Jahren die Küche revolutioniert. Damit eröffnen sich neue Horizonte im Design, um neue Räume zu schaffen, die immer eleganter und funktioneller werden.

www.falmec.de

Fotos: Falmec

BALLERINA

Das HOMETOOL

Das Wunderding in Sachen Stauraum von Ballerina muss nicht unbedingt in der Küche stehen. Auf 0,45 m² passen die sieben Stauraumfunktionen praktisch überall hin.



Das HOMETOOL mit seinen vielseitigen Nutzungsmöglichkeiten beinhaltet die Garderobe, den Schreibtisch, viel Stauraum für Utensilien und gleichzeitig die Bar. Jeder Quadratzentimeter bietet wertvollen Stauraum, der individuell genutzt werden kann. Die klare Linienführung macht das HOMETOOL zu einem echten Designstück in der Küche und Wohnung.

www.ballerina-kuechen.at



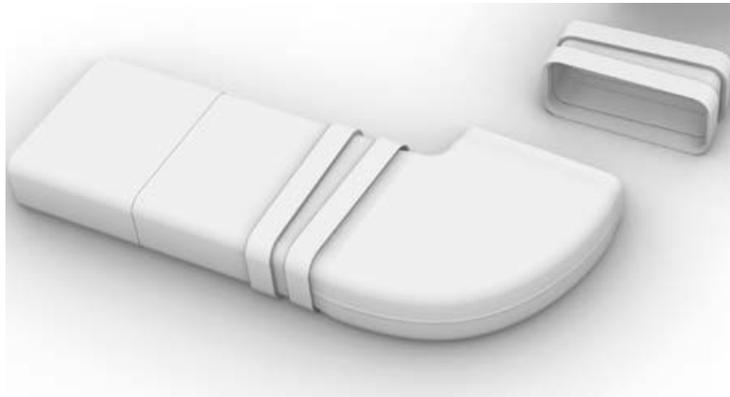
Fotos: Ballerina

NABER

Premiere für ein Luftkanalsystem der Extraklasse

Für Diskussionsstoff ist auf Messen immer gesorgt. Während der area30 vom 17. bis 22. September rechnet Küchenzubehör-Spezialist Naber mit einem besonders intensiven fachlichen Austausch.

Das Unternehmen stellt an Stand H 21 in Löhne ein neues Luftkanalsystem vor, dessen Markteinführung im In- und Ausland kurz bevorsteht. Neben zahlreichen Produkt-Highlights werden Neuheiten auch im Segment Abfallsammler präsentiert.



Das innovative COMPAIR® Luftkanalsystem (stilisierte Darstellung).

Die zweite Produktneuheit Cox® Base Q stellt dem Cox® Base-System eine Plattform zur Aufnahme eines Quooker PRO3 Wasser-Reservoirs für Spezialarmaturen zur Seite. Auf platzsparende Weise ist die Schlauchführung für das Heißwasser- oder Kaltwasser-Reservoir integriert. In einem Möbelkorpus von 600 Millimetern Breite lässt sich eine Cox® Base-Kombination für den 400 Millimeter breiten Unterschrank neben der Reservoir-Plattform unterbringen.

Um strömungsoptimierte Luftkanaltechnik noch besser zu machen, bedarf es mehrjähriger intensiver Entwicklungsarbeit, die neueste wissenschaftliche Erkenntnisse berücksichtigt. Das Ergebnis ist ein innovatives COMPAIR® Luftkanalsystem der Extraklasse, das Naber in Löhne erstmals auf einer Messe vorstellen wird. Es ist wie andere COMPAIR® Systeme ganzheitlich für Abluft- und Umluft-Lösungen konzipiert. Die Planung einer individuell bestmöglichen Küchenlüftung wird sich mit dem neuen Luftkanalsystem noch einmal flexibler gestalten. Für den Betrieb von Dunstabzugssystemen gilt: Mit der Neuentwicklung von Naber kann die Luftfördermenge maximiert werden, denn das innovative System geht in Sachen Leistung, Effizienz und Luftvolumen noch einen Schritt weiter und definiert das Optimum, das derzeit technisch möglich ist.

Abfallsammler neben dem Kochendwasser-Reservoir

Die Produktneuheit Cox Stand-UP® macht es möglich, die langlebigen Cox® Box Behälter in einem stabilen Metallrahmen positioniert auch in vorhandene Auszüge des Spülenunterschrankes mit unterschiedlich hohen Fronten zu integrieren. Dazu hat Naber ein bodenmontiertes Rahmensystem für verschiedene Schrankbreiten entwickelt, das mit mehreren Behälterhöhen auch die unterschiedlichen Zargen- und Fronthöhen der Hersteller berücksichtigt. Die einzuhängenden Cox® Box-Behälter lassen sich nach Kundenwunsch kombinieren. Im 600 Millimeter breiten Möbelkorpus beispielsweise nehmen bis zu drei Behälter insgesamt 42 Liter Wertstoffe, Bioabfälle und Restmüll für die Entsorgung oder Wiederverwertung auf.

Interieur und Bad-Zubehör auf der area30

Neben attraktiven Armaturen werden Messebesucher komfortable Stühle aus dem Interieur-Programm kennenlernen. Auch andere Zubehör-Sortimente haben Neuzugänge zu verzeichnen, darunter das LUMICA® LIC LED-System und die Steckdosen-Kollektion. Außer der Küche erfährt auch das Badezimmer durch Zubehör eine enorme Aufwertung im häuslichen Alltag. Das Bad-Zubehör Programm von Naber umfasst ebenso flexible wie effektvolle Regalsysteme, intelligent konzipierte Ordnungssysteme für Schubladen und Schränke und praktisches Montagematerial. Stilvolle Aufsatzwaschbecken aus Keramik und ansehnliche Bad-Armaturen verleihen dem Badezimmer eine zeitgemäße Wohnlichkeit.

www.naber.com



Produktneuheit Cox Stand-UP®. ▶



◀ Cox® Base Q, kombinierbar mit dem Quooker PRO3 Wassersystem.

MIELE | OTTO WILDE

Wer Steak sagt, muss auch Otto Wilde sagen

Das Kochen und Grillen im Freien zu revolutionieren – so lautet die Vision von Otto Wilde. Das junge Düsseldorfer Unternehmen zählt bereits jetzt zu den innovativsten Grillanbietern in Deutschland. Eines der Flaggschiffe ist der vielfach verstellbare Oberhitze Grill O.F.B., mit stufenlos regelbaren Temperaturen bis zu 900 °C und wird seit kurzem im Miele-Werk in Bürmoos bei Salzburg produziert.

Seit dem 2. Quartal dieses Jahres läuft die Produktion des Oberhitze Grills in Bürmoos und Produktionschef Dr. Achim Schade nennt 10.000 Stück als jährliches Ziel. Die neue Miele-Tochter Otto Wilde wurde von Otto Wilde 2015 in Düsseldorf gegründet. Namensgeber und technischer Kopf ist der Bergbau-Ingenieur und Ex-CEO einer Maschinenfabrik Ulrich Otto Wilde, der das Start-up mit Sohn Nils, Schwiegertochter Julia und Alexander Luik gemeinsam aufgebaut hat. Luik hat mit Nils Wilde zusammen studiert und ist ein langjähriger Freund der Familie. Sie alle eint darüber hinaus die Begeisterung für gutes Essen – und dass sie eine Zeitlang in den USA gelebt und dort gelernt haben, wie das perfekte Steak schmecken muss.

Eines der Flaggschiffe ist der vielfach verstellbare Oberhitze Grill O.F.B., mit stufenlos regelbaren Temperaturen bis zu 900 °C – für beste Ergebnisse bei Fleisch und Geflügel in allen Variationen, Seafood, Grillgemüse und sogar Desserts. Hierfür erhielt Otto Wilde zunächst den „German Design Award 2018“ und darauffolgend den „Iconic Award 2019“. Dr. Achim Schade: „Der O.F.B. war das erste Produkt des Unternehmens und wurde 2016



Otto Wilde will das Kochen und Grillen im Freien revolutionieren.

über Kickstarter finanziert. Ein Jahr darauf begann Otto Wilde, den O.F.B. sowohl in die USA als auch nach Australien zu versenden. Mit den Jahren 2018 und 2019 wurde der Oberhitze Grill mit einem Elektro- und einem Premium-Modell erweitert.“

Otto Wilde hat mehr im Angebot

A. Schade: „Für das perfekte Grill- und Kocherlebnis im Freien bieten wir eine modulare Outdoor-Küche, die sich individuell planen und zusammenstellen lässt – zum Beispiel mit dem Premium-Gasgrill G32 Connected plus Oberhitze Grill, leistungsstarkem Gaskocher, Spüle und Modulen für Stauraum. Darüber haben wir auch hochwertiges Zubehör, sowie erstklassiges Fleisch von Black Angus, Wagyu und Kobe Rindern. Und nicht nur die gängigen Cuts wie Filet, Roastbeef und Rib Eye, sondern auch besondere Zuschnitte wie Brisket oder das ‘Bürgermeisterstück‘.“

Ist die Outdoorküche im Trend?

A. Schade: „Absolut. Man kann beobachten wie sich das Grillen zum Outdoor cooking entwickelt hat. Auf der Spoga in Köln ist die sogenannten ‘Grillhalle’ längst zum umfangreichen Zentrum für Barbecue und Outdoor cooking gewachsen. Wenn man die letzten drei Jahre Revue passieren lässt, wurde – auch durch Corona – ins Eigenheim und in den Outdoor-Bereich investiert. Outdoor cooking ist ins Interesse der Konsumenten geraten und wird dort bleiben. Immer mehr Menschen begeistern sich für das gemeinsame Zubereiten anspruchsvoller Gerichte an der frischen Luft und investieren in hochwertige Grillgeräte oder sogar Outdoor-Küchen.“

Seit letztem Jahr gehört das Unternehmen Otto Wilde mehrheitlich zur Miele Gruppe. Mit dem Oberhitze Grill O.F.B. und dem ak-



Produktionschef Dr. Achim Schade will 10.000 Oberhitze Griller pro Jahr in Bürmoos produzieren.



Bergbau-Ingenieur und Ex-CEO einer Maschinenfabrik, Ulrich Otto Wilde, hat das Start-up mit Alexander Luik, Schwiegertochter Julia und Sohn Nils (v.l.) auf die Beine gestellt.

Über Otto Wilde

Otto Wilde ist ein junges, schnell wachsendes Unternehmen mit rund 40 Mitarbeiter:innen und dem Ziel, den globalen Grillmarkt mit seinen Spezialgrills zu revolutionieren. Otto Wilde ermöglicht es eingefleischten Grillfans in Sachen Geschmack und Grillerlebnis neue Maßstäbe zu bieten, sich in einer grillverrückten Community auszutauschen und die eigenen Grill-Fertigkeiten mit Rezepten, Insights und Anleitungen auf das nächste Level zu bringen. Die Produkte von Otto Wilde überzeugen durch ihre herausragende Qualität und ihr prämiertes Design – ganz ohne Firlefanz.

tuell in der Auslieferung befindlichen innovativen Gasgrill G32-Connencted, der sich mit entsprechenden Modulen einfach zu einer kompletten Outdoor-Küche erweitern lässt, bietet Otto Wilde ein Portfolio, mit dem das Unternehmen das Grillen revolutionieren will.

Vermarktung in Österreich

A. Schade: „Wir sind ein recht junges Unternehmen, eine junge Marke und sind sehr stark im direkt marketing unterwegs gewesen. Zurzeit arbeiten wir mit rund 60 Partnern in der DACH Region zusammen, in Österreich sind es erst fünf. Wir sind aktuell aktiv auf der Suche, um weitere Partner im stationären Handel zu finden. Und wie schon erwähnt: Unsere Produktrange geht vom einzelnen Griller bis zur Outdoor-Küche.“

Das Miele-Werk in Bürmoos

Acht Millionen Euro hat Miele allein in den vergangenen vier Jahren in Bürmoos investiert, etwa in ein Hochregallager für die vollautomatische Versorgung der Fertigung mit Blechplatten wie auch zur Einlagerung der Fertigteile, die zuvor per Laser zugeschnitten oder gestanzt wurden. Eine weitere Großinvestition betrifft die Fertigung von Frontblenden für Miele-Geräte, die das Werk Bürmoos heute mehr als doppelt so schnell wie früher produziert. Hierfür sorgt ein hocheffizienter Frontblendenautomat, der die Edelstahl- und Kunststoffkomponenten zusammenbringt und abschließend auch die modell- und landesspezifische Bedruckung aufbringt.



Das perfekte Steak aus dem Oberhitze Grill O.F.B.

Ein für Miele in Bürmoos komplett neues Fertigungsverfahren ist die Oberflächenbehandlung durch das sogenannte Elektropolieren. Gemeint ist ein mehrstufiges elektrochemisches Verfahren zur bestmöglichen Glättung der Oberfläche, um die Anhaftung von Viren und Bakterien zu verhindern. Wichtig ist dies vor allem bei Körben und Einsätzen und sonstigen Komponenten für den Einsatz in der Medizin- und Labortechnik.

Werksleiter Hendrik Wermers: „Etwa 80 Arbeitsplätze haben im Zuge der Neuausrichtung leider entfallen müssen. Alle Kolleginnen und Kollegen, die damals betroffen waren, haben aber zumeist nahtlos neue Jobs gefunden, nicht zuletzt durch unsere guten

Kontakte zu anderen Firmen.“ Inzwischen expandiert Miele in Bürmoos wieder und beschäftigt aktuell rund 220 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

www.ottowilde.de
www.miele.at

Ansprechperson bei Otto Wilde für interessierte Handelspartner:

Simon Holt
Head of Eventmanagement/Sales DACH
Otto Wilde Grillers GmbH
Benzenbergstr. 44, D-40219 Düsseldorf
T: +49 211 730 633 50
M: +49 176 807 190 77
simon.holt@ottowilde.de

GORENJE

Visibility ist das Um und Auf

Andreas Kuzmits ist seit Anfang Juli der neue Mann am Steuer von Gorenje Österreich. Der Branchenroutinier bringt nicht nur langjährige Erfahrung in der Weißware, sondern auch mit asiatischen Herstellern mit. Im Gespräch mit wohninsider erzählt der Italien-Fan, warum man an Gorenje und Hisense fortan kaum vorbeikommt und auch in Zukunft nicht alles online ist. VON LILLY UNTERRADER

Andreas Kuzmits ist seit nunmehr fast 20 Jahren in der Branche. Dabei bringt der Vater einer kleinen Tochter optimale Voraussetzungen für den Job des Geschäftsführers mit, hat er doch zuletzt bei zwei asiatischen Marken die Einführung der Weißware in den österreichischen Markt lanciert.



„Nur wenn man verlässlich ist, schafft man etwas. Ich möchte etwas schaffen und entwickeln.“

Andreas Kuzmits setzt auch und gerade in Zeiten von Corona auf Handschlagqualität.

wohninsider: Herr Kuzmits, Gorenje hat in den vergangenen Jahren viel Veränderung an der Spitze erlebt. Wie geht es weiter?

Andreas Kuzmits: Ich möchte dazu gleich festhalten, dass meine Vorgängerin Irena Pecnik geplantermaßen das Ruder nach knapp einem Jahr weitergegeben und einen sehr wertvollen Beitrag geleistet hat, auch in der Umstrukturierung des Unternehmens. Wir haben viele neue Teammitglieder und das Setup ist nun stabilisiert. Unter dem Strich haben wir jetzt die Future Readiness im Geschäft erreicht und ich sehe die Chancen sehr sehr groß für die Gorenje Hisense Gruppe hier in Österreich.

Das heißt, Sie sind gekommen, um zu bleiben?

Wer meinen Lebenslauf ansieht, weiß, dass ich kein Job-Hopper bin. Ich habe 2003 bei Sharp Electronics meine Karriere in der Branche begonnen, war dann bei Apple, als Apple noch nicht bekannt war. Wir sind dort zu dritt gestartet. Nach sechseinhalb Jahren bin ich zu Samsung gewechselt als Country Manager für Österreich und Slowenien, um 2016 bei LG zu beginnen, wo wir gemeinsam den Restart für Haushaltsgeräte geschafft haben. Bei Gorenje schließlich hat mich die Aufgabe sehr gereizt. Wir sind ja der drittstärkste Multibrand am weltweiten Markt. Die Produkte sind stark, die Produktqualität ist am richtigen Level, Gorenje ist schon sehr gut positioniert und den Hisense

Brand haben wir noch nicht mal richtig gelauncht. Da haben wir noch viel vor und ich freue mich drauf!

Sie sprachen personelle Veränderungen an, was hat sich genau verändert und wie groß ist Ihr Team aktuell?

Wir sind aktuell knapp 50 Mitarbeiter. Aufgrund der Umstrukturierungen und durch Corona hat sich bei uns im gesamten Team einiges verändert. Auch im Außendienst sind wir im Bereich Kitchen nun zu fünf (die aktuelle AD-Mannschaft findet sich auf der wohninsider Website unter: bit.ly/3QzXsGN). Klar ist, ich möchte die Sichtbarkeit bei unseren Partnern erhöhen, und auch ich selbst möchte nicht im Glaspalast sitzen, sondern viel draußen sein. Denn ich bin der festen Überzeugung, dass das Einander-gegenüber-Sitzen wichtig ist, wir Österreicher trinken gerne einen Kaffee miteinander und das lässt sich durch nichts ersetzen. Es ist nicht alles online!

Dementsprechend setzen Sie auch auf Messen?

Ja, ich bin ein Messebefürworter. Diese Bühne zu haben, das ist notwendig. Um das Gespür zu finden für die Menschen, die Produkte. Wir werden auf den Elektrofachhandeltagen präsent sein und im kommenden Jahr wieder auf der küchenwohntrends. Ich war auch im Forum Consumer Electronics lange drinnen und habe mich dafür eingesetzt, unsere Produkte herzuzeigen und zwar

WORDRAP MIT ANDREAS KUZMITS

Caesars Salad oder Steak?

Caesar Salad (weil ausgewogene Ernährung wichtig ist)

Mein größter beruflicher Erfolg war?

Mit Menschen arbeiten zu dürfen.

Gänsehäufel oder Mauritius?

Ich war noch nie auf Mauritius, aber ich würde Mauritius wählen. Nachsatz: noch lieber das ligurische Meer.

Eine technische Erfindung, die die Welt noch braucht

Die Welt ist in Bewegung. Innovation hilft, das Leben leichter zu machen. Leider habe ich keine Erfindung auf Lager, sonst wäre ich Erfinder. Aber zu kommunizieren, was ein Produkt kann, ist sehr wichtig.

Meinen Arbeitstag beginne ich mit...

...einem Espresso und einem Rückblick auf den gestrigen und Ausblick auf den laufenden Tag.

Eine Frage, die mir noch nie gestellt wurde, die ich aber gerne beantworten würde ...

Darüber denke ich noch nach. *lacht*

nicht nur dem Fachpublikum, ich finde z.B. die Energiemesse in Wels sehr gut.

Was ist für die kommenden Monate geplant?

Wir sind mit Gorenje 50 Jahre am Markt, konnten heuer ein bedeutend zweistelliges Wachstum in beiden Kanälen einfahren und die Produkt-Pipeline ist sehr sehr stark. Wir fahren eine Zweimarken-Strategie und wollen den Durchschnittspreis nach oben heben. Das wird uns mit Hisense gelingen, mit dem Value-up Ansatz im freistehenden Bereich, mit Edelstahlrückwand, Air-Flow, hochwertiger Ausstattung usw., bei einem fairen Preis-Leistungs-Verhältnis. Gegen Ende des Jahres werden wir, gerade im freistehenden Bereich, ein kompetentes Line-up zur Verfügung stellen. Wir wollen für jeden Kunden das passende Gerät bieten.

Wie gestaltet sich die weitere Zusammenarbeit mit dem Fachhandel?

Wir wollen eine noch stärkere Zusammenarbeit begründen, eine verlässliche Marke sein, den Partnern im Handel eine optimale Lösung für den Endkunden bieten. Auch hier gilt wieder, die Sichtbarkeit muss gegeben sein.

„Wir sind führend bei Waschmaschinen in Sachen EEK. Wir haben die Klasse A im breiten Sortiment, das hat kein anderer Hersteller.“

Gorenje und Hisense ist vielerorts zu sehen und hören. Wo sind aktuell und in den nächsten Monaten die Schwerpunkte? Stichwort Sportsponsoring, Laundry A etc.?

Die Botschaft mit Laundry A (*siehe auf der wohninsider Website unter: bit.ly/3R0g56R*) kommt zum richtigen Zeitpunkt, denn wir sind führend bei Waschmaschinen in Sachen EEK. Wir haben die Klasse A im breiten Sortiment, das hat kein anderer Hersteller. Jetzt arbeiten wir auch im Kühlbereich daran, denn diese Themen sind gerade in der aktuellen Energiekrise sehr relevant. Und es zeigt auch, dass der Umweltgedanke in unserer Agenda ganz oben steht. In Sachen Sportsponsoring ist unser Branding aktuell enorm. Kürzlich hatten wir die Damen-Fußball-EM, das setzen wir bei der WM der Männer fort, wo wir einer der Hauptsponsoren sind. Zudem haben



Laundry A steht für die gesamte Entwicklung von Gorenje.

wir aktuell eine Retro-Promotion draußen, wo Kunden ein Kleingerät als Onpack zum Retro-Gerät bekommen.

Stichwort Kleingeräte ...?

Wir haben jetzt eine klarere Strategie ausgearbeitet, das Sortiment durchforstet, und richten uns mit dem Line-up im ersten Schritt an bestimmte Partner.

Ist das auch für den Möbelfachhandel interessant, bzw. wird es angenommen?

Zur Küchenausstattung gehören die Kleingeräte dazu, wir denken da etwa an ein Kleingeräte-Starterset, dazu werden wir z.B. eine Filterkaffeemaschine, die noch nicht im Portfolio ist, launchen. Mit unserer Retrolinie oder auch der Ora-Ito-Serie kann man da ein Gesamtpaket verkaufen, das sieht sehr lässig aus und rundet die Küche des Kunden ab. Und genau das wollen wir an unsere Partner weitergeben.

Es geht also darum, eine Geschichte zu erzählen?

Darum geht es ja immer, ich komme ja selbst aus dem Verkauf und habe im Sportbereich gearbeitet. Es geht darum, mit den zwei oder

drei für den Kunden wesentlichsten Argumenten das Interesse zu wecken. Gerne halte ich es in diesem Zusammenhang auch mit dem Prinzip KISS. Keep it Short and Simple.

Wie läuft der Webshop und Dealer-Locator?

Unser primärer Ansatz dabei ist, dass wir den bei uns generierten Traffic weiterleiten zu unseren Handelspartnern, die die Ware auch verfügbar haben. Die Verfügbarkeit entscheidet über alles. Denn wenn der Kunde hier abspringt, und da ist er ja schon sehr weit im Kaufprozess – sind das Lost Sales, und das ist eine Verschwendung von Energie auf beiden Seiten. Ich bin da sehr tief im Detail, was Google Analytics hergibt, hab sehr gute Einblicke mit wichtigen Partnern am österreichischen Markt, wo der Traffic herkommt, wie man den Traffic steuert. Kurz: mit unserem Dealer-Locator haben wir noch einige To-dos und viel vor.

Wie hat sich das laufende Jahr bis jetzt entwickelt?

Für uns sehr positiv. Wir konnten ein zweistelliges Wachstum fortsetzen, die Marktposition ausbauen, im freistehenden



Kühlbereich sind wir wertmäßig Marktführer geworden im ersten Halbjahr. Da sind wir schon sehr stolz drauf. Der Einbaubereich lief bis Mai sehr rund, im Juni ist dann eine Sättigung gekommen. Allerdings ist das bei Energiepreisen, die um 93 % nach oben gehen, nachvollziehbar, da schaut man schon mehr auf die Haushaltsbudgets. Auf der anderen Seite hat der Kunde schon Bedarf und gerade durch die Energiepreise wird vielleicht dem einen oder anderen noch dringlicher klar, sein altes Gerät gegen ein stromsparendes zu tauschen.

Wie sieht es aktuell mit der Lieferfähigkeit aus?

Wir sind fast voll verfügbar, bis auf den Backofenbereich – wegen der Chip-Thematik. Die wird uns wohl noch einige Zeit begleiten. Auch für den Herbst sieht es gut aus. Die WW ist eine gesetzte Größe, die Situation im September wird sich beruhigen und positiv anspringen, auch aus Fernost. Wir sind einer der größten Hersteller weltweit, und in der europäischen Produktion sehr stark. Das ist auch eine unserer Stärken.



Die Marke Gorenje ist in Österreich gut positioniert und mittlerweile 50 Jahre am Markt. Mit Hisense möchte man ein Value-up durch hochwertige Ausstattung und Features erreichen.

Wie lautet Ihre Prognose für das laufende und kommende Jahr?

Die Businessbereiche, etwa der Klimabereich, Wärmepumpen, das Solarthema: Da ist noch sehr viel Zug drinnen, Stichwort Energiewende. Ich bin jedenfalls positiv gestimmt von unseren Marken, der Markenpositionierung. Und, wenn man auch die Themen Unterhaltungselektronik usw. dazu nimmt, kann man sagen: die Pipeline bei Hisense ist fast unendlich.

In Anspielung auf Ihr LinkedIn-Motto: Wohin segeln Sie?

