

wohnsider.at

»Hier spricht die Branche

Ausgabe 6/2022
Dezember/Jänner
www.wohnsider.at

BODEN Mehr als ein Liebling

ARBEITSPLATZ KÜCHE

Rund um Spüle & Co.

WOHNEN 2023

Preview für das
neue Möbeljahr

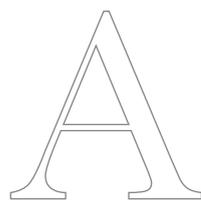
ARBON

*Lust am
Wohnen.*



SCHÖSSWENDER
MÖBEL

Tipps zum Energie sparen in der Küche



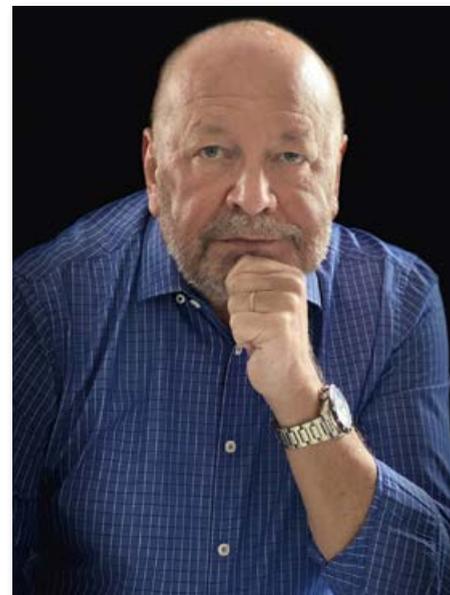
Angesichts der stark gestiegenen Strom- und Gaspreise sind viele Verbraucher bemüht, in ihrem Haushalt weniger Energie zu verbrauchen. Nicht nur bei Themen wie Duschen oder Heizen gibt es Einsparpotenziale. Auch in der Küche bestehen Möglichkeiten, den Energiebedarf zu reduzieren. Die Arbeitsgemeinschaft Die Moderne Küche e.V. (AMK) gibt wertvolle Tipps, die ich hier den Fachverkäufern für den Point of Sale nicht vorenthalten möchte: „Schon mit einfachen Handgriffen lässt sich einiges bewirken“, sagt AMK-Geschäftsführer Volker Irlle. So sollte beim Kochen ein Deckel auf den Kochtopf gesetzt werden. Da kein Wasserdampf entweichen kann, erwärmt sich das Wasser in einem Topf mit Deckel schneller. Auch sollte nicht mehr Wasser verwendet werden als nötig. Für das Kochen von Eiern beispielsweise reicht es, den Topf zwei Finger hoch mit Wasser zu füllen.

– **KÜHLEN:** Energiesparende Kühlgeräte mit hocheffizienten Frischetechnologien unterstützen und fördern einen nachhaltigen und bewussten Lebensstil, ganz unabhängig davon, welche Ernährungsweisen bevorzugt werden. Für jeden Haushalt gibt es das passende Modell mit der idealen Größe und Ausstattung. Bei den Kühlgeräten sollte die Tür nur möglichst kurz geöffnet werden. Gekochte Speisen sollten erst hineingestellt werden, wenn sie abgekühlt sind.

– **INDUKTION:** Keine unnötige Energie wird mit Flächeninduktionsfeldern verbraucht. Die Technik erkennt Größe und Form des Kochgeschirrs und erhitzt es genau an dieser Stelle. Gegen Essensgerüche, die während des Kochens entstehen, helfen effiziente Dunstabzüge. Welche Art von Lüftungssystem ob mit Umluft- oder Abluftbetrieb – sich besser eignet, hängt unter anderem vom Nutzerverhalten und den architektonischen Gegebenheiten ab. Kochend heißes Wasser liefern neben dem Wasserkocher auch die modernen Kochend-Armaturen. Auf Anhub kann damit Tee- oder Nudelwasser gezapft werden.

– **BACKOFEN:** Bei der Nutzung des Backofens ist es ratsam, alle nicht genutzten Backbleche herauszunehmen. Andernfalls braucht es mehr Energie, um den Backofen auf die gewünschte Temperatur zu bringen. Darüber hinaus verbraucht die Umluft-Einstellung weniger Energie als das Ober-/Unterhitze-Programm, da das Back- oder Grillgut bei niedrigeren Temperaturen gegart wird.

– **GESCHIRRSPÜLER:** Auch durch eine optimale Nutzung des Geschirrspülers lässt sich Strom sparen. Das Gerät sollte so eingeräumt werden, dass die Fläche bestmöglich ausgenutzt wird. Am wenigsten Energie verbraucht die Spülmaschine im Eco-Programm. Trotz der längeren Laufzeit werden dabei Strom und Wasser gespart. Zudem sollte lediglich grober Schmutz, wie Essensreste entfernt werden, bevor Geschirr und Töpfe in die Maschine geräumt werden. Ein



vorheriges Abspülen ist nicht notwendig, dies verursacht nur unnötigen Wasserverbrauch. „Darüber hinaus empfiehlt es sich grundsätzlich, einen genaueren Blick auf die Elektrogeräte in der Küche zu werfen“, sagt AMK-Geschäftsführer Irlle. „Je nach Alter und Energieeffizienzklasse lohnt sich in vielen Fällen ein Austausch durch neue, energieeffizientere Modelle.“

– **LICHT:** Bei der Beleuchtung der Küche sind moderne LED-Leuchten ratsam, da sie hinsichtlich des Stromverbrauchs besonders sparsam sind und eine hohe Lebensdauer aufweisen. Mit Hilfe von LED lassen sich nicht nur Kücheninseln oder Arbeitsflächen in Szene setzen, sondern auch Griffleisten, Küchensockel und das Innenleben von Auszügen und Schubkästen beleuchten.

Viel Spaß beim Lesen dieser wohninsider Ausgabe wünscht
Ihr Gerhard Habliczek

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



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

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

INHALT

IN JEDER AUSGABE

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

TRAINING : WISSEN

- 112 Marvin Flenche: Verkauf im Hochpreissegment
- 113 Walter Kandut: Am Point of Sale

BRANCHENTALK

- 18 Dr. Barbara Leithner
- 22 Helge Oberleithner
- 24 Ulrike Pesta

DESIGN : TRENDS

- 26 LEICHT: Global Kitchen Design Awards 2022
- 28 Ballerina: Smartbeton genussvoll inszeniert
- 29 De Sede: Noch Home oder schon Office?

NETZWERKE

- 30 Schösswender Möbel ausgezeichnet
- 32 DER KREIS: Designküche des Jahres
- 34 MHK: Gute Zahlen und gute Stimmung
- 36 Europa Möbel: Schlafstudio im neuen Look
- 38 SERVICE&MORE: Digitalisierung im Handel
- 40 MZE: Mehr Kundenfrequenz generieren

KÜCHE

- 42 Küche&Co: Wachstum im Jubiläumsjahr
- 44 olina: Ganzheitliches Design
- 46 ewe: Am Puls des Küchendesigns
- 50 NOODLES: Neu für den österreichischen Markt
- 52 Arbeitsplatz Küche: Rund um Spüle & Co.
- 54 Sachsenküchen: Das Herzstück – der Korpus
- 56 Franke: Ein Blickfang für die Küche
- 57 Ballerina: Mehr Komfort zum Wirtschaften
- 58 BLANCO: Komplettsystem für den Spülenschrank
- 59 Naber: Ganzheitliche Lösungen
- 60 systemceram: Schritte in Richtung Zukunft
- 61 Villeroy & Boch: Komfort und Design im Tiny-Format

FORTSETZUNG KÜCHE

- 62 STRASSER Steine prägt die Zukunft im Küchenhandel
- 64 Rotpunkt Küchen: Vorzeigeprojekt
- 66 Electrolux: Ungenutzte Zusatzverkäufe
- 68 Dunstabzug: Der Geruch in der Küche
- 70 berbel: Beste Luft in der Küche
- 72 HKT: Manche mögen's stylisch
- 74 TEKA: „Wir wollen rausschreien!“

WOHNEN

- 76 Wohnen 2023: Echte Werte liegen im Trend
- 78 Möbelnetzwerk: Erfolgreiche Expansion
- 80 Extraform: Aita und Fluffy lassen grüßen
- 82 dormiente: Starke grüne Marke
- 84 MIAA: Inspiration trifft Handwerk
- 86 JOKA: Österreichisches Umweltzeichen
- 87 Flachberger eröffnet Schauraum
- 88 sedda: „Wir werden neue Bereiche bespielen“
- 90 B&B Design: Keine halben G'schichten

RAUM : OBJEKT

- 92 Kommentar: Willkommen im „New Normal“
- 94 Marktplatz: Office | New Work
- 96 Hettich: Mit dem richtigen Dreh
- 97 Neudoerfler: Außergewöhnliche neue Möbelerie
- 98 Hali: Nachhaltiges Leichtgewicht für Workspace
- 99 Boden: Mehr als ein Liebling
- 100 Windmüller: Authentisches Glanzstück
- 101 Interface: Bodenlösung für offene Räume
- 102 FEB: Elastische Bodenbeläge für die Vertikale
- 104 Marktplatz: Bodenbelag
- 106 Peckal Agency: Kompetenz von Licht bis Küche

MESSEN : EVENTS

- 108 möbel austria & küchenwohntrends: B2B Startschuss
- 110 belétage
- 110 Ambiente
- 111 Euroshop
- 111 ISH



Foto: New Africa/
Shutterstock.com

Foster



PVD Gun Metal - Copper - Gold
Oberfläche Brushed | Poliert - Vintage | Gekratzt - Fumé | Matt

me@spuelenarmaturen.com

t +43 699 13 999 888

fosterspa.com

DIE GESPRÄCHSPARTNER:INNEN DIESER AUSGABE



18 Dr. Barbara Leithner

RX Austria & Germany: Messeveranstalter waren wahrscheinlich die größten Leidtragenden der Corona-Pandemie sowie ihrer Folgen und Einschränkungen. wohninsider traf aus diesem Anlass die COO von RX Austria & Germany, Dr. Barbara Leithner, um mit ihr über das kommende Messejahr, Perspektiven und Werte sowie den wohl schwersten Tag in ihrem beruflichen Leben zu sprechen.



22 Helge Oberleithner

Quooker startete 2019 auf den Küchenwohntrends in Österreich. Heute ist der Wasserhahn, der alles kann, in Studios und Haushalten angekommen. Trotzdem gäbe es noch genug Luft nach oben und viel Umsatz wird von den Fachberatern liegen gelassen, sagt Helge Oberleithner, Country Manager Österreich, im Gespräch mit wohninsider.

24 Ulrike Pesta

Die neue Geschäftsführerin der BSH Österreich durfte in ihren ersten Monaten nicht nur einige Produkt-Innovationen, sondern sogar eine neue Marke in den Markt implementieren. Im Antrittsgespräch mit wohninsider plaudert die sympathische Oberösterreicherin über gutes Essen, Bauchgefühl und die Notwendigkeit des Näher-Zusammenrückens.



46 Robert Deixler

Der Leiter des ewe Produktmanagements plaudert mit wohninsider, wie Küchendesigns entstehen, über wegweisende Trends und welche Küche werden. Die Fusion zwischen Küchen-, Ess- und Wohnraummöbel ist die neue Chance für die Design-Szene.



66 Alfred Janovsky und Martin Bekerle

Geschäftsführer Alfred Janovsky und Marketingleiter Martin Bekerle erläutern im Gespräch mit wohninsider, wie man auch in volatilen Zeiten wie diesen das Schiff so ruhig wie möglich hält.



74 Andreas Beyerle

Er ist in der Branche nicht neu und trotzdem hierzulande nahezu unbekannt. Nach dem persönlich motivierten Ausscheiden von Hannes Kolb Ende August übernahm Beyerle die Geschicke bei Teka/Küppersbusch. Im Interview mit wohninsider berichtet er, welche Ambitionen man mit den beiden Marken hegt und worauf er sich besonders freut.

88 Johannes Ragailer

sedda startet mit Schwung ins neue Jahr, will sich u.a. im Schlafbereich stärker positionieren und wird neue Felder bespielen, verrät der sedda-Marketingleiter. Das Highlight 2023 sind die möbel austria & küchenwohntrends in Salzburg.



106 Manfred Peckal und Katrin Schiller

Peckal Agency erweitert sich mit der exklusiven Vertretung einer dritten italienischen Marke in Österreich im Wohn- und Designküchenbereich. Der Agentur-Chef und seine Partnerin sowie Verantwortliche für Retail im Gespräch über den Neuzugang, Potenziale, Synergien und noch mehr.





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

ambiente
the show

3.–7. 2. 2023
FRANKFURT/MAIN



LIVING sets the scene

Die Ambiente ist die kreative Bühne für Wohnen, Einrichten und Dekorieren: Bei Living setzen wir Geschäftserfolge in Szene, von trendigen bis hin zu klassischen Interiors, von einzigartigen Objekten bis hin zu inspirierenden Wohnkonzepten und Ideen rund ums Homeoffice.

Entdecken Sie die Ambiente der Zukunft:
ambiente.messefrankfurt.com
office@messe-frankfurt.at
Tel. +43 1 867 36 60 60



CARAT: Matthias Schaufler übergibt Staffelstab an Christoph Holper
... Seite 17

LEICHT zeigt die Sieger des Global Kitchen Design Awards 2022 ... Seite 26



Home wird zu Office oder Office wird zu Home. Bei **de SEDE** ist beides möglich ... Seite 29

Schösswender Möbel wurde mit dem **JULIUS-Award** ausgezeichnet
... Seite 30



Unter 22 Modellen suchte **DER KREIS** die **Designküche des Jahres 2023**. Der Sieger wird beim Kongress des Verbandes vor der **möbel austria & küchenwohntrends** prämiert
... Seite 32

Die MHK Jahreshauptversammlung Mitte Oktober in Linz brachte gute Zahlen und gute Stimmung
... Seite 34

Der **Europa Möbel Handels Partner Dunkl** hat sein Schlafstudio neu auf Vordermann gebracht ... Seite 36



Die Digitalisierung für den Einrichtungsfachhandel streicht SERVICE&MORE für seine Partner besonders heraus
... Seite 38

MZE pusht seine Partner in Richtung höherer Kundenfrequenz
... Seite 40

Franchising im Küchenfachhandel wird immer beliebter. **Küche&Co** verweist auf gute Geschäftszahlen im Jubiläumsjahr
... Seite 42



Ein Best-Practice Beispiel zeigt **olina** mit seinem Partnerstudio in Meran, betrieben von Alexander Prossliner
... Seite 44

DIE TOPSTORYS



„**NOODLES AUTHENTIC KITCHEN**“ – eine Küche, um sich wirklich zu differenzieren. Kommt jetzt nach Österreich – zu sehen unter anderem auch auf den küchenwohntrends in Salzburg ... **Seite 50**

Das wohl wichtigste Element einer jeden Küchenplanung ist der Korpus, sagt man bei **Sachsenküchen** ... **Seite 54**

Mit ERGOPLUS bietet **BALLERINA** mehr Komfort bei der Küchenarbeit.



Alle „körperlichen“ Voraussetzungen und Ansprüche können berücksichtigt werden ... **Seite 57**

Schritte in die Zukunft bei **systemceram**: Praktisches Zubehör und ein Spatenstich ... **Seite 60**



Bei **Spüle & Co** lässt der Fachhandel enorm viel Umsatz liegen ... **Seite 52**



franke bringt einen Blickfang für die Küche. Die Mythos Masterpiece Becken verleihen jeder Küche einen künstlerischen Look ... **Seite 56**



Mit dem **BLANCO Multi Frame** wird die Planung und Montage der Komponenten für den Spülen Unterschrank nochmals deutlich vereinfacht ... **Seite 58**

STRASSER Steine prägt die Zukunft mit recycelten Natursteinarbeitsplatten. Eine Weltneuheit im Küchen- und Möbelfachhandel ... **Seite 62**



Dunstabzug in der Küche – viele Systeme für gute Luft ... **Seite 68**

Preview Wohnen 2023: echte Werte liegen im Trend ... **Seite 76**



Seit nunmehr zwölf Jahren ist **Stefan Oberkanins** erfolgreich mit seiner Agentur Möbelnetzwerk präsent. Nun meldet er sich mit Neuheiten bei Marken und Produkten und einer großen Chance für Interessierte zurück ... **Seite 78**

Aita und Fluffy lassen grüßen. **Extraform** gibt rechtzeitig zum fünfjährigen Jubiläum in Österreich auch 2023 wieder richtig Laut ... **Seite 80**



Dort wo Standard aufhört, fängt **MIAA** an ... **Seite 84**



Im **Office** bewegt sich einiges. Wir präsentieren Neuheiten und coole Highlights ... **Seite 92**



Ohne **Bodenbelag** geht's nicht. Starke Innovationen und lässige Kreationen ab ... **Seite 99**

MEHR SERVICE. MEHR ERFOLG.



„Die Kundenfrequenz aktuell zu stabilisieren ist keine Unmöglichkeit, denn die Zielgruppe des Einrichtungsfachhandels ist von der Energiekrise nicht so stark betroffen, wie jene der Diskonter und der Großflächenanbieter.“



www.mze.at

MZE
NETZWERK WOHNKULTUR

EVoline® Dock Square



Schalter Aus – Energiesparen Ein
Erhältlich für viele EVoline Serien.



EVOLINE® Circle80 Access



EVOLINE® Circle80 DisQ



Marc Huber wird neuer horgenglarus-GF



Mit Marc Huber, geb. 1979, hat der Verwaltungsrat von horgenglarus nach intensiver Suche einen neuen Geschäftsführer gefunden, der ab 1. Februar 2023 in Glarus die älteste Stuhl- und Tischmanufaktur der Schweiz gemeinsam mit dem eingespielten Team mit neuen Ideen und neuem Schwung nachhaltig weiterentwickeln und in eine erfolgreiche Zukunft führen wird. Er hat an der Universität St. Gallen Betriebswirtschaft mit Schwerpunkt Finanzen und Controlling studiert. Bei der Werbeagentur Jung v. Matt sowie den traditionsreichen Schweizer Marken Mammut, Calida und Jelmoli eignete er sich profunde Kenntnisse in Kommunikation, Marketing und Vertrieb an. An der IMD Business School in Lausanne folgte eine Weiterbildung in verschiedenen Bereichen der Digitalisierung. Noch bis Ende Januar 2023 ist er als CEO bei der modissa AG in Zürich für die Umsetzung der neuen Unternehmensstrategie verantwortlich. Marc Huber bringt neben einer breiten Ausbildung und langen Erfahrung im Management auch eine hohe Affinität zum Holzhandwerk und eine große Hochachtung vor gelebter Handwerkstradition mit. Er tritt die Nachfolge von Urs Tschopp an. Markus von Nordeck, Verwaltungsratspräsident der ag möbelfabrik horgenglarus, übernimmt interimsmässig die Geschäftsführung bis zum Start von Marc Huber.

www.horgenglarus.ch

Wolfgang Tscherner ergänzt das Gorenje-AD-Team

Mit Anfang November hat Wolfgang Tscherner bei Gorenje Österreich im Außendienst für den Elektrofachhandel begonnen. Tscherner war davor einige Jahre bei Neckermann Versand im Einkauf (Technik) und bei Saturn im Verkauf (Haushaltsabteilung) tätig. Nun ist der Branchenkenner für die Gebiete Steiermark, Kärnten und Süd-Burgenland zuständig. Sein Vorgänger in dieser Position, Mario Koller, hat das Unternehmen verlassen.



www.gorenje.at

JULIUS-Award für FN Neuhofer



V.l.: WB-Ortsgruppenobman David Pöllman, Franz Neuhofer sen., Caroline Schön, Franz Neuhofer, Helga Neuhofer, Stefan Mayer.

Der JULIUS-Award, ein Preis des Wirtschaftsbundes OÖ für Nachhaltigkeit, stete Beschäftigung und Weiterbildung, wurde am 12. Oktober 2022 an FN Neuhofer verliehen. Die Übergabe erfolgte durch den Wirtschaftsband-Bezirksobmann Ing. Stefan Mayer und Wirtschaftsband-Ortsgruppenobmann David Pöllmann. Die Kriterien des Wirtschaftsbundes Oberösterreich für die Verleihung dieses Awards sind das nachhaltige Wachstum, die stetige Beschäftigung und die Weiterbildung von Fachkräften sowie Investitionen in die Zukunft.

Das Familienunternehmen beschäftigt sich seit 372 Jahren mit der Verarbeitung von Holz. Heute zählt es als anerkannter Leisten- und Zubehörlieferant für Boden, Wand und Decke zur internationalen Branchenspitze und betreut Kunden in 70 Ländern der Welt (Exportquote 96 %). Bei FN Neuhofer weiß man, bodenständige Werte wie Zuverlässigkeit und Qualität mit modernen und intelligenten Lösungen zu vereinen. Dies gewährleistet das dynamische Wachstum und sichert den Erfolg des Unternehmens sowie Arbeitsplätze in der Region.

www.fnprofile.com

Lechner: Veränderung im Vertrieb

Bei Lechner kommt es zu Veränderungen in der Vertriebsmannschaft: Vertriebsleiter Christian Eichenberg zieht sich nach vielen Jahren aus dem Unternehmen zurück. Er verlässt Lechner zum Jahresende aus persönlichen Gründen. Die Spitze der Vertriebsmannschaft wird fortan aus Peter Fürst, Vertriebsleiter Süd und Österreich, Stefan Trentmann, Vertriebsleiter Nord, und Nicolas Jecker, der für die Märkte Frankreich, Schweiz und Belgien verantwortlich ist, gebildet.

Christian Eichenberg: „Nach fünf Jahren bei Lechner fühle ich mich dem Unternehmen weiterhin persönlich sehr verbunden. Ich konnte vieles gestalten. Ich weiß, dass der Bereich Nord mit Stefan Trentmann in besten Händen ist und er sicherlich in der aktuellen Umbruchphase für neue Impulse sorgen wird.“

Worte des Dankes begleiten ihn. So etwa von Florian Mitzscherlich, Geschäftsführer bei Lechner. Mitzscherlich: „Christian Eichenberg hat seinen Abschied bei uns frühzeitig angekündigt und wird seine Aufgaben bis Jahresende Schritt für Schritt übergeben, so dass kein Know-how verloren gehen wird. Wir wissen seine langjährige Loyalität und sein Engagement für Lechner sehr zu schätzen und wünschen ihm alles Gute für seine private und berufliche Zukunft.“

zen und wünschen ihm alles Gute für seine private und berufliche Zukunft.“

www.mylechner.de



Christian Eichenberg (li.) verlässt Lechner. Unten v.l.: GF Florian Mitzscherlich und die Vertriebsleiter Stefan Trentmann, Peter Fürst, Nicolas Jecker.



Parador verstärkt sich



Parador baut seine Geschäftsleitung aus und beruft zur weiteren Verstärkung Pier Vincenzo Marozzi zum neuen Chief Technology Officer (CTO). Seit 1. Dezember 2022 zeichnet er in dieser Funktion für die Themenbereiche Produktion, Produktentwicklung sowie Qualitäts- und Umweltmanagement verantwortlich. Marozzi war zuletzt als Head of Production & Technology Management für die Roto Frank FFT GmbH tätig, zuvor hat er in langjährigen Führungspositionen in verschiedenen produzierenden Branchen umfangreiche Erfahrungen gesammelt.