Ich habe da Seneca interpretiert. Jedenfalls soll es in gemeinsame Richtung mit unseren Partnern gehen. Und wir wollen vermitteln, dass wir für unsere Partner auch bei Regenwetter da sind. Denn nur wenn man verlässlich ist, schafft man etwas. Ich möchte etwas schaffen und entwickeln. Schließlich geht es immer um die Menschen, egal ob wir von Mitarbeitern oder Kunden sprechen. Allein bin ich nichts, nur mit meinen Mitarbeitern sind wir stark und ebenso ist es mit unseren Kunden.

www.gorenje.at

SACHSENKÜCHEN – KÜCHENMEILE 2022

Messthemema: „Green Living“

Auch in diesem Jahr bildet das Lebensstilkonzept der Firma Sachsenküchen wieder den repräsentativen Rahmen für die Vorstellung der Produktneuheiten des Jahres 2023.

Unter dem Motto „Green Living“ wird das Thema Nachhaltigkeit als wichtiger Teil eines bewussteren Lebensstils stärker in den Fokus genommen. „Für unsere Kunden, und auch für uns als Hersteller, hat das ‘gute Gewissen’ beim Kauf neuer Möbel einen noch höheren Stellenwert bekommen. In drei ganzheitlichen Wohnkonzepten präsentieren wir unseren Handelspartnern dieses Jahr spannende Einblicke in das Leben und die Bedürfnisse von Self Balancern, Free Agern und Sinn Karrieristen“, kündigt Sachsenküchen Geschäftsführer Elko Beeg die Präsentation im Kitchen Center Löhne an.

Thema Nachhaltigkeit ist vielschichtig

„In Bezug auf unsere diesjährigen Neuheiten haben wir unseren Schwerpunkt sehr stark auf natürliche Materialien aus nachwach-

senden Rohstoffen gelegt. Diese vereinen hochwertiges Design und Anmut mit einem hohen Maß an ‘natürlicher Funktionalität’. Lassen Sie sich inspirieren von der einzigartigen Haptik der Linoleumbooberflächen, gepaart mit der Ästhetik natürlichen Holzes. Für noch mehr Emotionen sorgen die neuen hochwertigen Lichtkonzepte für die Nische und die Kücheninsel. Tauchen Sie mit uns ein in die aktuellen Trends aus den Bereichen Küche, Wohnen und Bad“, berichtet Elko Beeg weiter. „Sachsenküchen ist seit vielen Jahren für seine qualitativ hochwertigen und langlebigen Möbel bekannt. Der Nachhaltigkeitsgedanke war schon immer Teil unserer Unternehmensphilosophie. Seit Anfang 2022 ist Sachsenküchen nun auch als CO₂-neutraler Hersteller zertifiziert. Doch das ist nicht alles. Als serviceorientierter Partner des Fachhandels bieten wir Ihnen zukünftig eine Reihe



neuer Konzepte an, die uns noch stärker miteinander verbindet. Informieren Sie sich über unsere neuen digitalen Lösungen für den Verkauf und den Service, wir freuen uns auf Ihr Feedback. Besuchen Sie uns vom 17. bis 23. September im Kitchen Center Löhne.“

www.sachsenkuechen.de

SYSTEMCERAM

Im Dialog mit dem Handel

Vom 17. bis bis 22. September 2022 zeigt systemceram auf der area30 in Löhne eine Reihe von Produktneuheiten.

Drei Themen warten auf die Messegäste: 1. Der Ausbau der „Kara“-Serie mit der neuen Einbeckenspüle „Kara 51“ für den 50er-Spülenschränk. 2. Die Ausweitung des Armaturenprogramms, unter anderem mit der Premium-Armatur „Tradizione“ in den vier möglichen Oberflächenveredlungen „Chrom“, „Edelstahlfinish“, „Schwarz matt“ und „Gold matt gebürstet“. Und 3. Ergänzungen beim Zubehör.

„Nachhaltigkeit ist für uns keine neue Disziplin, sondern eine seit Jahrzehnten gelebte Praxis.“

*Kevin Göbel, geschäftsführender
Gesellschafter*

Nachhaltigkeit ist gelebte Praxis

Ein weiteres wichtiges Thema ist die Neugestaltung des Messestandes. Im Mittelpunkt der visuellen Umsetzung stehen großformatige Motive aus dem Westerwald, der Heimat des Spezialisten für Keramikspülen aus Feinsteinzeug. Dabei soll deutlich werden, dass Nachhaltigkeit für das Unternehmen keine neue Disziplin ist, sondern dass es sich um eine „seit Jahrzehnten gelebte Praxis handelt“, wie Kevin Göbel, geschäftsführender Gesellschafter, erläutert. Und dass sich wichtige Aspekte der Nachhaltigkeit bereits aus dem natürlichen Spülenmaterial Feinsteinzeug heraus ergeben. Denn die grundlegende natürliche Stärke des keramischen Materials ist die 100%ige Recyclingfähigkeit. Zudem sind die Wege der Rohstoffversorgung besonders kurz. Mehr als 70 % der Rohstoffe für die Spülenproduktion bezieht systemceram aus einer Entfernung von weniger als 10 Kilometern zum Produktionsstandort Siershahn. Über Nachhaltigkeitsaspekte wie diese und andere mehr will das Unternehmen mit den Partnern aus dem Fachhandel auf der Messe ins Gespräch kommen. Damit diese die tragfähigen Nachhaltigkeitsargumente von systemceram in den Verkaufsgesprächen nutzen können.

www.systemceram.de



Zur area30 im September 2022 ergänzt systemceram die Serie „Kara“ um die Variante „Kara 51“ für den 50er-Spülenschränk. Hier in Szene gesetzt im Keramik-Farbtönen „Alu“ in Kombination mit der Premium-Armatur „Tono“ und der farblich abgestimmten „Medio-Rollmatte“.



Mit sanften und zugleich markanten Rundungen bietet sich die neue Küchenarmatur „Tradizione“ auch als Kombinationspartnerin zur „Centra 60“ an. Besonders Chic: der Spülenfarbton „Fango“.

NOLTE KÜCHEN

Mit einem starken Partner in die Zukunft

„NATÜRLICH NOLTE“ ist das Motto zur Hausmesse, die in diesem Jahr vom 17. bis 23. September stattfindet.

Besucher des NOLTE FORUMS in Löhne dürfen sich einerseits auf von der Natur inspirierte Neuheiten freuen, die das Sortiment im kommenden Jahr gezielt ergänzen. Nolte ist andererseits aber auch eine gute Wahl, wenn es um Qualität, Service und Unterstützung für den Handel geht.

Verantwortung übernehmen und mit Weitblick agieren: Dies gilt bei Nolte Küchen nicht nur in Krisenzeiten, sondern schon immer. Angesichts knapper Materialien, steigender Preise und langer Lieferzeiten sind Verlässlichkeit, Verkäuflichkeit und Planungssicherheit wichtiger denn je. Deshalb erweitert Nolte Küchen das Sortiment zur kommenden Saison gezielt um Produkte, die nicht nur ins wohnliche Gesamtkonzept passen, sondern

auch einen möglichst effizienten Verkaufs- und Installationsprozess gewährleisten sollen.

Geschäftsführerin Frau Thomann-Bopp erläutert: „Wir möchten unsere Handelspartner so weit wie möglich entlasten, damit diese sich auch in Zukunft voll und ganz auf den Verkauf konzentrieren können. Unsere Neuheiten für 2023 fügen sich nahtlos in das bestehende Sortiment ein und sind mit wenig Aufwand auf der Verkaufsfläche integriert. Gleichzeitig lässt sich damit vielfältig und innovativ planen, und zwar in Küche und Wohnraum gleichermaßen.“

Von der Natur inspiriert

Die Neuheiten zur Saison 2023 sind von der Natur inspiriert. Natürliche Farben und Materialien liegen dabei nicht nur im Trend,

sondern passen zum Thema Nachhaltigkeit, das auch für Nolte Küchen immer wichtiger wird: Während der Hausmesse wird Nolte seinen Partnern im September erstmalig einen Einblick in den gelebten Klima- und Umweltschutz geben, den das Unternehmen auch jenseits von Prüfsiegeln und Zertifikaten stetig vorantreibt.

Informationen zum Messebesuch:

Die Fachmesse im NOLTE FORUM ist täglich ab 9 Uhr geöffnet. Auch in diesem Jahr bittet das Unternehmen um Voranmeldung, um Besucherzahlen gleichmäßig zu verteilen und allen Anreisenden ein entspanntes, sicheres Messeerlebnis zu ermöglichen. Die Veranstaltung wird unter Berücksichtigung eventuell geltender Corona-Auflagen durchgeführt.

www.nolte-kuechen.com



Natürliche Farben und Materialien geben bei Nolte in der Saison 2023 den Ton an.

**SUCHMASCHINENOPTIMIERUNG
SEO: SEARCH ENGINE
OPTIMIZATION**

SEO

**DER KÜCHENRING KÜMMERT SICH UM DIE SUCHMASCHINEN-
OPTIMIERUNG IHRER WEBSITE. ES EXISTIEREN MEHR ALS 200
EINFLUSSFAKTOREN, DIE BERÜCKSICHTIGT
WERDEN, UM IHRE SEITE IN DIE
TOP 10 ZU BEFÖRDERN!**

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



WWW.KUECHENRING.DE

CARAT

Neuer Look, bewährte Qualität

CARAT präsentiert innovative Softwarelösungen auf der Herbstmesse in Ostwestfalen.

Sie ist längst auch für viele österreichische Fachbesucher zu einem absoluten Pflichttermin geworden: die Herbstmesse im deutschen Ostwestfalen. Vom 17. bis 22. September stellen namhafte Küchenhersteller sowie Elektrogeräte- und Zubehörlieferanten an der sogenannten Küchenmeile entlang der A30 ihre Neuheiten vor. Mit dabei sind auch wieder zahlreiche Dienstleister der Küchenbranche, darunter CARAT. Im stimmungsvollen Ambiente auf Gut Böckel in Rödinghausen präsentiert der Hersteller der gleichnamigen Küchenplanungssoftware in diesem Jahr aber nicht nur innovative Produkthighlights, sondern auch sich selbst in ganz neuer Optik.



„Das neue Design ist frisch, modern, geradlinig mit klaren Linien. Damit werden wir unserem Image als agile Softwareschmiede deutlich gerechter.“

Matthias Schaufler, CARAT-Geschäftsführer in Österreich und Vertriebsleiter international

„Nach über 30 Jahren wurde es Zeit für einen Refresh“, schmunzelt Matthias Schaufler, CARAT-Geschäftsführer in Österreich und Vertriebsleiter international. „Frisch, modern, geradlinig mit klaren Linien – mit dem neuen Design sind wir bestens für die Zukunft ausgerichtet und werden unserem Image als agile Softwareschmiede deutlich gerechter.“ Beim Besuch im „Roggenhaus“,



Das Unternehmen präsentiert sich in Sachen Unternehmenslogo, Produktlogos und Werbemittel optisch von einer ganz neuen Seite, und auch die Webseite carat.de hat einen Relaunch erfahren.

der Messeheimat von CARAT, wird den Besuchern auffallen: Die Primärfarben, der dunkle Blauton, kombiniert mit leuchtendem Grün, bilden eine reizvolle und aufmerksamkeitsstarke Kombination. Natürlich fiel die Wahl nicht von ungefähr auf diese beiden Farbtöne. Schaufler erklärt: „Während Blau für Gelassenheit, Stabilität und Verantwortung steht, symbolisiert Grün Wachstum und Erneuerung. Genau die Werte und Ansprüche, die unser Handeln tagtäglich prägen.“

Neben dem Messestand im komplett neuen Gewand, präsentiert sich das Dreieicher Unternehmen auch in Sachen Unternehmenslogo, Produktlogos und Werbemittel optisch von einer ganz neuen Seite. Da ist es nur konsequent, dass auch die Webseite carat.at einen Relaunch erfahren hat, die ebenfalls

durch die neuen Farb- und Bildwelten begeistert. Gemeinsam mit der in Dreieich ansässigen Werbeagentur MIYU wurde das Makeover erfolgreich umgesetzt.

CARAT one

Neben dem neuen Corporate Design hat der Marktführer im Bereich Küchenplanungssoftware auf der diesjährigen Herbstmesse aber auch zahlreiche Produktentwicklungen und Neuheiten mit im Gepäck. Im Mittelpunkt steht dabei CARAT one, der nächste Meilenstein in der cloudbasierten Planungssoftware. „Darin fließen die neuesten Technologien und Innovationen zusammen und bieten einen ganzheitlichen Produktansatz. Mit CARAT one bieten wir erstmals einen vollkommen orts-, zeit- und geräteunabhängigen Zugriff auf alle wichtigen Planungsinformationen, ohne die Planungssoftware selbst starten zu

müssen“, ist Schaufler begeistert. Konkret bedeutet das: Kommissionen und Kundendaten sowie Systemnummern- und Rechteverwaltung sind immer abrufbar, ganz unabhängig davon, wann der Küchenplaner wo ist und welches Endgerät er gerade nutzt. Mit einem beliebigen Internetbrowser auf dem Tablet beim Kunden vor Ort direkt die Kundendaten erfassen? Oder unterwegs auf dem Weg zum nächsten Kunden nochmal schnell in eine Kommission gucken? Alles kein Problem – die Speicherung in der Cloud macht es möglich!

CARAT service

Für große Freude dürften auch die Erweiterungen von CARAT service sorgen. Nachdem mit dem Produkt, das erst Anfang dieses Jahres auf den Markt gekommen ist, die digitale Brücke in den Bereich der Küchenmontage geschlagen werden konnte, wird es pünktlich zur Messe um zwei wichtige Funktionen ergänzt. So lassen sich ab sofort mehrtägige Montageaufträge planen und vergeben. Zudem können Monteure entsprechend ihrer Qualifikationen und Aufgabenbereiche den jeweiligen Montage-tätigkeiten zugeordnet werden. Ein Wunsch vieler Nutzer von CARAT service, der einen großen Vorteil bietet. Denn oftmals wird die Montage eben nicht durchgängig von nur einem Team durchgeführt. Stichwort Arbeitsteilung: Ein Team ist für die Lieferung und das Auspacken zuständig, ein

Team baut auf, ein Monteur kümmert sich um die Elektroanschlüsse, ein anderer montiert die Granit-Arbeitsplatte, ... durch diese Möglichkeit zur Differenzierung gestaltet sich die Abwicklung von Montage- und Serviceterminen noch komfortabler.

CARAT meeting und CARAT planner

Bekannt und bewährt, aber kein bisschen in die Jahre gekommen sind CARAT meeting

und der CARAT planner, die in Ostwestfalen ebenfalls eine zentrale Rolle spielen werden. Auch wenn sich niemand von uns einen weiteren Coronawinter wünscht, bietet CARAT meeting im Fall der Fälle eine sichere Möglichkeit zum Austausch mit Interessenten und Kunden. Die Videoberatung lässt sich direkt aus CARAT per Knopfdruck starten – ohne zusätzlichen Download oder Installation. Als Frequenzbringer für die eigene Webseite ist der CARAT planner nach wie vor ein wichtiges Tool zur Online-Kundengewinnung. Spielerisch können potenzielle Küchenkäufer mithilfe unterschiedlicher Planungsvorlagen ihre neue Traumküche bequem und einfach vorplanen – auf allen Endgeräten und ebenfalls ohne Download. Die Kontaktdaten und Planungen der Interessenten werden nach Abschluss an das Küchenstudio übermittelt und können einfach in die CARAT-Planung übernommen werden. Beste Voraussetzungen für das Verkaufsgespräch!

Wer jetzt neugierig geworden ist und diese und viele weitere Produkte live erleben möchte, sollte den Besuch bei CARAT auf der Herbstmesse 2022 fest einplanen. Nie zuvor haben digitale und effiziente Softwarelösungen den gesamten Küchen-Verkaufsprozess so durchgängig begleitet und unterstützt – von der Planung bis zur fertig montierten Küche.

www.carat.at



SCHÖSSWENDER MÖBEL

Neue Modelle, innovatives Weiterdenken und die MOW 2022

Neuigkeiten, Fortschritte und eine anstehende Messe – Schösswender Möbel präsentiert auf der MOW 2022 neue Möbelkreationen sowie variantenreiche Weiterentwicklungen.

Keturo, Vigo, und Cosy: Das sind die Namen der neuentwickelten Modellserien, die ab dem heurigen Möbelherbst am Markt überzeugen. Keturo bildet dabei ein neues Kapitel in Sachen Wohnqualität. Speziell Individualisten greifen die zahlreichen Möglichkeiten der unterschiedlichen Kombinationsmöglichkeiten auf. Viele Details, wie die Außenseiten mit oder ohne Sitzleiste oder die unterschiedlichen Varianten der Lehnen, bieten Optionen für eine persönliche Note in jedem Keturo-Möbelstück.

Vigo bringt ein Stück Natur ins Speisezimmer. Klare Formsprache, massives Eichenholz – Willkommen in Ihrem ganz persönlichen Wood-SPA für die Seele. Pures Holz, dafür in klassisch ergonomischer Linienführung – und perfekt abgestimmt als Gesamtkomposition. So steckt durch die hochwertigen Materialien ein Stück Verbundenheit mit der Wildheit der Natur in jedem ausdrucksstarken Vigo-Unikat.

Rundungen sind nicht nur etwas fürs Auge, sondern auch zum Ankommen, Zurücklehnen und sich fallen lassen. Die Modellserie Cosy in der Ausführung mit den gerundeten



Speisegruppe Vigo

Lehnen und den sanften Farbzwischentönen in der Bezugsvielfalt wird so zum gemütlichen Zentrum des Speisezimmers. Verspielt lädt die Modellserie zu vertrauter Behaglichkeit ein.

„Wenn es einen Weg gibt, etwas besser zu machen, finde ihn“

Thomas Edison – mit der Glühbirne ging ihm ein Licht auf und mit dem Phonographen brachte er die Welt zum Klingen. Er erfand aber nicht nur Neues, sondern entwickelte bereits bestehende Ideen weiter. In diesem Geist präsentiert Schösswender Möbel die Weiterentwicklung zu Arbon 2.0 und Belcantato. Bei Arbon 2.0 ergänzt nicht nur eine Stuhlserie das Gesamtkonzept, auch die neue schwarze Metallkufen-Außenseite ziert Bänke und Tische.

Belcantato ist das beste Beispiel, wie aus innovativen Entwürfen Weiterentwicklung entsteht. Beim steten Vortreiben der Korpusmöbel im Wohn- und Speisebereich entstanden so neue und spannende Modelle, wie etwa bei den Vitrinen oder den High-, Low- und Sideboards – inklusive ideenstrotzender Wohnwandvorschläge. „Hier vereinen sich das Schöne und das Praktische. Ein herrlicher Anblick paart sich bei Belcantato mit einem großzügigen Stauraumangebot“, so Alfred Weiß, Geschäftsführer von Schösswender Möbel.

Wow – MOW 2022

Neue Möbel und viele Weiterentwicklungen von Schösswender Möbel – wo findet man ein fachkundigeres Publikum, um dies zu schätzen, als auf der MOW 2022. Vom 17. bis zum 22. September strömen Fachleute auf die Fachmesse für das Möbelbusiness. Wer Schösswender Möbel und die Ausstellungsstücke sucht, findet alles im Informa Messezentrum am Stand 12 in Bad Salzuflen/Holzhausen. „Unser Messteam freut sich auf die Besucher. Jeder ist herzlich eingeladen, Probe zu sitzen und die neuen Modellserien hautnah zu erleben. Wir freuen uns jetzt schon auf Ihre Fragen und auf anregende Gespräche.“, sagt Alfred Weiß.

www.schoesswender.com



Möbelserie Keturo



Modell Cosy



GESUNDER GENUSS MIT DAMPFGARERN VON KÜPPERSBUSCH

Die Kombidampfgarer von Küppersbusch: Einzigartige Geschmackserlebnisse dank sanfter Garmethoden.

Küppersbusch Dampfgarer erwärmen die Speisen mit Wasserdampf, arbeiten ohne Druck und mit optimaler Wärmeverteilung. Farbe und Form des Gargutes bleiben unverändert, Eigengeschmack und Aromastoffe sind besonders intensiv. Die Kombidampfgarer sind in den zwei Glasfrontfarben - Schwarz & Weiß - erhältlich.

SCHLAFEN

Fachberatung gefragt

Wenn man heute das Wort „schlafen“ in den Mund nimmt, dann ist damit vieles gemeint. Gesundheit, Regeneration, natürliche Materialien, gute Luft usw. Es ist die Auszeit vom Alltag, von Stress und Mühsal. Die Betten- und Bettwarenindustrie ist auf diesen Zug schon lange aufgesprungen und der gute Fachhandel natürlich auch.

Mittlerweile gewinnt das Thema Schlaf – genauer gesagt der gesunde Schlaf – auch beim Konsumenten immer mehr an Bedeutung, egal ob jung oder alt. Genau da liegt die Chance für den „guten“ Fachhandel. Für das eigene Wohlbefinden ist der Konsument bereit Geld in die Hand zu nehmen und einen fairen Preis dafür zu bezahlen. Die Qualität des Produktes, die Herkunft, das Material oder die Materialien werden immer wichtiger. Das nützen auch die Berater im Verkaufsgespräch. Es geht um Inhalte, um Auswirkungen auf den Körper, um Haltbarkeit und Herkunft – kurzum – um Nachhaltigkeit und nicht um den Preis. Es geht aber auch um profundes Fachwissen.

Hier kann man sich wirklich zum Fachmann oder zur Fachfrau mausern. Kaum ein Thema braucht mehr Fachkenntnis und mehr Einfühlungsvermögen. Kunde bzw. Kundin werden es Ihnen danken. Gute Produkte und Produzenten sind vorhanden und bieten

auch entsprechende Ausbildungen für Ihre Handelspartner. Eine Möglichkeit sich am Markt zu differenzieren und einen eigenen Weg – als eigene „Marke“ – zu gehen. ■



Foto: Latexco

SUPERMATRATZE

Kühlt und heizt den Körper gezielt

Patentierte Innovation von Forschern der University of Texas hilft beim Ein- und Durchschlafen

Bioingenieure der University of Texas <http://utexas.edu> haben ein neues Matratzen- und Kissensystem entwickelt, das Heizung und Kühlung verwendet, um dem Körper beim Ein- und Durchschlafen zu helfen, meldet *presstext austria*. „Wir fördern die Bereitschaft zum Einschlafen, indem wir temperaturempfindliche Sensoren in dem System nutzen, um die einzelnen Körperteile optimal zu erwärmen beziehungsweise zu kühlen“, sagt Forschungsleiter Shahab Haghayegh.

Schnelleres Einschlafen

Die Matratze wurde entwickelt, um gleichzeitig die zentralen Bereiche des Körpers zu kühlen, während sie Hals, Hände und Füße

erwärmt, wodurch der Blutfluss erhöht wird, sodass die Körperwärme abgeleitet wird. Haghayegh und sein Team haben zwei Versionen der Matratze gebaut: eine, die Wasser verwendet, und eine andere, die Luft nutzt, um die Körperkerntemperatur zu manipulieren. Sie testeten die Matratzen mit elf Probanden und baten sie, zwei Stunden früher als üblich ins Bett zu gehen. In einigen Nächten genossen die Probanden die kühlenden und wärmenden Funktionen der Matratzen, in anderen nicht. Das Ergebnis: Mit der Hightech-Matratze schliefen die Testpersonen ungefähr 58 Prozent schneller ein im Vergleich zu Nächten, in denen sie die Kühlungs- und Wärmefunktion nicht nutzten, trotz der frühen Schlafenszeit. Das Projekt entwickelte sich im Labor von Kenneth Diller von der Cockrell School of

Engineering <http://cockrell.utexas.edu> an der UT Austin.

Suche nach Industriepartnern

„Es ist bemerkenswert, wie effektiv die sanfte Erwärmung entlang der Halswirbelsäule ist, um den Blutfluss an Händen und Füßen zu erhöhen, die Kerntemperatur zu senken und den Schlafbeginn auszulösen. Derselbe Effekt ermöglicht es auch, dass der Blutdruck über Nacht leicht sinkt, mit dem Vorteil, dass sich das Herz-Kreislauf-System von dem Stress der Aufrechterhaltung des Blutflusses während der täglichen Aktivitäten erholen kann, was für die langfristige Gesundheit sehr wichtig ist“, so Diller.

Link zum Video:
bit.ly/3Rbejj9



Quelle: *presstext austria*

BRANCHENRADAR

Ab in die Betten

Im vergangenen Jahr gaben die Österreicher:innen mehr für Matratzen und Lattenroste aus als in den Jahren zuvor. Das lag primär an den gestiegenen Verkaufspreisen, wie BRANCHENRADAR analysierte.

Mit dem Umsatzwachstum im Jahr 2021 setzte sich der Trend der vorangegangenen Jahre fort. Dabei sind die gestiegenen Herstellererlöse in der Höhe von 139,5 Mio Euro (im Vergleich zu 132,23 Mio Euro 2020) in erster Linie den gestiegenen Durchschnittspreisen geschuldet. Das Wachstum betrug damit am österreichischen Markt um 5,5 Prozent. Die Matratzen machten dabei 113,4 Millionen Euro aus, auf die Lattenroste entfielen 26,1 Millionen Euro. Im Vergleich zu 2020 legte der durchschnittliche Verkaufspreis um über vier Prozent zu. Die zusätzlichen Ersatzkäufe entfielen dabei gleichermaßen auf private Haushalte als auch das gewerbliche Kundensegment. Während im Konsumentengeschäft ein Teil von bislang aufgeschobenen Investitionen realisiert wurde, weiteten insbesondere Beherbergungsbetriebe ihre Investitionen nach den katastrophalen Tourismussaisonen der Vorjahre wieder aus.

Organische Füllungen beliebt

Im Trend lagen im letzten Jahr vor allem Matratzen mit organischem Kernmaterial, also etwa Füllungen aus Schafwolle, Rosshaar, Kokos oder Sisal. Im Jahresvergleich erhöhten sich die Erlöse um über 11 Prozent, wengleich das

Produktsegment mit einem Marktanteil von 2,6 Prozent nach wie vor in einer Nische operiert. Aber auch Matratzen mit Latexfüllung gewannen an Bedeutung und steigerten den Umsatz um rund 10 Prozent gegenüber 2020. Schaumstoff- und Federkernmatratzen konnten dabei gleichermaßen mit dem Markt mitziehen.

Direktvertrieb gewinnt

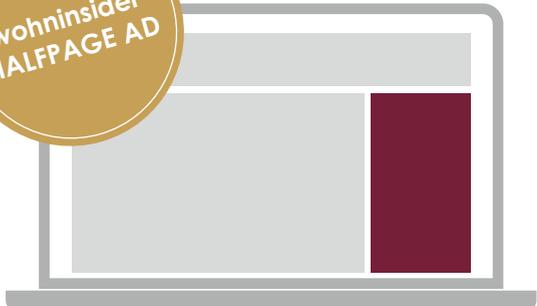
Unter dem Strich konnte der Handel die Erlöse steigern, jedoch legte der Direktvertrieb

und hier primär der Onlinehandel am meisten zu. Der Umsatz der Hersteller mit dem stationären Möbelhandel wuchs um 4,5 Prozent, mit dem Matratzenfachhandel um rund 9 Prozent. Mit Matratzendiskontern wurden hingegen um 1,5 Prozent weniger umgesetzt als im Jahr davor. Der Direktvertrieb wuchs um zehn Prozent, der Marktanteil hält nunmehr bei fast 14 %.

www.branchenradar.com

MATRATZEN & LATTENROSTE Österreich				
	2018	2019	2020	2021
				
Marktentwicklung Matratzen & Lattenroste zu Herstellerpreisen				
Umsatz in Mio. Euro	122,1	126,2	132,2	139,5
Abw. geg. VJ in %	-	3,4	4,8	5,5
Quelle: BRANCHENRADAR Matratzen & Lattenroste in Österreich 2022				

Grafik: BRANCHENRADAR.com



wohnsider
HALFPAGE AD

www.wohnsider.at

» Ihr direkter Draht in die Einrichtungsbranche

HALFPAGE AD

auf www.wohnsider.at

Macht Ihre Botschaft unübersehbar!

Es ist die optimale Werbeform für kreative Kampagnen und bietet viel Raum für Ihre Botschaften, Ihr Unternehmen, Ihre Leistungen.

Gleich Infos anfordern:
Anna Habciczek, a.habciczek@wohnsider.at

- ✓ Großzügige Abmessung von 600 x 900 Pixel
- ✓ Exklusive Integration in den Contentbereich der Site
- ✓ Bleibt während des Lesens im Sichtfeld des Nutzers

DORMIENTE

dormiente Naturbetten – mit „Besser grün schlafen“ seit Jahren erfolgreich am Markt

Die dormiente Naturbetten-, Bettwaren- und Matratzen-Kollektion hilft dem Fachhandel, das grüne Profil zu schärfen und setzt dafür gleichermaßen auf hochwertige ökologische Produkte, attraktive Präsentationslösungen für den POS und aktive Marketingunterstützung.

Die Marktentwicklung der letzten Jahre hat gezeigt, dass Konsumenten für alles, was nah oder direkt am Körper ist, zunehmend natürliche Materialien bevorzugen. Krisenbedingte Kaufzurückhaltung ändert an diesem Prinzip nichts: für eine beträchtlich gewachsene Konsumentengruppe gibt es kein Zurück zu Plastik mehr. Sie sucht nach natürlichen, ökologisch verantwortlich gewonnenen Materialien, denen man bezüglich Herkunft und Gesundheitsverträglichkeit vertrauen darf. Hier hat sich dormiente bereits einen Namen geschaffen. „Bei dormiente ist Nachhaltigkeit nicht etwas, mit dem man sich beschäftigt, weil es der Markt gerade verlangt. Im Gegenteil: dormiente ist seit über 30 Jahren konsequent ausgerichtet auf Nachhaltigkeit. Ein Öko-Pionier, der in Sachen nachhaltige Matratzen und Bettwaren Maßstäbe gesetzt hat“, so Erich Hölzl, Vertriebsleiter Österreich beim deutschen Hersteller dormiente.



Ökologisch nachhaltig vom Zirben-Tellerrost bis zum Kissen.



Stimmig aufgebautes Angebot für jeden Komfortanspruch

dormientes Naturmatratzen aus 100% natürlichem Latex bieten hochwertigen orthopädischen Liegekomfort von Basic bis Deluxe, mit Zonenmodellierungen, die den unterschiedlich ausgeprägten Körperformen von Männern und Frauen gerecht werden. Gänzlich konkurrenzlos am Markt ist die jüngst eingeführte, individuell maßgeschneiderte Natur-latexmatratze PERSONAL FITS, die jede Körperkontur perfekt abbilden kann. Eine Besonderheit ist auch das dormiente-Prinzip des versteppten Innen- plus waschbaren Außenbezugs, umgesetzt ohne Synthetik, ausschließlich in streng schadstoffkontrollierten Naturmaterialien. Für die Bettdecken-Kollektion setzt dormiente gleichfalls auf nachwachsende Rohstoffe, wo immer möglich aus kontrolliert biologischem Anbau oder Tierhaltung. Hochwertiger Biobaumwoll-Satin im Bezug und ein klares Naturfüllmaterialien-Konzept für Fröstler, Viel-Schwitzer, Veganer und Allergiker lassen jeden die passende Bettdecke für sich finden. Mit der Hinzunahme von Hanf



Metallfreies Natur-Polsterbett Clia_2 in Boxspring-Optik, ausgezeichnet mit dem Schöner Wohnen ‚Best of Design‘ – Prädikat 2021.

hat dormiente vor zwei Jahren einen neuen Meilenstein gesetzt in Punkto Bett-Klimatisierung und Öko-Bilanz. 100 % Naturlatex und andere reine Naturmaterialien, darunter auch Zirbe, sorgen in ergonomischen Nackenkissen und Füllkissen für erholsamen Schlaf. Alles wird regelmäßig schadstoffkontrolliert über den QUL (Qualitätsverband umweltverträgliche Latexmatratzen e.V.). Da perfekte Klimatisierung und ökologische Nachhaltigkeit auch für die passende Heimtextilie gelten sollten, rundet Bettwäsche aus 100 % europäischem Hanf das Angebot ab.

Exklusive Massivholzbetten und Natur-Polsterbetten

Modernes Design, umgesetzt in vornehmlich europäischen Hölzern aus nachhaltiger Forstwirtschaft, kennzeichnet die vielfältige Betten-Kollektion von dormiente. Die Polsterbetten werden ausschließlich mit schadstoffgetesteten Naturmaterialien gepolstert. Mit dem Modell Clia_2 kann dormiente sogar eine Version im beliebten Boxspring-Look bieten, ersetzt aber die üblichen Metallfedern für elektrobiologische Neutralität und größere Flexibilität durch ein komplett metallfreies Naturschlafsystem, das ganz einfach nachjustiert werden kann, wenn sich die Komfortbedürfnisse ändern.



Naturpolsterung in Handarbeit für dormiente Schlafsofas.

Attraktives Store-Konzept für kleine und große Flächen

Moderne Store-Module, die individuell zusammengestellt werden können, präsentieren die Natur-Kollektion schon ab drei Laufmetern Wandfläche. Auch eine freistehende Präsentation ist möglich. Auffällige Banner und Displays kommunizieren Natur und Nachhaltigkeit zum Kunden hin. Auf Wunsch leisten dormiente-Architekten Unterstützung bei der Gestaltung. „Mit dormiente ist es möglich, schon auf 12 Quadratmetern Kompetenz in Sachen ‚grüner Schlaf‘ klar rüber-



Oben ein Beispiel für umgesetzte Studioloösung, unten die Natural Hanf Bettdecke.

zubringen, vom Bett über die Matratze bis zur Bettwäsche“, erklärt Erich Hölzl. Daran arbeitet auch das Marketingteam am Firmensitz in Hessen.

Aktive Marketingunterstützung, überregional und regional

Regelmäßige Handelsaktionen werden zusätzlich durch Printanzeigen und PR-Veröffentlichungen in einschlägigen Kundenmagazinen beworben. Unterstützung gibt es auch für die regionale Anzeigenschaltung. Ein ansprechender Gesamtkatalog und digitale Kommunikations-Bausteine unterbreiten Kunden das dormiente-Sortiment am POS und im Netz. „Perfekte Produkte bieten zu können, das ist die Grundvoraussetzung. Das allein reicht aber nicht“, so Hölzl. „Für mich bietet dormiente das nachhaltigste Bettwaren-Konzept, denn hier ist alles aus einer

Hand: ein stimmiges Sortiment für alles, was es für gesunden, grünen Schlaf braucht, alle wichtigen Öko-Zertifikate, regelmäßige Schadstofftests nach den strengsten Kriterien, attraktive Studioloösungen für jedes Platzangebot und jede Menge durchdachte Marketingunterstützung.“

www.dormiente.at

Kontakt:
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

SEDDA POLSTERMÖBELWERKE: BETTEN UND SCHLAFSOFAS

Made in Austria – Guter Schlaf für mehr Lebensqualität

In der Nacht tankt der Mensch auf und schöpft Kraft. Deshalb lohnt es sich beim Kauf eines Bettes oder Schlafsofas auf Qualität zu achten.

Ein Spezialist für Schlaf- und Sitzkomfort ist sedda aus Österreich. Mit ihren exklusiven Polster- und Boxspringbetten sowie einem breiten Sortiment an Matratzen verbindet die Manufaktur hochwertiges Design mit Nachhaltigkeit und edler Verarbeitung.

Dabei steht stets das Wohlbefinden der Menschen im Mittelpunkt. Denn hier tragen alle Produkte das Österreichische Qualitätsgütesiegel. So sorgen zum Beispiel lösemittelfreie Verklebungen, FCKW-freie Schaumstoffe und Ökotex 100 geprüfte Polstermaterialien für ein gesundes Raumklima und eine erholende Schlafatmosphäre.

Da aber die Schlafgewohnheiten der Menschen sehr unterschiedlich sind, bietet sedda zahlreiche individuelle Lösungen. Wie das Premium-Boxspringsystem KING für höchste Komfort-Ansprüche. Anders als bei herkömmlichen Boxspringbetten werden die Federkerne zusätzlich mit einem Lattenrost unterfedert und mit Schaumstoff ummantelt. Dieser Luxus wirkt sich spürbar auf die Schlafqualität aus. Verschiedene Designvarianten und Maße vom 80 cm Einzelbett bis zu 240 cm Familysize sowie großzügiger Stauraum belegen die hohe Expertise der Polstermanufaktur.



Boxspringbett KING

Grazil in seiner Form und mit individuell anpassbarem Schlafkomfort überzeugt auch BIRDY. Der schmale gepolsterte Sockel und die hohen, schlanken Metallfüße schaffen eine leichte Anmutung. Kombiniert mit einer exklusiven Boxspringmatratze erfüllen sie ebenfalls alle Anforderungen an ein perfektes Liegegefühl. Dank der großen Auswahl an hochwertigen Boxspring-, Federkern- und Kaltschaummatratzen, sowie diversen Toppfern für das Fein-Tuning, passen sich

sedda-Betten allen Schlaftypen an. Traumhaften Komfort verspricht auch die Kingline Boxspringmatratze: sie ist mit einem Kern aus härtevergüteten Tonnentaschenfederkernen ausgestattet und punktet mit zwei unterschiedlichen Härtegraden. So lässt sich durch das Wenden der Matratze der Liegekomfort bequem variieren. Der innovative Matratzenbezug aus der Tencel® Spezialfaser ist zudem allergieneutraler, atmungsaktiver, bis 60° waschbar und hat einen Schutz gegen Hausstaubmilben.



Polsterbett BIRDY

Gleichzeitig hat sich sedda für funktionsstarke Polstermöbel, moderne Relaxer und Schlafsofas international einen Namen gemacht. So setzen die im eigenen Hause entwickelten und patentierten Schlafsofa-Systeme easy® und quick® bisher unerreichte Standards. In wenigen Sekunden lassen sie sich zum vollwertigen Bett inklusive Matratzenschoner und Stauraum verwandeln und bestechen Tag und Nacht mit ausgezeichnetem Sitz- bzw. Liegekomfort. Ob Boxspring-Bett, Matratze, Wohnlandschaft oder Schlafsofa – bei sedda gibt es den Wellnessfaktor inklusive.

www.sedda.at

HÄSTENS

Die Traum-Realisierer

Guter Schlaf ist nicht nur eine Sache des richtigen Bettes. Auch das Drumherum muss einfach passen, Körper und Seele in eine Umgebung gebettet sein, die entspannen lässt.

Hästens hat sich gutem Schlaf verschrieben. Der schwedische Premiumbettenhersteller setzt seit nunmehr 170 Jahren auf höchsten Komfort in Sachen Matratzen- und Bettenbau. Doch für guten Schlaf reicht ein tolles Bett nicht aus. Temperatur, Luft, Lautstärke, Lichteinfluss, aber vor allem auch die seelische Ruhe müssen im Einklang mit den eigenen Bedürfnissen stehen. Darum zieht die Marke mit dem typischen Blue-Check seit einiger Zeit viel weitere Kreise.

Die App zum Einschlafen

Ende 2020 etwa launchte Hästens seine Restore-App, eine Achtsamkeits-App, die darüber hinaus auch hilft, Alltagssituationen positiv zu

beeinflussen. Das schwedische Unternehmen ging dazu eine Partnerschaft mit dem Kardiologen und Mathematiker Dr. Jussi Eerikäinen ein, um Hästens Restore zusammen mit dem Führungspersonal-Couch und Mentor Peter von Ah zu entwickeln. Basierend auf Dr. Eerikäinens Forschungen kombiniert diese App Frequenzöne und Musik, um Menschen zu helfen, Konzentration und Fokus, Dankbarkeit, Kreativität, Produktivität, Stressmanagement und Entspannung zu fördern und um die Schlafqualität zu verbessern.

Fragen an den Schlaf-Doktor

Die Kooperation mit Dr. Michael Breus, dem Hästens-Botschafter und weltweit renommierten „Sleep Doctor“ geht sogar noch weiter. Dr. Breus gibt regelmäßig Tipps, wie der

Schlaf der (potenziellen) Hästens-Kunden weiter optimiert werden kann. In der aktuellen Aussendung rät Breus etwa zur individuell optimalen Temperierung der Schlafumgebung, hellen Farben, natürlichen Materialien im Bett und den Bettwaren. Des Weiteren ist die richtige Lichteinwirkung, insbesondere kurz vor dem Schlafengehen von Bedeutung. *(Weitere Tipps unter folgendem Link auf wohninsider.at: bit.ly/3w84ric)*



Dr. Breus ist einer der bekanntesten und renommiertesten Schlaf-Experten und das Testimonial von Hästens.

Rundum wohl gebettet

Hästens bietet aber auch jede Menge greifbare Produkte, die das Schlafen einfacher, schöner und tiefer machen. Da gibt es Daunen-Decken und ergonomische Kopfpolster samt dazu passenden Überzügen, aber auch Betthussen und Kinder-Artikel. Besonderes Augenmerk sei aber auch auf die Lifestyle-Produkte gelegt: Vom Baby-Alpaka-Überwurf, über den superbequemen, niemals einschneidenden Pyjama, die Schlafmaske bis hin zu den Daunenstiefeln, die (auch aus eigener Erfahrung) bestimmt jeden kalten Fuß des nächtens warmhalten, ist alles dabei. Nicht nur dem Blue-Check-Fan wird damit ein neues Schlaferlebnis geschenkt, der Fachhändler kann sich durch das Zubehör profilieren und macht darüber hinaus auch noch gute Umsätze.

Hästens ist übrigens auf der Suche nach Partnern in Österreich:

Interessenten wenden sich an Markus Maurer (markus.maurer@hastens.se).

www.hastens.com



Hästens bietet (fast) alles rund um guten Schlaf. Auch das Lifestyle-Zubehör kann sich sehen lassen und bringt gute Umsätze.

NACHHALTIGKEIT BY ADA

Respect the next!

“Think Green” – für ADA 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. Dem Nachhaltigkeitsgedanken folgend setzt das Familienunternehmen auch bei seinem Stoffsortiment unter anderem auf Polsterbezüge mit Second Life.

Möbelstoffe aus Altkleidern

Mode ist etwas Schönes, keine Frage. Aber: Die Textilindustrie produziert jährlich mehr CO₂ als der internationale Flug und Schiffsverkehr zusammen. Und was passiert mit ausrangierten Kleidern? Nur die Hälfte der abgelegten Kleidung kann noch secondhand verwertet und weniger als 1% der Alttextilien in der Textilindustrie wiederverwendet werden. Der Rest wird ressourcenintensiv downgecycelt. Immer mehr Kleidung besteht zu großen Tei-

len aus Kunstfasern. Sie lassen sich nur schwer herausfiltern. Bis jetzt: Der deutsche Hersteller Globatex ist mit dem „Global Recycled Standard“ zertifiziert und produziert vor allem aus den schwer verwertbaren Polyesterfasern seinen innovativen Stoff „Refabric“.

So entsteht der neue Kreislauf: Alte Kleider werden gesammelt, nicht Recycelbares entfernt. Die verwertbaren Stoffe werden gereinigt, zerkleinert, geschmolzen und gesäubert. Es entsteht ein Granulat, das erneut geschmolzen und durch ein feines Sieb gepresst in Garn verwandelt wird. Dieses Garn fließt nun in die Refabric-Stoffe ein, die mithilfe von Web- und Strickverfahren produziert werden. So erhalten Altkleider aus Kunstfasern ein neues, sinnvolles Leben als Polstermöbel.

Recyclingbezug aus Wasserflaschen

Jede Minute werden weltweit 1 Million PET-Flaschen produziert. Leider sind sie ein Wegwerf-

produkt. In vielen Ländern, auch in Österreich, wird Plastikmüll recycelt und wiederverwendet. Jetzt gibt es einen neuen, einzigartigen und umweltschonenden Recyclingweg, um Möbelstoffe herzustellen, der die ganze Flasche aufbereitet und an dessen Ende ein Sofa steht.



Wie funktioniert es? Beim PET-Recycling werden die Flaschen zerquetscht und alle Labels entfernt. Anschließend wird das Plastik zerkleinert, gereinigt und zu Granulat pulverisiert. Ein innovatives Verfahren fertigt daraus einen leinenartigen Stoff. Er ist robust, pflegeleicht, dank EASY CLEAN Technologie schmutzabweisend und komplett nachhaltig. Rund 370 recycelte PET-Flaschen beziehen ein Sofa, 150 recycelte PET-Flaschen einen Sessel. Der nachhaltige Stoff schützt den Planeten doppelt, denn seine Herstellung benötigt 70% weniger Energie und 86% weniger Wasser im Vergleich zu herkömmlichen Möbelstoffen.

ADA macht mit. Sie auch?

www.ada.at



Bett Falco mit Bezugstoff aus Altkleidern.



a area 30

cube 30



Das Herz der Küchenbranche 17. bis 22. September 2022, Löhne

Die Plattform für Neuheiten der Küchenbranche

Die elfte Ausgabe der area30 mit erneut über 130 Ausstellern und Marken sowie dem 2018 erstmals erfolgreich eröffneten Showroom cube30 ist das Herz während der Küchenmeile A30, „der weltgrößten Küchenfachmesse für Profis aus Handel und Industrie.“*

Seit ihrer Premiere 2011 steht die area30 im Mittelpunkt der herbstlichen Haus- und Fachmesselandschaft der Küchenbranche. Sie ist die zentrale Fach- und Ordermesse für Küchenstudios, den Küchenfachhandel, Verbundgruppen, die Großfläche sowie Projektanten und Architekten.

*Quelle: www.kuechenmeile.de

Online-Anmeldung & kostenfreier Eintritt: www.area-30.de/checkin



A.S.K.

berbel

Naber

Quooker

SAMSUNG

sedia

systemceram
Kerabam-Küchenkeramik

HEFEL

Kuscheln in Daunen

Ob HEFEL Silver Down, Gold Down, Platinum Down oder Deluxe Down – das exklusive HEFEL Premium Daunenbettwaren-Sortiment lässt keine Wünsche offen.



Das gesamte HEFEL Premium Daunen-Sortiment ist RDS (Responsible Down Standard) zertifiziert.

Diese Bettdecken vereinen die natürlich weiche Bauschkraft von federleichten Daunen mit edler Hülle aus der hauseigenen Inlettweberei. Füllung, Gewebe und Steppung sind ideal aufeinander abgestimmt und sorgen für einen kuschelig feinen Schlafgenuss, 100 % Made in Austria.

Je nach Ausführung (Sommer-, Ganzjahres- oder Winterdecke) werden HEFEL Premium Daunen Bettdecken mit entsprechenden Komfort-Steppungen angefertigt. Diese sorgen für die optimale Verteilung der Füllung und verhindern ein Verrutschen. Als einziger Bettwarenhersteller in Europa verfügt HEFEL heute noch über eine eigene Inlettweberei, in der die weltweit feinsten Gewebe für Bettwaren hergestellt werden. Dies ermöglicht HEFEL die optimale Abstimmung der herrlichen Daunenfüllungen mit einem erstklassigen Gewebe in höchster Perfektion.

Das gesamte HEFEL Premium Daunen-Sortiment ist RDS (Responsible Down Standard) zertifiziert und mit dem NOMITE Zeichen

ausgezeichnet. Tierliebhaber und Hausstauballergiker können erholsam und mit gutem Gewissen in HEFEL Daunenbettwaren schlafen.

NEU: HEFEL Outlast Proactive Down 2.0

Diese Daunenbettdecke perfektioniert seit 2022 das spezielle Steppdecken- und Kissen-Sortiment von HEFEL Outlast & Down und HEFEL Outlast & Maize. HEFEL bringt die spezielle PCM-Funktion von Outlast, ohne

zusätzliches Vlies, erstmals direkt aufs Gewebe und konfektioniert eine Bettdecke mit idealer Kombination von Outlast und Daune. Wärmend oder kühlend, ganz nach Bedarf. Leichtigkeit und Kuscheloptik von HEFEL Daune, die sich wundervoll anschmiegt, bleiben unverändert, werden aber ergänzt mit weniger schwitzen und frieren die ganze Nacht hindurch.

www.hefel.com



In der eigenen Inlettweberei werden feinste Gewebe für Bettwaren hergestellt.

MARKTPLATZ : SCHLAFEN

East Coast Flair

Ein Motto der Lexington Company lautet: „Du verbringst ein Drittel deines Lebens im Bett, warum nicht in hochwertiger Bettwäsche“. Aus hochwertigen Materialien und ausgesuchten Qualitäten aus Baumwolle, Leinen oder weichem Flanell gefertigt, sorgt die schöne Bettwäsche für East Coast Flair im Schlafzimmer. Dabei ist die Bettwäsche Oeko-tex-zertifiziert. Die Farben der Saison sind Braun und Kupfer, kombiniert mit kuscheligen Tagesdecken und Kissen ergibt das den perfekten Herbstlook.

www.lexingtoncompany.com



Komfort und Verantwortung



Die Kollektion Loft Green wurde entwickelt, um besten Schlafkomfort und hohe Alltagstauglichkeit bei gleichzeitig minimalem Ressourceneinsatz zu erreichen. Als Rohstoff für den Textilbezug wird auf kontrolliert biologische Baumwolle ohne optische Aufheller, ohne Einsatz von Pestiziden und Kunstdünger beim Anbau zurückgegriffen. Die Füllung besteht aus einer Kombination aus der umweltschonenden Dacron® ZERO % Faser und der biobasierten TENCEL™ Faser. Verpackt werden die Kissen und Decken in Beuteln aus 100 % Baumwolle, wiederverwendbar und kompostierbar.

www.stendebach.eu

GUT FÜRS KLIMA



Diese Bettwäsche ist aus Eukalyptusfaser gewebt, seidenweich, leicht und ganz besonders kuschelig. Nachtschweiß hat keine Chance, denn das Naturmaterial sorgt für eine optimale Wärmeregulierung. Die TENCEL™ Lyocell Faser ist von Natur aus angenehm weich, ohne rutschig oder zu glatt zu sein. Zudem stammen die verwendeten Eukalyptusfasern aus FSC-zertifizierter Forstwirtschaft und beim Anbau der Eukalyptusbäume wird komplett auf Pestizide und künstliche Bewässerung verzichtet. Die hig & chic Bettwäsche ist in 5 Farben und 5 Größen erhältlich.

www.higandchic.com

für Wohlfühlmomente



Das grafische Design der Bettwäsche VALENTIN glänzt mit spontanen Pinselstrichen in Aquarell, die sich in unterschiedlichen Stärken längs und quer, fast schon mosaikartig, auf dem Bettwäschefond verteilen. Die herbstliche Farbwelt lässt sich sehr gut mit Unifarben kombinieren: Neutrale Töne aus Schiefer, hellem Grau und Sand wechseln sich mit kühlen Blautönen, klarem Grau und warmen Tönen aus heller Terrakotta, pudrigem Altrosa und dunklem Aubergine ab.

www.schlossberg.ch



Mehr Highlights zum Thema Schlafzimmer auf www.wohnsider.at | Link zu den Produkten: bit.ly/3PzE4bM

BETTEN EBERHARTER

Eberharter Weg in die Zukunft

Ausgezeichnet als Tiroler Traditionsbetrieb stehen bei Betten Eberharter hohe Qualitätskriterien sowie Regionalität an oberster Stelle.