Die Geschäftsleitung wird komplettiert durch Ulrich Ketteler als Chief Financial Officer (CFO) sowie Lutz Michaelen in der Funktion des Chief Supply Chain Officer (CSCO). Die Gesamtverantwortung bei Parador übernimmt weiterhin Stefan Kühnhöfner als Geschäftsführer und Chief Sales Officer (CSO).

www.parador.de

AEG: Der Schauraum hat eine neue Leitung

Die Leitung des AEG Showrooms in Brunn am Gebirge steht unter neuer Ägide. Der 58-jährige Walter Bömberger verantwortet bereits seit Anfang September den Schauraum. Der Branchenkenner ist bereits seit mehr als 20 Jahren für diverse Hausgerätehersteller tätig. Walter Bömberger über seine neue Verantwortung: „Ich freue mich sehr, dass ich mit Electrolux einen Top-Arbeitgeber gefunden habe, wo mir nicht nur das Tätigkeitsfeld große Freude bereitet sondern auch das Team traumhaft ist.“



www.aeg.at

Georg Kruse verlässt Windmüller Unternehmensgruppe

Nach 27-jähriger Unternehmenszugehörigkeit hat Georg Kruse auf eigenen Wunsch das ostwestfälische Familienunternehmen Windmüller mit Wirkung



zum 1. Dezember 2022 verlassen. Er war seit 1995 für die Windmüller Unternehmensgruppe tätig und maßgeblich für den Auf- und Ausbau des Unternehmensstandortes Detmold sowie die erfolgreiche Entwicklung und Produktion biobasierter Polyole zur Herstellung von Bodenbelägen und Akustiksystemen auf Polyurethanbasis verantwortlich. Seit 2018 zeichnete der 54-jährige als Geschäftsführer CTO für die Forschung und Entwicklung der Windmüller GmbH verantwortlich und hat sich in dieser Funktion maßgeblich um die Weiterentwicklung der innovativen ecuran-Technologie sowie der Produktentwicklung verdient gemacht – ein Entwicklungsbereich, der für Windmüller von großer Bedeutung ist und die Basis zukünftiger Innovationskraft darstellt.

www.windmoeller.de

berbel: Hehenberger komplettiert den Vertrieb in Österreich

Mit November ist Christian Hehenberger bei berbel Ablufttechnik als Vertriebsmitarbeiter gestartet. Er vervollständigt das Team



von berbel Gesamtvertriebsleiter Markus Wegmann für den österreichischen Markt – mit den Kollegen Ludwig Lindner, PLZ-Gebiet: 01-32/34;35;37/70-75/80-86 und Patrick Bortolotti, PLZ-Gebiet: 60-69/90-91. Hehenberger wird den Bereich Bestandskunden sowie das Neukundengeschäft für berbel Dunstabzugshauben und Kochfeldabzüge maßgeblich mit ausbauen.

Aktuell unterzieht sich Hehenberger noch einer intensiven Schulung in der firmeneigenen Akademie, in der Produktion und angliedernden Abteilungen. Ab Januar 2023 wird er sein Verkaufsgebiet, die PLZ 33;36;38;39/40-49/50-59/87;88 und 89, übernehmen.

Der gelernte Tischler und Einrichtungsberater bringt unter anderem AD-Erfahrung von Hali, Svoboda, Neudörfler sowie ewe Küchen mit.

www.berbel.de

GEMEINSCHAFT AUF DEN PUNKT GEBRACHT.



Modernes Design kombiniert mit Gemütlichkeit

- 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



VERTRIEBLICHES ENGAGEMENT FÜR EINEN DER MARKTFÜHRER!

Gesucht wird:

Gebietsverkaufsleitung (m/w/d) im Bereich Einbauküchen für den Raum Niederösterreich/Burgenland/Wien

- Ein dynamischer, souverän auftretender, akquisestarker, gut vernetzter und mit der Planung von Einbauküchen vertrauter Küchenprofi (m/w/d) entwickelt die Marktposition im Vertriebsgebiet strategisch weiter.
- Es werden erstklassige kommunikative Fähigkeiten im Kontakt mit Einkauf, Inhabern, Verkaufs-/Abteilungsleitung und dem Verkaufspersonal erwartet.
- Die Beherrschung von Planungsprogrammen wird vorausgesetzt sowie eine hohe Eigenmotivation und Dienstleistungsbereitschaft.
- Die intensive Beobachtung von Trends und Marktstrukturen kommt hinzu, ebenso das zuverlässige Reporting mit zeitgemäßen Tools.
- Der Lebensmittelpunkt liegt logistisch günstig im Verkaufsgebiet.

Sie haben Interesse? Kontaktieren Sie bitte:

Dipl.-Kfm. Rudolf Ostermann Consulting
In Kooperation mit Thaddäus Rohrer, Unternehmensberatung
Am Rykenberg 5, D-59457 Werl
Telefon +49 2922 973012, Mobil +49 171 4151544
ostermann@rohrer.de | www.rohrer.de

imm: Ab in die Zukunft



Mit Dick Spierenburg und Bernd Sanden strebt die Koelnmesse eine Neuausrichtung der imm an.

Spierenburg war zuletzt Creative Director der imm cologne, Bernd Sanden, Director der LivingKitchen und Pure Architects. Das Duo löst damit Claire Steinbrück ab, die die imm cologne seit 2018 leitete und nun als Geschäftsbereichsleiterin Ernährungstechnologie

im Food-Bereich der Koelnmesse tätig ist.

Der niederländische Architekt und Designer Dick Spierenburg, Jahrgang 1953, ist bereits seit 2009 für die imm cologne als Creative Director tätig und wird zukünftig zusätzlich konzeptionelle und strategische Aufgaben bei der geplanten Neuausrichtung übernehmen.

Der 43-jährige Diplom-Kaufmann Bernd Sanden blickt bereits auf eine fundierte Koelnmesse-Erfahrung zurück. Seit nunmehr 16 Jahren bei der Koelnmesse, kam Sanden als Vertriebsmanager zur imm cologne und wurde im Jahr 2017 zum Director der LivingKitchen berufen, an deren Entwicklung er maßgeblich beteiligt war. Außerdem war er in zahlreiche internationale Projekte in Russland, China und den USA eingebunden. Im Fokus seiner Aufgaben steht der intensive Dialog mit den Unternehmen, Key-Opinion-Leadern und Verbänden, um so die strategischen Weichenstellungen sowie die kreativen Ideen von Spierenburg mit Leben zu füllen.

www.koelnmesse.de

V&B: Esther Jehle und Peter Domma ergänzen Vorstand



Esther Jehle, Dr. Peter Domma

Mit 1. Jänner gehören Esther Jehle und Dr. Peter Domma zum erweiterten Vorstand der Villeroy & Boch AG. Mit dem Ziel, die dynamischen Veränderungen auf den Feldern Arbeitswelt und Digitalisierung künftig noch stärker als Chance für nachhaltig profitables Wachstum zu nutzen, hat der Aufsichtsrat die Erweiterung des Vorstands beschlossen.

Esther Jehle ist im Vorstand künftig als Chief HR Officer (CHRO) für die neue Funktion HR/Organisationsentwicklung verantwortlich. Sie wird gleichzeitig zur Arbeitsdirektorin der Villeroy & Boch AG

ernannt. Ihre bisherige Rolle als globale Leiterin HR wird sie weiterhin wahrnehmen. Gleichzeitig wird Dr. Peter Domma als Chief Digital Officer (CDO) in den Vorstand berufen. Er verantwortet die neu geschaffene Funktion Digitalisierung/IT. Dazu wird in diesem Ressort die von ihm bisher geleitete Digital Unit mit der Corporate IT zusammengeführt.

Jehle (44) ist seit März 2020 Personalleiterin bei Villeroy & Boch. Sie war zuvor in leitenden HR-Funktionen bei dem Pharmakonzern Johnson & Johnson und dem Professional Beauty Unternehmen Wella tätig. Domma (42) kam 2016 als Leiter der damaligen Online Unit zu Villeroy & Boch. Er hat zuletzt übergreifend die Digitalisierung neben der klassischen IT sowie den Bereich E-Commerce maßgeblich vorangetrieben. Er begann seine berufliche Laufbahn beim Versicherer CosmosDirekt in der Generali Deutschland AG, wo er zuletzt für das Online-Marketing verantwortlich war.

www.villeroyboch-group.com/de/

Katrin Fritzenwallner übernimmt Marketing bei STRASSER Steine

Der Bereich Marketing bei STRASSER Steine steht unter einer neuen Führung. Die 29-jährige Katrin Fritzenwallner hat diese Position von Simone Reischl übernommen.



Fritzenwallner bringt internationale Erfahrung in Motorsport, Fashion und Lifestyle mit. Die gebürtige Welslerin hat Marketing- und Journalismusausbildungen in Österreich, Deutschland und den USA absolviert und war unter anderem für den Motorsportbereich der PUMA Group und für einige namhafte internationale Unternehmen aus der Fashion- und Lifestylebranche tätig.

www.strasser-steine.at

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

Andreas Kummer: 15 Jahre bei MHK



Was wäre MHK Österreich ohne ihn? – Andreas Kummer. Seit nunmehr 15 Jahren ist der Vertriebsaußendienstmitarbeiter heuer mit dabei. Die MHK feierte ihn daher gebührend.

An die Anfangszeit erinnert er sich noch sehr genau: „Damals bestand das Vertriebsteam aus genau zwei Personen“, schildert Andreas Kummer, „aus unserem Geschäftsführer Matthäus Unterberger, der Westösterreich betreute, und aus mir. Ich war für die Partner in Ostösterreich zuständig.“ Seitdem hat sich einiges verändert. Die Zahl der Gesellschafter hat sich nahezu verdoppelt, zwei Verbände wurden integriert und auch das Portfolio an Lieferanten hat sich, nicht zuletzt durch die Marktkonzentration, verändert. Mit noch genau derselben Verve und Energie geht er heute täglich in seine Arbeit. Die Leidenschaft für den Job liegt nicht zuletzt im Team und den Kompetenzen begründet. Kummer: „Mich freut es persönlich sehr, wenn ich mit meinen Ratschlägen und meiner

Branchenerfahrung zum Erfolg unserer Gesellschafter beitragen kann. Dass die Handelspartner die Arbeit vom Verband sehr wertschätzen, war für mich von Anfang an eine treibende Kraft.“ Kummer ist ein Branchenroutinier: „Davor war ich bei Imperial / Miele tätig und kenne viele Partner, die ich heute betreue, bereits aus meiner damaligen Zeit.“ Für Geschäftsführer Günter Schwarzmüller ist er eine wichtige Anlaufstelle: „Ich schätze ihn wegen seiner großen Professionalität. Zudem genießt er ein hohes Standing am Markt, was nicht zuletzt auch auf die Tatsache zurückzuführen ist, dass er sich stets dafür engagiert, die großen und kleinen Sorgen seiner Kunden zu lösen.“

Auch der Blick in die Zukunft ist sehr positiv: „In den letzten zwei Jahren ist mit Herrn Schwarzmüller als Geschäftsführer, Frau Rieschl im Marketing, Herrn Oliver Gugerbauer-Schiller von der IHT und Herrn Christian Landry ein komplett neues Team entstanden. Das Umfeld ist sehr angenehm und es macht viel Spaß, gemeinsam neue Aufgaben in Angriff zu nehmen. Und genau darauf freue ich mich!“

www.mhk.at

Kronenberg und Hallermeier neu im MHK Vorstand



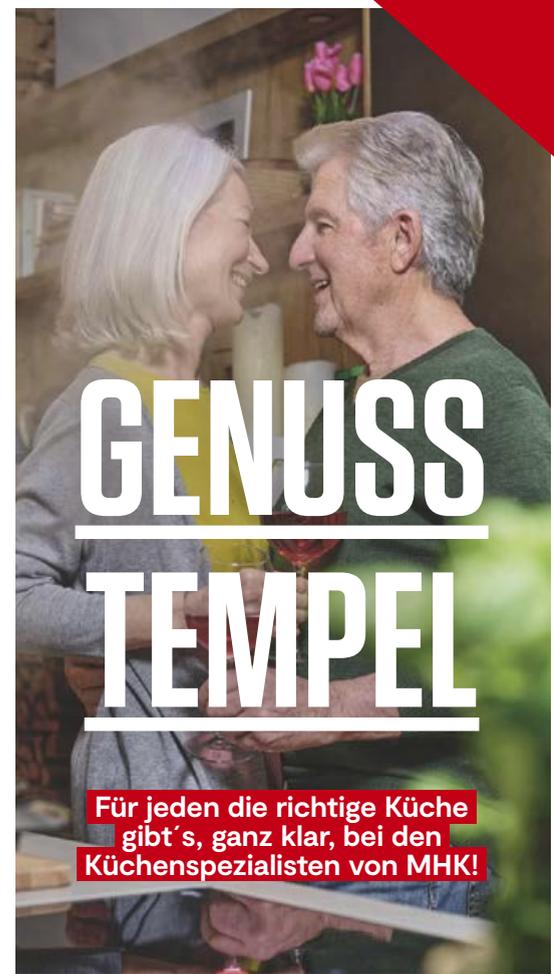
Carolin Kronenberg, Thorsten Hallermeier

Der Aufsichtsrat der MHK Group AG unter Federführung von Professor Rainer Kirchdörfer hat weitere Vorstandspositionen neu besetzt. Mit 1. Januar 2023 tritt Thorsten Hallermeier als Chief Digital Officer (CDO) in den MHK-Vorstand ein. Der Diplom-Ingenieur bekleidet aktuell die Position als Group Chief Information Officer und Chief Digital Officer bei der Vesta Beteiligungs GmbH in Idar-Oberstein. Hier verantwortete er die Digitalisierung und operative Steuerung aller IT-Einheiten der Vesta-Gruppe. Darüber hinaus ist Hallermeier Geschäftsführer der Vesta Technology GmbH und Mitglied der Geschäftsführung bei der AMC International Alfa Metalcraft, einem Tochterunternehmen der Vesta Gruppe.

Mit 1. Februar 2023 wird Carolin Kronenberg Chief Financial Officer (CFO). Die Diplom Wirtschaftsjuristin und Steuerberaterin wechselt von der Schwarz Unternehmensgruppe in Neckarsulm, zu der unter anderem die Lidl Stiftung & Co. KG und die Kaufland Stiftung & Co. KG zählen, zur MHK Group. Die ausgewiesene Expertin für die Dienstleistungs- und Handelsbranche ist bis zu ihrem Wechsel als Leiterin Finanzen und Rechnungswesen der Lidl Dienstleistung GmbH & Co. KG tätig.

Kirk Mangels legt sein Vorstandsmandat nach über vier Jahren auf eigenen Wunsch nieder und verlässt die MHK Group AG. Der Aufsichtsrat dankt ihm für die geleistete Arbeit und sein Engagement für die digitale Transformation und Marketingkommunikation der MHK Group. Die bislang in seinem Ressort hinterlegten Themen Digitalisierung, Marketing und Kommunikation werden in dem neu zusammengesetzten Vorstand unter Leitung von Volker Klodwig, der Anfang 2023 die Nachfolge von Werner Heilos als Vorstandsvorsitzender antreten wird, neu zugeschnitten.

www.mhk.de



GENUSS TEMPEL

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

MHK. MEIN KÜCHENSPEZIALIST

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

Als MHK Partner profitieren Sie von:

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

MHK ▽
MEIN KÜCHENSPEZIALIST

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

MHK: Im Austausch mit dem Nachwuchs



Der Nachwuchs war bereits für Hans Strothoff jeher von größter Bedeutung. Auch nach seinem Tod wird dies in der MHK weitergelebt. Zuletzt besuchten 30 duale Student*innen die MHK-Zentrale in Dreieich. Der Nachwuchs erhielt praktische Einblicke und diskutierte mit den Küchenexperten über die aktuellen Herausforderungen der Branche.

Dozent Karl Franz über die Bedeutung dieses Ereignisses: „Der Austausch unserer Studenten mit den Kollegen:innen der MHK Group ist ein wichtiges Element im Studium, denn für die Studenten:innen gibt es keinen besseren Einblick in die Küchenbranche.“ Lisanne Urban, Prokuristin Leiterin Marketing, Sortiment und Prozesse REDDY, Alexander Wiesmann, Regionalleiter Vertrieb und Paul Eichhorn, Junior Projektkoordinator MHK stellten dem Branchennachwuchs die Struktur der MHK Group mit ihren Verbänden, Eigenmarkenkonzepten und dem einzigartigen Dienstleistungsangebot vor.

„Die Studenten:innen waren wirklich sehr interessiert“, erzählt Lisanne Urban, die selbst

an der MöFa studiert hat. „Den aktuellen Herausforderungen der Branche bewusst, haben sie sich vor allem für die strategische Ausrichtung der MHK Group interessiert.“ Überrascht waren die Studenten:innen darüber, wie viele Menschen sich tagtäglich für die Interessen der MHK-Gesellschafter einsetzen. In kleinen Workshops erhielten sie einen tieferen Einblick über die Tätigkeiten und Zielsetzungen des Herstellers für Küchenplanungssoftware CARAT, der Marketing-schmiede MIYU und der hauseigenen Bank, der CRONBANK.

Besonders spannend waren hierbei auch die Einblicke der MöFa-Absolventen Lisanne Urban und Alexander Wiesmann. „Es ist natürlich toll für die Studenten:innen ganz persönlich zu erfahren, welche Türen einem mit dem MöFa-Abschluss offen stehen“, sagt Karl Franz und freut sich über den Motivationskick für seine Studenten:innen. Was jetzt schon feststeht. Der nächste Austausch kommt bestimmt.

www.mhk.de

Xiaoming Bai wird CMO bei SieMatic



Die Geschäftsleitung von SieMatic erfährt Erweiterung. Xiaoming Bai stieß mit Oktober als CMO in die Führungsriege des Unternehmens, um der internationalen SieMatic Wachstumsstrategie Rechnung zu tragen, wie das Unternehmen verlautbart. Er übernimmt damit die Leitung des Bereichs Global Sales, Branding und Marketing in der Geschäftsleitung und unterstützt die beiden Geschäftsführer Michael Kersting und Axel Maek. Das international tätige Unternehmen investiert aktuell verstärkt in Management- und Mitarbeiterkapazitäten und kündigt weitere Einstellungen für das 4. Quartal an.

Xiaoming Bai war zuletzt knapp vier Jahre für den Reinigungs- und Pflegemittelhersteller Werner & Mertz GmbH (z.B. Frosch) in Mainz tätig. Er verfügt über reichlich Marken- und Marketingerfahrung, u.a. war er knapp fünf Jahre als Head of Brand Management & International Trade Marketing für Villeroy & Boch in Mettlach tätig. Er bringt breite Erfahrungen im Business Development für internationale Märkte mit und war in seiner Zeit als Berater für bekannte Premium-Marken wie Leica und Heidelberger Druckmaschinen im Einsatz.

www.siematic.com



Wir bedanken uns herzlich für die gute und vertrauensvolle Zusammenarbeit und wünschen Ihnen ein gesundes und erfolgreiches Jahr 2023.

Ihr wohninsider-Team

NEUER CARAT SALES MANAGER IN ÖSTERREICH

Matthias Schaufler übergibt Staffelstab an Christoph Holper

Sie sind kommunikativ und netzwerken gerne, verbringen jährlich einige Tausend Kilometer auf der Straße, kennen ihr Gebiet wie die eigene Westentasche und bringen mit viel Begeisterung und Leidenschaft „ihr“ Produkt an den Mann und an die Frau: Die Rede ist, na klar, von Sales Managern.

Auch der Küchenplanungs-Softwarehersteller CARAT ist immer genau dort, wo Kunden und Interessenten sind. Und das weltweit. Für das Vertriebsgebiet Österreich und Südtirol geht mit Christoph Holper jetzt ein neuer Sales Manager an den Start. Holper übernimmt damit den Staffelstab von Matthias Schaufler. Mit diesem Schritt kann sich der passionierte Läufer und Radfahrer nun ausschließlich seinen Zielen als Geschäftsführer in Österreich und

„Durch den direkten Austausch mit Händlern habe ich viele Ideen für neue Vermarktungsstrategien in meinem Kopf.“

Matthias Schaufler

Vertriebsleiter international widmen. „Durch den direkten Austausch mit Händlern habe ich viele Ideen für neue Vermarktungsstrategien in meinem Kopf und kann mich jetzt voll und ganz darauf konzentrieren, diese zu entwickeln und gemeinsam mit meinem Team umzusetzen“, zeigt sich Schaufler voller Vorfreude.

Seinen endgültigen Abschied aus dem Außendienst kann Schaufler mit gutem Gefühl begehen, denn als Nachfolger übernimmt der erfahrene Christoph Holper das Ruder. Von Sommer bis Anfang November tourte das Duo im Rahmen einer intensiven Einarbeitungsphase gemeinsam quer durchs Land, sodass Holper nun optimal vorbereitet seinen Posten als Sales Manager beim mehrfachen Testsieger startet. Die Leidenschaft für die Vertriebsarbeit und die Küchenbranche teilt der Seekirchner mit seinem Vorgänger und bringt darüber hinaus beste Voraussetzungen für sein neues Amt mit: Holper war bereits 15 Jahre im Außendienst



Christoph Holper (links) und Matthias Schaufler.

tätig und arbeitete in den vergangenen drei Jahren als stellvertretender Geschäfts- und Bereichsleiter in der Küchenabteilung eines namhaften Einrichtungs- und Möbelhauses.

„Die vergangenen fünf Monate haben mir bestätigt, dass ich mit dem Wechsel zu CARAT die richtige Entscheidung getroffen habe.“

Christoph Holper

Dementsprechend groß ist die Freude des 51-Jährigen: „Die vergangenen fünf Monate haben mir bestätigt, dass ich mit dem Wechsel zu CARAT die richtige Entscheidung getroffen habe. Das persönliche Miteinander, der enge Kontakt mit Kunden und Interessenten und das Produkt, das mich immer wieder aufs Neue überzeugt, sind eine Topmotivation für mich.“

Eins steht auf jeden Fall schon jetzt fest: Die bereits mehrfach ausgezeichnete Küchenplanungssoftware bietet für jede Phase des Küchenverkaufs digitale und effiziente Lösungen, die Holper dem Küchenfachhandel präsentieren kann. Darunter neben bewährten Dauersellern wie dem CARAT planner oder CARAT meeting auch die erst in diesem Jahr auf den Markt gebrachte Funktion CARAT service, mit der sich Montage- und Servicetermine so einfach und schnell steuern lassen wie noch nie.

In Arbeit ist zudem aktuell der erste Meilenstein in der cloudbasierten Planungssoftware: Mit CARAT one bietet das Dreieicher Unternehmen zukünftig einen vollkommen orts-, zeit- und geräteunabhängigen Zugriff auf alle wichtigen Planungsinformationen, ohne die Planungssoftware selbst starten zu müssen. Langeweile kommt da bei Christoph Holper garantiert nicht auf!

www.carat.at

DR. BARBARA LEITHNER

STARTKLAR FÜR 2023

Messeveranstalter waren wahrscheinlich die größten Leidtragenden der Corona-Pandemie sowie ihrer Folgen und Einschränkungen. Wohninsider traf aus diesem Anlass die COO von RX Austria & Germany, Dr. Barbara Leithner, um mit ihr über das kommende Messejahr, Perspektiven und Werte sowie den wohl schwersten Tag in ihrem beruflichen Leben zu sprechen.