Im Zillertal wird designt, produziert, gepolstert und genäht. Kurze Entscheidungswege sowie eine schlanke Produktion vor Ort ermöglichen ein flexibles Eingehen auf Kundenwünsche und das Einhalten kurzer Lieferzeiten. Der Familienbetrieb entwickelt und fertigt in Ramsau im Zillertal und in Zell am Ziller seit 1974 Qualitätsprodukte rund um das Thema Schlaf. Mit traditionellem Handwerk, moderner Technik und zuvorkommendem Service ist das Familienunternehmen zum Liebling der nationalen Hotellerie avanciert. Bei der Fertigung setzt man auf Regionalität: Die Wertschöpfung bleibt so im Tal erhalten, Nachhaltigkeit und Qualität der Produkte können lückenlos garantiert werden. „Besonders wichtig sind uns die modernen Arbeitsplätze und familienfreundlichen Berufsmöglichkeiten, die wir im Zillertal schaffen“, so Roman Eberharter, Geschäftsführer bei Betten Eberharter und



„Besonders wichtig sind uns die modernen Arbeitsplätze und familienfreundlichen Berufsmöglichkeiten, die wir im Zillertal schaffen.“

Roman Eberharter, Geschäftsführer

Sohn des Gründers Anton Eberharter.

Um das Unternehmen für die Zukunft fit zu machen, hat Roman Eberharter einige Adaptierungen in der Firma umgesetzt bzw. sind in Planung. Das beginnt bei internen Digitalisierungsmaßnahmen, geht über die Optimierung von Produktion und Transportwegen und endet bei der Müllentsorgung. „Wir haben schon einige Schritte gesetzt, um unsere Produktion

„Wir haben schon einige Schritte gesetzt, um unsere Produktion und den Dienst am Kunden zu perfektionieren.“

und den Dienst am Kunden zu perfektionieren“, sagt Roman Eberharter. „Ein kleines Beispiel: Produkte, die wir von Zulieferern für unsere Kunden erhielten, wurden zu uns geliefert, hier abgeladen, neu verpackt, neu verladen und zum Kunden transportiert. Das bedeutete, wir verloren Zeit, wir brauchten Personal und wir brauchten Lagerraum. Heute wird alles direkt zu unserem Kunden geliefert, was vor allem im Objektbereich ein großer Vorteil ist. Doppelte Transportwege kosten Geld und sind auch nicht nachhaltig.“ Dieses Beispiel ist nur ein kleines Puzzle in der neuen Ausrichtung des Unternehmens. Das Schlagwort Nachhaltigkeit steht für Gegenwart und Zukunft an oberster Stelle und betrifft mehr oder weniger alle Bereiche des Unternehmens. So denkt man auch, mit einer eigenen PV-Anlage einen Großteil der



Der Familienbetrieb entwickelt und fertigt in Ramsau im Zillertal und in Zell am Ziller Qualitätsprodukte rund um das Thema Schlaf.

Stromversorgung in Eigenregie zu erledigen. Auch beim Produktdesign, bei den Komponenten, bei sonstigen Materialien und auch bei Lieferanten werden zukünftig mehr und mehr Nachhaltigkeitskriterien eine Rolle spielen.

Eigenes Fachgeschäft

In Ramsau im Zillertal berät auf rund 400 m² das kompetente Eberharter Fachpersonal in einem attraktiven Fachgeschäft den Endkonsumenten zum Thema Schlaf in allen Bereichen. Begutachten, befühlen, probeliegen – sich einfach von der Qualität überzeugen lassen – ist hier Einheimischen und Gästen möglich. Individuelle Beratung auch vor Ort direkt beim Kunden ist selbstverständlich.

Das ausgestellte Portfolio umfasst:

- Boxspringbetten & Matratzen
- Bettwaren und -wäsche
- Sitz- und Liegemöbel
- Heim- und Hoteltextilien & Wohnaccessoires

„Funktion und Ästhetik sind die Hauptgründe, warum Boxspringbetten voll im Trend sind.“

Boxspringbetten

„Funktion und Ästhetik sind die Hauptgründe, warum Boxspringbetten voll im Trend sind“, sagt Eberharter. „Das Wesentliche ist die enorme Flexibilität. Durch den einzigartigen Aufbau bieten Boxspringbetten einen besonders guten Schlafkomfort. Man kann jede Art von Matratze, ob Taschenfederkern- oder Kaltschaummatratze, auf das Boxspringbett legen, in der perfekten Einstieghöhe und im gewünschten Härtegrad“, erklärt er weiter. Boxspringbetten halten verstärkt auch Einzug ins private Schlafzimmer. Im Hotelbereich sind diese schon seit vielen Jahren nicht mehr wegzudenken. „Wir in Tirol sind sehr stark vom Tourismus abhängig. Nicht nur Hotels benötigen Bettausstattungen, sondern auch die vielen Privatvermieter. Der Tourismus im vergangenen Winter bzw. auch jetzt im Sommer läuft sehr gut, was wieder auf entsprechende Investitionen hoffen lässt.“ blickt Eberharter optimistisch in die Zukunft.



Gefertigt im Zillertal – Link zum Video: bit.ly/3pzJclB



Sitz- und Liegemöbel

„Perfekt sitzen und liegen sind ebenfalls im Trend“, sagt Eberharter. „Es ist das angenehme Ambiente, das einen Raum zu einem einzigartigen Wohlfühlort macht. Und das ist auch unser Anspruch an unsere Möbel.“ Individuelle Bemaßung, Designs für fast jeden Geschmack und die außergewöhnliche Qualität zeichnen die Eberharter Sitz- und Liegemöbel aus. Entworfen, gepolstert und genäht wird im Zillertal.

Matratzen und Zubehör

Seit über 20 Jahren entwickelt und produziert der Familienbetrieb. Ob Taschenfederkern- oder Kaltschaummatratze. Das Unternehmen ist bekannt für seine jahrzehntelange Erfahrung in der Entwicklung und Herstellung hochwertiger Matratzen. Das Ergebnis ist gesunder Schlaf und das ist der Hauptgrund, warum sich Hoteliers und Privatpersonen für Eberharter-Matratzen entscheiden, ist der Firmenchef überzeugt.

„Angenehme Bettwäsche oder flauschige Frottierwaren – man kann viel tun, um seine vier Wände zu einer Wohlfühloase zu machen.“

Hotel- und Heimtextilien

„Einen Raum betreten und sich wohlfühlen. Wie das gelingt? Mit ansprechenden Produkten, die zum Träumen einladen, mit geschmackvollen Heimtextilien und Accessoires, die jedem Raum eine besondere Note verleihen. Angenehme Bettwäsche, luftige Bettdecken, flauschige Frottierwaren oder kuschelige Tagesdecken – man kann viel tun, um seine eigenen vier Wände zu einer Wohlfühloase zu machen“, erklärt Roman Eberharter.

www.betten-eberharter.at

HELLA – SCHLAFSTUDIE

Klima und Licht sind entscheidende Faktoren

Gesund und gut schlafen hat viel mit dem richtigen Licht zu tun. Oder besser gesagt – mit der richtigen Dunkelheit. Die HELLA Gruppe – Spezialist für Sonnenschutzsysteme – hat jetzt eine Studie dazu gemacht und sich die Qualität des Schlafes in Österreich genauer angeschaut. wohninsider sprach dazu mit Andreas Kraler, geschäftsführender Gesellschafter der HELLA Gruppe. Er führt das Unternehmen in dritter Generation.

VON GERHARD HABLICZEK



„HELLA betrachtet die Räume ganzheitlich. Die Nutzungsgewohnheiten stehen ebenso im Fokus wie die Raumfunktionen.“

Andreas Kraler, geschäftsführender Gesellschafter der HELLA Gruppe

wohninsider: Was sind die wichtigsten Aussagen, die in Ihrer Studie ermittelt wurden?

Andreas Kraler: Als Unternehmen für Sonnenschutzsysteme war es sehr interessant und zugleich erfreulich zu wissen, dass eine dunkle Umgebung für die Länge und Qualität des Schlafes der Österreicherinnen und Österreicher einen wichtigen Stellenwert hat. Für ein Drittel muss es für einen guten Schlaf komplett dunkel sein, so dass man nicht einmal mehr die eigene Hand vor den Augen sehen kann. Die Mehrheit der Österreicher:innen dunkeln mit Hilfe von Sonnenschutzsystemen in Form von Rollläden, Jalousien, Innenrollos und Vertikalmarkisen ab. Rollläden zählen dabei zu den beliebtesten Abdunkelungssystemen. Knapp die Hälfte der Befragten mag es auch bei einem Nickerchen zumindest etwas oder sehr abgedunkelt. Dunkelheit scheint also ein relevanter Faktor in Bezug auf Schlaf zu sein. Damit tragen wir mit unseren Produkten zur Erholung und somit Gesundheit der Österreicher bei.

Beschattung und Verdunkelung sind also das Um und Auf für einen guten Schlaf?

Sonnenschutzsysteme sind nicht nur für guten Schlaf und für ein angenehmes Wohlfühlklima ausschlaggebend –

sie tragen wesentlich zu einer positiven Gebäudeenergiebilanz bei. Im Winter wie auch im Sommer! Je nach Gebäude, Baualtersklasse und Fensterflächenanteil lassen sich mit einem automatisierten Sonnenschutz oder Rollläden mehr als 30% Heizwärme sparen. Bei der Kühlung sind sogar bis zu 50% Einsparungen möglich. Das wirkt sich nicht nur nachhaltig auf die Umwelt aus, sondern führt auch zu deutlichen Kosteneinsparungen.

Aktuell steigen ja die Energiekosten enorm und für viele Haushalte ist das eine große Belastung. Bei der Umfrage haben auch knapp 40% angegeben, dass sie im Winter besser schlafen als im Sommer. Im Vergleich gaben nur knapp 10% der Befragten an, im Sommer besser zu schlafen als im Winter. Das hat wohl damit zu tun, dass die Anzahl an heißen Sommernächten zunimmt, auch in unseren Breitengraden. Deshalb ist es wichtig, die Hitze durch Sonnenschutz tagsüber gar nicht erst in die eigenen vier Wände zu lassen. Automatisierte Raffstores, Rollläden und Fassadenmarkisen bewirken bei Sommerhitze spürbare Verbesserung und sind besser als jede Klimaanlage. Letztere verbrauchen nicht nur Energie, sondern tragen durch die warme Abluft auch direkt zur Erwärmung des urbanen Raumes bei.



Abgedunkelte Räume beeinflussen nicht nur die Qualität, sondern für die Hälfte der Österreicher auch die Länge des Schlafes.



Die Mehrheit der Österreicher dunkeln mit Hilfe von außenliegendem Sonnenschutz in Form von Rollläden, Jalousien, Innenrollos und Vertikalmarkisen ab. Mittels Steuerungssystem lässt sich der Sonnenschutz bequem digital steuern – von zu Hause oder unterwegs.

Welche Möglichkeiten bietet HELLA, um die perfekte Schlafsituation zu schaffen?

HELLA betrachtet die Räume ganzheitlich. Die Nutzungsgewohnheiten stehen ebenso im Fokus wie die Raumfunktionen. Moderne Lichtsteuerung ist also wesentlich mehr als das Aufhängen von Jalousien und Raffstores. In jeder Wohneinheit können für die Bewohner Lichtprofile entwickelt werden, die sich automatisch steuern lassen. Dafür haben wir das HELLA-eigene Steuerungssystem ONYX entwickelt, das mit allen gängigen Smart Home Systemen im gesamten Gebäude verbunden werden kann. Jalousien, Raffstores, Rollläden oder Terrassenüberdachungen werden bequem per Smartphone, Tablet, Sprachsteuerung oder vollautomatisch gesteuert. Darüber hinaus helfen unsere Beschattungssysteme bei Ausstattung mit Wettersensoren mit, den Energieverbrauch und damit die Energiekosten noch stärker zu reduzieren. Zudem bieten wir in unserem breiten Produktportfolio auch Insektenschutz an. Damit werden ungeliebte Gäste wie Fliegen, Wespen und Co. für eine angenehme Nachtruhe ausgesperrt.

Wo liegen die Vorteile bei HELLA Produkten oder warum soll man sich für Hella entscheiden?

Wir haben uns auf Premiumqualität spezialisiert und bieten Maßanfertigungen für das gesamte Sortiment an. Jede Bestellung ist sozusagen einmalig! Fokus ist dabei stets, dass unsere Produkte einfach zu handhaben, digital steuerbar und langlebig sind sowie umweltschonend hergestellt werden. Zusätzlich sorgen wir auch für die Montage und After-Sales-Services wie Reparatur und Ersatzteile. HELLA selbst ist ebenso nachhaltig wie die Produkte: Wir produzieren am Stammsitz in Abfaltersbach in Österreich. Wir haben ein eigenes Wasserkraftwerk und sind an einem Biomasse Heizwerk beteiligt.

In welchem Stadium der Projektentwicklung sollte man mit einem Beschattungsanbieter den ersten Kontakt aufnehmen, ab wann diesen in die Planungsarbeiten einbeziehen?

So früh wie möglich! Sonnenschutz kann seine Potenziale voll entfalten, wenn er früh in die Planungsphase eingebunden ist. Dann kann man sofort je nach Bauprojekt – ob Neubau oder Gebäudesanierung – individuell entscheiden, welches Sonnenschutzsystem die beste Lösung für das jeweilige Objekt ist. HELLA bietet auch Rohbaulösungen, Systemkomponenten und



Fertigelemente für verschiedene Branchen an. Somit können Fenster und Sonnenschutz zu einer flexiblen, perfekt montierten Einheit verschmelzen, um eine optimale Wärme- und Schalldämmung für Gebäude zu erreichen.

www.hella.info

Die HELLA-Gruppe

HELLA ist einer der führenden europäischen Anbieter für Sonnen- und Wetterschutzsysteme für Gebäude mit Hauptsitz in Abfaltersbach (Osttirol). 1.300 Beschäftigte erarbeiteten in 2021 weltweit einen Umsatz von 192,5 Millionen Euro. Das Produktportfolio umfasst aufeinander abgestimmte Außen- und Innenbeschattungslösungen, Sicherheitssysteme sowie entsprechende elektronische Steuerungen. HELLA verfolgt eine Premiumstrategie und liefert Produkte und Services aus einer Hand.

Zurück in die Zukunft

Einzigartige textile Kreationen hat Rubelli mit der Capsule Kollektion „Return to Arcadia“ von Luke Edward Hall parat. Die Passion des Designers für Streifen, Blumen, Geometrien, kleine und große Muster spiegelt sich ebenso unübersehbar wider wie jene für antike, griechische und römische Kunst und Architektur. Beispielsweise zieren „LYRES“ Skizzen einer Leier, inspiriert von der klassischen Antike, ein Lampas, der mit dem Kontrast zwischen glänzend und matt spielt.

www.rubelli.com



© Stefano Scatà

Wie auf Wolke 9

Stoffe und Teppiche mit textiler Dimensionalität, Design und Funktion präsentiert Perennials mit „Cloud 9“. Die zehn neuen Stoffqualitäten bieten zeitloses Flair, ergänzt und abgerundet wird die erfrischende Kollektion durch fünf neue Teppichdesigns.

Sie sind mit der Perennials Performance-Ausrüstung versehen, die einen zusätzlichen Schutz bietet. Wie bei allen Perennials Teppichdesigns sind auch die Cloud 9 Designs in Farbe und Größe für das jeweilige Projekt wählbar. Hunderte von Farbkombinationen eröffnen die Möglichkeit, jeden Perennials Teppich für jeden Raum individualisiert entwerfen und produzieren zu lassen.

www.perennialsfabrics.com



© Aaron Leitz

Ausdrucksstark zeitgemäß

Die Schönheit Persiens verweben Christian Fischbacher und Hadi Teherani in der gemeinsam entworfenen Textil-Kollektion „Contemporary Persia“ mit eindringlich atmosphärischen Stoffen. Die hochwertigen Vorhang- und Bezugsstoffe sowie Teppiche spiegeln in eleganten wie raffinierten Dessins den landschaftlichen und kulturellen Reichtum des Iran wider. Natürliche Materialien lassen die Landschaft in einer Kollektion fließend-weicher bis größerer Strukturen haptisch erlebbar werden. Das Landschaftsbild wird auch in der Farbpalette lebendig.

www.fischbacher.com



Von natürlicher Schönheit

Arda by Front von Kvadrat Febrik ist Teil eines Designprojekts mit dem Titel Design by Nature, das von Sofia Lagerkvist und Anna Lindgren vom schwedischen Designstudio Front geleitet wird. Der gestrickte Bezugsstoff bildet komplexe organische Formen, Strukturen, Oberflächen und Farben nach, die in der freien Natur zu finden sind. Die 12 Farben drücken die Erfahrung verschiedener natürlicher

Umgebungen aus, wie man sie in schwedischen Wäldern, Schneelandschaften und an Seeufern findet. Der Look von Arda erinnert an einen Wandteppich und verändert sich je nach der Umgebung, in der er sich befindet.

www.kvadrat.dk



Kreative Welten

Die nya nordiska Kollektion „Nomad“ lädt zu einer Reise in einzigartige Stoffwelten. Die Inspirationen führen in spannende Richtungen – wie die Kunst mit dem abstrakten Unikat Muster von Lona, in die Mode mit dem Uni Joris. Ein weiterer Themenpfad endet in der Natur, als abstrahierte Blätterkollage des Transparentgewebes Menta CS, als halbmondförmige Struktur von Jacquard Lucia CS oder im Vertikalstreifen von Almينا, während Pina und Pinati mit Mini Pompons, Arik und Bente mit weicher Wollqualität ins Reich haptischer Highlights führen. Dazu begeistert die Rio CS Serie.

www.nya.com



Gute Laune garantiert

Mit ihren vielfältigen Mustern in dekorativen Farben setzen die Outdoor-Stoffe Riviera 722 und Outdoor-Teppiche Macarena24 von INKU Akzente auf Balkon, Terrasse und im Wintergarten. Ihre attraktiven Dessins verbreiten Gemütlichkeit und Urlaubsstimmung im erweiterten Wohnraum nach draußen. Robust und witterungsbeständig trotzen die Teppiche und Stoffe UV-Strahlen sowie Regengüssen. Multifunktional eignen sich die raffinierten Produkte im Sortiment des Markenanbieters INKU Jordan GmbH & Co. KG auch ideal für den Indoor-Bereich.

www.inku.at



Dueff von Natur und textiler Webkunst



Mit der Bezugsstoff-Kollektion PARADISE greift JAB ANSTOETZ Fabrics Elemente aus der Designwelt Skandinaviens auf, die für ihre helle Atmosphäre, natürliche Materialien und eine klare Gestaltung bekannt ist. Das Design-Team ließ sich von der Natur und ihren organischen Formen inspirieren und verband diese mit der Ausdruckskraft textiler Webkunst. Die feine Kollektion umfasst sechs Artikel in 36 Farben.

www.jab.de

FLORALE LEICHTIGKEIT

Viel Flair verströmt die neue Herbstkollektion von Saum & Viebahn. In der Designwelt Country bestechen malerische, florale Dessins und eindrucksvolle Stickereien. Mit farbenfroher Blütenpracht, fruchtigen Details und romantischen Blumenbouquets wird der Sommer in das Zuhause geholt.

So verzaubert beispielsweise „Emilia“, inspiriert von verschiedenen Blumenarten, und fröhlichem, buntem Charme.

www.saum-und-viebahn.de



Feiner Mix

Muoto von Black Edition ist ein sensorisches Album mit unverwechselbaren Designs. Jede Qualität kombiniert eine Mischung aus Strukturgarnen mit faszinierendem Effekt. Charaktervoller Bouclé, weicher Samt, weiches Chenille und luxuriöse Seide bezaubern, großformatige Geometrien und raffinierte Muster bieten eine harmonische Melange aus Subtilität und Aussagekraft.

www.blackedition.com | www.romo.com



Aktuelle textile Kollektionen auf wohnsider.at | Link: bit.ly/3Czzkjw

**MEHR SERVICE.
MEHR ERFOLG.**

„Die zeitgemäße
Schauraumgestaltung
ist Teil der
Sichtbarkeitsstrategie
in der eigenen
Region. Ein moderner
Schauraum schenkt
Interior-Inspirationen
und bettet digitale
POS-Lösungen ein. Ihr
Schauraum muss ein
Kundenmagnet
sein!“

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

AERIS

Aktive Office-Tisch-Revolution

Sitzen und stehen – höhenverstellbare Schreibtische sind ein It-Piece im Büro. Aeris setzt eine neue Benchmark und bringt mit dem Aeris Active Office Desk Bewegung ins Office-Leben.

Die letzte revolutionäre Erfindung im Schreibtisch-Segment war der höhenverstellbare Schreibtisch. Eine gute Idee, nur funktioniert hat sie nicht und die Office-Desks sind daher nicht so gesund, wie auf den ersten Blick gedacht. Denn die meisten Schreibtische bleiben unten – oder oben. Der Wechsel findet nicht statt und das Bewegungspotenzial wird nicht ausgeschöpft. Leider, denn Studien haben längst erwiesen, dass es einen engen Zusammenhang von frei denken und sich frei bewegen gibt. Belegt ist auch, dass sich Investitionen in eine ergonomische Arbeitsplatzausstattung durch einen hohen Return on Invest (ROI) rechnen. Aktivstühle und höhenverstellbare Schreibtische sind deshalb heute schon State-of-the-Art in modernen Büros. Aeris geht noch einen Schritt weiter und revolutioniert höhenverstellbare Tische.

„Der einfache Trick dabei ist, den inneren Schweinehund des Menschen zu überwinden, der im Grunde faul ist. Wir müssen es so einfach wie möglich machen, den Positionswechsel durchzuführen, ohne dabei den Workflow zu stören.“

Patrick Wurm,
Chief Growth Officer bei Aeris

Ganz schön clever

Als „Game-Changer“ eröffnet der Aeris Active Office Desk eine neue Dimension von Work-Feeling. Die Grundidee: Zwei miteinander verbundene, sanft geformte Arbeitsplatten laden zu einem schnellen und intuitiven Positionswechsel während des Arbeitens ein, ohne dass dabei die elektrische Höhenverstellung betätigt werden muss. Schreiben im Sitzen, lesen oder telefonieren im Stehen – hier gelingt ein nahtloser Haltungswechsel ohne Unterbrechung. „Der einfache Trick dabei ist, den inneren Schweinehund des Menschen zu überwinden, der im Grunde faul ist. Wir müssen es so einfach wie möglich machen, den Positionswechsel durchzuführen,



Aeris revolutioniert mit dem Aeris Active Office Desk das Office-Leben. Zwei Arbeitsebenen sorgen für schnelle Haltungswechsel ohne Stops im Workflow.



Platzsparend, elektrisch höhenverstellbar, bewegungsfördernd, mit Reminder: Der Aeris Active Desk ist ein Highlight in Büro und Home-Office.

RAUM : OBJEKT



Der neue Schreibtisch eröffnet ein neues, gesundes Work-Feeling.

ohne dabei den Workflow zu stören“, so Patrick Wurm, Chief Growth Officer bei Aeris.

Aktivstuhl-Erfinder als Schreibtisch-Revolutionär

Bewegung ist lebenswichtig und zählt deshalb jetzt schon und erst recht in der Zukunft mit zu den entscheidenden Faktoren. Aber wie soll New Work funktionieren, wenn alles sonst „beim Alten“ bleibt, passt still sitzen zu flexibel denken und ist „am Schreibtisch gefangen sein“ eine sinnvolle Haltung für „das Bewegungstier“ Mensch? Genau um diese und ähnliche Fragen geht es bei Aeris CEO Jenny Glöckl und ihrem Team – und sie liefern wegweisende Antworten. Das innovative Top-100-Unternehmen Aeris ist bekannt für sein breitgefächertes Aktivstuhl-Portfolio und wurde für seine kreativen, einzigartigen Technologie-Entwicklungen bereits mehrfach international ausgezeichnet. Schon länger haben die Experten bei Aeris ihren Fokus und ihr Know-How auf den Partner zum Stuhl – den Schreibtisch – gerichtet, mit dem Aeris Swopper, dem weltweit ersten dreidimensional beweglichen Bürostuhl, für Furore gesorgt und nun mit dem höhenverstellbaren Doppelschreibtisch Aeris Active Office Desk eine Weltneuheit geschaffen.

Einer für alle

Mit seinen zwei eleganten, organisch geschwungene Arbeitsplatten auf verschiedenen Höhen sorgt der innovative Tisch für den leichten Wechsel vom Sitzen ins Stehen und umgekehrt für ein schnelles Mehr an Bewe-

gung beim Arbeiten in Home-Office und Büro. Durch seine zusätzliche Höhenverstellbarkeit zwischen 64 - 129 cm eignet er sich für hochindividuelle Haltungsvariationen ebenso wie für das verzahnte Arbeiten zwischen Home-Office und z.B. Desk-Sharing im Büro. „Einer für alle“ funktioniert auf kompakten 200 x 80 cm. Ein weiteres Plus: Kabelwannen unter jeder Tischfläche nehmen Zuleitungen von Bildschirm und Rechner nahezu unsichtbar auf. Auch ein Elektro-Set mit Steckdosenleisten, Verbindungsleitung und Zuleitung für eine optimale Energie- und Datenversorgung sowie das Kabelmanagement sind optisch angenehm diskret integriert. Viel Ablagefläche, ein Qi-Ladegerät für kabelloses Aufladen des Smartphones und drei farblich abgestufte Modell-Optionen komplettieren den Komfort und das High-End-Feeling. Die Anordnung der Arbeitsplatten hoch/tief - rechts/links ist frei wählbar und der Aeris Active Office Desk ist ideal mit weiteren Aeris Produkten kombinierbar.

Gesundheitsfördernde Lösung

Für alle, die das Prinzip überzeugt, denen aber weniger Platz für die Umsetzung zur Verfügung steht, bietet Aeris eine ebenbürtige, etwas schlankere Steh-Sitz-Lösung mit dem elektrisch höhenverstellbaren Aeris Active Desk an – mit drei Plattengrößen in 80 x 120/140/160 cm, mit einem elektrischen Höhenverstellbereich für ein Arbeitsniveau von 64 - 129 cm und mit eingebauter gesundheitsfördernder Reminder-Funktion, die Benutzer:innen daran erinnert, immer mal wieder aufzustehen.

www.aeris.de



www.wohnsider.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: wohnsider.at/anmeldung/newsletter.html

Folgen Sie uns:



VIVESENTE

„Shop-Design muss einzigartig sein“

Eine top Gestaltung kann Fachgeschäfte und Schauräume beflügeln. Ing. Christa Greisinger weiß, worauf es ankommt. Kreative Konzepte sorgen für frischen Schwung, auch beim Umsatz. „Mit gutem Shop-Design steigern Möbelhändler:innen ihren Umsatz deutlich“, so die Inhaberin des Ingenieurbüros für Innenarchitektur „Vivesente“. VON GERHARD HABLICZEK UND SYLVIA PILAR

wohnsider: Sie sind Innenarchitektin und widmen sich insbesondere dem Shop-Design.

Ing. Christa Greisinger: Ich gestalte neben Projekten für Privatkund:innen auch Shops und Ausstellungsräume. Der Möbelhandel spielt bei meinen Projekten eine untergeordnete Rolle – die Planung ist mein Haupttätigkeitsbereich. Sowohl für Privatkund:innen als auch Unternehmen biete ich Gesamtkonzepte an. Grundsätzlich kommen zu mir Kunden:innen, die auf produktunabhängige Gestaltungsideen und Konzepte Wert legen.

Nutzen Sie auch Schauräume der Möbelhändler:innen?

Natürlich arbeite ich auch mit Händler:innen zusammen. Wenn diese einen Schauraum haben, empfehle ich meinen Kund:innen gerne, sich dort umzuschauen und beraten zu lassen. Vor allem im Privatbereich gebe ich Produktempfehlungen ab, überlasse es aber meinen Kunden:innen, diese aufzugreifen. Mein Hauptaugenmerk liegt aber auf der Erstellung ganzheitlicher Konzepte

für den Innen- und Außenbereich bis hin zur Fassadengestaltung von Unternehmen.

Was fällt Ihnen hinsichtlich Shop-Design auf, wenn Sie Geschäfte und Schauräume der Branche betrachten?

Auch Einrichtungsprofis benötigen des Öfteren den Blick von außen. Ich sehe meine Aufgabe darin, es Unternehmen einfacher zu machen, auf ihre Zielgruppe einzugehen und die entsprechende Einkaufsatmosphäre zu schaffen. Gerade für Händler:innen mit kleineren Schauflächen ist es essentiell, die Ausstellungsräume im Hinblick auf die Wünsche und Bedürfnisse ihrer Kunden optimal zu gestalten. Da in der kompetenten Beratung der große Vorteil des Fachhandels gegenüber der Großfläche liegt, tragen gerade diese Bereiche zur Umsatzsteigerung bei. Eine wichtige Aufgabe sehe ich darin, diese Bereiche bestmöglich im Schauraum zu platzieren und zu gestalten.

Für die Visualisierung wird auch auf Virtual und Augmented Reality gesetzt.



„Virtual Reality wird nie das Berühren und Fühlen von Materialien erlebbar machen.“

*Ing. Christa Greisinger,
Inhaberin des Ingenieurbüros für
Innenarchitektur „Vivesente“*





Können sich Händler:innen mit kleiner Schauraumfläche damit behelfen?

Natürlich unterstützen alle modernen digitalen Möglichkeiten die Visualisierung. Sie können aber das reale Erleben von Formen, Farben und Oberflächen nicht ersetzen. Virtual Reality wird nie das Berühren und Fühlen von Materialien erlebbar machen.

Wie sollten Möbelhändler:innen ihre Geschäfte gestalten?

In einem persönlichen Gespräch finde ich heraus, welche Produkte verkauft werden, wie viel Platz zur Verfügung steht, wie sich die Zielgruppe gestaltet. Zu beachten ist auch wo die Fachhändler:innen ansässig sind, wie die Unternehmensstruktur aussieht und die Abläufe organisiert werden. Ich integriere bei der Erstellung des Gesamterscheinungsbildes alle Bedürfnisse und Wünsche in ein Konzept. Es wird damit ein optimaler Rahmen geschaffen, der es dem Unternehmen ermöglicht, Ausstellungsstücke immer wieder problemlos auszutauschen ohne damit das Gesamterscheinungsbild zu verlieren – darum geht es bei einem guten Shop-Design. Kund:innen werden so auf eine Entdeckungsreise mitgenommen und ihre Neugierde geweckt. Mit jedem Quadratmeter, den sie entdecken können, bekommen sie Lust auf mehr. Und je mehr von dem präsentiert wird, was die eigene Zielgruppe sucht, umso besser läuft der Verkauf.

Wer legt besonderen Wert auf Shop-Design?

Es sind vor allem UnternehmerInnen mit Gespür und Feingefühl und dem Wunsch ihr Sortiment effektiv und umsatzsteigernd zu präsentieren.

Gibt es messbare Effekte?

Möbelhändler:innen erhalten mit einem verhältnismäßig kleinem Investment ein fertiges Konzept, das sich lohnt. Mit gutem Shop-Design lässt sich ihr Umsatz deutlich steigern, weil Kund:innen länger in den Geschäften verweilen wenn die Atmosphäre als angenehm wahrgenommen wird. Aus einem Feedback weiß ich, dass einer meiner Kunden seinen Umsatz nach erfolgter Umgestaltung im ersten Jahr um 700 Prozent steigern konnte.

Wo können sich Händler:innen Inspirationen für ihr neues Shop-Design holen?

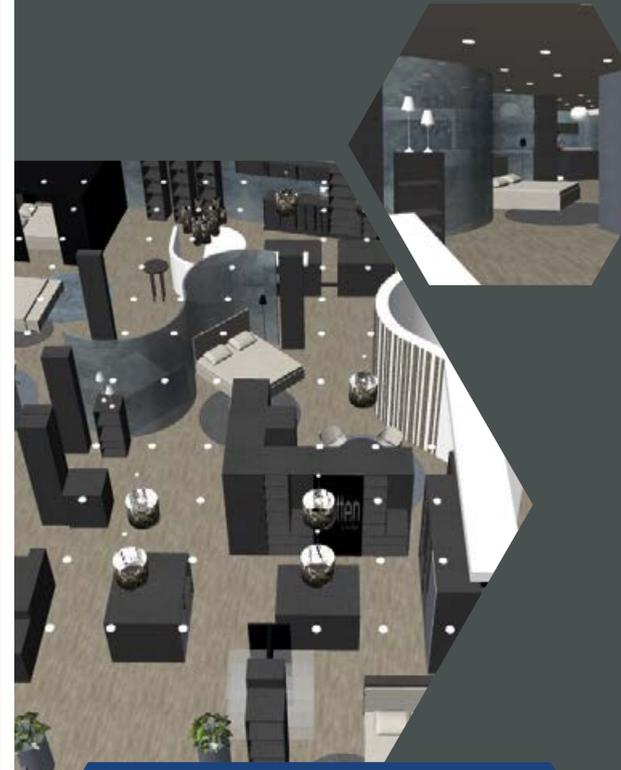
Shop-Design muss einzigartig sein. Es gibt nichts Besseres als einen individuell auf das Unternehmen zugeschnittenen Wiedererkennungswert. Daher fühle ich mich verpflichtet, für jeden Kunden:innen neue Ideen einzubringen und umzusetzen.

www.vivesente.at

Zu Ing. Christa Greisinger und Vivesente

Ing. Christa Greisinger, geboren 1969, ist seit über 30 Jahren im Bereich Innenarchitektur tätig. Nach ihrer Ausbildung an der HTL Mödling und zwanzig Jahren Mitarbeit in einem Architekturbüro hat sie sich im Jahr 2010 mit „Vivesente“, Ingenieurbüro für Innenarchitektur in Steyr, selbstständig gemacht. Sie plant und gestaltet ganzheitliche Konzepte im Privat- und Unternehmensbereich.

**MEHR SERVICE.
MEHR ERFOLG.**



MZE bietet seinen Mitgliedern die Schauraumplanung und -optimierung mit erfahrenen InnenarchitektInnen. Unternehmen profitieren von zeitgemäßen POS-Konzepten und können mit einzigartigen Schauraum-Konzepten die Positionierung in der eigenen Region stärken.



www.mze.at

FEINART

Die Kunst individueller Wandinszenierung

FeinArt Walldesign passt in keine Designschublade. Inhaberin und Designerin Elisabeth Grabner bringt mit dem Label ihre künstlerische Ader auf Tapete und schafft Unikate in Design und Dimension mit Wow-Effekt. „FeinArt ist das Kunstwerk für die gesamte Wand“, so die kreative Oberösterreicherin.

VON SYLVIA PILAR



Die einzigartigen Kreationen sind bei vielen Möbel- und Interior-Geschäften präsent, u.a. bei Gehmacher Home in Salzburg.

wohnsider: Woher kommen Fokus auf und Passion für Wandgestaltung?

Elisabeth Grabner: Die Leidenschaft für die Wandgestaltung ist aus der Leidenschaft für die Kunst entstanden. Ich war schon als Kind sehr kunstaffin, bin seit Mitte der 80er Jahre als Künstlerin aktiv und mache auch Kunstprojekte, unter anderem mit beeinträchtigten Menschen, was mir sehr am Herzen liegt. Ich habe die digitale Kunst, vermischt mit Acrylmalerei, für mich entdeckt und dabei erkannt, was hier alles möglich ist. Im Bereich des Drucks hat sich in den letzten Jahren viel getan, es kann auf vielen Trägermaterialien, unter anderem Textil, gedruckt werden, und es hat sich angeboten, dies mit meiner Kunst für Tapetengestaltung zu kombinieren. Im Herbst 2020 habe ich FeinArt Walldesign gegründet.

Was ist das Besondere an FeinArt?

Meine Produkte werden aus recyceltem Textilmaterial gefertigt, individuell gestaltet und werden maßgeschneidert und das bis zu

einer Höhe von 307 cm und einer Breite von zehn Metern, aber auch in Übergrößen. Meine Tapeten werden entsprechend den Kund:innenwünschen sowohl in Größe wie Design maßgefertigt.

Ein FeinArt ist eine einzigartige Möglichkeit, die Wand in Szene zu setzen. Es zieht alle Blicke auf sich und erweitert den Raum, es passt sich an und unterstreicht, hebt hervor, was hervorgehoben werden soll und ist doch unabhängig vom Drumherum. Mein Claim ist „Ihr Raum so individuell wie Sie“ und FeinArt ist das Kunstwerk für die gesamte Wand. Jedes Design ist ein Unikat, ganz individuell und von mir kreiert.

Welche Rolle spielen Wandgestaltung und Tapeten für zeitgemäßes Wohnen?

Tapete hat in den letzten Jahren einen großen Aufschwung erfahren. Eine Zeit lang



„Meine Produkte geben dem Wohnbereich den letzten Schliff zur Perfektion.“

Elisabeth Grabner, Inhaberin und Designerin von FeinArt Walldesign

war sie out, jetzt ist von dezent bis zu kräftigen Farben alles drinnen. Kund:innen sehen Tapeten durchaus als Lifestyle-Produkt, weil sie sich durch meine individuell angepassten, maßgefertigten Tapetendesigns ausdrücken können. Meine Produkte geben dem Wohnbereich den letzten Schliff zur Perfektion.

Welche Zielgruppe spricht FeinArt an?

Meine Zielgruppe ist breit gefächert, von klassischen Kund:innen bis zur High Society. Es ist spürbar, dass Konsument:innen nicht nur Geld beim Haus- und Wohnungsbau, sondern auch bei der Wohnraumgestaltung investieren. Der Trend heißt Wohnen und beflügelt auch die

Wandgestaltung: Der Trend zu guter, individueller Wandgestaltung ist aktuell extrem stark.

Sind Design und Ästhetik bei der Wandgestaltung ausschlaggebend oder muss sie auch einen funktionalen Mehrwert bieten?

Auch die Funktion zählt und die bringt mein Produkt mit. Da es in einem Stück gefertigt wird müssen keine Bahnen mehr gelegt werden. Die Tapeten sind robust, obwohl sie dünn und luftdurchlässig sind, gleichzeitig leicht zu montieren, lassen sich auch abziehen, reinigen und waschen, sogar in der Waschmaschine bei Kaltwäsche, und dann wieder anbringen. Im Privatbereich lässt sich so die Tapete zum Beispiel bei einem Umzug mitnehmen. Auch und vor allem für den gewerblichen Gebrauch, für Messestände und Schauräume, beispielsweise wenn sie saisonal neu gestaltet werden, sind sie interessant. Da sie wiederverwendbar und außerdem aus recyceltem Textilmaterial gefertigt sind, tragen die Tapeten auch zur Nachhaltigkeit bei.

„FeinArt ist das Kunstwerk für die gesamte Wand.“

Ist der nachhaltige Aspekt wichtig?

Absolut und ich führe ihn fort. Ich bin im Gespräch mit einem österreichischen Produzenten, um meine Tapeten zu 100 Prozent aus recyceltem Textilmaterial herzustellen und für meine Produkte eine Zertifizierung mit dem grünen Siegel zu erhalten. Ich überlege auch, ein ausschließlich nachhaltiges Sortiment aufzubauen.

Wo und wie wird FeinArt Wallcovering vertrieben?

Ich bin in Österreich und europaweit, vor allem auch in Deutschland und Südtirol, aktiv.



FeinArt ist ein Kunstwerk und jedes Produkt ein Unikat.

Vieles mache ich persönlich, viel läuft über Weiterempfehlung, FeinArt ist aber auch bei vielen Möbel- und Interieur-Geschäften, unter anderem bei Gehmacher Home in der Getreidegasse in Salzburg und seit kurzem im SCHAU:RAUM von Harald Grössing vertreten, außerdem beim MZE sowie bei GARANT und WOHNUNION gelistet, und ich konnte viele Möbelhändler:innen und Innenarchitekt:innen als Kund:innen gewinnen. Cool fände ich, noch mehr im Objektbereich Fuß zu fassen.

Sind die Produkte denn für beide Bereiche geeignet?

Sie sind absolut objekttauglich. Erste Projekte habe ich bereits umgesetzt und FeinArt ist vor allem auch für Hotels, die jeden Raum anders gestalten wollen, prädestiniert. Wir

haben auch ein Wet-System entwickelt, dank dem die Tapeten auch für Nassbereiche wie Spas und Duschbereiche geeignet ist. Damit bieten wir eine tolle Alternative zu Fliesen mit vielen Vorteilen und haben auch bereits Projekte realisiert.

Welche sind die nächsten Schritte und Ziele?

Ein nahes Ziel ist der Design District 1010 in der Hofburg, wo meine Produkte zu sehen sein werden, und ein aktuelles Projekt in Köln. Vertrieblich führt der nächste Schritt auch nach Italien, ein eigener Handelsagent wäre denkbar. Auch der Salone del Mobile.Milano wäre ein Ziel, um dort mit einem ausstellenden Unternehmen den Stand zu gestalten und so auch meine Produkte zu präsentieren.

www.feinart.at



FeinArt besticht seit kurzem auch im SCHAU:RAUM in Wien.



TEXTILFABRIK RECHBERGER

„Wir setzen auf klein und fein“

In der Textilfabrik Rechberger in Haslach an der Mühl steht Inhaber Michael Rechberger persönlich am Webstuhl. Mit seinem Team fertigt er „mehr oder weniger die gesamte Bandbreite an Textilien“. Renommierete Unternehmen setzen auf die Spezialität und Qualität des kleinen Traditionsunternehmens. wohninsider hat vorbei geschaut und nachgefragt. VON SYLVIA PILAR



Michael Rechberger, Inhaber und Geschäftsführer der Michael Rechberger GmbH

„Wir haben fünf Mitarbeiter, sind also rank und schlank“, erzählt Michael Rechberger, der im Jahr 1999 den 1850 gegründeten Familienbetrieb übernommen hat und heute in fünfter Generation führt. Die textile Leidenschaft hat er in die Wiege gelegt bekommen, sie mit der Ausbildung an der mittlerweile geschlossenen Fachschule in Haslach an der Mühl professionalisiert und lebt sie mit jeder Faser.

Umfangreiches Portfolio

„Wir fertigen Gewebe für Heimtextilien, Bettwäsche, Matratzenbezugsstoffe und technische Gewebe wie Beschichtungsgewebe, Frottierwaren, Woldecken, also mehr oder weniger die gesamte Bandbreite an Textilien“, erzählt der Inhaber und Geschäftsführer der Michael Rechberger GmbH. „Der größte Bereich sind Matratzenbezugsstoffe, gefolgt von Bett- und Frottierwaren, aber auch bei technischen Geweben sind wir stark unterwegs“. Die Qualitäten entstehen direkt vor Ort. „Wir produzieren alles in Haslach an der Mühl“, so Rechberger.

Nachhaltigkeit ist „mit Photovoltaik am Dach und eigenem Wasserkraftwerk“ gelebte Normalität. Seit über 120 Jahren wird die Kraft der vorbeifließenden Steinernen Mühl für die Elektrizitätserzeugung zum Betrieb der Webmaschinen genutzt und rund zwei Drittel der Energie umweltfreundlich gewonnen, die moderne Photovoltaik-Anlage sorgt zusätzlich für eine gute Öko- und Kostenbilanz. Denn so klein wie die Textilfabrik von außen erscheint, so umfangreich ist die energieintensive Fertigung. „Wir verfügen über 26 Webstühle“, beschreibt Michael Rechberger, „mit denen Gewebe bis zu einer Breite von 240 cm in Jacquard und 340 cm in Schaftmusterung sowie in Frottier- und Dreherntechnik rasch und flexibel gefertigt, ebenso sämtliche Stapelfasern und Filamentgarne verarbeitet werden.“ Bis zu einer dreiviertel Million Quadratmeter Gewebe pro Jahr können in der Textilfabrik Rechberger produziert werden, standardmäßig sind sechs bis zehn Webstühle tagtäglich, zu Spitzenzeiten sogar zwölf im Einsatz.



Die Textilfabrik Rechberger in Haslach an der Mühl, Oberösterreich, fertigt „mehr oder weniger die gesamte Bandbreite an Textilien“, erzählt Michael Rechberger.



Die Textilien werden in Haslach an der Mühl gefertigt, die vielfältigen Muster entstehen „inhouse“.

Hoch geschätzte Spezialitäten

Das oberösterreichische Unternehmen setzt neben natürlichen Fasern vor allem auf Baumwolle und Leinen, insbesondere aus biologischem Anbau, und hebt sich nicht zuletzt dadurch ab. „Wir setzen auf klein und fein, gute Materialien und Muster, sowie vor allem auf Leinen und Hanf, das viele große internationale Unternehmen nicht so umsetzen können, wie wir es schaffen. Bei Baumwolle können wir uns mit Mustern und Mustervielfalt abheben. Auch bei Farben haben wir viele Möglichkeiten.“ Die Muster werden „inhouse“ und auf Kund:innenwunsch gestaltet. Eine Kollektion pro Jahr mit rund zehn Mustern legt die Textilfabrik auf und Rechberger hütet einen umfangreichen Musterschatz. Rund 150 Dessins hat er aktuell im Portfolio, über 1.000 ruhen im Archiv, um wiederentdeckt und zeitgemäß inszeniert zu werden. „Ein paar Muster zeichne ich schon auch selbst“, verrät der Chef der Textilfabrik Rechberger, zu deren Spezialitäten die Individualisierung, Personalisierung und Einwebung von Logos zählt – insbesondere bei Bettwaren und so vertrauen renommierte heimische und internationale Matratzenhersteller und Unternehmen im Einrichtungsfachhandel auf österreichische Qualität made by Textilfabrik Rechberger.

Klare Ziele

„Wir wollen unsere Konfektion verbessern und die Stückzahlen, vor allem bei Bettwäsche, erhöhen“, beschreibt Rechberger die nächsten Ziele, zu-

dem soll der Digitaldruck forciert werden und der Kund:innenkreis weiter wachsen. „Bisher haben wir hauptsächlich Hotelausstatter:innen beliefert, die auf Bett- und Tischwäsche von uns setzen. Jetzt versuchen wir, die Wertschöpfung durch fertige Produkte zu steigern und uns an eine noch größere Zielgruppe zu wenden.“ Vor allem der österreichische Fachhandel soll verstärkt angesprochen werden und auch im Objektbereich noch mehr Fuß gefasst werden, zudem hat Rechberger neben dem heimischen und DACH-Raum auch den internationalen Markt im Visier. So präsentierte sich die Textilfabrik zuletzt auch auf dem „Heimtextil Summer Special“, der einmaligen Sommer-

ausgabe der „Heimtextil“ in Frankfurt/Mai im Juni 2022, mit ihren Qualitäten. „Wir sind sehr zufrieden mit dem Heimtextil Summer Special. Wir hatten viele Interessierte, konnten gute Kontakte knüpfen und haben neue Kund:innen gefunden, nicht nur aus den Nachbarländern, sondern auch international“, freut sich Michael Rechberger. „Ich denke, dass wir auf der Heimtextil 2023 wieder ausstellen werden.“

Herausforderungen & viel Potenzial

Die Euphorie bremsen zwei große Herausforderungen. „Der Platz ist zu wenig“, schmunzelt Rechberger. Der aktuelle Produktionsstandort platzt trotz Ergänzung durch eine weitere Location mit Weberei, Konfektionierung der Frottierwaren und Digitaldruckmaschinen für Gewebe bis zu einer Breite von 240 cm aus allen Nähten. Dazu gesellt sich der omnipräsente Fachkräftemangel. Noch fünf weitere Fachprofis für Weberei, Konfektionierung und Digitaldruck würde Rechberger suchen. „Es finden sich kaum Fachkräfte und interessierter Nachwuchs. Ich würde mir wünschen, dass sich wieder mehr Personen für diesen Beruf begeistern. Es ist ein tolles Berufsfeld. Heim- und Haustextilien sind super Produkte, die immer gebraucht werden. Eigentlich bräuchte es auch keinen Import“, ist Michael Rechberger von österreichischen Textilien und dem Potenzial am heimischen Markt überzeugt und wird auch weiter seinen Weg gehen – von Haslach an der Mühl nach Österreich und in die Welt.

www.rechberger-textil.at



SONNHAUS

Markante Designs & zeitlose, extravagante Strukturen

Die neuen Vorhang- und Möbelstoffkollektionen von SONNHAUS für Herbst 2022 laden zum Umdekorieren und Kombinieren ein. Gekonnt eignen sie sich für einen Stil-Mix von traditionell bis modern, von dezent zeitlos zu trendig mondän bis hin zum nachhaltigen, gehobenen Living.

Der Geo-Designstil mit seinen grafischen Mustern und geometrischen Formen ist inspiriert von der Mode und Wohnaccessoires. Diesem Interior-Trend folgt die neue CAMATO Möbelstoffkollektion COMO von SONNHAUS. Klare Linien, abstrakte Muster und kontrastreiche Farbstellungen sorgen für mehr Lebendigkeit in der modernen Wohnraumgestaltung. Aufgrund der Schwebbrennbarkeit sowie hoher Scheuerwerte eignen sich diese Möbelstoffe – ebenso wie die Polsterstoffe der Kollektion DAVOS – neben dem privaten Wohnbereich optimal für den Einsatz im anspruchsvollen Objektbereich, wie Hotellerie, Gastronomie und Gesundheitswesen.

Mondän und mit dem gewissen Hauch von Extravaganz präsentieren sich die Möbelstoffe der Kollektion DAVOS. Moderne Webdesigns als Karo, Zick-Zack, Kelim, Blatt oder Fischgrät werden von ausdrucksstarken Texturen wie Loden, als Stepp oder Uni, und einem voluminösen Bouclé begleitet. Neben der außerordentlichen Ästhetik überzeugt die



SONNHAUS FOR LIFE Label für nachhaltiges Wohnen.