VON GERHARD HABLICZEK UND LILLY UNTERRADER



„Die vergangenen Jahre haben uns deutlich gemacht, dass uns allen Messen gefehlt haben. Denn, man kann Beziehungen über digitale Kanäle halten, aber man kann sie nur im persönlichen Kontakt aufbauen.“

*Dr. Barbara Leithner,
COO von RX Austria & Germany*

wohnsider: Frau Dr. Leithner, wie sehen Sie, wie sieht der Veranstalter RX das kommende Jahr 2023?

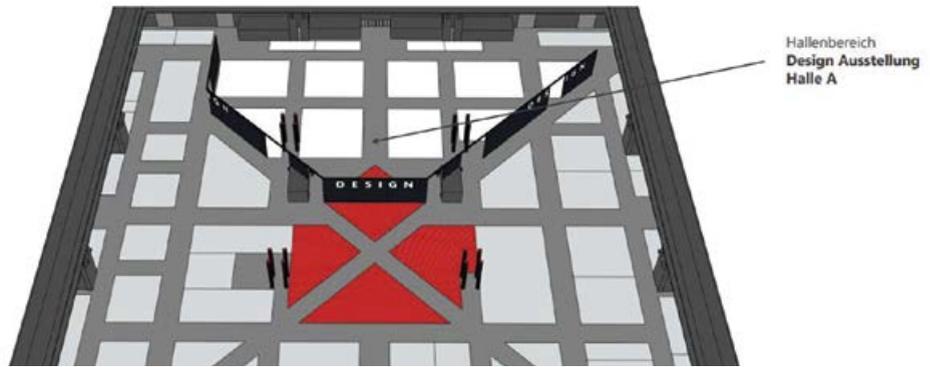
Dr. Barbara Leithner: Ich blicke tatsächlich sehr zuversichtlich in das kommende Jahr, denn es wird das erste volle Geschäfts- und Messejahr seit 2019 für uns sein. Wir können zwar heuer seit März in Österreich und seit April in Deutschland wieder veranstalten, jedoch wird 2023 aus heutiger Sicht aufgrund der Vorgaben der Bundesregierung und der Stadt Wien wieder ein volles Messejahr ohne Einschränkungen. Das gibt uns Sicherheit, aber vor allem auch unseren Kunden und Ausstellern. Zudem haben wir das laufende Jahr 2022 genutzt, um die gesamte Organisation auf das kommende Jahr vorzubereiten. Die vergangenen Jahre haben uns ja auch deutlich gemacht, dass uns allen Messen gefehlt haben. Das haben unsere Kund:innen vielfach bestätigt. Denn, man kann Beziehungen über digitale Kanäle halten, aber man kann sie nur im persönlichen Kontakt aufbauen.

Was hat sich bei RX in der Struktur geändert, beim Personal?

Wir haben in 2020 unser gesamtes Portfolio neu organisiert und uns auch strukturell neu aufgestellt. Wir haben etwa die Verkaufsabteilung von der operativen Durchführung getrennt. In Summe bin ich sicher, dass wir die Zeit gut genutzt haben und für 2023 gut aufgestellt sind. Personell hatten wir über einen gewissen Zeitraum weniger Leute, sind aber aktuell als Unternehmen wieder auf Wachstumskurs. Natürlich ist durch die gesamte Situation eine gewisse Unsicherheit bezgl. der Eventbranche entstanden, auch für Arbeitnehmer:innen. Aber ich denke, je länger wir zeigen, dass es wieder Messen gibt und je zielsicherer wir veranstalten können, desto mehr wird das Vertrauen in die Branche wieder wachsen und auch für Personal wieder attraktiver werden.

Speziell für unsere Branche – die Einrichtungsbranche – steht ja gleich zu Beginn 2023 (Mitte März) mit der Wohnen & Interieur ein Highlight auf dem Programm. Was darf man sich erwarten?

Die W&I ist, was diese Branche betrifft, unser Herzstück. Ich bin seit November 2019 in der Geschäftsführung von RX Österreich & Deutschland und ich werde mein Leben lang nicht vergessen, als ich im März 2020 in die Hallen gehen und den Leuten beim Stand-



Die beliebte Halle A wurde für die Wohnen & Interieur komplett neu aufgeplant und bildet durch die diagonale Wegführung neue Blickachsen sowie ein Zentrum.

aufbau sagen musste, dass wir die Wohnen & Interieur nicht abhalten können ... Das war ein unglaublich emotionaler Moment. Aber wir blicken voller Vorfreude in die Zukunft. Alle konzeptionellen Änderungen, die wir bereits für die W&I 2020 angestoßen hatten – wie unter anderem die Verkürzung auf 5 Messetage oder eine neue Hallenaufplanung – werden wir 2023 präsentieren, vor allem aber werden wir den Fokus auf die aktuellen Trends Nachhaltigkeit und Regionalität legen. Zum einen wird die Messe auf fünf Tage gestrafft, zum anderen haben wir auch

die Designhalle D in unserer Halle A integriert, die ja komplett neu aufgeplant wurde. Wir schaffen dadurch ein neues Look & Feel, haben zum ersten Mal diagonale Wegführungen, die in der Mitte zusammenlaufen. Dort entsteht dann ein Zentrum, wo wir Sonder-schauen, eine Cookingstation und vieles mehr bieten. Zusätzlich gibt es in Halle A noch den Design-Garten-, den Küchenbereich und vieles mehr. In Halle B bieten wir klassischerweise die gesamte Einrichtung, vom Bad über Öfen, Gartenmöbel, die Unikatewelt und die Schlafwelt. >>



„Art de la Table“ – V.S. Home Design unterstützt Kunden bei der Auswahl von Geschirr, Gläsern und Besteck, die zum Design und Ambiente passen, um eine attraktive Tischdekoration zu schaffen. Außerdem hat der Aussteller exklusive Hersteller aus Frankreich und Italien, wie z.B. Moissonnier, im Sortiment.

Weiters haben wir am Mittwoch, den 15. März einen starken B2B-Fokus. Es findet ein Workshop für Stakeholder der Einrichtungsbranche zum Thema Nachhaltigkeit, Kreislaufwirtschaft, Regionalität und Wertschöpfung statt. Hochkarätige Teilnehmer aus der Branche (Verbände, Kammervertreter, CEOs, Hersteller) diskutieren über die Möglichkeiten nachhaltig zu produzieren, zu vertreiben und gleichzeitig große Teile der Wertschöpfungskette in Österreich zu behalten.

Inhaltlich stehen bei der diesjährigen Ausgabe der Wohnen&Interieur zwei Punkte im Fokus: Zum einen die Nachhaltigkeit, etwa in Sachen Emissionsreduktion, nachhaltige Produkte, Kreislaufwirtschaft, etc. Zum zweiten ist uns wichtig, als österreichische Leitmesse eine Plattform für die heimische Wirtschaft anzubieten. Die Regionalität soll im Vordergrund stehen, inklusive einer Sonderschau der „Austria Gütezeichen Möbel“. Denn wir sind ein Land der KMUs und der Innovationen und wollen dementsprechend auch die nötige Aufmerksamkeit darauf lenken.

Die Wohnen & Interieur wird in Kombination mit anderen Messen abgehalten. Sind solche „Kombimesen“ im Kommen?

Diese Frage ist nicht eindeutig zu beantworten. Die W&I, die Immobilienmesse und die Ferienmesse sind jedoch prädestiniert dafür. Damit können wir den Besucher:innen eine Vielfalt an Erlebnissen bieten und unseren Ausstellern neue Zielgruppen zugänglich machen. In der Kommunikation treten alle drei Veranstaltungen als eigene Marken, mit eigenen Logos, eigenen Marketingkampagnen usw. auf. In Summe erhöht es aus unserer Sicht die Attraktivität und ist eine Win-Win-Situation. Beim genannten Messetripel gehen wir davon aus, dass es die größte Publikumsmesse 2023 werden wird.

Wie viele Besucher erwarten Sie?

Wir erwarten für das Messetripel in Summe etwa 60.-70.000 Besucher:innen.

Ist der Eindruck richtig, das die Messezeiten – ich meine damit die Ausstellungstage – generell kürzer

werden? Wenn ja, woran liegt das? Sind dafür die niedrigeren Kosten oder eventuell auch mangelndes Personal verantwortlich?

Wir haben 19 Marken in verschiedenen Segmenten in unserem Portfolio und ich kann diese Tendenz nicht allgemein bestätigen. Was ich jedoch sagen kann, ist, dass die neun Tage, die wir zuletzt bei der Wohnen & Interieur hatten, nicht mehr zeitgemäß sind. Im Einzelnen kommt es auf die jeweilige Branche an, aber in Summe gibt es sehr wohl eine Tendenz, Messen kürzer zu machen, weil unsere Kund:innen auch den Return on Investment immer stärker hinterfragen. Generell orientieren wir uns an unseren Kund:innen und reagieren flexibel auf deren Wünsche.

Einige Messeveranstalter sind in der Krise auf hybride Veranstaltungen ausgewichen, bzw. haben generell hybride Veranstaltungen abgehalten. Was halten Sie davon?

Wir hatten unter anderem den day@home der W&I, müssen aber konstatieren, dass das rein Digitale für Einrichten nur sehr begrenzt funktioniert. Denn das ist eine haptische, sinnliche Branche. Wenn ein Konsument ein Möbelstück oft für Jahrzehnte kauft, dann will er das vorher sehen und fühlen. Dementsprechend ist gerade hier eine reale Messe das einzig richtige Produkt. Bei anderen Branchen sieht das anders aus. Und warum ich trotzdem an hybrid glaube, ist, weil wir damit unseren Besuchern und Ausstellern digitale Zusatzprodukte mit Mehrwert anbieten können. Wie etwa die Ausstellerkataloge, die heute wirklich schon sehr viel können. Da ist es möglich, Videos und Fotos hochzuladen, Interessensgebiete mit Ausstellern zu matchen und vieles mehr. Ein Ausstellerkatalog ist heute eine Art Datenbank, die 365 Tage online ist.

Ist dieser nur für Aussteller bespielbar?

Ja, denn er soll auch ein Marketinginstrument für die ausstellenden Unternehmen darstellen und eine Erweiterung ihres Messeplatzes. Zudem zeigen unsere Zugriffsstatistiken, dass der Ausstellerkatalog eine der attraktivsten Seiten ist, mit dem Nebeneffekt, dass Besucher:innen vorbereiteter und zielgerichteter auf die



„Inhaltlich stehen bei der Wohnen&Interieur zwei Punkte im Fokus: Zum einen die Nachhaltigkeit, etwa in Sachen Emissionsreduktion, nachhaltige Produkte, Kreislaufwirtschaft, etc. Zum zweiten ist uns wichtig, als österreichische Leitmesse eine Plattform für die heimische Wirtschaft anzubieten.“

Messe kommen. Aber hybrid kann noch viel mehr: So haben wir bei den Elektrofachhandelstagen die komplette Messe 360 Grad visualisiert. Wir haben in unsere digitalen Tools schon viel investiert und es ist ein laufender Prozess. Wir können dabei von der Größe unseres Konzerns profitieren. Unter dem Strich wollen wir damit einen Mehrwert zum Liveevent bieten.

Zum Thema Ausstellerkatalog: Hier haben wir immer wieder die Erfahrung gemacht, dass ein gut gepflegter, ansprechender Profileintrag enorm in der Besucherführung hilft.

Helfen Sie in diesem Punkt kleineren Unternehmen, die vielleicht noch nicht so hybrid-affin sind?

Ja, wir bieten für alle unsere Aussteller Beratungsgespräche und haben für unsere digitalen Produkte ein neues Team auf unseren Messen vor Ort, die entsprechende Hilfestellung zu diesen Serviceleistungen anbieten.

Mit Ihren Events blicken Sie wahrscheinlich in fast alle Branchen der Märkte, wie beurteilen Sie die allgemeine Stimmung?

Grundsätzlich müssen sich alle Branchen den aktuellen Herausforderungen stellen. Ob das jetzt die Elektrofachhandelstage sind oder die Aluminiumbranche, die Tourismusmessen oder die Bauen + Wohnen. Themen, die alle beschäftigen, sind steigende Energiepreise, mangelnde Ressourcen, Nachhaltigkeit, Regionalität und Lieferketten. Was wir hier als Messe bieten können ist: die Möglichkeit auf unseren Plattformen zu diskutieren, durchaus auch kontroversiell zu werden und eventuell in eine Lösungsfindung zu kommen.

RX verfügt über ein zweites Standbein: die Kongresse. Wie war in diesem Bereich das auslaufende Jahr und wie sehen Sie hier die Zukunft?

Wir hatten 2022 am Standort Wien rund 60 Gastveranstaltungen (jene Veranstaltungen, die nicht RX selbst veranstaltet). Wien als Veranstaltungs- und Kongressstandort ist eine der Top Destinationen im internationalen Ranking. Vor allem die Rahmenbedingungen wie die gute Infrastruktur, die große Auswahl an Hotellerie und Gastronomie und das Thema Sicherheit zeichnen die Stadt aus. Internationale Verbände achten auf diese Eckpunkte. Das Kongresswesen in

Wien ist ein wesentlicher Wirtschaftsfaktor. Ein Kongressgast trägt mit seinen Tagesausgaben wesentlich mehr zur Wertschöpfung bei als jeder andere Gast in Wien.

Für das kommende Jahr sind bereits 40 Veranstaltungen fixiert, darunter international führende Kongresse mit bis zu 15.000 Teilnehmer:innen. Es ist auch der erste Großkongress angesetzt, der sich Nachhaltigkeit auf die Fahnen geschrieben hat. Da spielen Faktoren wie das Vermeiden von Plastikflaschen, e-Parkplätze, die Erreichbarkeit usw. eine ausschlaggebende Rolle. Als sich RX dazu bekannt hat, eine CO₂ neutrale Organisation zu werden, haben wir uns erst bewusst gemacht, was in diesem Zusammenhang alles beeinflussbar und steuerbar ist. Generell ist das natürlich ein Trend, der auch für die Konsument:innen allgemein immer wichtiger wird. Denn wir alle werden heikler, anspruchsvoller, kritischer, und das Thema wird uns künftig im Kongress- und Messewesen wie auch in unserem täglichen Alltag begleiten.

rxglobal.at/
www.wohnen-interieur.at/



Der Familienbetrieb Voglauer präsentiert auf der Wohnen & Interieur die neue Kollektion Vrock. Diese besticht mit einer Kombination aus der Alteiche rustiko gebürstet und dem schwarzgrauen schroffen Alpengranit, welcher mit viel handwerklicher Raffinesse bearbeitet wird. Aus dieser Kollektion entstehen Dielen-, Ess- und Wohnzimmermöbel.

HELGE OBERLEITHNER

IN ÖSTERREICH GELANDET

Quooker Infovideo:
bit.ly/3EXzC3r

Quooker startete in Österreich im Jahr 2019 auf den küchenwohntrends in Salzburg. Heute ist der Wasserhahn der alles kann längst in der Küche angekommen. In den Studios und auch in den Haushalten. Trotzdem gäbe es noch genug Luft nach oben und viel Umsatz wird von den Fachberatern in den Küchenstudios liegen gelassen, sagt Helge Oberleithner, Country Manager Austria, im Gespräch mit wohninsider.

VON GERHARD HABLICZEK



„Unser großes Ziel heißt: In jeder Küche in Österreich standardmäßig ein Quooker.“

Helge Oberleithner,
Quooker Country Manager Austria

wohnsider: Vom ersten Auftritt an in Salzburg geht es mit Quooker eigentlich stetig nach oben. Wie war und ist es als Newcomer in einen stark besetzten Markt einzusteigen und vor allem zu überleben?

Helge Oberleithner: Ganz bei Null haben wir 2019 nicht begonnen. Es war sozusagen unser erstes Setting in Österreich. Vereinzelt gab es schon Händler, die Quooker in ihren Studios führten, vor allem Händler im Westen, Salzburg und Tirol, die Kontakte ins benachbarte Deutschland hatten. Aber es ist richtig, unser Auftritt war damals im Mai in Salzburg, wenn man so will, der offizielle Startschuss. In diesen ersten Messetagen haben wir gleich gesehen, wohin die Reise geht. Ich hatte danach Berge von Visitenkarten und Terminanfragen und eine extrem intensive Zeit vor mir. Mein Auto ist heute gut drei Jahre alt und der Kilometerstand zeigt über 250.000 km an. In unzähligen Terminen und Einzelgesprächen wurde der Grundstock für unser heutiges Händlernetz aufgebaut.

Mit wie vielen Partnern arbeiten Sie zurzeit?

Heute arbeiten wir mit rund 500 Händlern in ganz Österreich aktiv zusammen. Schon in unserem ersten Jahr haben 129 Händler Quooker in ihre Ausstellungen genommen. Und seit 2019 geht es eigentlich stetig nach oben. Natürlich gibt es immer wieder mal Höhen und Tiefen, aber es kommen laufend neue Partner hinzu und bestehende entwickeln sich stark weiter.

Ich habe den Quooker Messeauftritt in den letzten Jahren an den verschiedensten Stellen – Salzburg, Löhne, Mailand – gesehen und besucht und eigentlich haben Sie immer full house auf Ihren Ständen. Wie kommt das?

Ich sehe da mehrere Gründe dafür. Es gibt sicherlich Händler, die hatten einmal peripher Kontakt mit Quooker, haben sich aber noch nie so richtig damit beschäftigt. Für diese ist eine Messe immer eine gute Plattform sich zu informieren, einmal stehen zu bleiben und sich das anzuschauen. Alle kennen uns noch nicht. Aber die große Stärke von Quooker ist, und das gebe ich meinen Kunden immer mit auf den Weg, Quooker ist ein emotionales Produkt. Da tut sich was – da dampft es kochend heiß aus dem Wasserhahn, da sprudelt es kühl aus dem selben Wasserhahn und das Ganze schaut auch noch gut aus. Da geht es auch um Ansätze mit Themen wie Wasserverschwendung, Energieverschwendung, Plastikflaschen usw. 2019 bei unserem ersten Auftritt war das noch nicht so ein Thema, heute ist es das sehr wohl.

Quooker benötigt auch eine gewisse Technik unter der Arbeitsplatte. Wie sieht der Konsument bzw. der Küchenverkäufer das?

Der Konsument sieht das anders als der Küchenplaner. Der Konsument sieht, dass er mit Quooker auf seiner Arbeitsplatte keinen Wasserkocher mehr braucht, keinen Sodastreamer mehr braucht und keine Mineralwasser- oder



Die Quooker Niederlassung in Klagenfurt.



Quooker einmal kochend heiß oder sprudelnd kalt.

Sodaflaschen in seinem Kühlschrank stehen hat. Mit anderen Worten, den Raum, den er unter der Spüle verliert, gewinnt er oben.

Der Küchenplaner sieht das anders. Aber hier kann man aktiv werden und kreative Varianten planen. Wir bieten in Kooperation mit Naber ein System für 60 x 60 cm Schränke an, wo ein Müllsystem integriert ist. Eine Möglichkeit von vielen um Quooker und Müllsystem möglichst platzsparend zu verbauen.

Generell: Ein neues Küchengerät – und Quooker ist ein Küchengerät – braucht neue Denkansätze. Es ist für mich eine logische Entwicklung. 60 % der Küchenarbeit spielt sich an und um die Spüle ab. Man wäscht sich sogar an der Spüle öfter die Hände als im Badezimmer. Die Spüle und ihr Umfeld bekommt eine wesentlich größere Bedeutung und natürlich werden hier die technischen Möglichkeiten immer umfangreicher werden.

Haben die Fachhändler Scheu vor einem eventuellen Einbau eines Quookers?

Es kann mir heute keiner sagen, er KANN keinen Quooker installieren. Ich akzeptiere, wenn einer sagt er WILL keinen Quooker installieren. Okay. Wir haben auf all unseren Info-Broschüren einen QR-Code wo mittels Handy ein 5,24-Minuten-Video abgerufen werden kann, wo genau gezeigt wird, wie

ein Quooker installiert wird. Man braucht nicht einmal des Lesens mächtig sein. In dem Video wird sogar erklärt, welches Werkzeug dafür nötig ist. An der Rückseite eines Quookers sind drei Schlauchanschlüsse mit unterschiedlichen Durchmesser. Es passt nur der richtige Schlauch in den entsprechenden Anschluss. Wir versuchen alles so einfach wie möglich zu machen. Eine 24-jährige Friseurin aus Tirol hat in einer Stunde alleine einen Quooker in ihrem Geschäft installiert.



Quooker mit Müllsystem in Kooperation mit Naber im 60 x 60 cm Küchenschrank.

Wo sind Ihre Ziele in Österreich?

Unser großes Ziel heißt: In jeder Küche in Österreich standardmäßig ein Quooker. Und meiner Meinung ist das möglich, weil Quooker ein Mehrzweckgerät zum Kochen ist. Momentan sehe ich diesbezüglich den Küchenfachhandel aber etwas kritisch, weil er meiner Meinung nach viel Potential liegen lässt oder dieses gar nicht erkennt. Die letzten zwei Jahre waren in der Küchenbranche nicht normal. Fast jeder hatte Zuwächse und ist mit seinen ausstehenden Aufträgen heute noch nicht fertig. Er wird aber in wenigen Monaten fertig sein und die Zeiten werden wieder normal. Man merkt schon, dass die Frequenzen in den Geschäften nachlassen. Der Händler könnte meiner Meinung nach jetzt seine Komfortzone verlassen und wieder aktiv auf Kunden- und Umsatzgewinnung losgehen. Eine Möglichkeit wäre, Kunden, welche in letzter Zeit eine Küche ohne Quooker gekauft haben, zu kontaktieren. Quooker bietet dem Nutzer einen hohen funktionalen Mehrwert und der Händler zeigt durch sein proaktives Handeln seine Kompetenz und generiert Umsatz. Was wir jetzt verstärkt merken ist, dass immer mehr Quooker Bestellungen von Seiten der Installateure bei uns eintreffen. Die machen nämlich genau das, dass sie ihre Kunden diesbezüglich kontaktieren.

www.quooker.at

BSH

MIT BAUCHGEFÜHL UND DEN RICHTIGEN ZAHLEN

Ulrike Pesta hat im April die Geschäftsführung der BSH Österreich übernommen. Seither durfte sie nicht nur einige Produkt-Innovationen, sondern sogar eine neue Marke in den Markt implementieren. Im Antrittsgespräch mit wohninsider plaudert die sympathische Oberösterreicherin über gutes Essen, Bauchgefühl und die Notwendigkeit des Näher-Zusammenrückens.

VON LILLY UNTERRADER



„Der Slogan: ‘We are here to make you smile’ – das hat mich angesprochen. Denn wir leben stark von Emotionen.“

Ulrike Pesta

In der Vergangenheit wurden die meisten Führungspositionen in der BSH Österreich intern aus der deutschen Zentrale besetzt. Nun übernahm mit Ulrike Pesta eine Oberösterreicherin von extern die Leitung, und gemeinsam mit ihrer kaufmännischen Kollegin Alexandra Dietmair bildet sie die erste weibliche Doppelspitze hierzulande. Wir trafen die erfahrene Managerin und Mutter zweier erwachsener Söhne Anfang November zum Branchentalk und Wordrap.

wohninsider: Frau Pesta, bitte stellen Sie sich kurz vor.