Exklusiv und edel – die neuen Vorhangkollektionen

In der Vorhangkollektion CAMATO präsentiert SONNHAUS für den Herbst 2022 wieder eine exklusive Auswahl an Deko- und Storequalitäten für den gehobenen Wohnbereich. Es begeistern traumhafte Trendtöne, interessante Designs und clevere Materialkompositionen. Dekor- und Storequalitäten der neuen Herbstkollektion 6500 Chic überzeugen durch eine Vielfalt an Designs und Materialmischungen: Liebliche Blumen- oder Blattmuster sowie geradlinige Streifen- oder Karodesigns als Jacquard- oder Chenillegewebe, aus 100 % Baumwolle oder recyceltem Polyester – zertifiziert nach dem Global Recycled Standard und gekennzeichnet mit dem SONNHAUS FOR LIFE Label – ermöglichen eine Vielzahl an Gestaltungsmöglichkeiten für die individuelle Wohnraumgestaltung.

www.sonnhaus.at



Fotos: SONNHAUS

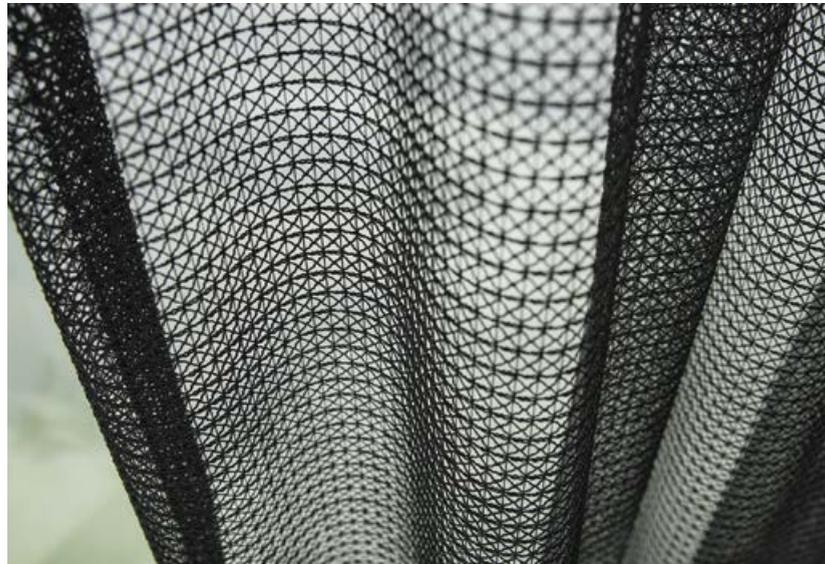
KOBE INTERIOR FABRICS

Trendstoffe mit lässigen Lichteffekten

KOBE Interior Fabrics bereichert Interior Design und Gestaltungsmöglichkeiten mit hochklassigen Neuheiten. Der Textilverlag launcht neue, hochmoderne Netzgewebe, die Licht wie Privatsphäre ermöglichen, sowie schwer entflammable Stoffkreationen.

Netzgewebe gehören zu den Trendstoffen im Interior

Design. Stets am Puls der Zeit, experimentiert der Textilverlag im Herbst 2022 mit neuartigen Bindungstechniken, die coole Gitter-Looks mit besonderer Dimensionsstabilität verbinden. Mal glatt und glänzend, mal griffig und dabei geschmeidig, lassen sich alle Netzgewebe hervorragend am Fenster dekorieren – besondere Lichtspiele garantiert! Viel Tageslicht hereinlassen und dabei die Privatsphäre schützen – beiden Anforderungen werden die Neuheiten gerecht. Gekonnt kombiniert das Designatelier von KOBE unterschiedlichen Garne und Bindungstechniken, sodass jeder Stoff mit einzigartigem Aussehen und markanter Stilaussage beeindruckt. So vereint „ISLA“ matte und glänzende Garne, „ESMARIA“, gewebt in Dreherbindung, verschiedenfarbige Garne zu einem natürlichen



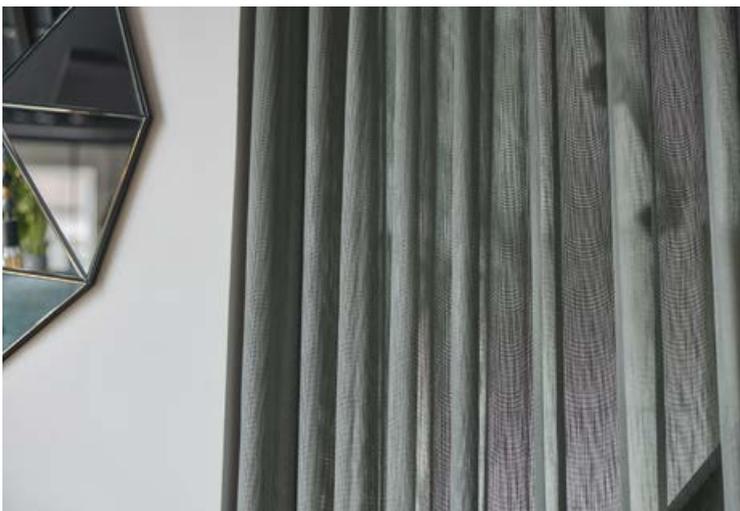
KOBE Interior Fabrics begeistert mit hochmodernen Netzgeweben. Außergewöhnlich & effektiv ist „SIONA“.

wie eleganten Look. „SIONA“ punktet mit offener, kleine Rauten bildender Strickoptik, das Drehergewebe „GALENA“ mit seinem Mix farbiger Garne in verschiedenen Texturen, und „INDIO“ mit peppigem Look dank des verwendeten Bouclégarns. Einzigartig in Design und Optik, wurden die Gitterstoffe natürlich während des Nähens und Dekorierens auch auf Formbeständigkeit geprüft.

Trend-starke Ästhetiken

KOBE erweitert zudem sein Angebot um schwer entflammable Dekorationsstoffe. Highlight der Serie ist AZORA FR, ein gewebter, raumhoher, schwer entflammbarer, waschbarer und perfekt für Vorhänge geeigneter Velours mit subtilem Schimmer. Dazu setzen der Jacquard KAMIKO CS, der zu 100 % aus recycelten, GRS-zertifizierten FR-Garnen bestehende TAMALA FR sowie der elegante Dimout TRENCH FR Akzente. Außerdem erweitern drei neue fleckfreie und schwer entflammable Bezugsstoffe unter der Marke EASY & SAFE die Gestaltungsoptionen: TRIANA FR mit geometrischem Allover-Muster, der subtil glänzende Velours BORAX FR und der mehrfarbige Chenille-Stoff AMARANT FR. Große Farbpaletten und perfekte Pflegeeigenschaften machen die Bezugsstoff-Neuheiten zu einer idealen Lösung für den Wohn- und Objektbereich.

www.kobe.eu



Links: Cooler Look, schwer entflammbar & nachhaltig: TAMALA FR. Rechts: Highlight & Eyecatcher: Der raumhohe, schwer entflammbare Velours AZORA FR.

EGGER GRUPPE

4,23 Mrd. Euro Umsatz

Die EGGER Unternehmensgruppe schließt ihr Geschäftsjahr 2021/2022 in ausnehmend herausfordernden Zeiten: Die andauernde Corona-Pandemie sowie die dramatischen Entwicklungen in der Ukraine wirken sich massiv auf die globalen Energie- und Rohstoffmärkte aus. Die Produktnachfrage war hoch und schlägt sich in den Finanzzahlen nieder.

EGGER berichtet für das Geschäftsjahr 2021/2022 eine deutlich positive Entwicklung der wesentlichen Kennzahlen: So wurde ein gruppenweiter Umsatz von 4.234,3 Mio. EUR (+37,4 % zum Vorjahr) und ein EBITDA von 877,5 Mio. EUR (+41,0 % zum Vorjahr) erwirtschaftet. Die EBITDA-Marge liegt stabil bei 20,7 % (Vorjahr: 20,2 %), die Eigenkapitalquote liegt mit 50,9 % über dem Vorjahreswert von 42,0 %. „Diese Ergebnissteigerung zeigt, dass wir einerseits die Herausforderungen der nach wie vor anhaltenden Pandemie gut bewältigt und zugleich die sich in unserer Branche ergebenden Chancen sehr gut genutzt haben“, so Thomas Leissing, Gruppenleitung Finanzen/Verwaltung und Sprecher der Gruppenleitung.

EGGER produzierte in den vergangenen Monaten Rekordmengen und bedient damit die starke Kundennachfrage. Mit 10,5 Mio. m³ Holzwerkstoffen und Schnittholz verzeichnet die Unternehmensgruppe einen Produktionshöchststand. „Die positive Entwicklung in diesem herausfordernden Umfeld verdanken wir vor allem unseren rund 10.800 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern“, so die Gruppenleitung unisono.

Die EGGER Gruppe verzeichnet Umsatzzuwächse in allen Produktbereichen. Diese ergeben sich aus drei Hauptfaktoren: Das positive Marktumfeld für Säge- und Bauprodukte, vor allem am nordamerikanischen Markt, Mengensteigerungen, vor allem durch die neuesten Werke in Biskupiec (PL) und Lexington, NC (US) und die durch Kostendruck notwendigen Preissteigerungen. Von allen Produktbereichen erzielte der Bereich Decorative Products (Produkte für den Möbel- und Innenausbau) mit 76,9 % den größten Umsatzanteil und liegt mit 3.473,4 Mio. EUR um +36,6 % über dem Vorjahr. Die Division Flooring Products liegt mit 506,9 Mio.



Das EGGER Führungsgremium, v.l.: Thomas Leissing, Hannes Mitterweissacher, Frank Bölling und Michael Egger jun.

Fotos: Egger

EUR um +13,4 % über dem Vorjahr. Mit 534,7 Mio. EUR (+62,7 %) schließt die Division Building Products das Geschäftsjahr 2021/2022.

Insgesamt investierte die Unternehmensgruppe im letzten Geschäftsjahr 293,6 Mio. EUR in ihre Produktionsstandorte. Ein großer Anteil der Wachstumsinvestitionen (194,5 Mio. EUR) entfiel auf den Ausbau des Stammsitzes in St. Johann in Tirol (AT). Der Großteil der Investitionen unterstützt das Ziel, mittels Recycling, Prozessoptimierung und Innovationen die CO₂-Emissionen zu reduzieren.

Äußerst herausfordernd gestaltet sich die Situation auf den globalen Rohstoffmärkten. Die Geschehnisse in der Ukraine und deren Auswirkungen auf die globalen Handelsströme führen aktuell zu einer weiteren massiven Verschärfung der Verfügbarkeiten sowie der Preisdynamik am Rohstoffmarkt. EGGER



Der EGGER Stammsitz in St. Johann in Tirol.

verzeichnet zudem einen enormen Energie- und Transportkostenanstieg. Die zunehmende Nachfrage nach Holz, dem wichtigsten Rohstoff für den Holzwerkstoffproduzenten, führt zu zusätzlichem Kostendruck.

Neuformiertes Führungsgremium

Im aktuellen Geschäftsjahr formiert sich das oberste Führungsgremium des Holzwerkstoffherstellers neu: Walter Schiegl trat nach mehr als 20 Jahren aus der Gruppenleitung aus und wird ab Herbst das Aufsichtsratsmandat von Michael Egger übernehmen und so die strategische Ausrichtung der EGGER Gruppe auch künftig mitgestalten. Michael Egger feiert Ende August seinen 75. Geburtstag und wird sich anschließend aus dem strategischen Gremium zurückziehen. Die Position von Walter Schiegl als verantwortlicher Gruppenleiter für Technik/Produktion übernimmt Hannes Mitterweissacher. Frank Bölling ergänzt die Gruppenleitung und verantwortet den Bereich Logistik. EGGER reagiert damit auf die Potenziale und Entwicklungen im Bereich der internen und externen Logistik.

Ebenso wird nach vielen Jahren wieder ein Vertreter der Familie Egger im operativen Management der EGGER Gruppe tätig sein: Michael Egger jun. übernimmt die Agenden Marketing/Vertrieb von Ulrich Bühler, welcher künftig Michael Egger jun. mit seiner langjährigen Erfahrung und Expertise begleiten wird. Gemeinsam mit Tho-



Die EGGER Gruppe verzeichnet Umsatzzuwächse in allen Produktbereichen.

mas Leissing und Michael Egger jun. bilden Hannes Mitterweissacher und Frank Bölling somit das neue Management-Team der EGGER Gruppe.

Gedämpfte Erwartungen für das Geschäftsjahr 2022/2023

Die Krise in der Ukraine, die volatilen Rohstoffmärkte, die unsichere Energieversor-

gung, die fortdauernde Corona-Pandemie und die steigende Inflation sind Faktoren, die die Ergebniserwartungen der EGGER Gruppe für das kommende Geschäftsjahr dämpfen. „Zudem ergeben sich für uns Unsicherheiten aus der Währungsentwicklung in Russland, Argentinien und der Türkei. Diese Gemengelage gestaltet eine Vorausschau für die nächsten Monate durchaus schwierig“, so Thomas Leissing. Für die gesamte EGGER Gruppe ist der Ausblick in der Umsatzentwicklung gedämpft. Die anhaltend hohen Rohstoff- und Energiekosten werden weiterhin zu einem hohen Preisniveau der Produkte führen. Auch wenn die Aussichten aktuell trüb sind, bei EGGER hält man an der Unternehmensstrategie fest und setzt das stabile Wachstum aus eigener Kraft fort. „Wir konzentrieren uns weiterhin auf ein vielfältiges Produktportfolio und Innovationen für unsere Kunden, tätigen Investitionen in zusätzliche Veredelungskapazitäten sowie in die Verbesserung der Rohstoff- und Energiesituation und pflegen unsere langfristigen Lieferbeziehungen mit Kunden und Lieferanten“, so Thomas Leissing.

Alle Details zum Geschäftsjahr 2021/2022 können im Jahresfinanzbericht eingesehen werden:

www.egger.com/credit-relations



WOHNEN OUTDOOR – NACHHALTIGE UND ZEITGEMÄSSE GARTENGESTALTUNG

Der Naturgarten – ein Lebensraum für Mensch, Tier und Pflanze

Wie wäre es, wenn sich hinter der Terrassentür ein weiterer Wohnraum auftäte? Wenn Sie in nur ein paar Schritten – barfuß, versteht sich – mittendrin stehen würden in einem natürlichen Zimmer?

Die Wände bestehen aus blühenden Stauden, der Fußboden aus weicher Wiese, die Decke aus dem hohen Himmel... Es duftet, summt, brummt, es lebt, dieses Zimmer. Das Auge schweift umher und findet immer wieder Neues im Lauf der Jahreszeiten, von ganz allein entstehen abwechslungsreiche Dekorationen. Daran erfreuen sich nicht nur Ihre Sinne, sondern auch viele Tiere, die Sie einladen in Ihr Draußen-Zimmer. Zahlreiche Insekten finden Nahrung, Amphibien sonnige Plätze und Wasser, Vögel freuen sich über Samen sowie Nistmöglichkeiten und auch Kleinsäuger nehmen den Lebensraum dankend an. Hier sind Sie nie allein, hier sind Sie Gastgeber und Gast zugleich.

All das ist möglich im Naturgarten, wie Landschaftsgärtner Oliver Daxauer weiß. Er hat sich ganz der naturnahen Landschaftsgestaltung verschrieben, weil er von der hohen Qualität des Gartenkonzepts für Mensch, Tier und Pflanze überzeugt ist. „Gesundes, nachhaltiges und ressourcenschonendes Wohnen darf nicht an der



Terrassentür enden. Ein Naturgarten bietet viele Vorteile für uns und die Natur, er ist Korridor zwischen der freien Natur und unseren Gärten,“ sagt Oliver Daxauer und lädt ein in sein eigenes vielfältiges

„Wer es schafft, mit der Natur anstatt gegen sie zu arbeiten, wird mit einem pflegeleichten Garten belohnt.“

Landschaftsgärtner Oliver Daxauer

Draußen-Zimmer, das sich jetzt im Spätsommer sattgrün, blühend und mit dem leichten Duft des nahenden Herbstes ausstreckt.

Vielfalt

Das Obst reift an den Bäumen, die Beeren im Naschgarten sind bis auf die Herbsthimbeeren vernascht. Auf den Beeten leuchten Kürbisse mit Ringelblumen um die Wette, Stangenbohnen und Tomaten, weiße und blaue Krautköpfe bieten ein schönes Bild, das zu einem späteren Zeitpunkt viel Genuss verspricht. Übrigens: Der vermeintliche Feind

vieler Gärtner und Gärtnerinnen ist keiner, wie Oliver Daxauer sagt: „Blattläuse stehen auf der Speisekarte vieler Tiere – Vögel und Marienkäfer sind im naturnahen Garten genügend vorhanden, um das Gleichgewicht wiederherzustellen.“

Eine Gartenetage weiter unten lässt es sich auf der sonnigen Steinterrasse gut verweilen. Hier finden an der Trockenmauer Eidechsen und Steingewächse ein Daheim und nebenan im Teich Wasserpflanzen und Amphibien. Zudem können hier alle Tiere ihren Durst löschen. Eine Libelle zischt übers Wasser, gefolgt von einer zweiten. Eingesäumt ist der Garten mit blühenden Stauden. Gerade jetzt stehen Anemonen und Eisenkraut, Disteln und Sonnenhüte in voller Blüte und locken Schmetterlinge, Hummeln, Bienen und Käfer an. Dort flattert ein Distelfalter und da auf der heruntergefallenen Zwetschge hat sich ein Admiral niedergelassen. Mit seinem kolibriartigen Flug saugt das Taubenschwänzchen Nektar aus den Blüten, bevor es hinter der nächsten Staude verschwindet. Vielleicht schaut es sich ja auf der Blumenwiese um?



Fotos: Daxauer



Die Wildblumenwiese hinter dem Haus ist Oliver Daxauers ganze Freude. Er streicht mit der Hand über die blühende Vielfalt, der noch die zweite Mahd bevorsteht. Wiesenflockenblume, Wiesensalbei, Leinkraut, Skabiose – bei dieser Menge lässt sich auch ab und zu ein bunter Strauß für drinnen pflücken – so lässt sich eine schöne Verbindung zwischen drinnen und draußen herstellen. Der naturnahe Landschaftsgärtner nimmt Platz auf der sonnigen Terrasse, umgeben von weiteren Stauden, ergänzt mit einem kleinen Brunnen. Oliver Daxauer erzählt, wie gern er hier Vögel beim Trinken beobachtet und seinen Garten auf sich wirken lässt. „Ein naturnaher Garten ist immer auch ein schöner Garten. Er gehört gepflegt wie jeder andere Garten und hat darum nichts mit Verwilderung zu tun. Anderen Gärten gegenüber bietet er aber viele Vorteile – wir haben es bereits gesehen.“

Viele Vorteile

So haben Naturgärten eine wichtige ökologische Funktion. Sie fördern Biodiversität, bieten somit vielen Pflanzen- und Tierarten Lebensraum. Hier wachsen heimische Pflanzen, die gut mit den klimatischen Bedingungen zurecht kommen – mit Berücksichtigung der zunehmenden Trockenheit. Zur weiteren Gartengestaltung kommen regionale Materialien wie Steine und Hölzer zum Einsatz. Pflanzenschutzmittel sind nicht notwendig. Hier sind die unterschiedlichsten Lebensräume zu finden: von trocken bis feucht, von mager bis nährstoffreich. Ebenso existieren unterschiedlichste Strukturen wie Totholz, Wasser, Trockenmauern, bodenoffene Bereiche. Die geringe Bodenversiegelung ist ideal für Tiere sowie die Aufnahme von wichtigem Regenwasser. Hier gibt es keine Lichtver-

schmutzung, die den natürlichen Rhythmus von Tieren und Pflanzen stören könnte – auch auf solarbetriebene Beleuchtung wird verzichtet. Naturgärten sind keiner Mode unterworfen, können jederzeit im Detail verfeinert und ergänzt werden. Die organischen Formen schmeicheln dem Auge und lassen Unregelmäßigkeiten zu.

„Wer bereit ist, natürliche Kreisläufe kennenzulernen und zu akzeptieren, wer es schafft, mit der Natur anstatt gegen sie zu arbeiten, wird mit einem pflegeleichten Garten belohnt,“ sagt Oliver Daxauer und zeigt auf einen Distelfink weiter hinten im Garten, der sich die ersten Samen einer Sonnenblume holt. „Belohnt wirst du dafür mit vielen schönen Naturerlebnissen. Dem Singen der Vögel, der Vielzahl der Schmetterlinge und

Insekten. Immer gibt es im Wandel der Jahreszeiten was zu entdecken, meistens blüht etwas und wenn nicht, geben die Samenstände der Stauden ein wunderbares Bild, zum Beispiel die der Karde.“ Oliver Daxauer zeigt auf das große Distelgewächs am Rande des Staudenbeets, das noch grün und imposant herausragt. Schon nach einem Rundgang in diesem schönen Draußen-Zimmer wird deutlich, wie beruhigend und entschleunigend dieser Naturgarten wirkt. Eine intakte Landschaft im eigenen Garten zu haben – da wird „Urlaub daheim“ zum geliebten geflügelten Wort.

www.oliverdaxauer.com

Kontakt:

Ludwig Daxauer Landschaftspflege e.K.
Altweg 4, D-84171 Baierbach
T: +49 8742 91163



Daxauer Naturnahe Landschaftsgestaltung

Seit über 20 Jahren beschäftigt sich das Familienunternehmen mit Sitz im niederbayerischen Landkreis Landshut mit Grünanlagen. Gemeinden, Architekten, Gewerbebetriebe, Tiefbauunternehmen und Privatpersonen schätzen die Erfahrung der Daxauers. Naturnahe Gestaltungskonzepte sind ihre Kernkompetenz. Mit viel Herzblut planen die Landschaftsgärtner neue Anlagen, setzen sie um und pflegen sie. Zum Thema naturnahe Landschaftsgestaltung hält Oliver Daxauer als Experte Vorträge, bietet Seminare und Workshops in Verbänden, Schulen und Unternehmen an.

STEINERT

Aus Holz wird wieder Holz

STEINERT und der italienische Holzverarbeiter Fantoni machen gemeinsame Sache, wenn es um das Recycling von Holz geht.



Nicht nur in Sachen Umweltschutz ist die Gewinnung von Holz aus Abfällen immer mehr gefragt (Stichworte Innovationsdruck, schlechte Verfügbarkeit von Frischholz etc.) So auch bei dem italienischen Holzverarbeitenden Unternehmen Fantoni Spa. Als man sich 2019 dazu entschied, recyceltes Material auch selbst zu sourcen, kam es schließlich zur Kooperation mit STEINERT. Das Resultat ist eine eigene Sortieranlage, um jährlich 250.000 Tonnen Holz in Möbelqualität aus Siedlungsabfällen zurückzugewinnen.



▲ Die längste MDF-
Presse Europas
leistet volle Arbeit.

◀ 250.000 Tonnen
Holzabfälle
werden jährlich
in Fantonis neuer
Sortieranlage
gereinigt.

Hehre Ziele

Dem voraus gehen die Ziele des Unternehmens. Fantoni Spa möchte bis 2030 mindestens 50 % der Paneele aus recyceltem Material herstellen. Dazu hat Fantoni in den vergangenen vier Jahren 150 Millionen Euro in die Hand genommen. Das Ergebnis sind innovative Prozesse, automatisierte Logistik, die längste kontinuierliche Spanplattenpresse Europas, sowie eine moderne Sortieranlage für Holzabfälle, die die Basis für nachhaltige Spanplatten schafft: saubere Holzfasern für die Produktion der ersten mitteldichten Faserplatte (MDF-Platte) mit mehr Altholz- als Frischholzanteil.

Das Drei-Stufen-System

Gemeinsam mit STEINERT entwickelte Fantoni dafür ein Sortierkonzept, in dem Ver-

unreinigungen in drei Stufen beseitigt werden: Magnet- und Wirbelstromtechnik befreien den Materialstrom von Metallen. Anschließend wird das Holz durch Röntgen- und Nahinfrarottechnologie von Resten wie Glas, Stein und Kunststoff gereinigt. Zum Einsatz kommen dabei ausschließlich STEINERT Separations- und Sortiersysteme. Die sorgfältig ausgewählten und aufeinander abgestimmten Maschinen sorgen für eine optimale Performance und damit einhergehende optimale Sortierqualität der jährlich 250.000 Tonnen Holzabfälle. Die Anwendung der innovativen Recykat-Sortiertechnologie von Steinert in der (Holz-)Industrie bietet zahlreiche Vorteile, wie beispielsweise eine 98%-ige Reinheit des sortierten Materials. Zur Absi-

cherung der Investitionen testete Fantoni das eigene Sortiermaterial in STEINERTs Test Center am Hauptstandort in Köln.