Ulrike Pesta: Ich komme zwar aus einer ganz anderen Branche, trotzdem gab und gibt es verschiedene Anknüpfungspunkte zu meiner aktuellen Position. Zum einen privat, weil ich sehr gerne gut esse. Beruflich habe ich sehr lange bei Nielsen in der Marktforschung gearbeitet, wo ich hauptsächlich für große Player in der Lebensmittelindustrie zuständig war. Später wechselte ich zu Nestlé in den Vertrieb von Heißgetränken und Süßwaren und übernahm dann die Business Unit Leitung für Kaffee. Zuletzt habe ich sechs Jahre lang den Bereich Handel bei Coca Cola geleitet. Marktzahlen, Kaffeemaschinen, starke Marken mit Historie und Tradition haben mich also schon immer begleitet, was mir jetzt zugute kommt. – Gleichzeitig auch das Wissen, dass man selbst als Marktführer stets darauf achten muss, für die Konsumenten relevant zu bleiben.

Was hat Sie am Unternehmen BSH gereizt?

Als ich angesprochen wurde auf die Position, habe ich mich mit der Marke näher auseinandergesetzt. Der BSH-Slogan: „We are here to make you smile“ – das hat mich angesprochen. Denn wir leben stark von Emotionen. Und schließlich hat mich auch diese breit gefächerte Vertriebsstruktur sehr interessiert.

Hat bzw. wird sich etwas in Ihrem Team verändern?

In unserem Vertriebsteam setzen wir auf Konstanz, was auch von unseren Handels-

partnern sehr geschätzt wird. Neu im Team ist seit April Daniela Scheithauer in der neu geschaffenen Funktion der Trade Marketing Managerin. Mit dieser neuen Position wollen wir in den Fokus rücken, wie wir gemeinsam mit den Handelspartnern die Kategorien noch besser definieren, das Potenzial besser heben und Partner mit Marketing, Tools und Content unterstützen können. Zum anderen haben wir mit Gerald Pröll eine neue Leitung für die Stilarena. Er ist mit seinem Team verantwortlich für die Top-Beratung und das Veranstaltungsmanagement.

In der Stilarena wird ja mittlerweile auch verkauft ...

Ja, aber sehr sehr selektiv. Der Fokus liegt klar auf der Beratung.

Woran wird man Ihre Handschrift erkennen?

Ich pflege eine open door policy, bin – denke ich – sehr zugänglich, gut erreichbar und setze auf Teamwork. Für mich ist auch ein möglichst diverses Team wichtig. Ich bin sehr zahlenaffin, höre aber in der Regel auf mein Bauchgefühl. Meistens schaue ich mir aber die entsprechenden Zahlen trotzdem zur Bestätigung an ...

Wie haben Sie Ihren Einstand empfunden?

Ich bin sehr nett begrüßt worden und es gab anlässlich meines Beginns ein Teamkochen. Das hat mich auch motiviert, ein Geburtstagskochen in jedem Quartal zu initiieren, wo alle Mitarbeiter, die im jeweiligen Quartal ihren Geburtstag feiern – abteilungsübergreifend – hier in der Stilarena miteinander kochen und essen können.

Wie haben sich die BSH-Marken im heurigen Jahr entwickelt?

Trotz der nach wie vor angespannten Liefersituation, sind wir zufrieden. Die BSH konnte entsprechend eines Mittelwerts aus Industriestatistik und GfK ihre Marktanteile steigern und liegt nun bei rund 30 % wertmäßig. Nach Vertriebskanälen haben wir im Küchenfachhandel, bei den Küchenspezia-

listen, zulegen können. Der eCommerce hat sich etwas rückläufig entwickelt. Generell sieht man, dass der Fachhandel gewinnt, auch bei Elektro.

Welche Rolle spielt Kundendienst bei der BSH?

Meiner Ansicht nach ist das ein wesentlicher Ankerpunkt für Brandbuilding und die Visitenkarte nach außen. Was uns besonders freut ist, dass wir heuer, wie schon in den Jahren zuvor, zwei Auszeichnungen von renommierten externen Institutionen bekommen haben, zuletzt den Service-Champion für Bosch – also die Nummer Eins der Haushaltsgeräte-Branche laut Kundenbefragungen von Service Value. Im Ranking der ÖGVs (Österreichische Gesellschaft für Verbraucherstudien) hat Siemens in mehreren Hausgeräte-Kategorien den ersten Platz erreicht.

Was dürfen sich Ihre Handelspartner 2023 erwarten?

Zum einen werden wir die neue Backofen-Serie von Siemens und Bosch im Handel platzieren, das erste Feedback dazu war wirklich sehr gut. Darüber hinaus haben wir noch einiges im Köcher, etwa im

Bereich Kühlen und Waschen, nicht nur bei Energieeffizienz, sondern auch beispielsweise mit Spitzenwerten in der Lautstärke. Die Ausstattung der Fachhandelspartner wird naturgemäß begleitet von umfangreichen Marketingmaßnahmen. Bei Bosch hatten wir zudem eine sehr aufmerksamkeitsstarke Kampagne mit den Fantastischen Vier, die wir weiterführen. Und für Siemens werden wir, im Sinne des neuen Markenauftritts, den Showroom in der Stilarena neugestalten.

Eine kurze Einschätzung, wie es weitergeht ...

Was wir heuer erlebt haben hinsichtlich Liefersituation und Teuerung, war nicht nur sehr massiv, sondern auch überhaupt nicht so erwartbar. Es ist auch ungewiss, wie sich die Situation allgemein weiterentwickelt. Wir sind mit unseren Marken jedenfalls gut aufgestellt, sprechen eine breite Käuferschicht an. Es wird sicher auch nächstes Jahr nicht einfach, aber unter dem Strich bin ich vorsichtig optimistisch.

www.bsh-group.com/at/

Das gesamte Interview lesen Sie auf www.wohnsider.at



Nicht nur ein neues Produkt, sondern gleich eine neue Kategorie und Marke: Solitaire wurde anhand zahlreicher Konsumentenstudien und Detailinterviews entwickelt.

WORDRAP MIT ULRIKE PESTA



Sie tritt in die Fußstapfen von Michael Mehnert, Pascal Javet und Franz Schlechta: Ulrike Pesta steht seit April an der Spitze der BSH Österreich.

Meinen Tag beginne ich mit...

... einem ausgiebigen Frühstück und einer Zeitung.

VW Käfer oder Toyota Hilux?

VW Käfer

Mein größter beruflicher Erfolg war ...

Bei der BSH: das schnelle Onboarding

Coca Cola rot oder Hollersaft?

Hollersaft

Was ich gerne erfinden würde?

Eine Zeitmaschine

Drei Dinge für die Insel?

Ein gutes Buch, einen Bikini und einen guten Cocktail

Weihnachtsmann oder Christkindl?

Das ist eine schwierige Frage: Privat das Christkind – aber ich bin auch sehr geprägt von Coke und deren Weihnachtswerbung find ich schon sehr genial ...

LEICHT

Global Kitchen Design Awards 2022

Planungsvielfalt mit visionärem Charakter: Die Sieger des Global Kitchen Design Awards 2022 stehen fest und visualisieren planerisches Geschick in einer zeitlos modernen Ästhetik. Der 2015 erstmals von LEICHT ins Leben gerufene Award ist auch in diesem Jahr zurück und kürt erneut die Siegerentwürfe aus über 200 hochwertigen Einsendungen aus 18 Ländern.



PLATZ 1: Der diesjährige Siegerentwurf stammt aus dem Hause des Küchenstudios Negele. © Tomislav Vukosav | LEICHT | Meister-Familienbetrieb Gensmantel

Die Vielfalt und Qualität aller eingereichten Planungen belegen einmal mehr die ganzheitlichen Gestaltungsmöglichkeiten für den Lebensraum Küche, die mit dem LEICHT-Portfolio möglich sind. Juriert wurde per Online-Voting in Kombination mit einer Selektion durch hochwertige Handelspartnerinnen und -partner. Die Sieger aus 2022 konnten mit ihrem Ideenreichtum in der Küchenarchitektur sofort begeistern und setzten sich mit ihren Einsendungen im Wettbewerb schlussendlich durch.

In der Küchenbranche einzigartig, ist der Global Kitchen Design Award ein Ideenwettbewerb, der allen LEICHT-Partnerinnen und -Partnern, Architektinnen und Architekten sowie Interior-Designerinnen und -Designern die Möglichkeit bietet, ihre Küchenkonzepte einem internationalen Publikum zu präsentieren. Der Wettbewerb

bietet eine Plattform für das enorme kreative Potenzial, das in dem weltweiten LEICHT-Netzwerk aus über 1.000 Kontakten steckt. Ziel ist es, Handelspartnerinnen und -partnern sowie Endkundinnen und Endkunden Inspiration für weitere kreative Planungs- und Einrichtungsideen aufzuzeigen. Die digitale Wettbewerbsseite www.global-kitchen-design.com stellt somit neben einer Plattform für das jährliche Voting der besten Planungsprojekte auch ein vielfältiges und mit jeder Ausgabe des Awards wachsendes Ideenbuch anregender Küchen aus aller Welt dar – ein digitaler Creative Hub für die Küchenbranche, eine Inspirationsquelle für Individualistinnen und Individualisten.

PLATZ 1

Maximal modern und puristisch ist der prämierte Siegerentwurf von Küchenstudio Negele. Das in Winnenden ansässige Küchenstudio Negele wurde im Rahmen des diesjährigen Global Kitchen Design Awards mit dem ersten Platz ausgezeichnet. Der Blick auf die besonders repräsentative Planung, die in einem Privathaus in Stuttgart realisiert wurde,

zeigt par excellence, wie Küche nahtlos in einen maximal geöffneten Wohnraum übergehen kann. Kochen, Wohnen und auch Arbeiten verschmelzen hier zu einer Einheit. Umso entscheidender sind die Details, die im engen Austausch zwischen den Bewohnerinnen und Bewohnern, dem Architekten des Hauses und dem Küchenstudio Negele feinfühlig geplant wurden. Küche und Architektur gehen hier Hand in Hand im loftartigen Industriestil. Den Blickfang und das Zentrum bilden die grafisch klar unterteilten Kuben im Keramik-Programm KERA von LEICHT. Vier Einzelelemente sind mittig zwischen den Stahlträgern der Architektur eingesetzt und passen sich dank des nahezu schwarzen Kalksteins in der Farbe optisch dem Loft an. Die dahinterliegende, sich zurücknehmende grifflose Küchenzeile im hellen matt Lack arktis mit integrierter Arbeits- und Sitzfläche sowie zahlreichen Stauraumlösungen fügt ein ebenso praktisches wie formal klares Element hinzu. Integriertes Wohnen wird bei dieser Küchenplanung perfekt visualisiert.

PLATZ 2

Mit der Zweitplatzierung wurde Reflections Studio für ein Gestaltungsprojekt in Birmingham ausgezeichnet, in dem es um die Küchenplanung innerhalb einer offenen Architektur ging, die mit zahlreichen interessanten Blickachsen, mehreren Ebenen und viel Transparenz durch bodentiefe Fensterfronten eine besondere Herausforderung darstellte. Der Wunsch der Eigentümer war eine einzigartige Statement-Küche, die verschiedene Wohnbereiche in einem neuen Glasanbau miteinander verbindet. „Wir griffen den ursprünglichen Wunsch des Kunden nach Glas auf und fügten mit der sanft strukturierten LEICHT-Lackfront Minera etwas Dramatik hinzu, um der Küche eine gewisse Atmosphäre zu verleihen“, so das Küchenplanungsstudio. „Um dem Glas ein weiteres, natürlich lebendiges Material entgegenzusetzen, ergänzten wir die maßgeschneiderte Frühstücksbar aus Massivholz mit geschwungener Kante – so konnten wir gleichzeitig auch der Linearität der Planung eine weitere Form gegenüberstellen.“ Dieser prämierte Entwurf, der Kochen und Wohnen auf einer großzügigen Grundfläche miteinander vereint, zeigt ein gelungenes Beispiel, wie unterschiedlichste Materialien in Verbindung mit einer grafischen Linienführung eine besondere Art der Einrichtungsästhetik erzeugen. Mittelpunkt der Planung ist der prominent platzierte Inselblock, der in marmorierter Optik die hellen Fronten der umliegenden Küchenmöbel aufgreift.



PLATZ 2: Eine moderne Planung von Reflections Studio, die mit einem gekonnten Materialeinsatz punktet. © Chris Snook | LEICHT

PLATZ 3

Eine Planung des Küchenstudios Carola Graul, die ganz bewusst Leben und Kochen verbindet. „Auf genügend Stauraum kommt es an! Und wir möchten, dass Leben und Kochen hier bewusst



PLATZ 3: Eine Planung des Küchenstudios Carola Graul, die ganz bewusst Leben und Kochen verbindet. © Thorsten Franzisi | LEICHT

und gemeinsam stattfindet“, so lautete der Wunsch des Ehepaars an das Küchenstudio Carola Graul für ihr Wohnprojekt in Neusäß bei Augsburg. Das Resultat ist eine raumübergreifend gedachte Küchenplanung, mit dem das Planungsteam von Carola Graul mit dem dritten Platz des Global Kitchen Design Awards prämiert wurde. Der Traum, in Einklang mit der Natur zu leben, wurde in diesem modernen Wohnhaus realisiert – so gewährt jede Perspektive einzigartige Ausblicke in das grüne Umland. Auch aus der offen geplanten, formal klar konzipierten Küche lässt sich die Sicht ins Freie genießen. „Besonders wurde Wert auf nachhaltige, pflegeleichte und haptisch angenehme Materialien gelegt und eine moderne, geradlinige Gesamtoptik war unser Ziel“, so das Planungsteam des Küchenstudios Carola Graul. Die F45 Oberfläche von LEICHT aus original FENIX Material, bot dabei die ideale Front-Grundstruktur. Ihre sanfte Haptik mit Anti-Fingerprint-Effekt sorgt für eine supermatte Optik, die in Kombination mit Stein und Holz um natürliche Materialien ergänzt wurde. „Mit dem technischen Material F45 konnten wir eine klare, moderne und flächige Formensprache umsetzen und diese mit den Unregelmäßigkeiten der Naturmaterialien spannend kontrastieren.“ Details, die sich sowohl im mittig platzierten Inselblock mit anknüpfendem Sitzbereich als auch in den dahinterliegenden Hochschränken wiederfinden. Unmittelbar hinter diesen Hochschränken, die den Küchenraum architektonisch gliedern, versteckt sich quasi die Küche 2.0: Hier plante das Küchenstudio Carola Graul nicht nur den eigentlichen Spül- und Arbeitsbereich, der durch die Kochleidenschaft der Besitzer viel genutzt wird. Auch maximal ausgeschöpfte Stauraummöglichkeiten finden hier ihren Platz.

www.leicht.com

EXKLUSIV BEI BALLERINA

Smartbeton genussvoll inszeniert



Smartbeton, Resopal®, Holzoptik Dark Maron und Glas – diese formale Klarheit und farbliche Reduziertheit betonen den Charakter der verwendeten Materialien. Die zurückgenommene Farbgebung folgt den Formprinzipien der Architektur.



Fotos: Ballerina

Im Zentrum dieser grifflosen Planung steht ein großformatiger Wandschrank mit vorgelagerter Insel und Bar. Smartbeton ist eine neue nachhaltige handgespachtelte Oberfläche aus gemahlenem Quarz, Grafit, Feldspat, Glimmer und anderen Mineralien. Elegant und praktisch sind die dekorativen Müslispender an der Wand platziert. Mit Glasschütten und Gourmetauszügen für Brot, Gemüse und frische Sprossen macht es Freude, sich gesund zu ernähren. Hailo Micro Garden bietet zu vielen Speisen und Getränken frisch geerntete Sprossen. Es sind solche einzigartigen Ausstattungsdetails, die diese Wohnraumgestaltung unverwechselbar machen.

www.ballerina.de

Vertretung für Österreich:

PAC Agentur e.U.

Christian Pabst

A-8591 Maria Lankowitz

T: +43 (0) 664 1876790

christian.pabst@pac.co.at



DE SEDE

De Sede Infvideo:
bit.ly/3BsYxe7

Ist dies noch Home oder schon Office?

Die Grenzen zwischen Wohnen und Arbeiten sind fließender denn je: Mit der Skulpturenfamilie DS-5010, entwickelt in Zusammenarbeit mit Designer Simon Busse, präsentiert de Sede einen Archetyp für wohnliches Arbeiten – und transportiert so die traditionelle Handwerkskunst des Lederspezialisten überraschend kreativ in den Office-Bereich.



Das modulare Konzept, bestehend aus Hockern, Tischen, Sofas, Sessel und Stauraummöglichkeiten, bietet vielfältige Lösungen, um auf verschiedene Anforderungen der privaten und beruflichen Sphäre flexibel zu reagieren: Möbel, die agil sind, bei Bedarf eine gewisse Abschirmung vom unmittelbaren Umfeld ermöglichen und in Sachen Bequemlichkeit keine Wünsche offen lassen. Dabei punkten sie mit einem individuellem Design, das die traditionellen Fertigungstechniken des Lederhandwerks auf ungewöhnliche Weise neu interpretiert, und viel Flexibilität. „Für die DS-5010 Familie war es mir wichtig, traditionelle Materialien wie Leder mit einem neuen Material, Filz, zu kombinieren. Die leicht verschiebbaren Möbelstücke passen sich jeglichen Grundrissen an – die Grundvoraussetzung für agiles Arbeiten“, so Simon Busse.

ne kompakte Form ist er, ebenso wie der Tisch, überall dort zur Hand, wo man ihn braucht – ohne dabei an Komfort und Stabilität einzubüßen. Und werden die Möbel nicht mehr benötigt, lassen sie sich blitzschnell wieder zusammenklappen – und im passenden Schrank verstauen.

Die „bodenständigen“ Vertreter des wohnlichen Arbeitens, Sofas und Sessel, vermitteln dagegen ein Gefühl von Wärme, Ruhe und Geborgenheit – insbesondere, wenn sie mit einer Rückwand aus Filz daherkommen. Konzipiert als eigener Mikrokosmos sind sie mal temporärer Raum für Besprechungen, mal Rückzugsort für konzentriertes Arbeiten. Dadurch gehen die Sofas und Sessel über die Qualität reiner Möbelstücke hinaus: hier lehnt man sich nicht nur gerne zurück, man taucht gänzlich ab in eine andere Welt: die Welt des wohnlichen Arbeitens.

www.desede.ch



Als Paradebeispiel für agiles, ortsungebundenes Arbeiten entwickelte der Designer einen multifunktionalen Hocker. Soll es einmal schnell gehen, zum Beispiel im Meeting, bietet er eine wunderbare Möglichkeit, eine spontane Sitzmöglichkeit zu schaffen. Durch sei-

Über de Sede

Unvergleichbare Liebe zum Detail und herausragende Leidenschaft für das Design stehen hinter der Marke de Sede. Die Schweizer Manufaktur mit Sitz in Klingnau fertigt exklusive Polstermöbel und Accessoires im Premiumbereich. Die Wurzeln des einstigen Sattlerbetriebs liegen in seiner langjährigen Erfahrung mit hochwertigem Leder. Seit 55 Jahren stellt de Sede Produkte in höchster Qualität her. Exzellente Handwerkskunst gepaart mit außerordentlichem Design und bestmöglichen Materialien liefern hierfür den Grundstein.

SCHÖSSWENDER MÖBEL

Mit dem JULIUS-Award ausgezeichnet

Er ist eine der wichtigsten Auszeichnungen für nachhaltige und erfolgreiche oberösterreichische Wirtschaftsbetriebe – der JULIUS-Award des heimischen Wirtschaftsbundes. Schösswender Möbel zählt heuer zu den Preisträgern.

Geehrt werden Unternehmen, die sich für Wachstum, Beschäftigung und Wohlstand für die Menschen in der Region engagieren.



„Wir von Schösswender blicken auf das Heute und Morgen.“

Alfred Weiß,
Geschäftsführer

Regional verankerte Lehrlingsausbildung

„Wir sind stolz und fühlen uns sehr geehrt, dass die Jury sich für uns entschieden hat“, freut sich Alfred Weiß, Geschäftsführer von Schösswender Möbel. Für das Frankinger Unternehmen sprach nicht nur die Sicherung heimischer Arbeitsplätze und die hohe Produktqualität, sondern auch die anerkannt hochwertige Lehrlingsausbildung. „Wir blicken“, so Weiß, „auf das Heute und das Morgen. Heute bilden wir unsere Lehrlinge an modernen Hightech-Maschinen aus, damit die jungen Menschen aus der Region morgen das Gelernte auf unsere Produkte übertragen können“.



V.l.: Christian Schneider (Betriebsleiter Stellvertreter), Karl Brunner (Betriebsleiter), Werner Gmahlbauer (Vizebürgermeister), KommR Hedwig Bauer (WB Bezirksvorsandsmitglied), KommR Klemens Steidl (WB Bezirksobmann), Astrid Neuner (Gemeindeparteibfrau), Alfred Weiß (GF Schösswender Möbel).

Was ist der JULIUS-Award?

Der Preis wurde nach dem Gründer des Wirtschaftsbundes, Julius Raab, benannt. Dessen Ziel war es, traditionelle Werte, eine starke Wirtschaft sowie Wohlstand für alle zu erschaffen, zu fördern und zu erhalten. Im

Geiste von Julius Raab unterstützt der Wirtschaftsbund mit dem JULIUS-Award noch heute EPU, KMU und Großbetriebe. Die Auszeichnung soll die Preisträger unter anderem als genau die attraktiven Arbeitgeber ins Schaufenster stellen, die sie sind.



Möbelserie Arbon: Hier paart sich Gemütlichkeit mit stylischer Moderne.

Arbon – Weiterentwicklung des offenen Wohnens

Junge Menschen sind die Zukunft von Schösswender Möbel. Für sie und mit ihnen entwickeln die Möbelexperten das offene Wohnen und die Verschmelzung von Kochen und Speisen weiter. Ein wichtiger Baustein hierbei ist das Modell Arbon. Bei der Modellserie vereinen sich die Geschmäcker vieler zu einem stimmigen Gesamtbild. Der Trend zur Wohn-Gesamtlösung sorgt dafür, dass Einzelräume passé sind. Übersicht, Schönheit, Eleganz und natürliche sowie nachhaltige Werkstoffe stehen im Fokus. Das spiegelt sich auch in Zahlen der erfolgreichen Weiterentwicklung dieser Modellserie wider.

www.schoesswender.com

**KÜCHEN-CONTEST
DER JÄHRLICHE DESIGN- &
PLANUNGSWETTBEWERB
DES KÜCHENRINGS**

KÜCHENPLANER DES JAHRES

**KREATIVITÄT UND PLANUNGSKOMPETENZ IST GEFRAGT.
WERDEN SIE KÜCHENPLANER DES JAHRES! ES WINKT
EIN ATTRAKTIVES GEWINNERPAKET.**

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

**DER
KÜCHEN
RING**

WWW.KUECHENRING.DE

DER KREIS

Die DESIGNKÜCHE des Jahres 2023

Kreativität und Innovation sind gefragt: im September 2022 hat DER KREIS Österreich in Kooperation mit zahlreichen Industriepartnern alle Mitgliedsbetriebe im Rahmen des Wettbewerbs „Die DESIGNKÜCHE des Jahres 2023“ eingeladen, kreative und innovative Küchenplanungen einzureichen.



In die engere Auswahl kamen 22 Projekte und diese wurden Ende November von einer Expertenjury bei einem Meeting in Anthering (Firmensitz DER KREIS Österreich) bewertet. In einem ersten Wertungsdurchgang wurden von jedem Jurymitglied für jedes Projekt Wertungspunkte von 1 bis 5 vergeben. Die fünf höchst bewerteten Planungen kamen in eine Schlußrunde für einen neuerlichen Wertungsdurchgang. Danach standen die Platzierungen von Platz 1 bis Platz 5 fest.

Präsentiert werden die besten drei Projekte im Frühjahr 2023 am DER KREIS Kongress am 2. Mai unmittelbar vor der möbel austria & küchenwohntrends in Salzburg.

Das Geheimnis wird dann am darauffolgenden ersten Messtags gelüftet, denn das Siegerprojekt wird von den teilnehmenden Industriepartnern verwirklicht, am Messestand von DER KREIS prämiert und an den drei Messtagen vom 3. bis zum 5. Mai zu bestaunen sein. Im Anschluss an die Messe, geht die prämierte Küche als Gewinn in die Ausstellung des Küchenspezialisten des Jahres. Auch das zweit- und drittplatzierte Küchenprojekt werden am Messestand als Konzept vorgestellt.

Martin Oberwallner und das Team von DER KREIS Österreich zeigten sich sehr erfreut über die vielen kreativen Küchenplanungen, die für den Wettbewerb eingereicht wurden. „Die einzige ‚Hürde‘, die die Expertenjury bei der Sitzung in Anthering zu nehmen hatte, war, dass die Auswahl und Bewertung bei so einer Vielzahl an herausragenden Projekten wirklich nicht leicht war“, so Martin Oberwallner. „Wir freuen uns auf jeden Fall schon sehr auf die Veranstaltungen im Frühjahr in Salzburg und auf viele spannende und interessante Begegnungen!“



„Die Auswahl und Bewertung bei so einer Vielzahl an herausragenden Projekten war wirklich nicht leicht.“

Martin Oberwallner (Geschäftsführer DER KREIS Österreich) hält die Sieger noch bis zum DER KREIS Kongress geheim.

Save the Dates: DER KREIS Kongress am 2. Mai sowie die möbel austria & küchenwohntrends vom 3. bis 5. Mai 2023 in Salzburg.

www.derkreis.at
www.kuechenspezialisten.at



Die Partner von DER KREIS, die das Siegerprojekt in Salzburg verwirklichen werden:



Die Jury bei der Arbeit, v.l.: Gerhard Habliczek (wohninsider Herausgeber), Kurt Jeni, (Fachschriften Verlag Chefredakteur), Johannes Artmayr (STRASSER Steine Inhaber), Martin Oberwallner (DER KREIS Geschäftsführer), Michael Rambach (trendfairs Gesellschafter), Nadine Premm (Fotografin) und Florian Glaser, DER KREIS Regionalleiter.

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,
Deutschland, Schweiz, Südtirol und Tschechien.



Erleben Sie die
HAKA Musterwohnung!

HAKAKÜCHE

MHK ÖSTERREICH

Gute Zahlen, gute Stimmung

Mitte Oktober konnte sie endlich wieder real stattfinden: Die Jahresversammlung des MHK Österreich. Unter dem Motto „Neue Wege gehen“ trafen sich 180 Partner in der Linzer Voest Alpine Stahlwerk zu Information, Geselligkeit und Gedankenaustausch.

Geschäftsführer Günter Schwarzmüller präsentierte bei seiner ersten Hauptversammlung in dieser Funktion durchaus gute Zahlen. So konnte der Verband mit Sitz in Salzburg ein erfreuliches Wachstum von 15,2 Prozent vermelden.

Pars pro toto

Motivierende Worte fand auch der mit Frühling in den Ruhestand gehende Vorstandsvorsitzende der MHK Group Werner Heilos: „Sie haben auch in 2021 wieder einen großartigen Job gemacht, jetzt sollen sich MHK und ihre Gesellschafter aber auf die Herausforderungen von Wirtschaft und Gesellschaft einstellen. Wir müssen der Küche in der unsicheren Zeit zu neuem Potenzial verhelfen“. Zudem sei es noch immer die Kraft der Gemeinschaft, die jedem Einzelnen Erfolg verschaffe.

Taktvoll begeistert

Gastvorträge hielten heuer der Geschäftsführer Markt Institut Linz, Dr. Werner Beutelmeyer, und der Dirigent, Führungsexperte und erprobte Redner Christian Gansch. Mit seinen mitreißenden Ausführungen über klassische Musik und dem richtigen Taktgefühl sorgte Gansch für Gänsehaut-Feeling unter den Tagungsgästen. So sei es gerade



Vorstandsvorsitzer Werner Heilos gratulierte Österreich-Chef Günter Schwarzmüller zu einem erfolgreichen Jahr 2022.

bei immer schlechter werdender gesellschaftlicher Stimmung von hoher Bedeutung, die Menschen aufzufangen und ihnen Vertrauen zu schenken. Daher sollte „aufeinander hören – voneinander lernen – miteinander handeln“ der Leitgedanke allen Tuns werden.

Die Customer Journey im Blick

Schwarzmüller erörterte in weiterer Folge auch die Strategie der europäischen Verbundgruppe, mit der auch MHK Österreich

ihren Handelspartner zu neuen Impulsen verhelfen will. „Mit einer digitalen Plattform für Handel, Handwerk, Industrie und Dienstleister sollen sowohl die Einzellösungen unserer eigenen, als auch die unserer externen Dienstleister zu einem großen digitalen Dienstleistungsnetz rund um den Customer Journey verknüpft werden.“ Daher werde auch der eingeschlagene Weg in Richtung „MHK GOES DIGITAL“ in 2023 weiter konsequent fortgesetzt. Leadkampagnen mit Industriepartnern, um qualifizierte Kundenkontakte zu generieren, rücke daher noch mehr in den Mittelpunkt.

Die schönste Küche des Landes

Ebenfalls im Rahmen der Tagung wurde die schönste Küche Österreichs 2022 gekürt. Anna Norz und ihr Team von Norz Interieur in Vöcklabruck setzten sich mit einer zeitlos und modern gestalteten Küche durch, die mit gemütlichem Sitzbereich und stilvoll eingebauter Kaffee-Bar zum Verweilen einlädt. Zu Feiern hatten auch die Jubilare unter den Handelspartnern, die für 15, 20 und 25 Jahre Partnerschaft geehrt wurden.

Weiter ging es mit der Besichtigung der Stahlwelt, es folgte ein gemeinsames Dinner, welches in einem geselligen, lustigen und musikalischen Abend seinen Ausklang fand.

www.mhk.at

Werner Beutelmeyer unterstrich den Stellenwert des Wandels für nachhaltigen Erfolg von Unternehmen. Der Dirigent Christian Gansch begeisterte u.a. mit seinen Ausführungen zu Wagner und Bruckner.



Hier erfahren
Sie mehr:



CARAT service

Mit CARAT service zum
Montagehelden für Ihre Kunden!



Die Vorteile von CARAT service
im CARAT cloud Portal:

- ✓ Automatische Übernahme der Daten aus CARAT
- ✓ Strukturierte Auftragsübersicht mit aktuellem Status offener, in Bearbeitung befindlicher und abgeschlossener Montageaufträge
- ✓ Gezielte Disposition zur Planung ein- und mehrtägiger Aufträge
- ✓ Zuordnung von Aufträgen nach Monteurqualifikation entsprechend des jeweiligen Aufgabenbereichs
- ✓ Abnahmeprotokolle und Fotos aller Aufträge



Die Vorteile der CARAT service App
für Monteure:

- ✓ Für Smartphones und Tablets verfügbar
- ✓ Alle Informationen und Dokumente übersichtlich an einem Ort
- ✓ Lückenlose Dokumentation der Montage mit Fotos
- ✓ Erstellung digitaler Abnahmeprotokolle mit Unterschrift des Endkunden
- ✓ Direkte Übermittlung des Abnahmeprotokolls an die CARAT cloud

EUROPA MÖBEL HANDELSPARTNER: DUNKL WOHNEN UND SCHLAFEN

Schlafstudio im neuen Look

Das Herzstück von Dunkl Wohnen und Schlafen bildet das vom Boden bis zur Decke neu gestaltete Schlafstudio. „Mit dem Umbau haben wir unsere Wurzeln nicht verlassen, wir haben uns weiterentwickelt“, freut sich Christian Dunkl, Eigentümer und seit über 30 Jahren Experte für Schlafgesundheit.



Der Familienbetrieb feiert 2023 sein 300-jähriges Bestehen. Der neue Look des Studios sollte die Firmenhistorie und Familientradition sowohl im Innen-, als auch im Außenbereich widerspiegeln. Die Neugestaltung erfolgte in Zusammenarbeit mit einem Innenarchitekten aus dem Portfolio der Europa Möbel Gruppe. Einen absoluten Eyecatcher in der gesamten Ausstellung bilden die raumgreifenden Textil-Wandtapeten in schwarz-weiß.

Exklusive Schlafsysteme

Die SchlafOase Eigenmarke der Europa Möbel Gruppe bildet den Kern im Sortimentsportfolio. Made in Austria – Regionalität und Nachhaltigkeit stehen hierbei im Vordergrund, natürlich mit einem attraktiven Kalkulationsfaktor für den Handelspartner und für den Kunden in Verbindung mit dem Europa Möbel exklusiven Probemonat. Um die Vorteile der Schlafsysteme und die optimale Liegeposition sichtbar zu machen, arbeitet die Firma Dunkl zusätzlich mit smarter Unterstützung wie Liegesimulator und Ergotuner.

Alles aus einer Hand

Neben hochwertigen Schlafsystemen wird eine exklusive Auswahl an Massivholzmöbeln für alle Wohnbereiche angeboten. Eine Vielzahl an zusätzlichen Produkten und Leistungen ergänzen das Sortiment. Passend zum Schlafsystem erfolgt eine individuelle Beratung zu Kissen und Zudecken, die favorisierte Bettwäsche kann gleich mitausgewählt und auf Wunsch sogar personalisiert bestickt werden. Nachhaltiges Schlafen garantiert die biologische Bettfedernreinigung. Die Kunden erhalten ein rundum perfektes Schlafpaket.

www.dunkl.at | www.europamoebel.at



Wir haben den
besten Stoff und alles
worauf Sie stehen,
seit 1931.

Die ganze Welt der Einrichtung.

Vorhänge • Möbelstoffe • Leder • Parkett • Teppiche • Designbeläge

Als führender Großhändler in der Welt der Raumausstattung verbinden wir bei SONNHAUS ansprechendes Wohnambiente mit individuellem Lifestyle.

Entdecken Sie ab Jänner unsere neuen Vorhang- und Möbelstoffe für das Frühjahr 2023.

Erleben Sie die Welt der Raumausstattung in unseren Showrooms:

Ginzkeystraße 38, 4600 Wels
Öffnungszeiten:
Mo-Do: 07:30-17:00, Fr: 07:30-16:00

Zirkusgasse 20, 1020 Wien
Öffnungszeiten:
Mo-Fr: 07:30-12:00 u. 12:30-17:30

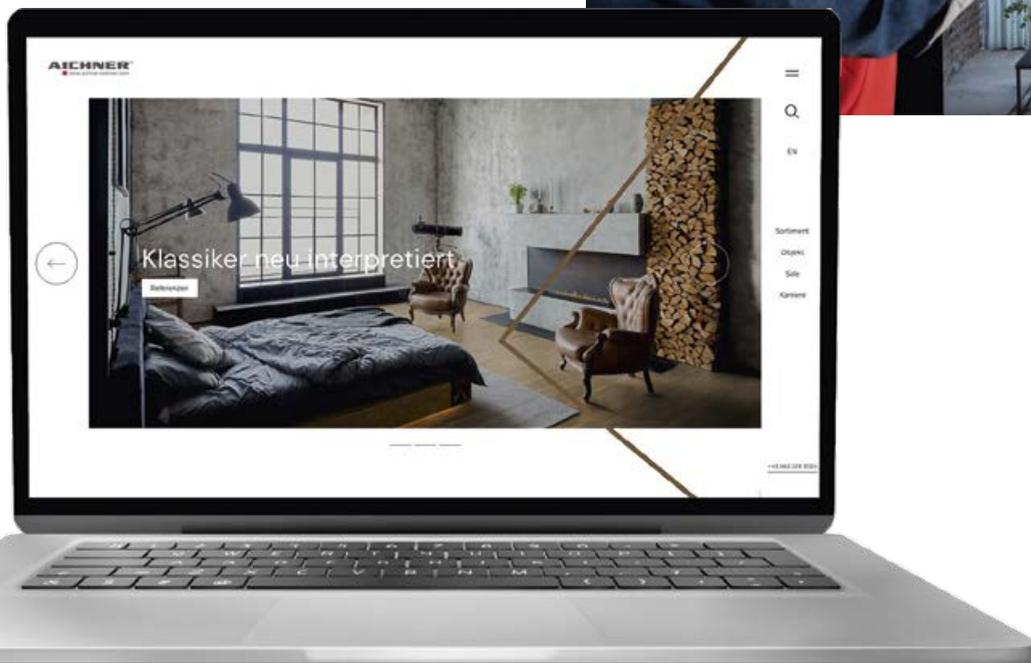
  
www.sonnhaus.at

DIGITALISIERUNG IM ÖSTERREICHISCHEN EINRICHTUNGSFACHHANDEL

So viel mehr als Online-Shop

Wie eine aktuelle Studie zeigt, sinkt heuer die Onlinequote im Bereich der einzelhandelsrelevanten Ausgaben auf 11,6 % (2021:11,9). Kein Grund zur Sorge für den Einrichtungsfachhandel: Denn dieser investiert zwar laufend in die Digitalisierung – aber eben kaum in Online-Shops, sondern in effiziente Portale und straffe Kommunikationswege.

Bei SERVICE&MORE profitieren nicht nur Handels- und Lieferantenpartner von den aktuellen digitalen Innovationen, sondern vor allem auch deren Kund*innen. Der Onlinehandel war auch hierzulande in den letzten 15 Jahren der am stärksten wachsende Bereich, doch wie die Studie „Österreichs Handel in Zahlen“ *) von Branchenradar und Handelsverband zeigt, stößt er derzeit an seine Grenzen und wächst im Jahr 2022 aus heutiger Sicht nur noch in wenigen Warengruppen.



Auch die Mitarbeitenden der Raumausstatter und Möbelfachhändler profitieren von den neuen Lösungen. Thomas Grausgruber, IT-Verantwortlicher bei SERVICE&MORE: „Wir möchten unsere digitalen Services auch dahingehend ausbauen, dass unsere Partnerbetriebe die Möglichkeit haben, mobil und flexibel zu arbeiten. Damit das gut funktioniert, werden Daten auch offline zur Verfügung gestellt.“

Mit sAM schneller zum Ziel

Das Herzstück des Megaprojektes, in das SERVICE&MORE mehrere hunderttausend Euro investiert, stellt das neue Portal sAM dar. Während Händler beispielsweise jetzt noch ihre Verbands-Website und ihre Angebote auf der Abverkaufsplattform wohnsinnspreise.at getrennt aktualisieren müssen, bündelt sAM alle Daten und Informationen unter anderem aus dem Extranet, der Website und dem Virtual Shelf. Diese werden dort zukünftig einmalig von den Handelspartnern*innen aktualisiert und an-

Mag. Christian Wimmer, Geschäftsführer von SERVICE&MORE, der größten Einkaufs- und Dienstleistungsorganisation für KMUs im österreichischen Einrichtungsfachhandel: „Wir unterstützen unsere Händler*innen seit vielen Jahren auf dem Weg in den digitalisierten Arbeitsalltag. Virtuelle Schauräume, der permanente Ausbau des Website-Systems und

weitere Projekte stehen bei uns daher schon lange auf der Agenda. Jetzt ist es an der Zeit, Bestehendes wieder weiter voran zu treiben.“ Dementsprechend setzt SERVICE&MORE verstärkt auf cloudbasierte und neue Tools: Das erhöht nicht nur die Effizienz bei den Partnerbetrieben, sondern unterstreicht bei deren Kund*innen auch ihre Innovationskraft.

*) www.handelsverband.at/publikationen/studien/handel-in-zahlen-die-jahresbilanz/handel-in-zahlen-jahresbilanz-2021-prognose-2022/

schließlich automatisch an die unterschiedlichen Ausgabekanäle verteilt.

Auch für Lieferanten gelten ähnliche Vorteile: Neues Bildmaterial, geänderte Preise oder auch Produktneuheiten werden hier auf den neuesten Stand gebracht. E-Mails und langwierige Datenübertragungen sind damit Geschichte. Grausgruber: „Dieser Zugang zur Aktualisierung spart allen Beteiligten Zeit, denn hier können zukünftig ganz zentral auch Bestellungen aufgegeben und Infos abgefragt werden. Und Fehlerquellen werden natürlich auch reduziert, da Änderungen nur ein einziges Mal eingespielt werden müssen!“ Auch sämtliche Dienstleistungen sind in der Ausbaustufe in sAM abgebildet, was umständliche und ressourcenbelastende Ausdrücke von Buchungsblättern vermeidet. Mit dem neuen System werden die jährlich rund 1.000, zum Teil sehr komplexen Abfragen wie Bestellungen von Prospekten, Anmeldungen zu Veranstaltungen und Seminaren, deutlich vereinfacht. Grausgruber weiter: „Wir reden hier von einem extrem großen Projekt, an dem wir bereits seit ein- einhalb Jahren arbeiten und das einer agilen Entwicklung unterliegt.“

2023: Neue Website, verbesserte eVA

Ein wesentlicher, auch für die Kund*innen sichtbarer Baustein dieses Projekts ist das neue Website-System mit seinem Headless CMS. Mit dieser besonders zukunftssicheren Variante müssen bei einem Layout-Relaunch die betroffenen Inhalte nicht neu erfasst, sondern können aus dem Bestand übernommen werden. So kann man mit dem neuen System schnell auf neue Gestaltungs- oder Technologietrends reagieren. Die Website unterstreicht die Individualität der Händler, gleichzeitig kann auch hier jeder von ihnen seine persönlichen Inhalte noch mehr hervorheben, indem er zusätzliche Seiten anlegt. Diese Inhalte können sehr einfach und intuitiv ins System eingepflegt werden.

Mit der elektronischen Verkaufsassistentin eVA steht den Händlerbetrieben seit Jahren ein interaktives digitales Tool zu Verfügung, das die Beratenden in der Planungs- und Konzeptionsphase unterstützt. Ab sofort können die derzeit 270 aktiven User*innen via Tablet auf sämtliche B2B-Infos, wie beispielsweise Einkaufs- und Verkaufs-Preislisten, sogar offline zugreifen. Und sie profitieren darüber

hinaus von der neuen Volltextsuche, die alle Textdateien durchforstet.

Und auch eVA+ mit ihren 1.500 Inspirationen wächst weiter. Zurzeit stehen bereits mehr als 60 Stelen in den Schauräumen und präsentieren unter anderem das Angebot von 393 Lieferantenpartner*innen. Auch auf diese Inhalte kann nun über ein Tablet und ebenfalls offline zugegriffen werden. Darüber hinaus erleichtert die neue Notizfunktion Mitarbeitenden das tägliche Arbeiten im Zuge von Beratungsgesprächen. In Verbindung mit dem dahinter liegenden CRM-System und einer Realisierung auch für Windows 10 werden so Planungen und Kalkulationen effizient umgesetzt.

Wimmer: „Mit all diesen digitalen Innovationen werden wir als SERVICE&MORE nicht nur unserer Vorreiterrolle im Einrichtungsfachhandel gerecht, sondern ermöglichen auch mittleren und kleineren Unternehmen einen Standard, den sich naturgemäß ein Familienbetrieb alleine gar nicht leisten könnte.“

www.serviceandmore.at



MZE

Mehr Kundenfrequenz generieren

Während Corona fokussierten Endverbraucher sich auf Investitionen in ihr Zuhause. Der Einrichtungsfachhandel war trotz Lockdowns ein Profiteur der Corona-Krise und freute sich über volle Auftragsbücher und Rekordumsätze. Nun erlebt die Einrichtungsbranche eine Phase der gedämpften Konsumbereitschaft.

Die Kundenfrequenz wird aktuell vielerorts als ausbaufähig beschrieben. „Wir kommen von einem Hoch wieder auf ein normales Level, bei dem man sich um Kunden wieder aktiv bemühen muss. Die Frequenz zu stabilisieren ist aber keine Unmöglichkeit, denn die Zielgruppe des Einrichtungsfachhandels ist von der Energiekrise nicht so stark betroffen, wie jene der Discounter und der Großflächenanbieter“, erklärt Andreas Hemetsberger, Geschäftsführer MZE Österreich & Südtirol.

Aktivität ist die beste Medizin

Statt abzuwarten, sollten Fachhändler jetzt aktiv werden! Der gebremsten Konsumbereitschaft begegnen Unternehmen am besten mit aktivierenden Maßnahmen. Ein kritischer Blick auf die eigene Vermarktung und Kundenakquise ist derzeit die beste Medizin, um weiterhin erfolgreich zu arbeiten.

„Das Online-Marketing bietet viele konkrete Tools, um mehr Anfragen und Termine einzubuchen.“

Proaktiv Anfragen und Termine generieren

Ist Ihre Website bereits auf Anfragen-/Termin-Generierung ausgelegt? – Die Website sollte nicht nur Kompetenz ausstrahlen, sondern vor allem Kunden aktivieren und Beratungstermine einfahren. Website-Besucher müssen mit „Call-to-Action“-Elementen direkt zur Anfrage animiert werden. User müssen bewusst zur Kontaktaufnahme mit dem Unternehmen hingeführt werden. Einfach darauf zu hof-

fen, dass Kunden versteckte Kontaktdaten nutzen, ist wenig erfolgversprechend.

Ergänzend können Landingpage-Kampagnen zu spezifischen Angebotsbereichen die Kundenfrequenz steigern. – Wählen Sie strategisch Angebote, die auf Ihren Umsatz optimal einzahlen und werben Sie mittels Landingpage-Kampagnen im Netz um Neukunden. „Das Online-Marketing bietet viele konkrete Tools, um mehr Anfragen und Termine einzubuchen. Wer diese Tools noch nicht nutzt, sollte die aktuell laue Marktlage als Startschuss wahrnehmen und loslegen“, erklärt Hemetsberger Möglichkeiten, um aktiv Neukunden zu gewinnen.

Jetzt erst recht: Präsenz zeigen

Kommunizieren Sie regelmäßig mit Ihren Bestandskunden und Interessenten? – Wer bisher noch keine Wege zur kontinuierlichen Kundenansprache etabliert hat, muss jetzt aktiv werden. Effiziente Mittel sind mit überschaubaren Budgets zu realisieren.

Die regelmäßige Pflege der Social Media Kanäle funktioniert unkompliziert und verursacht kaum Kosten. Der Nutzen ist dafür umso größer, denn ein Grundrauschen steigert die regionale Markenbekanntheit. Ein starkes Werkzeug zur Aktivierung von Bestandskunden ist der Newsletter. Ohne hohe Versandkosten sprechen Einrichter damit Interessenten an, die sie bereits einmal mit ihren Leistungen überzeugt haben. „Wir sehen ganz klar, dass Unternehmen, die diese Instrumente anwenden, derzeit wesentlich weniger von einer schlechten Auftragslage betroffen sind. Mit dem Zaudern verliert man nur Zeit und Geld. Besser man packt die Dinge jetzt an, denn auf Wunder darf man in der aktuellen Lage nicht hoffen“, unterstreicht Hemetsberger den Handlungsbedarf.