Umberto Meroni, Technischer Direktor bei Fantoni, ist überzeugt von dem Konzept: „Diese Möglichkeit war für uns ein wichtiger Entscheidungsfaktor. Nicht nur um die Sortierleistung garantiert zu bekommen, sondern auch um die Maschinen einmal im Einsatz zu sehen und sich selbst von deren Bauweise überzeugen zu können. Schließlich sollen sie mindestens 20 Jahre im Einsatz bleiben. Letztendlich überzeugten uns die Robustheit der STEINERT-Maschinen und die UniSort-Technologie zur Erkennung schwarzer Objekte, die ausgereifter schien, als bei der Konkurrenz.“

Für Fantoni bedeutet diese Investition ein Meilenstein in der MDF-Produktion, die ein in wirtschaftlicher und ökologischer Hinsicht effizienteres Produkt hervorbringt. Zum ersten Mal ist es nun möglich, MDF in Möbelqualität aus Siedlungsabfällen herzustellen. Zudem sei, heißt es seitens des Unternehmens, diese Art der Holzsortierung (Infrarotererkennung von Holzfraktionen) einzigartig in der Industrie. Marco Fantoni sieht einen echten Wettbewerbsvorsprung: „Die Ersten zu sein, die dieses System entwickelt und angeboten haben, wird uns erhebliche Wettbewerbsvorteile bringen.“

So funktioniert's

Die Stufe der Metallabscheidung erfolgt durch STEINERT MOR und STEINERT EddyC®. Erstere sind Kombinationsabscheider, die je-



Fantoni und STEINERT ziehen in Sachen Umweltschutz an einem Strang, v.l.: Umberto Meroni, Marco Fantoni, Andreas Jäger, Björn Lövenich.

weils eine aushebende Magnettrommel und eine überlaufende Magnetbandrolle vereinen. So können in einem Arbeitsschritt sauberes Eisenmetall und schwach magnetisierbare Störstoffe vom Materialstrom entfernt werden. Der nachgelagerte Wirbelstromabscheider mit exzentrischer Poltrommel beseitigt schließlich

verbliebene Nichteisenmetalle wie Aluminium und Kupfer. Verbliebene Störstoffe werden in den letzten beiden Stufen separiert. Zwei STEINERT XSS®-T EVO 5.0 Röntgensortiersysteme werden zur trockenen Dichtesortierung von beispielsweise Mineralik und Glas eingesetzt, wobei jede der Maschinen baulich auf ihren individuellen Materialstrom angepasst ist. In der finalen Aufbereitungsstufe trennen STEINERT UniSort-Nahinfrarotsysteme letzte Unreinheiten. Die Besonderheit dabei ist, dass mittels Hyperspectral Imaging (HSI)-Sensor selbst schwer zu erkennende schwarze Kunststoffe erkannt und aussortiert werden. Das garantiert eine kompromisslose Reinheit der Holzfasern für die anschließende Weiterverarbeitung.

www.steinertglobal.com
www.fantoni.it

LUST AUF NEWS AUS DER EINRICHTUNGSBRANCHE?

wohnsider Newsletter

Gleich anmelden unter:

www.wohnsider.at/anmeldung/newsletter.html

Ihre individuelle Werbung im Newsletter

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

► Top-Logo / 1. oder 2. Position im Newsletter > EUR 400,- pro NL

Logo/Bild in der Größe von 580 x 100 Pixel, Link, Bildtext mit 250 Zeichen inkl. Leerzeichen.

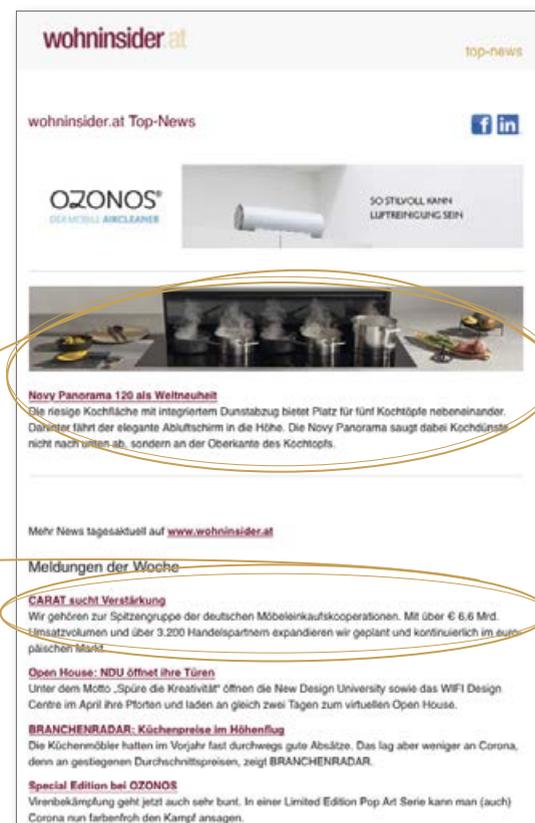
► Top-News im Newsletter > EUR 300,- pro NL

Ihre Meldung im Newsletter mit Link auf Ihr Advertorial in unseren Top-News oder in der Rubrik „Marktplatz“.

► Sondernewsletter > EUR 900,- pro NL

Ihre Einladung zur Hausmesse oder Branchenmesse, Ihr Firmenevent, Ihre Schauraumeröffnung oder Produkteinführung als eigener Newsletter an unsere 4.180 Abonnenten.

Preise netto zzgl. 20 % MWSt.



JOKA

Firmenmuseum in Schwanenstadt

Seit 1921 produziert JOKA österreichische Produkte mit höchstem Qualitätsanspruch. Von Matratzen über Betten bis hin zu Polstermöbeln wird dabei besonders auf innovativen Vorsprung, zeitloses Design und handwerkliches Know-how Wert gelegt.

Zur Philosophie von JOKA gehört seit jeher eine hochwertige Verarbeitung sowie funktionelle Langlebigkeit und Nachhaltigkeit der Produkte. Im Vordergrund steht dabei die optimale Wahl der verwendeten Materialien, höchster Sitz- und Liegekomfort und die außergewöhnliche Verarbeitung sowohl bei Matratzen als auch bei Betten und Polstermöbeln. Passend zur Unternehmensphilosophie und im Rahmen des Firmenjubiläums „100 Jahre JOKA“ entstand bei der Familie Kapsamer die Idee zu einem Firmenmuseum. „Eine Ausstellung ist die beste Art die Unternehmensgeschichte Mitarbeitern, Kunden und der Öffentlichkeit näher zu bringen,“ so JOKA Geschäftsführerin Anna Kapsamer-Fellner. Johannes Kapsamer, ebenfalls JOKA Geschäftsführer, ergänzt: „So können spannende Inhalte der Vergangenheit, historische Fotos und die österreichische Wohn- und Schlafkultur begehbar und erlebbar gemacht werden.“

Firmengeschichte und 100 Jahre Weltgeschehen

Herausgekommen ist ein hauseigenes Museum – durchdacht, spannend und mit viel Liebe zum Detail. Den Schwerpunkt bildet die Entwick-

lung der Produkte von 1900 bis heute – es zeigt neben JOKA Originalmöbeln aus verschiedenen Jahrzehnten auch Unikate, Fotoalben, alte Werbebroschüren und Büroutensilien aus den Anfängen des Unternehmens. Großformatige Schautafeln führen nicht nur durch die Geschichte JOKAs, sondern auch durch 100 Jahre Weltgeschehen. Das Raumdesign entwickelte der Linzer Bühnenbildner und Künstler Stefan Brandtmayr.

„Eine Ausstellung ist die beste Art, die Unternehmensgeschichte abzubilden.“

*Anna Kapsamer-Fellner,
JOKA Geschäftsführerin*

Eröffnet wurde das Museum im Rahmen eines Firmensommerfestes für die MitarbeiterInnen und deren Familien, in Kombination mit einem Mama/Papa-Tag. Franz Froschauer, ein österreichischer Schauspieler und Sänger, hielt zu Beginn eine Laudatio zur JOKA Firmengeschichte, die Band SeaSide Connection sorgte für den musikalischen Rahmen.

www.joka.at



Familie Kapsamer.



JOKA Firmensommerfest mit Mama/Papa-Tag.



Das JOKA Museum kann nach Terminvereinbarung besucht werden. Es bietet eine spannende Zeitreise durch die JOKA Produktwelt und das Weltgeschehen der letzten 100 Jahre.

WOHNINSIDER SONDERAUSGABE 2022

Nachhaltigkeit im Möbelhandel: Tipps und Strategien, wie Sie das Thema in Ihrem Betrieb umsetzen.

Gleich reinklicken und als eBook lesen:

www.wohninsider.at/printausgabe/sonderausgabe-nachhaltigkeit.html



Printausgabe
hier kostenlos
bestellen:
office@wohninsider.at

REPUTATIONSMANAGEMENT IN DER MÖBELBRANCHE

WARUM POSITIVE BEWERTUNGEN DAS A UND O SIND

Die Corona-Pandemie hat auch der Möbelbranche zu einem enormen Digitalisierungsschub verholfen. Unternehmen, die bereits gut digital aufgestellt waren, verkauften ihre Möbel während der Lockdowns online und der Trend wird weiter anhalten.

Doch nach welchen Kriterien wählen die Kundinnen und Kunden ihre neuen Einrichtungsgegenstände aus, wenn die sinnliche Wahrnehmung im Möbelhaus vor Ort fehlt? Echte Bewertungen und authentische Erfahrungsberichte werden immer häufiger zum ausschlaggebenden Faktor.

Bedeutung von Bewertungen in der Möbelbranche

Der Kauf neuer Möbel ist nicht nur recht kostspielig, sondern auch mit vielen Emotionen verbunden. Möbel sind täglich im Gebrauch, repräsentieren den eigenen Stil und sind im besten Fall Begleiter für viele Jahre. Kein Wunder, dass die Kundinnen und Kunden den Erfolg des Möbelkaufs nicht dem Zufall überlassen wollen. Über alle Branchen hinweg zeigt sich, dass die Verbraucherinnen und Verbraucher immer kritischer auf die zahlreichen Marketing-Kampagnen und allgemeinen Werbeaussagen reagieren, mit denen sie täglich konfrontiert werden. Aus diesem Grund recherchieren viele Menschen vor einem Kauf eigenständig im Internet

nach echten Erfahrungen mit einem Produkt, einer Marke oder dem gesamten Unternehmen. Sie konsultieren gängige Bewertungsplattformen wie Trustpilot, Trusted Shops oder das Google Unternehmensprofil. Weitere wichtige Informationen erhalten Interessierte auf den Social Media Kanälen wie Facebook oder Instagram.

Wichtig ist hierbei zu wissen, dass Verbraucherinnen und Verbraucher nicht ausschließlich auf den erzielten Gesamtscore achten, sondern ebenso auf die Anzahl und Aktualität der veröffentlichten Reviews. Zudem fließt auch die Reaktion eines Unternehmens auf Bewertungen in die Beurteilung mit ein. Unternehmen aus der Möbelbranche, die hier zügig, professionell und nachvollziehbar reagieren, können bei potenziellen Neukunden, aber auch langjährigen Stammkunden punkten.

So machen sich Lieferengpässe und Preiserhöhungen bei den Bewertungen bemerkbar

Aktuell ist die Möbelindustrie stark von Lieferengpässen und Preissteigerungen bedingt



durch Materialknappheit betroffen. Nicht alle Kundinnen und Kunden reagieren verständnisvoll, wenn sich angekündigte Liefertermine verzögern oder Preiserhöhungen an die Kunden weitergegeben werden müssen. Schon vor diesen Entwicklungen war es schwierig, zufriedene Kundinnen und Kunden zu der Veröffentlichung einer positiven Bewertung zu motivieren. Dies wird durch die genannten Faktoren weiter erschwert. Umso wichtiger ist es, die eingehenden Bewertungen regelmäßig zu überprüfen und frühzeitig Entwicklungen zu erkennen. Mehrten sich die negativen Kommentare und Bewertungen, deutet dies auf ein tiefgreifendes Problem hin, dem nur mit einem kontinuierlichen Monitoring rechtzeitig entgegengewirkt werden kann. Unternehmen, die hier nicht gegensteuern, laufen sonst Gefahr, dass sich ein Shitstorm entwickelt und sich immer mehr Userinnen und User ebenfalls negativ äußern. Den besten Schutz vor einer solchen Negativspirale bietet nicht nur das regelmäßige Monitoren, sondern auch das zeitnahe Reagieren und Kommentieren.





Was tun bei negativen Reviews und Bewertungen

Aber was können Möbelunternehmen tun, wenn trotz aller Bemühungen doch eine negative Bewertung veröffentlicht wird? Grundsätzlich sind vereinzelte kritische Stimmen für ein gut aufgestelltes Unternehmen mit einer positiven Gesamtreputation kein gravierendes Problem. Im Gegenteil, Händler oder Firmen mit ausschließlich positiven Bewertungen wirken oft wenig glaubwürdig und authentisch. Kritische Rezensionen sind zudem eine Chance, etwas besser zu machen und Einblicke in Prozesse zu erhalten, die vielen Unternehmen sonst verborgen bleiben.

Keinesfalls sollten negative Bewertungen einfach ignoriert oder ausgesessen werden. Dies öffnet nicht nur Trittbrettfahrern Tür und Tor, es signalisiert außerdem, dass sich ein Unternehmen nicht für die Meinung seiner Kundinnen und Kunden interessiert. Ein gelungener Kommentar auf eine kritische Rezension zeichnet sich hingegen durch eine sachliche, aber verständnisvolle Tonlage aus. Spontane Eingeständnisse sind ebenso wenig angebracht wie Rechtfertigungen. Wenn sich die Möglichkeit ergibt, ist es immer sinnvoll, gemeinsam eine Lösung für das Problem zu finden. Unternehmen aus der Möbelbranche sollten deshalb immer versuchen, den persönlichen Kontakt herzustellen. Konnte eine für beide Seiten zufriedenstellende Lösung gefunden werden, kann dies ebenfalls öffentlich kommuniziert werden. Enthält die Bewertung nachweislich Unwahrheiten, Verleumdungen

oder Hassreden, sollte das betroffene Unternehmen umgehend prüfen, ob die Rezension den Richtlinien des veröffentlichenden Portals entspricht. Liegt ein Verstoß vor, ist es sinnvoll, den Portalbetreiber um eine Prüfung zu bitten.

Bewertungen richtig nutzen und positive Reviews generieren

Den besten Schutz vor negativen Bewertungen in der Möbelindustrie bietet eine starke, positive Reputation. Diese kann nur über ein zum Unternehmen passendes Reputations- und Bewertungsmanagement aufgebaut werden. Ein solcher Aufbau beginnt bereits lange vor der ersten Krise und muss kontinuierlich fortgeführt werden. Nur so kann es seine Wirkung entfalten und negative Rezensionen effektiv verdrängen oder entkräften.

Doch wie können positive Bewertungen überhaupt generiert werden?

Beim stationären Verkauf entwickeln viele Verkäufer ein feines Gespür dafür, ob die Kunden mit der Beratung oder dem Produkt zufrieden waren und können aktiv nach einer Bewertung fragen. Beim Online-Kauf fehlt dieses direkte Feedback zwar, dafür können entlang der gesamten Customer Journey Bewertungsmöglichkeiten integriert werden. Das so generierte Feedback kann meist viel intensiver ausgewertet werden, sodass sich bessere Maßnahmen ableiten lassen. Auch die Reaktion auf eine Online-Bewertung kann mit mehr Bedacht ausgewählt werden als bei einer persönlichen, direkten

Rückmeldung. Bei Online-Bewertungen, die inhaltlich nicht viel hergeben, ist es aber mitunter schwierig, zielführende Rückschlüsse abzuleiten. Zufriedene Kundinnen und Kunden vergessen nach einiger Zeit oft die Abgabe einer Bewertung, obwohl sie positive Erfahrungen gemacht haben. Hier kann ein kleiner Reminder, mit einem Hinweis auf die relevanten Bewertungsportale und eine Erklärung, warum eine positive Erfahrung weitere Kunden bei ihrer Kaufentscheidung unterstützen kann, helfen. Um negativen Bewertungen vorzubeugen, sollte außerdem eine Kontaktmöglichkeit genannt werden, die bei Problemen oder Beschwerden angesprochen werden kann.

Ein gelungenes Reputationsmanagement unterstützt dabei nicht nur bei der Gewinnung von Neukunden, es bindet auch Stammkunden fester an das eigene Unternehmen, indem es deren Meinungen würdigt und darauf basierend Optimierungen einleitet.

www.reputativ.com

Zum Autor



Alexander Hundeshagen ist Geschäftsführer der reputativ GmbH. Mit der Marke reputativ®, die auf Reputationsmanagement und Omnichannel-PR spezialisiert ist, engagiert sich das Unternehmen für die Steigerung und den Erhalt des guten Rufes und fördert das positive Bild ihrer Kunden.

Kontakt:
reputativ GmbH
T: +49 531 379 600 70
kontakt@reputativ.com

IMM COLOGNE

Keine Messe im Jänner – Spring Edition im Juni 2023

Die imm cologne passt für das Jahr 2023 ihr Konzept an die Herausforderungen eines sich veränderten Marktes an und stellt sich neu auf. In dem neuen Messeturnus erhält die internationale Einrichtungsmesse für die Veranstaltung 2023 einmalig einen neuen Termin, der im Dialog mit den Marktpartnern festgelegt wurde.



„Einstimmig hat sich der Fachbeirat der imm cologne für das von der Koelnmesse vorgeschlagene Konzept der imm Spring Edition im Juni 2023 ausgesprochen. Wir danken dem Fachbeirat und insbesondere der deutschen Industrie, dem Handel und den Einkaufsverbänden für ihre Unterstützung. Damit ist sichergestellt, dass die imm cologne nach zwei Jahren Pause wieder stattfinden kann. Die Branche hat sich für eine starke Einrichtungsmesse in Deutschland, dem umsatzstärksten Markt in Europa ausgesprochen“, so Gerald Böse, Vorsitzender der Geschäftsführung der Koelnmesse. „Ich glaube ganz fest an den persönlichen Austausch, der aus meiner Sicht für die Entwicklung der Branche gerade in herausfordernden Zeiten von immenser Bedeutung ist. Es braucht in Deutschland eine reale Plattform mit international starker kommunikativer Ausstrahlung wie die imm cologne“, so der CEO der Koelnmesse weiter.

„New Story“ der imm cologne wird in zwei Schritten umgesetzt

Das Team der imm cologne hat Anfang Juni 2022 seine Vision für einen neuen Leitgedanken vorgestellt. Diese „New Story“ der imm cologne wird in zwei Schritten erfolgen. Den ersten Schritt bildet die imm Spring Edition vom 4. bis 7. Juni 2023. „Die Spring Edition steht dabei als Synonym für Aufbruch. Die

imm cologne will auf diesem Weg motivieren, zeigen, wie sie Neues ausprobiert und ausgetretene Pfade verlässt“, erläutert Oliver Frese, Geschäftsführer der Koelnmesse, den Namen und wofür er steht. „Zudem schaffen wir mit dem Termin im Juni Planungssicherheit für unsere Partner.“

Vier Tage Spring Edition mit Fokus auf Fachpublikum

Die Eckpunkte des Konzeptes sind klar: Die imm Spring Edition soll vier Tage lang von Sonntag bis Mittwoch laufen und Fachbe-

sucherinnen und Fachbesucher im Fokus haben. Endverbraucher werden die Möglichkeit erhalten, die Messe auf Einladung zu besuchen. So wird ein klarer Fokus auf das Thema Business gelegt. „Darüber hinaus ist es unser Ziel, neue Beteiligungsformate im Markt zu implementieren“, so Matthias Pollmann, Geschäftsbereichsleiter der Koelnmesse, weiter. Das Thema Küche wird für 2023 in die imm Spring Edition integriert. Gleichzeitig ist geplant, die Stadt als Location stärker in das Eventprogramm einzubeziehen.

Vision „2024+“: imm cologne als Forum für die Zukunftsfragen der Branche

Der zweite Schritt wird dann im Sommer 2023 erfolgen. In enger Abstimmung mit der Industrie und den beteiligten Verbänden wird dann der zukünftige Termin der imm cologne und der LivingKitchen festgelegt. Die imm cologne versteht sich zukünftig nicht nur als die zentrale Business-Plattform, sondern öffnet sich als Katalysator für brancheninterne wie auch externe Themen, die Relevanz für die imm cologne Community besitzen.

[imm-cologne.de](https://www.imm-cologne.de)



Fotos: Kölnmesse

MÖBEL AUSTRIA UND KÜCHENWOHTRENDS, 3. BIS 5. MAI 2023, SALZBURG

küchenwohtrends und möbel austria 2023 toppen alle Vorevents

Link zum Infovideo:
bit.ly/3cdpuJq



Kommendes Fachmesse-Doppel mit hervorragendem Buchungsstand – erstes Branchen-Highlight 2023 für die Dach-Region.

Die sechste Ausgabe des erfolgreichen Fachmesse-Doppels küchenwohtrends und möbel austria in Salzburg vom 3. bis 5. Mai 2023 steht offensichtlich unter einem guten Stern: Nicht nur, dass der aktuelle Buchungsstand all jene der Vorveranstaltungen übertrifft, auch die vertretenen Unternehmen und Marken glänzen mit hochkarätigen Namen. Nicht zuletzt werden das Begleitprogramm mit den „Podium-Events“ und die Services rund um die Veranstaltungen nochmals erweitert.

Die beiden Businessplattformen „live“ und im Herzen des deutschsprachigen Vertriebsraums mit dem Fokus auf Österreich und den Süden Deutschlands sprechen gezielt den Fachhandel, das Handwerk, Immobilienausstatter und Projektentwickler, Architekten und Designer an. Dies recht- und frühzeitig im Jahr – genau dann, wenn die Ordersaison für Möbel und Interior startet. Darum wissen die interessierten Aussteller aus der Küchen-, Wohn- und Einrichtungsbranche – und die Nachfrage ist deshalb gewaltig.

Für das kommende Jahr sind die Begehrlichkeiten nach küchenwohtrends und möbel austria nun zusätzlich gesteigert, denn 2023 kommen nahezu alle der 2021 Corona-bedingt aussetzenden Unternehmen auf das moderne Ausstellungsgelände der Mozartstadt wieder zurück. Mit dabei sind wieder AEG Elektrolux, Beko, BSH mit den Marken Bosch, Neff und Siemens, die Firmen Brigitte, GfM Trend, Gorenje, HKT, KH Küchen sowie Liebherr, Naber, Nolte Küchen, Sachsenküchen und Speedmaster.



Das Fachmesse-Doppel küchenwohtrends und möbel austria zieht gleichermaßen Global Player, etablierte Mittelständler, große Marken und Newcomer aus der Küchen- und Einrichtungsbranche an.

Aktuell und gut neun Monate vor Veranstaltungsstart haben viele treue Stammaussteller ebenfalls fest gebucht. Unter anderem wird das Ausstellerverzeichnis 2023 die Namen Bauformat, Blanco, Bora, Carat, Christine Kröncke, Der Kreis, Häcker Küchen, Joka, Miele, Nobilia, Oranier, Pronorm, Quooker, Rotpunkt Küchen, Schachermayer, Schock, Schüller, SHD, Signet Wohnmöbel, Strasser, Systemceram und Würth ausweisen. Für Überraschung werden die mit Spannung erwarteten Messepremierer von Leicht Küchen, MCR oder Noodles sorgen – was jedoch die Liste der „Neulinge“ längst nicht abschließt.

küchenwohtrends und möbel austria – die Messen der kurzen Wege, der perfekten Infrastruktur und der außergewöhnlichen Vernetzung – ziehen gleichermaßen Global Player, etablierte Mittelständler, große Marken und smarte Newcomer aus der Küchen- und Einrichtungsbranche an. Im Mittelpunkt der Messe-Präsentationen ste-

hen Accessoires, Arbeitsplatten, Armaturen, Dunstabzüge, Elektrogeräte, Lichtlösungen, Bad- und Küchenmöbel, Spülen und Zubehör ebenso wie Institutionen und Verbände, die Softwareentwicklung und IT sowie verschiedene Dienstleistungen.

Nicht nur für Veranstalter Trendfairs GmbH (München) besonders erfreulich: Die seit einiger Zeit stark wachsende Ausstellerklientel aus den Bereichen Polster- und Schlafmöbel, Wohn- und Esszimmermöbel sowie der Hersteller von Tischen, Stühlen und Bänken wird 2023 nochmals kräftig zulegen. In Verbindung mit dem Schwerpunkt „Küchenmöbel“ wartet auf die Besucher der zu den führenden B2B-Möbel- und -Einrichtungsmessen Europas zählenden Fachveranstaltungen damit eine vielseitige Neuheitenshow, eine effiziente Kommunikationsplattform und ein attraktiver Marktplatz für erfolgreiche Geschäfte!

www.moebel-austria.at
www.kuechenwohtrends.at

ARCHITEKTURWERKSTATT

Erweiterung auf 4.000 qm

Das Ausstellungszentrum für den Küchen-Premiummarkt am Standort Löhne wird um eine weitere Halle vergrößert und neue Aussteller ziehen ein. Mit einer Hallengröße von knapp 1.300 qm wird eine zusätzliche Fläche zum bereits bestehenden Ausstellungszentrum hinzugezogen.