Neue Anziehungspunkte schaffen

„Wenn der Schauraum leer bleibt, dann sollte dieser einem Refresh unterzogen werden. Kein großer Umbau, sondern ein durchdachtes Makeover kann als Aufhänger dienen, neue Kunden und Stammkunden in den Schauraum zu bringen“, regt Hemetsberger an. Gemeinsam mit den MZE-Innenarchitekten sowie mit Hilfe von MZE-Konzepten können mit geringem Aufwand große Effekte in der Attraktivität der Verkaufsflächen erzielt werden. „Wer danach ein kleines Event auf



„Wichtig ist es, derzeit nicht den Kopf in den Sand zu stecken, sondern aktiv daran zu arbeiten den Erfolg der letzten Jahre als Basis für die fordernde Phase zu nutzen.“

die Beine stellt, regionale Medien, Meinungsmacher und Stammkunden einlädt, der hat ein volles Haus und in Folge viele neue Projekte zu betreuen“, schildert Hemetsberger einen möglichen Ablauf.

Vogel-Strauß-Mentalität ist keine Lösung

„Wichtig ist es, derzeit nicht den Kopf in den Sand zu stecken, sondern aktiv daran zu arbeiten den Erfolg der letzten Jahre als Basis für die derzeit fordernde Phase zu nutzen“, ermutigt Hemetsberger alle Einrichter am Ball zu bleiben und ihren Erfolg selbst in die Hand zu nehmen.

„Für uns ist es sehr wichtig, die Dinge offen anzusprechen. Manch ein Betrieb steht derzeit

unter Schock – die Energiepreise, ein Krieg in Europa und gehemmte Kauflaune. Nach den starken Jahren für Einrichter, muss jetzt aber der Schalter schnell auf ‚Angriffsmodus‘ gestellt werden. Das offen zu sagen, sehe ich als meine Verpflichtung. Mit unserem MZE-Marketingteam bleibt es aber nicht nur bei offenen Worten. Wer will kann mit uns sofort durchstarten und die Selbstermächtigung wählen“, erklärt Andreas Hemetsberger seine Perspektive.

www.mze.at

MZE
NETZWERK WOHNKULTUR

Andreas Hemetsberger

MZE Geschäftsleiter

Österreich und Südtirol

Atterseestraße 40

A-4863 Seewalchen a. Attersee

T: +43 664 88431165

service@mze.at, www.mze.at



KÜCHE&CO ÖSTERREICH

Wachstum im Jubiläumsjahr

Die vergangenen zwei Jahre waren sehr erfolgreiche Jahre für die Küchenbranche. So auch für Küche&Co. Und auch wenn der Wettbewerb um jeden Kunden in der aktuellen wirtschaftlichen Situation voraussichtlich härter wird – mit einer durchdachten Strategie, Unterstützung aus der Franchise-Zentrale und ausgezeichnetem Kundenservice soll die Erfolgsgeschichte auch im Jubiläumsjahr fortgeschrieben werden. Schon im Jänner eröffnet das 13. Studio und ab Frühsommer feiert die österreichische Küche&Co Familie 10. Geburtstag.

Jubiläum in Österreich

„Zehn Jahre Küche&Co in Österreich – das waren zehn intensive Jahre und wir haben viel erreicht“, freut sich Geschäftsführer Michael Stangl. „Entscheidend für den Erfolg ist eine Partnerschaft auf Augenhöhe mit den selbstständigen Inhabern unserer nunmehr zwölf Studios. Alle sind unterschiedlich, aber eines ist allen gemein: Großes Engagement und ausgezeichnete Kundenservice.“ Voraussichtlich im Jänner wird das 13. Studio in Vorarlberg eröffnet. Ein ganz besonderes Projekt, für das der Inhaber, ein Tischlermeister, derzeit extra ein exklusives Gebäude errichten lässt. Hier zeigt sich erneut, wie individuell die Franchisenehmer sind. In diesem Fall soll das erfolgreiche Kerngeschäft um ein Küchenstudio für anspruchsvolle Kunden ergänzt werden. „Auch Quereinsteiger können als Inhaber mit Küche&Co erfolgreich sein“, so Stangl. Die Wahl der Standorte, Fachpersonal und ein intensiver Austausch mit potenziellen Partnern sind Michael Stangl für die Expansion in Österreich besonders wichtig. „Alles muss passen“, ist sich Stangl sicher.

360° Erfolgskonzept in der Expansion

Wer den Sprung in die Selbstständigkeit wagen oder als bereits Selbstständiger ein weiteres Standbein mit hohen Renditen sucht, profitiert mit dem 360°-Erfolgskonzept ab Minute 1 und erhält als Franchisepartner ideale persönliche Unterstützung. Das Erfolgskonzept reicht von der Unterstützung bei Finanzierungsplan und Bankgesprächen bis zur zentralen Gewinnung und kontinuierlich hohen Aussteuerung von Kücheninteressenten – speziell in Krisenzeiten entscheidende Wettbewerbsvorteile. Durch die professionelle Unterstützung stehen die Chancen auf einen erfolgreichen Start in die Selbstständigkeit gleich viel höher.

Möglichst niedrige Energiekosten mit 120 m² Studios

„Unser erfolgreiches 120 m² Studio-Konzept wird auch mit Blick auf steigende Energiekosten immer wichtiger“, weiß Michael Stangl. „Durch die geringere Größe und kleinere Anfangsinvestitionen ist es nicht nur möglich, in preisintensiveren Umgebungen

zu eröffnen. Sondern auch die laufenden Betriebskosten sind hier natürlich deutlich geringer als auf großen Flächen.“ Das 120 m² Konzept deckt auf kleiner Fläche alles ab, was der Kunde zum Küchenkauf braucht. So lassen sich mindestens vier Musterküchen zeigen. Wer zudem eine kleine Fläche für den Einsatz von Virtual Reality (VR) vor-



KÜCHE : FRANCHISE



Franchisepartner werden

Sie möchten mit Küche&Co den Schritt in die Selbstständigkeit gehen?



Dann melden Sie sich gern direkt bei Michael Stangl unter T: 0662 280054 oder per E-Mail: stangl@kuecheco.at



sieht, kann seinen Kunden darüber hinaus die ganze Vielfalt der Küche&Co Welt zeigen. Schon lange arbeitet Küche&Co mit Virtual Reality – in Österreich sogar flächendeckend. Neben einer individuellen und persönlichen Beratung in den Studios müssen natürlich auch die Grundleistungen von Küche&Co stimmen, um den Endkunden auch künftig zu überzeugen und die Marktstellung weiter auszubauen.

Digitalisierung als „Must Have“

Die Franchisepartner schätzen die hohe Digitalkompetenz von Küche&Co. Virtual Reality-Planung ist dabei nicht nur dem 120 m² Konzept vorbehalten. Auch bei allen anderen Studiokonzepten können die Verkaufsflächen mit VR ausgestattet werden. Neben der Küchenvielfalt kann der Kunde über VR auch seine geplante Küche bereits vor dem Einbau besichtigen und so ein ganz besonderes Käuferlebnis erfahren. Auch der Franchisepartner profitiert: Je konkreter sich

der Kunde seine Traumküche entsprechend der eigenen Gestaltungswünsche und der Profi-Beratung vorstellen kann, desto höher ist die Wahrscheinlichkeit, dass es zum Vertragsabschluss kommt. Die virtuelle Begehung zahlt sich also auch in einer höheren Kundenzufriedenheit aus. Neben Virtual Reality erhöhen weitere digitale Services den Kundennutzen. So ist eine Beratung per Videochat heute Standard im Service-Portfolio von Küche&Co.

Auch für die Franchisepartner werden durch die Franchise-Zentrale extra zugeschnittene digitale Services und ein hoher Grad der Automatisierung von administrativen Tätigkeiten angeboten. So gibt es schon seit Markteintritt ein CRM-System, über das zentralgewonnene Kaufinteressenten an das Küchenstudio angesteuert werden sowie eine Zentralregulierung. Auch mit Blick auf den fortwährenden Fachkräftemangel sind diese unterstützenden Systeme und Maß-

nahmen ein absolutes Plus. „Wir sind eben kein klassischer Einkaufsverband“, betont Michael Stangl. „Unsere Franchisepartner profitieren nicht nur von unseren sehr guten Einkaufskonditionen bei unseren Lieferanten, sondern auch von unserem digitalen Know-How und unserer individuellen Beratung und Betreuung.“

Das zur Otto Group gehörende Unternehmen ist ÖFV-zertifiziert und hat bei der aktuellsten Befragung zur Zufriedenheit der Partner überragende Ergebnisse eingefahren: 100 % der befragten Partner würden sich erneut für Küche&Co entscheiden und das Küche&Co Franchisesystem weiterempfehlen. „Darauf ruhen wir uns nicht aus, sondern entwickeln uns immer weiter“, sagt Michael Stangl. „Inhabergeführte, kleinere Studios mit einem TOP Kundenservice werden auch in den aktuell unruhigen Zeiten erfolgreich bestehen.“

www.kuecheco.at

OLINA

Ganzheitliches Design trifft moderne Gemütlichkeit

Mehr als neun Jahre betreibt Alexander Prossliner schon sein Studio in Meran. Nun wurde es großzügig erweitert.

Der branchenerfahrene Alexander Prossliner ist bereits seit 11. Oktober 2013 Franchisepartner von olina. Neun Jahre später, er ist inzwischen aktiver Beirat und amtierender Beiratsprecher im mittlerweile 20 Studios umfassenden Franchise-Netzwerk, hat er sein Studio kräftig ausgebaut. Das bestehend designte Küchenstudio, das als Familien-

„Die nachhaltige Entwicklung des olina Standorts in Meran, aber noch viel mehr die des Unternehmers Alexander Prossliner, ist für uns als Franchisegeber als Best-Practise zu bezeichnen“,

ist sich Martin Laireiter, Geschäftsführer von olina, sicher.

unternehmen geführt wird, liegt direkt an der Ausfahrt Meran-Marling, in der Luis-Zuegg-Straße 56 und wurde im Rahmen der olina-Jahrestagung am 30. September 2022 feierlich eröffnet.

Mehr als 300 m² Geschäftsfläche

Zu Beginn war das 165 m² umfassende Geschäftslokal nur angemietet, konnte aber 2017 erworben werden. Durch die Erweiterung von zusätzlichen 140 m² wuchs die Ausstellung, in der neben olina Küchen auch hochwertigste Wohnkonzepte gezeigt werden, nun auf über 300 m² an. Das Inhaberpaar legt schon seit jeher besonderen Wert auf ein ganzheitliches Konzept. olina Küchen, Essplätze und auch das Thema Schlafen, werden sehenswert in der lichtdurchfluteten Ausstellung inszeniert. Stimmige, authentische Materialien, moderne Gemütlichkeit gepaart mit Spitzentechnologie, spielen hierbei die Hauptrolle.

www.olina.com



Johanna und Alexander Prosslinger freuen sich über die geglückte Geschäftserweiterung.



V.l.: Martin Laireiter (GF olina), Ernst-Martin Schaible (geschäftsführender Gesellschafter DER KREIS) mit Studioinhabern Johanna und Alexander Prosslinger.



wohnsider online BLEIBEN SIE INFORMIERT!

- > Tägliche Top-News aus der Wohn- und Einrichtungsbranche unter www.wohnsider.at
- > Erhalten Sie bequem die aktuellen Top-News wöchentlich per E-Mail – **melden Sie sich zu unserem kostenfreien Newsletter an:** www.wohnsider.at/anmeldung/newsletter.html
- > Folgen Sie uns auf **Facebook und LinkedIn**



/wohnsider



/Gerhard Habliczek



Anmeldung

Zur Newsletter

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

EWE

Am Puls des Küchendesigns

ewe Nordic Infovideo:
bit.ly/3FB8JE4



Küchendesign ist ein großes Wort, hinter dem noch viel mehr steckt. Wie entstehen neue Designs, welche Trends sind wegweisend und werden Küche? wohninsider hat mit Robert Deixler, Leiter ewe Produktmanagement, über das alle und alles bewegende Thema „Designentwicklung bei ewe“ gesprochen. VON GERHARD HABLICZEK & SYLVIA PILAR

wohninsider: Wie lässt sich ein immer neues Küchendesign gestalten? Wo holen Sie sich Inspiration?

Robert Deixler: Es ist ein Konglomerat von Einflüssen. Einerseits betreiben wir selbst Trendscouting. Christian Weinberger, der in unserem rund 20-köpfigen Entwicklungsteam den kreativen Part inne hat, und ich sind viel auf Messen unterwegs, nicht nur auf Möbel- und Designmessen, sondern durchaus auch bei branchenfremden Veranstaltungen wie der Heimtextil in Frankfurt, wo wir uns zum Beispiel Farbimpulse holen. Gerade bei Farben schauen wir auch stark auf die Automobil-Industrie, die mit Color-trends immer einen Zyklus vor der Möbelindustrie liegt. Viele Innovationen sind natürlich Lieferanten-getrieben und wir erkennen bei der Präsentation der Neuheiten mit unserem Know-how und ein bisschen Bauchgefühl,



welche bei uns und unseren Kund:innen reüssieren. Viel Einfluss auf Möbeldesign und Einrichtung haben aber auch Veränderungen beim Haus- und Wohnungsbau.

Welche?

Bei Open-Space-Konzepten wird offen von der Küche in den Wohn- und Essbereich geplant, was natürlich Veränderungen bei Küchen mit sich gebracht hat. Die Fusion zwischen Küchen-, Ess- und Wohnraum-möbel ist für uns eine zusätzliche Chance. End-konsument:innen haben die Bereiche gerne aus einem Guss und das bietet für uns die Möglichkeiten, auch den Wohnbereich mit-zubespielen, wie es zum Beispiel auch das Nordic-Konzept von ewe zeigt. Oft fallen Keller weg, Technik und Vorratsäume wandern hinauf

und werden in der Wirtschaftsküche untergebracht. Auch das bietet gute Möglichkeiten. Ein Hauswirtschaftsraum braucht ja nahezu denselben Korpus mit denselben Anforderungen hinsichtlich Widerstandsfähigkeit und Pflegeleichtigkeit der Materialien. Für uns sind das positive Entwicklungen, mit denen wir unseren Fokus erweitern können.

Ist das Möbel wichtiger geworden, weil es mehr in den Wohnraum geht?

Ja, und Oberflächen spielen eine ganz große Rolle. In aller Munde und bei End-kund:innen beliebt sind aktuell supermatte Lösungen mit Anti-Fingerprint-Eigenschaften, weil sich der Pflegeaufwand reduziert. Wir haben mit „nanoo“ eine Oberfläche, die nicht nur mit Anti-Fingerprint pflegeleicht ist, sondern auch dank des

„Die Fusion zwischen Küchen-, Ess- und Wohnraum-möbel ist für uns eine zusätzliche Chance.“

Robert Deixler, Leiter ewe Produktmanagement



Natürlichkeit & Design: ewe Nordic.



Der Trend bei Hölzern und Furnierauswahl gehe in eine ruhigere Richtung. „Mit Nordic haben wir ihn schon ein bisschen vorweg genommen“, so Robert Deixler.

Abperleffekts. Sie macht bei uns schon mehr als ein Viertel des Umsatzes aus. Als Gegenteil zu glatten, samtigen Oberflächen kommen immer haptischere Oberflächen, sei es bei Holzdekoren die Struktur- oder Synchronpore oder auch in anderen Materialfamilien, indem das Material naturnah nachgestellt wird. Spannend ist auch die Kombination beider Trends.

Wie lange bleibt ein Küchendesign am Markt?

Die Zyklen werden tendenziell länger, weil wir merken, dass es teilweise bis zu zwei Jahre braucht, dass Küchendesigns auch wirklich am Point of Sale angekommen sind. Gute Produkte bleiben fünf, teilweise zehn Jahre im Sortiment. Krampfhaft in starren Launchzyklen Neuheiten herauszubringen, auch wenn der Handel nicht aufnahmefähig ist, macht keinen Sinn. Wir haben sie aufgeweicht und präsentieren teilweise in zwei Launchgates pro Jahr. Wir bringen Produkte auf den Markt, wenn wir sie als marktfähig erachten. Dadurch können wir besser auf kurzfristige Einflüsse oder Trends reagieren. Außerdem können wir uns konstruierte Trends von der Vorindustrie mit etwas Zurückhaltung anschauen, ob sie Anklang bei den Endverbraucher:innen finden. Ein Thema, bei dem ich skeptisch bin, sind die aktuellen Rillenfronten. Wir verfolgen die Entwicklung, sie steht aber eigentlich im krassen Widerspruch zu den glatten, pfe-

geleichten Oberflächen und Fronten, die Endkund:innen schätzen.

Wieviel im Voraus beginnt die Designentwicklung?

Bei Farben und Dekoren versuchen wir, kurzfristig zu reagieren. Bei klassischen Innovationen im Bereich von Dekoren und funktionellen Elementen sind wir selbst Trendtreiber, oft auch in Kooperation mit den Vorlieferanten in Entwicklungen involviert oder setzen auf eigene Produktentwicklung und arbeiten dabei auch mit unseren Schwesterfirmen im Konzern zusammen.

„Als Gegenteil zu glatten, samtigen Oberflächen kommen immer haptischere Oberflächen, sei es bei Holzdekoren die Struktur- oder Synchronpore oder auch in anderen Materialfamilien, indem das Material naturnah nachgestellt wird.“

Wenn Sie auf Ihren Schreibtisch blicken: Welche Küche wird aktuell geplant?

Wir sind aktuell in den Überlegungen für Konzepte, die wir voraussichtlich im Herbst 2023 auf den Markt bringen werden. Wie die Küche aussieht, darf ich natürlich nicht sagen, aber die Tendenzen habe >>



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

MHK. MEIN KÜCHENSPEZIALIST

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

Als MHK Partner profitieren Sie von:

- ▽ einem gebündelten Einkauf
- ▽ attraktiven Eigenmarken zu top Konditionen
- ▽ einer eigenen Planungssoftware, die Küchenträume realisiert
- ▽ maßgeschneiderten Marketingkonzepten



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



ewe nanoo®
Infovideo:
bit.ly/3UlsL3w



„In aller Munde und bei Endkund:innen beliebt sind aktuell supermatte Lösungen mit Anti-Fingerprint-Eigenschaften, weil sich der Pflegeaufwand reduziert.“

Die supermatte Oberfläche ewe nanoo® punktet mit Anti-Fingerprint und Abperleffekt.

ich schon skizziert, unter anderem dass Haptik sehr gefragt ist. Dem Thema widmen wir uns intensiv mit den verschiedensten Überlegungen.

Für Konsument:innen ist eine Küche meist ein Gebrauchsgegenstand. Wie stark ist der Einfluss des Designs beim Verkauf?

In der Corona-Zeit hat sich einiges verändert. Die Funktionalität ist mehr in den Vordergrund gerückt. Es gibt spannende Markterhebungen, die ausweisen, dass je technischer die Küche ist, umso mehr entscheiden auch Männer mit. Bei der Designküche ist das Verhältnis schon fast 50:50, beim Großteil sind vorwiegend Frauen die Entscheiderinnen.

„Bei den Hölzern, der Furnierauswahl ist eine Trendwende erkennbar.“

Sehen Sie neben Haptik auch noch weitere Trends?

Bei den Hölzern, der Furnierauswahl ist eine Trendwende erkennbar. In den letzten Jahren waren charakteristische, archaisch gezeichnete Hölzer wie Wildeiche mit lebhaftem Flader angesagt. Jetzt geht es in eine ruhigere Richtung, eine nahezu astfreie, geradlinige Furnierauswahl. Dieser Trend wird sich sicher in den nächsten Jahren manifestieren. Mit Nordic haben wir ihn schon ein bisschen vorweg genommen.

Das skandinavische Design ist also auch angesagt?

Scandi-Design ist ein Trendthema. Die ewe Nordic hat ihren Ursprung in Skandinavien und wir sind mit ihr klarer Designvorreiter in Österreich. Wir haben das nordische Lebensgefühl in eine Küche übersetzt, die sich durch natürliche Materialien, reduzierte Formen, zurückhaltende Farben, hochwertige Oberflächen und minimalistisches Design auszeichnet. Wir sind sogar noch einen Schritt weiter gegangen. Elemente wie Sideboards und offene Regale passen vom Design ja nicht nur in die Küche, sondern auch in die Wohnbereiche. Mit Nordic lassen sich so ganzheitliche Küchen- und Wohnkonzepte realisieren, auch in Kombination mit anderen Stilrichtungen.

Bei Armaturen kommen Systeme dazu, mit denen relativ viel Technik unter die Spüle wandert, ebenso Müllsammelsysteme. Ist das ein Problem für den Handel?

Der Trend kommt vonseiten der Vorlieferindustrie, wir bringen die Lösungen ins Möbel und es sind oft Systeme, die sich gut integrieren lassen. Es wird sicher noch ein intensiveres Augenmerk darauf zu richten sein und hier sind wir dran.

Und das Thema Licht?

LED ist gesetzt, bei unserer Produktentwicklung und den Küchen immer mit dabei. Es stellt sich nur die Frage der Nachhaltig-

keit hinsichtlich der Zerlegbarkeit und Recyclebarkeit der Produkte, auch beim Licht. Das ist heute aber fast ein Basic und ein Punkt in unserer Liste bei der Produktentwicklung.

Es geht also in Richtung Kreislaufwirtschaft?

Als Österreichs erster klimaneutraler Hersteller hat sich ewe Nachhaltigkeit auf die Fahnen geheftet. Wir sind hier sehr aktiv und haben schon proaktiv Projekte gestartet. Bei unseren Handelspartner:innen sind Regionalität und unsere Position als österreichischer Erzeuger mit nahezu ausschließlich heimischen Vorlieferanten wichtig und Faktoren, die auch im Verkauf an Bedeutung gewinnen.

Wie sehen Sie das Thema „grifflose Küche“?

Nahezu die Hälfte unserer Küchen basieren auf dem Konzept einer grifflosen Küche. Die elektrische Öffnungsunterstützung ist wieder nahezu verschwunden und die grifflose Küche steigt wieder stärker an. Vertikale Griffmulden bei Hochschränken haben die Gestaltungsmöglichkeiten erweitert. Bei den Griffen selbst und den Umfeldmaterialien hat sich Schwarz als „die“ Farbe herausgestellt. Schwarz ist gekommen, um zu bleiben, aber auch anthrazit ist hier stark im Trend.

www.ewe.at



AEG

WARUM NICHT DEN GANG WECHSELN

Brechen Sie mit alten Gewohnheiten und erfinden Sie Genuss neu.
Kochen Sie nachhaltiger, ohne auf guten Geschmack zu verzichten. So leben
Sie nach Ihren Vorstellungen und schonen gleichzeitig die Umwelt.
Warum mit alten Standards zufrieden geben, wenn Sie mehr erreichen können.

FÜR ALLE DIE MEHR ERWARTEN

NOODLES NOODLES & NOODLES CORP.

NOODLES Infovideo:
bit.ly/3ESL7sC



Neu für den österreichischen Markt

Was ist das wichtigste für einen Fachhändler in der heutigen Zeit? Er muss anders sein als alle anderen. Differenzierung ist angesagt. Das deutsche Unternehmen NOODLES NOODLES & NOODLES CORP kurz „NOODLES“ ist in Österreich gelandet, mit Möbeln, die nicht vergleichbar sind. wohninsider hat die Firma unter die Lupe genommen und sich speziell dem Thema Küche gewidmet. Warum Küche? Weil „NOODLES“ im Mai auf den küchenwohntrends in Salzburg zu sehen sein wird.



NOODLES – die andere Küche.

„Wir haben schon einige Küchen nach Österreich verkauft, an Kunden, die extra in Berlin angereist sind, um in unseren Showroom zu kommen. Aufgrund des starken Interesse macht es Sinn, dass Interessenten ihre Authentic Noodles Kitchen über einen regionalen Küchenhändler beziehen können“, sagt Christian Geyr, einer der Unternehmensgründer.

Der Start

Christian Geyr erzählt: „Alles beginnt mit einer Idee. Die kam uns vor dreißig Jahren mit einem Film. Einer von den wenigen, die man in unseren Augen mindestens einmal gesehen haben muss: ‘Once Upon a Time in America’ hat uns nachträglich an das Zeitgefühl des New Yorks der 20er Jahre gefesselt. Eine Zeit, in der herausragende Ingenieure und Hunderte von Arbeitern die bedeutenden Ikonen der klassischen Stahlarchitektur geschaffen haben, die bis heute typisch für das Bild der Millionenstadt sind. Der Punkt, an dem Sergio Leone mit seinem epischen Film in unseren jungen Köpfen den kreativen Funken gezündet hat, gemeinsam etwas auf die Beine zu stellen, hätte vom Amerika des frühen zwanzigsten Jahrhunderts nicht weiter entfernt sein können: Und während die späten Achtziger und frühen Neunziger

hierzulande größtenteils bunt und schrill waren, entwickelten wir, lange bevor der Retro-Industrial-Style und Vintage Klassiker allgemein populär wurden, einen Faible für den Style dieser Epoche. Spontan taufte wir unsere gemeinsame Unternehmung frei nach Leones charismatischem Filmcharakter „NOODLES“ – NOODLES NOODLES & NOODLES CORP.“

Heute

„NOODLES“ ist seit über 25 Jahren Partner von ausgewählten Einzelhändlern, Messeveranstaltern, Showroom-Betreibern, Gastronomen und Hoteliers. Mit den Möbeln werden ausgewählte Veranstaltungen und Räume im klassischen NOODLES Stil ausgestattet. Gerne werden auf Anfrage individuelle Sonderanfertigungen, die eigens auf die Wünsche der Kunden und ihrer Bedarfsanforderung zugeschnitten werden, produziert.

NOODLES & SMEG

Die Herde, Kochfelder und Backöfen des italienischen Familienunternehmens Smeg sind wie gemacht für den lässigen Authentic Kitchen Look. Die Serien Classici, Cortina, Victoria und Portofino bieten eine Vielzahl an Möglichkeiten Küchenzeilen von nostal-

gisch bis modern zu gestalten. Die Geschirrspüler passen als Untertischgerät oder Einbauspülmaschine mit Noodles-Stahlfront. „NOODLES“ ist jährlich in Kooperation mit SMEG auf Gut Böckl während der Küchenmeile in Ostwestfalen zu sehen und kommt jetzt, wie schon erwähnt, vom 3. bis 5. Mai nach Salzburg mit einer aktuellen Präsentation und weiteren Partnern.

NOODLES & BORA

Als Neuheit sieht man die NOODLES AKI – BORA P3. Dabei handelt es sich um eine Kücheninsel im typischen Noodles Industrial Look, die speziell zur Ausstattung mit Bora Professional 3 konzipiert ist. Die Produkte beider Marken ergänzen sich perfekt und sind ein echter Hingucker. Lässiger RetroWerkstattstyle mit High End Funktionalität, deren Technik begeistert.

NOODLES & LACANCHE

Beide Marken kultivieren ihr Gestaltungsprinzip, dem sie über Jahrzehnte hin treu bleiben. Nachhaltigkeit durch Langlebigkeit: Auch darin gleichen sich die Erzeugnisse beider Hersteller: Einmal erbaut, halten ihre Produkte für die Ewigkeit. Und sollte etwas kaputt gehen, kann es repariert werden.

Die Küchenmöbel

Markant-Charmant, solide und praktisch: NOODLES KITCHEN FURNITURE überzeugt stets durch praktischen Minimalismus und eine Extraportion Charme. Mit der unverwechselbaren dunklen Zunderschicht, die matt versiegelt ist oder mit seidenmatter Lackierung in reinweiss oder anderen Farben. In Kombination von NOODLES KITCHEN FURNITURE und Elektro Geräten, lässt sich für jeden die passende Küche konzipieren. Egal ob als kleine Küche für eine Miet- oder Eigentumswohnung oder als großzügige Wohnküche mit Kochinsel. Im Arbeitsbereich lassen sich solide, geschmackvolle Mitarbeiterküchen konzipieren, die optisch eine Bereicherung sind und Dank der soliden Konstruktionsweise stärksten Beanspruchungen standhalten. „NOODLES“ hat aber nicht nur Küchenmöbel sondern NOODLES AUTHENTIC FURNITURE bietet für nahezu alle Wohnbereiche ihre Kreationen im Industrial Design Look auch für Retail, Office und Showroom, Messen und Events, Gastro und Hotel.

NOODLES AUTHENTIC FURNITURE ist eine unendliche Liebeserklärung an das Industrial Design des frühen 20. Jahrhunderts. Mit viel Leidenschaft für richtig gutes Design und Handarbeit rücken die drei Gründer seit 1990 den Fokus ihrer eigenen Kreationen in die Fortführung der Tradition des guten alten Handwerks – und das nicht nur für Fans dieser Historie. Sie verschmelzen Szenekultur,

Gastro, Shops und Urban Lifestyle mit hohem Qualitätsanspruch und einer Riesenportion Geschmack, Atmosphäre und Stil. „Bei uns gibt es nichts, was wir nicht auch selber mögen“, sagen uns André Reitemeyer und Wolfgang Ahles, die beiden weiteren Mitglieder des Gründungstrios.

Möbel für den universellen Gebrauch

Ein besonderes Merkmal von NOODLES AUTHENTIC FURNITURE ist, dass sich die Möbel im Arbeits- und Wohnbereich einsetzen lassen. Die Kleiderständer eignen sich zum Beispiel gut für die private Garderobe, leisten aber auch gute Dienste als Garderobenständer. Ob

in Agenturen, Büros oder im Einzelhandel. Das Design macht einen starken Eindruck bei Warenpräsentationen in Showrooms, Läden oder auf Messen. Tische funktionieren als Esstisch, im Homeoffice, in der Agentur oder der Gastronomie. Regale, Sideboards und Schränke sind von ihren Maßen auf Aktenordner abgestimmt, lassen sich aber auch mit der 33“ Plattensammlung, Bildbänden, Gläsern und Geschirr oder Lebensmittelvorräten befüllen. Die Betten sehen gut aus und sind eine Bereicherung für jedes Schlafzimmer. Haben aber auch schon ihren Platz in Hotelzimmern gefunden.

www.noodles.de

www.authentic-kitchen.de



NACHHALTIGKEIT UND EHRICHE MATERIALIEN:

- **Stahl** – die für dieses Material typisch dunkle Zunderschicht, die bei der Abkühlung der glühend-heiß verarbeiteten Stahlwinkel, Flacheisen und Bleche entsteht, prägt wesentlich den markanten Charakter von NOODLES AUTHENTIC FURNITURE. In der Steel-Authentic Basisausführung der Möbel werden die Oberflächen der Stahlelemente transparent matt versiegelt. Wahlweise mit Bienenwachs, Klarlack oder transparenter Pulverbeschichtung. Das schützt vor Abrieb und bewahrt den natürlichen Charme. So kann die typische Oberflächenstruktur und Farbe des dunklen Naturstahls schön zur Geltung kommen. Der Stahl zur Herstellung von NOODLES AUTHENTIC FURNITURE wird sorgfältig ausgewählt. Jedes Möbelstück ist einzigartig.

- **Holz** – die perfekte Ergänzung zu Stahl. Zur Ausstattung der Möbel wird ausschließlich Kiefernholz aus nachhaltiger Forstwirtschaft verwendet. Die massiven Holzbretter sind verleimt. Die Oberfläche wird aufwendig gebürstet und mit einem hochwertigen Naturölprodukt veredelt. Dadurch kommt die attraktive Holzmaserung gut zur Geltung und ergibt einen leicht strukturierten Griff. Ein Vintage-Look, der sich perfekt mit dem Stil der Möbel ergänzt.

- **Leder** – Wenn es um Sitzmöbel geht, findet Leder seit jeher Verwendung. Geschätzt für die außerordentliche Belastbarkeit und den typischen Look der durch häufige Nutzung entsteht, passt es bestens zu den anderen Werkstoffen. Die gepolsterten Sitzdeckel für Holzkisten oder gepolsterten Sitzteller für Hocker verleihen den Möbeln noch mal Extraklasse.

- **Glas** – ergänzt Holz und Stahl. Mit den passenden Glasdeckeln für die Holzkisten hat man die Möglichkeit Lieblingsstücke zu verstauen und diese weiterhin betrachten zu können. Seien es Bücher, Zeitschriften oder Sammelstücke.

- **Keramik** – altmodisch und doch zeitgemäß. Die Keramik-Spülbecken, die zur Ausstattung von „NOODLES“ verwendet werden, kommen von dem deutsch-französischen Hersteller Villeroy und Boch. Sie passen perfekt zum Stil von „NOODLES“.

- **Edelstahl** – Edelster Stahl mit höchstem Reinheitsgrad ist das beste Material für Wasserhähne, wenn es um Reinheit und Hygiene geht. Die Wasserhähne fertigt die schwedische Manufaktur Nivito, die sich auf die Herstellung hochwertiger Armaturen aus 100 % Edelstahl spezialisiert hat.

RUND UM SPÜLE & CO.

Umsatzbringer Küche

Küche bedeutet Arbeit, vielleicht auch Hobby, aber grundsätzlich ist Koch oder Köchin ein Beruf, der in mehrjähriger Ausbildung erlernt werden muss. In der heutigen modernen Küche soll einem das Arbeiten aber so bequem als möglich und so schön als möglich gemacht werden. VON GERHARD HABLICZEK

Die verschiedenen Tätigkeiten in der Küche verlangen verschiedene Voraussetzungen und den (technischen) Entwicklungen dazu sind kaum Grenzen gesetzt. Die Küche hat sich verändert und verändert sich laufend. Sie wächst immer mehr in den Wohnraum und wenn wir von Küchenarbeit sprechen, dann soll das natürlich nicht im Wohnzimmer passieren. Die Küche muss funktionell sein, sie muss aber auch zum Wohnen passen. Das eigentliche Tun – die Arbeit – sollte man gar nicht bemerken. Nicht hören, nicht sehen, nicht riechen. Dabei muss es noch hygienisch, energiesparend und nachhaltig abgehen.

Die Küchenmöbel

Vom Design her ist bei den Küchenmöbeln vieles (man kann sagen fast alles) möglich. Es ist eine Frage des Geschmacks, des Budgets und der Quadratmeter. In die Küche muss immer mehr hinein, sprich der Stauraum wird immer gefragter. Warum? Weil Neubauten aufgrund der Grund- und Baukosten immer teurer werden. Ein teurer Keller wird nicht mehr ausgehoben, die Häuser werden auf Betonplatten errichtet. Nichts ist mehr mit Weinkeller, Waschküche, Lebensmittelregalen und sonstigem. Alles wandert nach oben zu ebener Erde. In den Wohnungen werden kleine Küchenräume und kleine Wohnzimmer zu einer größeren Wohn- und Essküche zusammengelegt. Die abgetrennte „Wirtschaftsküche“ ist entstanden. Was früher im Keller war, ist jetzt dort. Das Argument: „Ich habe keinen Platz für eine Wirtschaftsküche“, zählt nicht. Wenn man keinen Keller hat, dann müssen Waschmaschine, Bügelbrett, Skier, Getränkeflaschen usw. woanders hin. Der Platz ist immer eine Planungssache und da sind die professionellen Küchenplaner gefordert. Ist ja auch schließlich ihr Job.

Die Spüle

60 Prozent der „Küchenarbeit“ passieren an, in und um die Spüle. Man wäscht sich an der Spüle öfter die Hände als zum Beispiel



im Badezimmer besagt eine Studie. Kein Wunder also, dass in diesem Bereich die Entwicklungen wirklich enorm sind. Das frühere „Becken“ für viel Wasser ist zum wichtigsten Arbeitsplatz in der Küche geworden. Mit unzähligen zusätzlichen Ergänzungen erleichtern moderne Spülen die Arbeit von Koch oder Köchin. Und: bieten Fachberater und Fachberaterin ein Tool für mehr Umsatz sowie im Nachhinein für die Kundenbindung. **wohninsider Tipp:** Derzeit klagt man über Frequenzrückgang in der Einrichtungbranche. Machen Sie für Ihre Stammkunden ein Event – ein „Spülenevent“ – und zeigen Sie welche praktischen Hilfen für die Küchenarbeit es an, in und um die Spüle gibt.

Die Armatur

Die Zeiten eines simplen Wasserhahns sind vorbei. Die Zeit eines Wasserhahns den man mit Knopfdruck zur Brause umstellen kann auch. Moderne Armaturen können längst viel mehr. Kochend heißes Wasser, kühles sprudelndes Sodawasser, gefiltertes Wasser – sie sind wasser-, energiesparend und sicher. Und sie sparen in der Küche was ganz wichtiges – sie sparen Platz. Sie brauchen keinen Wasserkocher, sie brauchen keinen Sodastreamer, sie brauchen keinen Platz im

Kühlschrank für Mineralwasserflaschen, womöglich noch aus Plastik.

wohninsider Tipp: Die Installateursbranche ist derzeit aktiv bei ihren Stammkunden unterwegs. Sie präsentieren die neuen Möglichkeiten moderner Armaturen und bieten eine Optimierung der vorhandenen Anlagen an. Gute Möglichkeit für einen Kundenkontakt in einer schwächer werdenden Geschäftsfrequenz. Könnte es sein, dass der Küchenfachhandel hier einiges an Umsatz liegen lässt und eine Chance verpasst?

Arbeitsplatte

Neben den eigentlichen Möbeln ist die Arbeitsplatte das Designelement in einer Küche. Selbst „alte“ Küchen können mit einer neuen, tollen Arbeitsplatte enorm aufgepeppt werden. Speziell in diesem Bereich steht das Thema Nachhaltigkeit ganz oben. Das österreichische Unternehmen STRASSER Steine hat jetzt mit Alpinova (*sehen Sie Seite 62*) einen weiteren Meilenstein gesetzt: Es gibt die erste RE-STONING Küchenarbeitsplatte der Welt.

wohninsider Tipp: Die Herkunft und die Eigenschaften einer Arbeitsplatte wie Pflegeleichtigkeit, Hygiene, Kratz- und Hitzebeständigkeit gehören unbedingt ins Verkaufsgespräch. ■

Die neue Dimension

Die BSH Gruppe ist eine Markenlizenznehmerin der Siemens AG

von Freiheit

Ob **inductionAir Plus** oder **glassdraftAir** – ein schöneres Kompliment kann man seiner Küche nicht machen. Die innovativen Kochfelder kombinieren einen leistungsstarken Dunstabzug mit einem modernen, offenen Design. Damit schaffen sie ein kommunikatives Ambiente und ermöglichen den Blick auf das Wesentliche: deine Gäste.



Siemens Hausgeräte

SIEMENS

SACHSENKÜCHEN

Das Herzstück der Küche – der Korpus

Das wohl wichtigste Element einer jeden Küchenplanung ist der Küchenkorpus. Durch seine individuelle und moderne Ausstattung bietet er dem Kunden optimal genutzten Stauraum, er ist modern und praktisch in der Anwendung und verhilft zu Planungsfreiheit bei der Küchen- und Wohnraumgestaltung.



Die Unterschiede liegen oft im Detail. Sachsenküchen ist seit vielen Jahren für die innen und außen dekorgleichen Schränke bekannt. Mit derzeit 24 Korpusdekoren und der Möglichkeit der furnierten oder lackierten Sichtseiten haben die Kunden heute schon ein Höchstmaß an Gestaltungsspielraum. Ebenso gehören gefälzte und geschraubte Rückwände seit vielen Jahren zum Sachsenküchen Standard. Für noch mehr Stabilität haben die Unterschränke nun eine 130 mm breite Traverse aus stabiler Tischlerplatte bekommen. Diese sorgt vor allem bei dünnen Arbeitsplatten für noch mehr Festigkeit. Das neue Sockelsystem ist hoch flexibel und lässt in puncto Montagefreundlichkeit keine Wünsche offen. Die Hängeschränke haben einen neuen verdeckten Aufhängebeschlag mit einer Tragkraft von über 150 kg bekommen und die Türbänder im Standard eine 3D-Verstellung. Wer ganz besonders viel Wert auf Biegefestigkeit, Schraubenauszugsfestigkeit oder Gewichtsreduktion legt, darf gern auf den bewährten Premiumkorpus der Sachsen wechseln. Parallel ausgerichtete vollverleimte Holzstäbe bilden den Kern des Materials und vereinen alle wichtigen Stabilitätseigenschaften des Tischlerplattenkorpus.

Auch im Inneren der Schränke hat sich einiges getan. Seit Jänner 2022 gehört das Box-

System „SCALA“ aus dem Hause GRASS zum neuen Standard bei Sachsenküchen. Optional gibt es weiterhin eine Glasseite für den Auszug. Passend zum Design der Box-Zarge werden auch die Vorratsschränke im Standard mit ARENA-PURE Tablaren ausgestattet. Die geschlossenen Seiten der Tablarböden und die Box-Zarge ergeben ein harmonisches Gesamtbild und werben das Innenleben der Schränke deutlich auf. Die Schubkästen haben eine neue, sehr filigrane Inneneinteilung aus Holz bekommen. Angeboten werden die Farben Eiche Natur und Esche schwarz.

„Mit unserem Korpus-Upgrade und der Aufwertung der Innenausstattung haben wir unseren Standard deutlich angehoben. Damit möchten wir unseren Anspruch als Anbieter hochwertiger Küchen noch einmal deutlich betonen“, so Geschäftsführer Elko Beeg.

Das Korpusortiment der Sachsen erfreut sich einer großen Vielfalt. Neben dem stetigen Ausbau der Küchenmöbel gibt es auch ein umfangreiches Bad- und Wohnmöbelsortiment. In Kombination mit Gestaltungselementen, wie passende Verkleidungsmaterialien oder Regalkombinationen, Zubehörartikel und passend abgestimmte Emotionsbeleuchtung, verhelpen sie den Küchen- und Wohnraumplanungen zu unend-

lich vielen Möglichkeiten. Eine professionelle Raumgestaltung beinhaltet eben nicht nur das Aneinanderstellen der Korpusse, vielmehr ist es das perfekte und auch praktische Kombinieren der Nutzungseigenschaften eines jeden Schrankes verbunden mit der richtigen Farb- und Stilauswahl.

www.sachsenkuechen.de

Sachsenküchen

Tief verwurzelt im Tischlerhandwerk, mit den Vorteilen industrieller Fertigung – seit über 100 Jahren produziert Sachsenküchen aus Obercarsdorf bei Dresden hochwertige Küchen, Bäder und Wohnmöbel. Mit einer State-of-the-Art-Fertigung in Losgröße 1 ebnet Sachsenküchen seinen Händlern und den Endkunden den Weg zur individuellen Traumküche. Die große Kunden- nahe, die hervorragende Qualität der Produkte und die Innovationskraft des Unternehmens zahlen sich aus: Seit den 1990er-Jahren verzeichnet Sachsenküchen ein kontinuierliches Wachstum. Mit 240 Mitarbeitern, einer Exportquote von über 50 Prozent, einem Jahresumsatz von rund 54 Millionen Euro in 2021 ist Sachsenküchen auf dem besten Weg, dieses Wachstum weiter fortzusetzen.

COMPAIR PRIME flow®



naber.com



Naber®

Quantensprung der
Lüftungstechnik!



BUCHREZENSION | MARCUS KUTRZEBA

Genial erfolgreich

Auf die richtige Einstellung kommt es an. Nicht nur im beruflichen Alltag, sondern auch im täglichen (Privat-)Leben.

Eine oft und gern gehörte Floskel wird von Buchautor und Führungs- und Vertriebs-trainer Marcus Kutrzeba in seiner aktuellen Publikation mehrfach belegt und begründet. In gewohnt locker-flockiger Schreibweise wandelt der einst auf der ATP-Weltrangliste vertretene Vertriebsprofi durch 206 ebenso amüsante wie praxisnahe Buchseiten. Er beschreibt Szenen beim Bundesheer ebenso wie am Kinderspielplatz oder in der Gehaltsverhandlung.

Wohl jeder wird sich durch die eine oder andere Anekdote angesprochen oder vielleicht sogar ertappt fühlen und sie daher in Erinnerung behalten bzw. umsetzen. Kutrzeba

geht dabei Fragen auf den Grund, warum etwa nur 10 % der Start-ups wirtschaftlich überleben, räumt gleichzeitig mit Floskeln wie „Hallo, wie geht’s?“ ebenso auf wie mit schlaun Sprüchen à la „Happy wife, happy life“. Oder ist da am Ende doch auch etwas Wahres dran? ...

Unter dem Strich motiviert der erfahrene Coach etwa zu einer gemeinsamen Einigung denn einem einsamen Kompromiss und macht Mut zu ein bisschen „Verrücktheit“ im Alltag.

ISBN 978-3-527-51109-9 erschienen im Wiley-Verlag 2022.



Buchautor und Coach Marcus Kutrzeba.

FRANKE

Ein Blickfang für die Küche

Die neuen Metallic-Farben der Mythos Masterpiece Becken verleihen jeder Küche einen eleganten, künstlerischen Look. Die Becken sind in markantem Anthrazit, warmem Kupfer und glänzender Gold-Optik erhältlich.

Passend zu den Edelstahlbecken mit ihrer klaren Formensprache sind auch Armaturen, Spülmitteldispenser, Zubehör, Abläufe, Überläufe und Druckknöpfe in den drei Metallic-Farbtönen erhältlich. Mit markantem Anthrazit, warmem Kupfer und funkelndem Gold gibt Mythos Masterpiece der Küche einen kunstvollen Schliff. Für einen durchgängigen Look werden alle Elemente in einer Optik gewählt. Es lassen sich aber auch ganz individuelle Farb-Kombinationen realisieren, der Kreativität darf freier Lauf gelassen werden. Die exklusiven Edelstahlbecken sind für den 45er, 60er und den 80er Unterschrank erhältlich.

Innovative Technologie

Mythos Masterpiece basiert auf der innovativen F-Inox Technologie, einer speziellen Beschichtung auf PVD-Grundlage. Diese erzeugt eine glatte und sehr kratzresistente



Für einen harmonischen Look aus einem Guss werden alle Komponenten im gleichen Farbton gewählt, etwa in warmem Kupfer.



Dank spezieller Beschichtung durch F-Inox Technologie wird eine höchst kratzresistente und pflegeleichte Oberfläche auf den Edelstahlbecken erzeugt.

Oberfläche auf den Edelstahl-Becken und Zubehörteilen. Zugleich garantiert sie die langanhaltende Schönheit der drei Metallic-Farben. Dank der F-Inox-Technologie ist die Mythos Masterpiece mit ihren Metallic-Nuancen hygienisch, strapazierfähig und hitzebeständig – sie verträgt selbst kochend heißes Wasser. Die einzigartige Beschichtung reduziert Fingerabdrücke und lässt sich dank ihrer wasser- und ölabweisenden Eigenschaften mühelos sauber halten. Damit unterstreicht Franke einmal mehr seine Kompetenz in Bezug auf Materialität und Haltbarkeit seiner Produkte.