Die neue Halle grenzt unmittelbar an die 2019 eröffnete „Architekturwerkstatt“ an, die nach Verbindung der beiden Hallen eine Ausstellungsfläche von rund 4.000 qm misst. Drei Aussteller ziehen dauerhaft in die neu geschaffene Fläche ein: Fa. Dekker aus den Niederlanden wird das bisherige Angebot um den Bereich Arbeitsplatten gewinnbringend ergänzen. Die italienischen Edelstahlspezialisten von STEEL präsentieren exklusive und fortschrittliche Herde und andere Küchengeräte für den Innen- und Außenbereich. Innovationen aus der Kategorie Küchenspülen und Zubehör können Besucherinnen und Besucher der Architekturwerkstatt ab sofort bei der Firma RODI finden. Zusätzlich beziehen drei Hersteller die neue Ausstellungshalle temporär für die Dauer der Küchenmeile A30: BBQtion by VILLAGE GARDEN und Out4kitchen fügen dem Standort den Kompetenzbereich für den Außenraum hinzu. Zudem stellt die refsta Handels GmbH Neuheiten im Bereich der Dunstabzugshauben und Induktionskochfelder vor.

Mit Fokus auf ein qualitatives Angebot sowie auf eine stilistisch überzeugende, zeitlos elegante Formensprache stellt LEICHT Küchen mit den Unternehmen LIEBHERR, V-ZUG, Inalco und GESSI – alles namhafte Anbieter im hochwertigen Küchenhandel – seit September 2019 am Standort Löhne gemeinsam auf einer ebenerdigen Ausstellungsfläche dauerhaft aus. Bei der neuen Erweiterung des Ausstellungszentrums bleibt der Anspruch an eine feine Stilistik, sowie eine architektonische Qualität im Premium-Küchenmarkt weiterhin das entscheidende Kriterium – sowohl bei der Zusammenstellung der zukünftigen Mieter, als auch bei der konzeptionellen Gestaltung des Hallenausbaus. Analog zum bisherigen, besonders hochwertigen Gesamtbild, wird sich die neue Halle visuell in das architektonische Gesamtbild einfügen. Um das Flanieren durch die Ausstellung weiterhin besucherorientiert und entspannt zu ermöglichen, erschließt sich die neue Halle als ein direkter Rundgang zwischen „Alt- und Neubau“.

www.architekturwerkstatt.com



Das Konzept geht auf: Die 2019 eröffnete „Architekturwerkstatt“ erweitert sich auf rund 4.000 qm und begrüßt neue Aussteller aus dem Küchen-Premiummarkt.

Die Aussteller der neuen Halle im Überblick:

Dekker Zevenhuizen

Im Dekker Trend Center in der Architekturwerkstatt dreht sich alles um neue Farben und Materialien für individuelle Küchenarbeitsplatten, Spülen und Armaturen. Hier werden neben den Neuheiten und Trends 2023 auch Muster der bestehenden Kollektion zu sehen sein.

RODI

Mit mehr als 70 Jahren Erfahrung ist RODI eine weltweite Referenz in der Herstellung von Küchenspülen und Zubehör. RODI entwickelt Kollektionen mit höchsten Qualitäts- und Innovationsstandards, die einer Philosophie nachhaltigen Wachstums und erstklassigen Services folgen. Die dabei entstehenden Lösungen verbinden hochwertige Materialien mit einzigartigem und funktionellem Design.

STEEL

STEEL ist Hersteller exklusiver und fortschrittlicher Herde und anderer Küchengeräte aus Edelstahl „Made in Italy“ für den Innen- und Außenbereich. Geführt in der dritten Generation, steht die Leidenschaft für Schönheit und Funktionalität im Mittelpunkt der Firmenidentität des Familienbetriebs.

refsta Handels GmbH

Die refsta Handels GmbH mit Sitz im nordrheinwestfälischen Spenge präsentiert Neuheiten aus dem Portfolio der Dunstabzugshauben und Induktionskochfelder. Hochwertige Herde und Einbaubacköfen sowie Möbelfronten komplettieren das vielseitige Produktportfolio.

BBQtion – Outdoorküchen von VILLAGE GARDEN

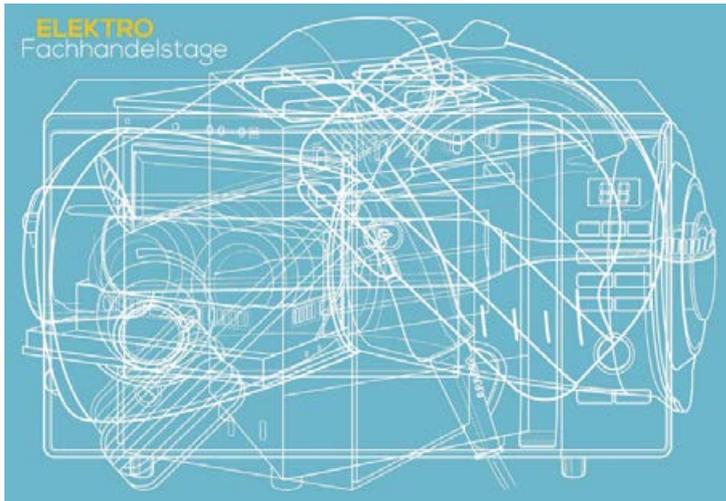
VILLAGE GARDEN steht seit über 30 Jahren für exklusive Outdoorküchen, die Funktion und Design vereinen. Die Produkte bestechen durch ihr hohes Maß an Ästhetik und Vollkommenheit und werden mit einer klaren Formensprache und luxuriöser Ausstattung den qualitativ höchsten Ansprüchen gerecht.

Out4kitchen

In der hauseigenen Manufaktur von OUT4KITCHEN entstehen exakt auf Kundenbedürfnisse zugeschnittene Outdoorküchen. Die durchdachten Details und die vielseitigen Gestaltungsmöglichkeiten zusammen mit den hochwertigen Komponenten sorgen für ein langlebiges und witterungsbeständiges Produkt.

ELEKTROFACHHANDELSTAGE
23. - 24. SEPTEMBER 2022, LINZ

Einladung an Möbelbranche



Wenn am 23. und 24. September die Elektrofachhandelstage im Linzer Design Center ihre Pforten öffnen, sind auch die Vertreter der Möbelbranche wieder herzlich dazu eingeladen.

Immerhin gibt es dort die Neuheiten der Geräteindustrie erstmals in Österreich zu sehen und erleben. Bereits im Juni war die Messe zu 90 % ausgebucht. Und Messeveranstalter RX Austria & Germany hat sich noch etwas einfallen lassen. Erstmals wird die gesamte Messe mit einem 360 Grad Panoramabild erfasst und vollständig visualisiert. Alle Messestände werden gescannt und sind nach der Veranstaltung auf der Website virtuell begehbar. Messeverantwortlicher Edi Seliger: „Wir wollen in erster Linie physisch sein, aber damit bieten wir unseren Besuchern eine zusätzliche Serviceleistung, die Messe auch im Nachgang so realistisch wie möglich nochmal zu erleben.“

Die Messe pur, wie sie Seliger nennt, funktioniert. Das beweisen auch die zahlreichen Aussteller, die heuer wieder mit dabei sind: Neben der BSH-Gruppe, Miele und Electrolux

sind das etwa Beko Grundig Österreich, Gorenje, Liebherr, Samsung oder aber im Bereich der Kleingeräte Jura, WMF und die SEB Gruppe.

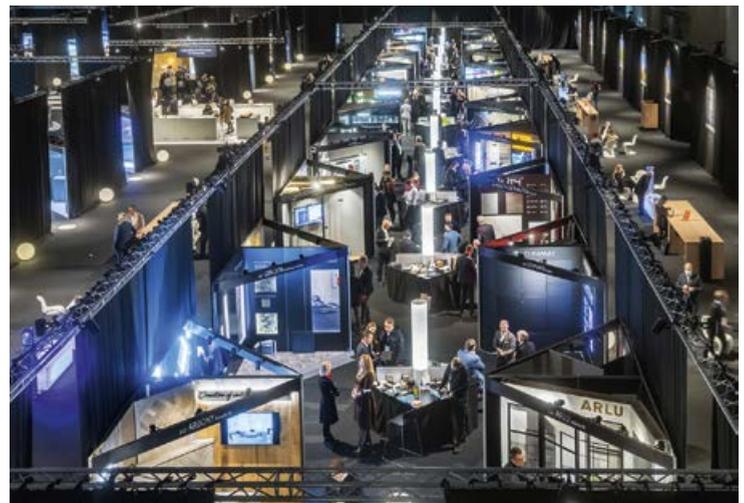
Noch ein digitales Tool können Besucher heuer erstmals testen. So wird es heuer eine Lead-Management-App geben, mit deren Hilfe man die Kontaktdaten der Fachbesucher am Stand direkt von den Ausstellern per Smartphone scannen und Notizen hinzufügen kann. Die beim Ticketerwerb erfolgte Vollregistrierung ermöglicht die einfache und kontaktlose Abwicklung der Datenübergabe. Ein weiterer Vorteil besteht in der Vereinfachung der Messenachbereitung, da automatisiert Unterlagen an die Kunden versandt werden können.

Die Elektrofachhandelstage sind eine reine Fachmesse und im Übrigen auch heuer wieder kostenlos zu besuchen.

elektrofachhandelstage.at

ARCHITECT@WORK
12. - 13. OKTOBER 2022, WIEN

Exklusives Messehighlight



Die ARCHITECT@WORK gastiert im Oktober in Wien. Einzigartig und exklusiv, ist sie Gastgeberin und Hotspot für jury-erlesene Neuheiten aus der Welt der Architektur und des Designs.

Mit der ARCHITECT@WORK in Wien können sich Besucher:innen wieder auf zwei energiegeladene Tage mit interessanten Inhalten, inspirierenden Get-Togethers und spannenden Vorträgen freuen.

Hochkarätig

Am ersten Messetag scharen sich die Redner:innen um die sozialen Aspekte, die in den meisten präsentierten Projekten der Vortragenden Eingang finden. Den Vortragszyklus starten wird Ulrike Schartner von gaupenraub +/- mit „Aus der Not eine Tugend machen“. Mark Neuner, Irina Nalis und Marlene Lötsch von Mostlikely werden über die Projekte Kreislauf & Werkstatt sowie „Das Common Space Stadtmodell“ sprechen. Das Wiener Kreativ-Kollektiv EOOS fokussiert unter dem Titel EOOS NEXT mehr auf soziale Nachhaltigkeit und Harald Gründl wird bei seinem Vortrag „Social and Sustainable Design

for Good“ einige Projekte vorstellen. Nicht fehlen darf natürlich die zur Materialausstellung gehörige Einführung in „Gesunde Materialien“ von raumprobe. Hannes Bäuerle folgt schließlich Bernhard Scharf von Green4 Cities, der das Publikum in Projekte zum Thema Stadt- und Gebäudebegrünung eintauchen lässt.

Inspirierend

Neben der Sonderschau „Gesunde Materialien. Selected by raumprobe“ kommen die Besucher:innen der ARCHITECT@WORK bei der Projektausstellung selected by Worlds-Architects.com mit Beiträgen von Plattform-Mitgliedern sowie bei der Fotokollektion, ebenfalls selected by Worlds-Architects.com, die auf das Überthema Gesunde Materialien fokussiert, voll auf ihre Rechnung. Alle drei Inszenierungen lassen teils optisch, teils physisch in Projekte und Werkstoffe eintauchen und inspirieren vielleicht zu neuen, eigenen Ideen.

www.architectatwork.at

BLICKFANG
21. - 23. OKTOBER 2022, WIEN

Alles Design



heißt es bei der Designmesse BLICKFANG in Wien, mit der sich das MAK in einen Hotspot für außergewöhnliches Design, kreative Köpfe und Designfans verwandelt.

Der Countdown zur BLICKFANG in Wien läuft und es wartet ein Designfeuerwerk, wenn die internationale Designmesse in den größten Design Concept Store der Stadt einlädt. Rund 150 Designlabels werden dabei auftrumpfen, die Hälfte davon stellt zum ersten Mal auf einer BLICKFANG Wien aus, und die Kreativen reisen aus 13 Nationen an. „Besonders stolz sind wir, dass sich die BLICKFANG Wien mehr und mehr zu dem Hotpot für Möbeldesign entwickelt“ freut sich Gründer und Geschäftsführer Dieter Hofmann.

Ganz schön kreativ

60 Labels stammen aus dem Bereich Interior und Möbeldesign, auch die Modebranche ist auf der BLICKFANG traditionell stark vertreten und die BLICKFANG wie ein großer Concept Store, in dem Möbel, Mode und Schmuck kuriert und wohl gemischt entdeckt werden

können. Zudem bereichern zwei Sonderflächen, die erstmalig in Wien zu sehen sind, die Designmesse im MAK. Eine präsentiert das Größte für die Kleinsten. Sollte ein Kinderzimmer unterschiedlichste funktionale Ansprüche erfüllen und gleichzeitig formschön sein, zeigt diese Sonderfläche auf der BLICKFANG, wie unabhängige Möbellabels sich den vielseitigen Herausforderungen stellen und Spiel und Spaß mit Design vereinen. Ebenso Kreatives wartet mit Czech Trade. Zum ersten Mal präsentiert die Designmesse mit Unterstützung der Wirtschaftsförderung der tschechischen Botschaft rund 20 Designlabels.

Inspiration, Individualität & Innovation

stehen so in all ihrer Vielfalt mit der BLICKFANG in Wien im Fokus, wenn diese ein ganzes Wochenende lang gutes Design feiert.

www.blickfang.com

ORGATEC
25. - 29. OKTOBER 2022, KÖLN

Work-Zukunft zum Anfassen



Wege in einen neuen Arbeitsalltag zeigt die ORGATEC auf. Die Sonderschau „Inspired Hybrid Office“ präsentiert erfolgreich eingesetzte New Work Lösungen – und dies hautnah erlebbar.

Spannende Einblicke in die Arbeitswelten von morgen gibt die ORGATEC. Internationale Fachbesucher:innen erwarten Innovationen, Ideen und Inspiration für die aktuellen Herausforderungen an die Arbeitsumgebungen – und Antworten auf spannende Fragen auf der Sonderschau Inspired Hybrid Office. Die konsequente Fortführung der Sonderfläche „Inspired Collaboration“, zeigt so den Weg in einen neuen Arbeitsalltag auf.

New Work ...

Auf über 700 Quadratmetern zeigt die Sonderschau, was in Sachen Technologie und Work Place Planning schon jetzt möglich ist: eine New Work Arbeitsumgebung, mit einem integrierten, ganzheitlichen Konzept aus geänderten Arbeitsprozessen, sinnvollem und nahtlosem Übergang zwischen Homeoffice und Büro, mit dynamischen Grundrissen und der Kombination von bestehender Gebäudetechnik

mit intelligenter Sensorik. Durch den homogenen Einsatz von Collaboration- und Buchungstools entsteht mit Inspired Office eine Arbeitswelt. Hier finden alle Mitarbeitenden jeden Tag für genau ihre Aufgaben und Anforderungen den richtigen Arbeitsplatz, machen ihn sich spielend einfach zu eigen und bleiben mit den Kolleg:innen ortsungebunden im inspirierten Austausch.

... zum Anfassen und Erleben

Und bei Inspired Hybrid Office können die Fachbesucher:innen hautnah erleben, wie der Alltag dieses New Work aussehen würde, denn alle vorgestellten Anwendungsmodelle sind voll funktionstüchtig und könnten so oder ähnlich kurzfristig in den Unternehmen umgesetzt werden.

Die theoretische Ergänzung zu den praktischen Anschauungsobjekten gibt es auf der Inspired Hybrid Office Stage.

www.orgatec.de

WALTER KANDUT

Scheitert die Digitalisierung an uns Nutzern?

Die Covid Krise hat auch ihre positiven Seiten. Alle sprechen von einem Digitalisierungs-Nachholbedarf. Die Pandemie sollte eine deutliche Beschleunigung der noch ausstehenden Digitalisierung bringen. Wir müssen uns aber immer vor Augen halten, was hat die IT von Anfang an für ein Ziel gehabt? Die Arbeit des Menschen zu erleichtern. Eine Zeitlang wurde sogar prophezeit, dass Computer und Roboter uns Menschen ersetzen werden.

In Wirklichkeit hat die Krise am meisten der Cyberkriminalität geholfen bzw. Hassbotschaften und Beschimpfungen in den Sozialen Medien haben deutlich zugenommen. Beflügelt durch den zunehmenden Egoismus, dem vermeintlichen zurück zum „ich“, schraubt sich die natürliche Hemmschwelle immer tiefer. Schon Goethe schrieb im Zauberlehrling „Herr, die Not ist groß! Die ich rief, die Geister werd ich nun nicht los“. Nur mit dem Unterschied, dass der „alte Meister“ heute nicht mehr eingreifen kann. Es liegt wohl an jedem Einzelnen, an der Eigenverantwortung des Menschen. Das gesellschaftliche Problem ist immer die dunkle Seite, die das kriminelle Prinzip vor alles andere stellt.

Vor- und Nachteile

In unserer Branche bringen die digitalen Hilfen sowohl Vor- und Nachteile. Als Produzent und Händler muss man digital präsent sein, sonst verliert man den Anschluss zur „weiten Welt“. Sowohl was das Internet als auch die Sozialen Medien anbelangt. Es ist aber auch abzuwägen, ob der erforderliche professionelle Aufwand auch den erwarteten Nutzen bringt. Nur Likes alleine

bringen noch keinen Umsatz, vor allem wenn davon kolportiert ein Drittel von „Maschinen“ sind. Die Vergangenheit hat uns in viele Sackgassen geführt, deshalb ist eine Art Gegenreaktion entstanden. Viele legen ihr Smartphone immer mehr zur Seite und antworten zeitverzögert bzw. reduzieren digitale Kommunikation auf das Wesentliche. Das persönliche Gespräch, das angenehme Gefühl eines gelungenen Verkaufsgesprächs und dabei dem anderen in die Augen zu sehen kann ich nicht mit kryptischer Konversation am Smartphone ersetzen (auch wenn das immer noch viele glauben). Das gilt auch für Videoanrufe oder Virtuelle Realität, hier fehlt (noch) die Gefühlsebene.

Eine Digitalisierung in der Arbeitswelt hat viele Aspekte. Warenwirtschaft und Rechnungswesen sind unbestritten, hier geht es ohne Computer nicht mehr, das erleichtert dem Menschen erheblich die Arbeit. Beim vielschichtigen Thema Werbung und Marketing zeigt sich zunehmend die Polarisierung des Handels. Bei der verbreiteten Massenware wird dieser Bereich immer wichtiger, legale aber auch zweifelhafte digitale Manipulation setzt sich immer mehr durch. Oft entsteht der oberflächliche Eindruck „wir wollen es so“.

Exklusive Marken

Bei exklusiven Marken und Nischenanbietern sieht die Sache schon anders aus. Für Marken ist es eine Gradwanderung zwischen absoluter Präsenz im Netz mit der Gefahr der entstehenden negativen Preisspirale oder medialen Bedeutungslosigkeit. Je mehr ich dem Kunden im Internet einen digitalen Konfigurator mit Modell- und Farbauswahl zur Verfügung stelle, desto schwieriger wird es für den Handel in den Akt „kaufen“

einzusteigen. Jede menschliche Annäherung braucht Zeit, die Persönlichkeiten müssen sich erst finden. Wenn dazu keine Zeit ist, spricht der Kunde nur mehr den „Preis“ wissen will, wird es ein Problem, sowohl für den Kunden als auch für den Händler. Es gibt nach wie vor sehr viele Personen, die kein räumliches Vorstellungsvermögen haben, unsicher sind, dies aber nur schwer kommunizieren können bzw. erst in einem Gespräch „warm“ werden müssen, um so eine Info zu geben. Individuelle und objektive Beratung im Netz ist nur schwer möglich.

Das gleiche gilt für die virtuelle Planung, den virtuellen Rundgang in seinem zukünftigen Haus oder der Wohnung. Der Aufwand ist extrem hoch, um der versteckten Erwartungshaltung des Kunden zu entsprechen. Aus Werbung und Filmen wird oft eine Qualität vorausgesetzt, die so nicht umsetzbar ist oder mit einem extrem großen Aufwand verbunden ist, der dann schon einen zweifelhaften Prozentsatz des Umsatzes ausmachen kann. Eine gewisse Enttäuschung macht sich breit und dann kommt immer noch die menschliche Psyche dazu, ohne der Sicherheit im Bauch, dem Vertrauen, geben die Kunden keine großen Summen aus.

Der persönliche Kontakt

Deshalb setzen viele Nischenanbieter wieder vermehrt auf den persönlichen Kontakt, auf die klassische Empfehlung. Wegen dem verbreiteten Personalmangel und der begrenzten Produktions-Ressourcen ist das nach wie vor der erfolgreichere Weg, auch wenn man dadurch „medial“ an Bedeutung verliert. Dasselbe Problem haben auch die klassischen Verkaufsmessen. Eine digitale Messe hat und wird sich nicht

so leicht durchsetzen. Auf der anderen Seite unterliegen auch die Kosten für Standmiete, Ware und Personal den allgemeinen Preissteigerungen und daher zunehmend einer Kosten-Nutzen Abwägung. Das hat sich bei der letzten Messe in Mailand auch deutlich bemerkbar gemacht. Wohin die Reise geht, ist noch nicht abschätzbar. Es werden ständig neue Konzepte entwickelt, die oft bei der stadtfindenden Veranstaltung schon wieder „veraltet“ sind. Ein deutliches Zeichen der vorherrschenden Orientierungslosigkeit. Da kann eine digitale Welt auch keine Hilfestellung bieten oder sogar noch mehr verwirren.

So hilfreich eine beschleunigte Digitalisierung auch sein kann, so problematisch sind deren Verwerfungen. Die Medienberichte der letzten Monate sprechen für sich. Vielleicht löst der bedauerliche Suizid einer Ärztin ein Umdenken aus und wir besinnen uns auf das eigentliche Ziel der digitalen Revolution, dem Menschen eine nachhaltige und sichere Erleichterung seiner Existenz zu bieten. Das bedeutet aber auch, wie in allen gesellschaftlichen Bereichen, muss das Zusammenleben nach bestimmten Regeln erfolgen.

www.agentur-kandut.at

Walter Kandut

betreibt gemeinsam mit seiner Frau Elisabeth die „agentur für wohnen und mehr“ in Wien.

Seine Handelsagentur mit Schwerpunkt auf Service und Kompetenz für den exklusiven Möbel- und Objektfachhandel baut auf über 30-jährige Erfahrung im Verkauf und als Agentur.



Wer nicht lebenslang lernt, bleibt nachhaltig dumm!

Man weiß aus vielen internationalen Studien, dass Firmen mit einem **GewinnSystem** immer eine professionelle **Personalentwicklung** betreiben. Dabei spielt die **Persönlichkeitsentwicklung** der Mitarbeiter – mit oder ohne Führungsverantwortung – eine große Rolle.

Wer mit sogenannten „**Hudriwudri-Kursen**“ glaubt, zur Wertschöpfung seines Unternehmens beizutragen, ist ein Phantast, d.h. er versteht nichts von **gewinnsicherer Aus- und Weiterbildung**.

Kunden erkennen sehr bald im Gespräch, ob der Mitarbeiter an sogenannten „**Wischiwaschi-Seminaren**“ teilgenommen hat oder ob er sich intensiv und tiefgründig mit der Materie beschäftigt hat.

Wer bei Bildungsmaßnahmen spart, kann genau so gut seine Uhr stehen lassen, um Zeit zu sparen.

Die Trainingsergebnisse sind dann erfolgreich, wenn sie tiefschwarze Spuren in Zahlen hinterlassen – nach dem Motto: „**Der Sinn ist der Gewinn!**“



Mr. PROFIT



ROUND TABLE: ARCHITEKTEN UND MÖBLER (HANDWERK)

Wir treffen Architekten und Fachleute aus der Möbelbranche und besprechen unter anderem diese Themen:

- Wo kaufen Architekten Möbel ein?
- Wo informiert man sich über Möbel, Möbelfunktionen und Trends?
- Wie sieht man die Themen Akustik, Ergonomie, Oberflächen in Bezug auf Möbel?
- Was muss Design können und wie wichtig ist die Funktion?
- Wie sieht man die Zusammenarbeit mit dem Handwerk (Tischler) und was kann man optimieren und vieles mehr



Küchen- und Möbelherbst

Neuheiten und Bestseller zu Küche und Wohnen, u.a. von den Hausmessen der Küchenmeile, der area30 und der M.O.W.

Weißware Update

Nach der IFA ist vor der neuen Gerätegeneration



Outdoor ist in

Wir präsentieren die Neuheiten für die Saison 2023



WÄNDE MACHEN RÄUME

Wandgestaltung von stylisch bis funktional

Weitere aktuelle Themen immer auf der Website und im wöchentlichen Newsletter!

www.wohninsider.at/printausgabe/themenvorschau.html | www.wohninsider.at/anmeldung/newsletter.html

Mediadaten und Themenvorschau: www.wohninsider.at/printausgabe/mediadaten-2022.html





KÜCHENPLANUNG NACH MASS

Individuelle Lösungen schaffen Platz und Atmosphäre



Herbstmesse
17. – 22.09.2022
Besuchen Sie uns
auf Gut Böckel
in Rödinghausen.

CARAT

Einfach. Effizient. Begeisternd.



CARAT ONE

Einfach. Flexibel. Sicher.

- ✓ Immer und überall verfügbar
- ✓ Einfache Planungsabläufe
- ✓ Unabhängig von Zeit, Ort und Geräten



CARAT service



Die Lösung für Montagehelden

- ✓ Montageaufträge direkt aus CARAT
- ✓ Intuitive App für Monteure
- ✓ Digitales Abnahmeprotokoll

Jetzt neu:

- ✓ Gezielte Disposition
- ✓ Zuordnung nach Monteurqualifikation