Maximale Gestaltungsfreiheit

Abgerundet wird das Sortiment mit einem optional erhältlichen Schneidebrett, einem farblich abgestimmten Abtropfbecken, der passenden Rollmatte als Abtropffläche und einem markanten Gitter als zusätzlichen Schutz des Beckens. Kombiniert werden sie mit den formschönen Armaturen Atlas Neo und EOS Neo, die Franke in den identischen Farben wie die Becken im Sortiment hat.

www.franke.de

„Mit Mythos Masterpiece bringen wir ein Kunstwerk in die Küche, das die vielfältigen Ansprüche an das Leben und die wachsenden Erwartungen der Verbraucher erfüllt.“

Walter Albé, Vice President R&D and Category Management Franke



Es sind auch ganz individuelle Kreationen möglich – die Einzelelemente der Mythos Masterpiece lassen sich frei kombinieren.

BALLERINA

Mehr Komfort zum Wirtschaften in der Küche

ERGOPLUS Infovideo:
bit.ly/3W3rUvs



Jeder Mensch ist anders und stellt je nach Komfortbedürfnis, Alter und körperlichen Voraussetzungen andere Anforderungen an seine Einrichtung. Mit ERGOPLUS lassen sich Küchen exakt auf alle Ansprüche hin abstimmen.

ERGOPLUS bereitet mit vielen komfortablen Details Freude – praktisch, bequem und ergonomisch. Der Alltag wird erleichtert durch vielfältige Optionen, die die Küche zu einer maßgeschneiderten Komfortzone machen. Mit ERGOPLUS-Funktionselementen werden die Arbeitsabläufe optimiert. Dieses ist z.B. ein ausziehbarer Tablarboden, der bei Bedarf zur zusätzlichen Abstell- oder Arbeitsfläche wird. Der hochgebaute Geschirrspüler lässt sich im Stehen oder Sitzen ein- und ausräumen – auf Wunsch elektrifiziert: Die Lift- oder Klapptüren fahren dank der TIP-ON-Technologie selbsttätig hoch. Voll ausziehbare Auszüge garantieren Übersichtlichkeit – Vorräte lassen sich so bequem entnehmen und auffüllen. Ein hochgebauter Backofen erhöht die Sicherheit und den Komfort. Ein abgeschrägter Unterschrank und eine niedrigere Arbeitshöhe erlauben den Abwasch im Sitzen oder mit Stehhilfe.

www.ballerina.de



Vertretung für Österreich:

PAC Agentur e.U.

Christian Pabst

A-8591 Maria Lankowitz

T: +43 (0) 664 1876790

christian.pabst@pac.co.at



BLANCO

Komplettsystem für den Spülenunterschrank

Mit dem BLANCO Multi Frame wird die Planung und Montage der Komponenten für den Unterschrank nochmals deutlich vereinfacht. Denn die einzelnen Produkte der BLANCO UNIT sind in dem Multi Frame bereits vorinstalliert.

Der pulverbeschichtete, stabile Stahlrahmen nimmt alle Teile auf und nutzt jeden Zentimeter gekonnt aus. So enthält der BLANCO Multi Frame drink.soda das komplette Soda-System inklusive Filter, Soda- und Kühlsystem, das passende Abfallsystem SELECT II Soda und zusätzlich eine Schublade mit gedämpftem Selbsteinzug und ein weiteres Organisationsfach. Mit der neuen, platzoptimierten BLANCO Ablaufgarnitur wird die Abwasserausleitung elegant in den hinteren Bereich des Unterschanks verlagert. Das flexible Installationsraster des Multi Frames



Thomas Hafner, Geschäftsführer von BLANCO Österreich:

„Die Küche wird stetig funktionaler und auch am Wasserplatz zieht immer mehr Technik ein. Ob Armaturen mit Soda-, Heißwasser- oder Filterfunktion, sie alle benötigen zusätzlichen Stauraum im Unterschrank und der Montageaufwand nimmt zu. Für dieses Platz- und Montageproblem haben wir nun die perfekte Lösung entwickelt. Im BLANCO Multiframe ist die Technik der Sodaeinheit, sowie das Abfalltrennsystem inkl. Organisationslade bereits integriert. Das ganze System wird einfach in den Unterschrank geschoben und die Front bequem daran montiert. Zusätzlich werden mit dem BLANCO Orgashelf die Abflüsse der Spüle versteckt und man erhält eine zusätzliche Ablagefläche für Schwämmchen, Mistsäcke oder Geschirrspüler Tabs. Mit diesem System wird der Wasserplatz zur perfekten Einheit.“



sorgt dafür, dass alles am richtigen Platz bleibt und einfach zu montieren ist.

Eine Einheit und viele Vorteile aus einer Hand

Der neue BLANCO Multi Frame bietet nicht nur viele Vorteile bei der Montage und täglichen Nutzung. Er erleichtert auch die Planung und den gesamten Bestell- und Lieferprozess. Eine Einheit, mit einer Artikelnummer und eine Lieferung – einmal mehr zeigt die Premium-Marke BLANCO

damit ihren ganzheitlichen Ansatz als Systemanbieter. Der vormontierte Multi Frame wird in einer speziellen Kartonpalette angeliefert. Angebrachte Filzbänder und Griffe erleichtern das Einsetzen der Einheit in den Möbelkorpus. Die ebenfalls neue Frontmontageplatte vereinfacht die Anbringung der Küchenfront. Dank der elektrischen Türöffnung lässt sich der Unterschrank leicht und sanft öffnen und schließen.

www.blanco.at



Der neue BLANCO Multi Frame bietet Vorteile bei der Planung, dem Bestell- und Lieferprozess sowie bei der Montage.

Fotos: BLANCO

NABER

Ganzheitliche Lösungen fürs Vorbereiten & Spülen

Naber sorgt für den perfekten Workflow im Zentrum der Küche. Für kurze Wege empfiehlt es sich, das Zubehör-TRIO Spüle, Armatur und Abfallsammler genau aufeinander abzustimmen.

Überraschend funktional: Die Spüle

In Edelstahl, Keramik und Composite bietet Naber flexibles und stilvolles Einbauspülen-Design. In der NABER-CONTURA® Vielfalt für alle Einbauarten finden sich neben den Klassikern innovative Modelle, die wenig Platz brauchen, Spülvorgänge mit geringem Ressourcenverbrauch ermöglichen und sich im Alltag als praktische Verwandlungskünstler entpuppen.

Technisch brillant: Die Armatur

Wichtigstes Nachhaltigkeits-Argument für das NABER TRIO ist die Qualität der Materialien und ihrer Verarbeitung. Was lange hält, muss weniger oft entsorgt und ersetzt werden. Eine vergleichbare Relevanz kommt dem Design der Küchenarmatur zu. Sie zieht die Blicke auf sich und sollte mit dem Einrichtungs-



stil harmonieren. Entsprechend groß ist das Angebot an Formen und Farben in den ARMATE® LINEA und SERVIZIO Programmen.

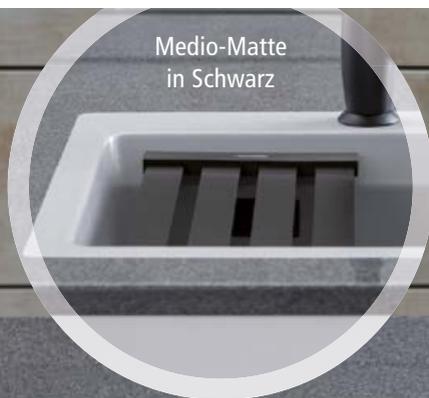
Anpassungsfähig: Die Abfallsammler

Die Lebensgewohnheiten der Küchennutzer bestimmen, welche Komponenten die Abfallsammler im Spülen-Unterschrank flankieren: Aufbewahrungs-Behälter für Utensilien zum Beispiel oder eine Plattform für den Wassertank einer Spezial-Armatur. Die Vielfalt im stetig wachsenden SELECTakit® Abfallsammler-Programm unterstützt und erleichtert das Abfallmanagement zu Hause. Weiterführende Informationen bietet die NABER TRIO-Broschüre. Sie steht im Servicebereich „Downloads“ zur Verfügung unter:

www.naber.com



Fotos: Naber GmbH



Medio-Matte
in Schwarz

Solo mit Begleitung

Die neue KARA 51 F mit Abtropfmatte-Silikon ist nur eine von vielen Zubehör-Optionen für die formschöne Solospüle, zu der auch noch die Medio-Matte gehört.



KARA 51 F in Satin mit
Armatur TRADIZIONE
und Zubehör in Schwarz

SYSTEMCERAM

Schritte in Richtung Zukunft

Praktisches Zubehör für den Spülenbereich und ein Spatenstich für die Zukunft: Das sind die Neuheiten aus dem Hause systemceram.



Die neue Kunststoffeckschale beantwortet eine wichtige Frage: wohin mit Spüllappen, Schwamm und Bürste? Die Silikonmatte wird als Tropfteil direkt an das Becken angelegt. Hier in Kombination mit der Spülenneuheit „Kara 51F“ sowie der Armaturenneuheit „Tradizione“ in Mattschwarz (Bild rechts).

Die Silikonmatte eignet sich besonders für alle flächenbündig eingebaute Spülen und Becken sowie für Unterbaubecken. Sieben schmale Ablaufrinnen sind zur Beckenseite hin geöffnet und leiten die Reste des Spülwassers ab. Gläser, die auf einem dünnen Wasserfilm über die Arbeitsfläche wandern, oder rutschende Tassen und Teller gehören damit der Vergangenheit an. Besonders Nutzerinnen und Nutzer von Stein- und Keramikarbeitsplatten werden diesen Gewinn an Sicherheit und Komfort schätzen.

Für Schwamm und Bürste

„Günstig und nützlich“ lauten auch die Attribute der neuen Eckschale aus dunkelgrauem Kunststoff. Diese Neuheit zum Einhängen in das Becken fördert die Ordnung rund um den stark frequentierten Arbeitsplatz Küchenspüle. Denn sie bietet Schwamm, Spültuch und Bürste einen optimalen Platz. Überschüssiges Restwasser läuft durch schmale Rinnen im Boden der Schale zurück ins Becken.

Spatenstich für die Zukunft

Mit den ersten symbolischen Spatenstichen begannen die Arbeiten für den Neubau eines

fünfgeschossigen Verwaltungsgebäudes. Dieses wird nach Fertigstellung (voraussichtlich Ende 2023) rund 2.200 qm Nutzfläche bieten. Davon im 1. Obergeschoss 200 qm Fläche für Ausstellung und Schulungen. „Mit dem Neubau der Verwaltung tragen wir der ge-



In den nächsten Jahren investiert das Unternehmen rund 30 Millionen Euro. Felix Engel und Kevin Göbel (geschäftsführende Gesellschafter) setzten nun die ersten symbolischen Spatenstiche.

stiegen Zahl der Mitarbeiter Rechnung“, erläutert Kevin Göbel, zusammen mit Felix Engel geschäftsführender Gesellschafter des Familienunternehmens. Aktuell arbeiten 250 Männer und Frauen für systemceram. Tendenz steigend.

Neuaufstellung der Logistik

Mit der Neuaufstellung der Logistik samt Erweiterung der Lagerkapazitäten soll sichergestellt werden, dass die Liefertreue so hoch bleibt wie vom Unternehmen gewohnt. In die Wege geleitet wurde dieser Investitionsschritt bereits im April 2022: mit der Übernahme eines 16.000 qm großen Grundstücks mit 8.000 qm bebauter Fläche. Der Standort wird voraussichtlich ab Ende 2023 als Logistikzentrum und für die Veredlung von Produkten genutzt. Mit diesen umfangreichen Investitionen bereitet sich systemceram konsequent auf die zu erwartende steigende Nachfrage nach Küchen- und Laborkeramik aus Feinsteinzeug vor. Gleichzeitig stärkt das Unternehmen seine Rolle als zuverlässiger und einer der größten Arbeitgeber in der Region.

www.systemceram.de

VILLEROY & BOCH

Komfort und Design im Tiny-Format

Für einen funktionalen, praktischen und attraktiven Spülplatz in kompakten Küchen wurde die neue Keramikspüle Villeroy & Boch Subway Style 45 entwickelt, die auf 45 cm breite Unterschränke ausgelegt ist.

Ihre cleveren Features überzeugen: Das geräumige Becken holt ein Maximum an Platz heraus, so dass selbst große Kochutensilien darin gespült werden können. Die komplett glatte Abtropffläche, vor allem aber die schmale Hahnlochbank sind praktische Ablage für das Spülzubehör. Das keramische Material ist dabei so robust, dass auch heiße Töpfe, Pfannen oder Auflaufformen keine unschönen Spuren oder gar Beschädigungen darauf hinterlassen. Und dank pflegeleichter CeramicPlus-Oberfläche ist die

Spüle im Handumdrehen strahlend sauber – Wasser, ein Spritzer Spülmittel und ein weiches Tuch genügen völlig.

Sie ist sowohl für den klassischen, aufliegenden als auch für den trendstarken, flächenbündigen Einbau geeignet und in 13 leuchtenden Keramikfarben erhältlich. Einen starken Akzent und ein markantes Design-Statement setzt die ausdrucksvolle Armatur Steel Expert 2.0 aus massivem Edelstahl in Anthracite.

www.villeroy-boch.com



Fotos: Villeroy & Boch



„Ein unverwechselbares, elegantes Erscheinungsbild und die intuitive Bedienung sorgen für perfekte Kochergebnisse.“

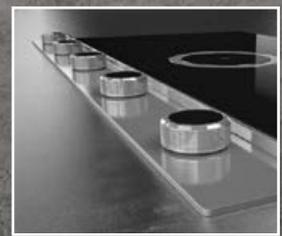
Ihr HKT Küchentechnikspezialist



hkt



NikolaTesla Unplugged in Schwarz



NikolaTesla Unplugged in Edelstahl

STRASSER STEINE

STRASSER Steine prägt die Zukunft im Küchenhandel

Die Weltneuheit im Küchen- und Möbelfachhandel – recycelte Natursteinarbeitsplatten – wurde von STRASSER Steine 2022 präsentiert. In den kommenden Jahren wird an den Erfolg angeknüpft und weiter am Nachhaltigkeitskonzept gearbeitet.



„Mit unserem Nachhaltigkeits-Schwerpunkt im Sortiment werden wir auch nächstes Jahr wachsen, da wir mit Alpinova viele neue Kunden ansprechen werden“,

gibt Geschäftsführer Johannes Artmayr als Prognose für 2023 ab.

Nachhaltigkeit ist bereits seit vielen Jahren ein Trend der heutigen Gesellschaft, welcher nun auch im Küchensegment an Dynamik gewonnen hat. Mit der Einführung des regionalen ALPENWELT-Sortiments traf STRASSER 2018 mit der Rückkehr zum Ursprung genau den Zahn der Zeit. Die nachhaltigen Natursteine aus der Alpenregion, besonders die Vorreiter „Alpengrün“ und „Gletscherbach“ verschönern seither mit ihren extravaganten Farben und einzigartigen Mustern trendige Küchen. 2022 wurde mit „Alpinova“ ein weiterer Meilenstein gelegt.



„Durch laufende Innovationen und viele exklusive Natursteine bieten wir dem Handel einzigartige Differenzierungsmöglichkeiten. Um sich als Händler gegenüber dem Endkunden in dem zu erwartenden schwierigerem Umfeld 2023 zu positionieren, braucht es Partner wie STRASSER Steine, die das ermöglichen“,

sagt Georg Rieger, Geschäftsführung Vertrieb.

Erste RE-STONING Küchenarbeitsplatte

Mit der Premiere von Alpinova, der ersten RE-STONING Küchenarbeitsplatte der Welt, ist STRASSER Steine erneut Pionier in der Branche. Sie ist sowohl in der Herstellung als auch in der Wiederverwertung bahnbrechend hinsichtlich ihrer Nachhaltigkeit – es ist die erste völlig recyclebare Küchenarbeitsplatte am Markt. Pflegeleicht, hygienisch, kratzfest und bis zu rund 200°C hitzebeständig – Alpinova lässt keine Wünsche offen.

„Mit unseren Innovationen am Arbeitsplattensektor liefern wir einen Nachhaltigkeits-Kreislauf. Die Platte wird nicht nur aus Recycling-Material oder Verschnitten der aktuellen Produktion gepresst. Auch beinhaltet das System, dass nach dem Austausch der Küche wir diese Platte von unserem Handelspartner auf Wunsch zurücknehmen und sie wieder zu einer Alpinova-Arbeitsplatte verarbeiten“, erläutert STRASSER Steine Geschäftsführer und Inhaber Johannes Artmayr.

Höchste Designansprüche

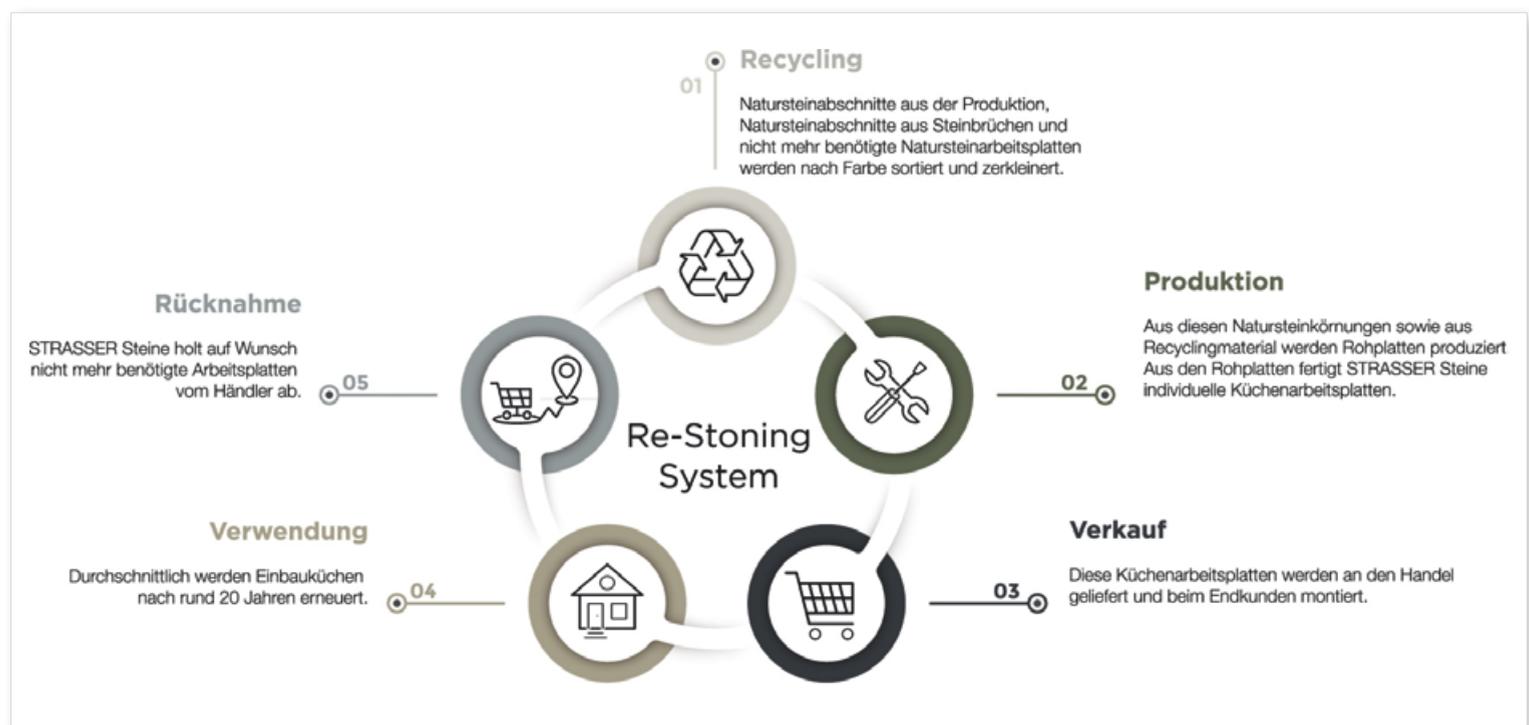
Alpinova erfüllt höchste Design-Ansprüche, erlaubt sie wie keine andere Platte eine 1 mm Mikrofase bei einer Dicke von 12 mm. Damit wird jede Küche mit einer stilsicheren Eleganz aufgewertet. Die Ausführungen Nero, Verde, Grigio, Fango und Bianco bilden das Kernsegment.

Nachhaltigkeit auf allen Ebenen

Das grüne Konzept bei STRASSER Steine zieht sich durch die ganze Unternehmensphilosophie. Die Produktionshallen wurden im Rahmen einer Investition von 23 Mio. Euro verdoppelt und auf den neuesten, umwelttechnischen Standard gebracht. Diese werden im Frühjahr 2023 in Betrieb genommen. Ressourcenschonung und Nachhaltigkeit werden damit nicht nur produkttechnisch, sondern auch in den Werten des Unternehmens widerspiegelt.

„Die Inbetriebnahme der neuen Produktionshallen stellt einen weiteren Schritt in der Unternehmenserweiterung dar. Die Nachfrage an nachhaltigen Elementen, so auch in der Küche, wird immer stärker. Unser Alpinova-Segment wird auch in den kommenden Jahren ein wesentlicher Treiber für unsere Entwicklung sein. Doch natürlich damit nicht genug. Wir arbeiten bereits jetzt an Erweiterungen und werden diesen Weg fortsetzen“, so Johannes Artmayr.

www.strasser-steine.at



ROTPUNKT KÜCHEN

Vorzeigeprojekt in Sachen Nachhaltigkeit

Rotpunkt Küchen ist beim Projekt UN17-Village als einziger Küchenausstatter mit dabei. Das Wohnkonzept in der Nähe von Kopenhagen gilt als eines der nachhaltigsten weltweit.

Mit dem Zuschlag zu diesem Leuchtturmprojekt „UN17-Village“ unterstreicht Rotpunkt Küchen seine seit Jahren gelebte Nachhaltigkeitsstrategie, wie GF Andreas Wagner bereits auf der küchenmeile stolz verkündete. Nicht zu unrecht, ist das Projekt doch nicht nur ein quantitatives (800 Menschen sollen darin wohnen), sondern vor allem auch ein qualitatives. So handelt es sich dabei um das derzeit wohl ambitionierteste Bauprojekt in Sachen Nachhaltigkeit weltweit. Es entsteht am südlichen Stadtrand der dänischen Hauptstadt Kopenhagen. Die Fertigstellung ist für 2024 geplant.

17 Ziele der Vereinten Nationen

In der Umsetzung und beim künftigen Betrieb basiert die neue Wohnsiedlung auf den



Ein Konzept, das 800 Menschen nachhaltigen Lebensraum bieten soll.



In der deutschen Zentrale von Rotpunkt Küchen in Bünde kommt man an den 17 UN-Zielen nicht vorbei.

17 Zielen der Vereinten Nationen für eine nachhaltige Entwicklung. Diese Kriterien sind eng miteinander verzahnt und gehen über Einzelaspekte des Umweltschutzes, der Kreislaufwirtschaft oder der Reduktion des CO₂-Fußabdrucks hinaus. Sie umfassen ökologische, soziale und wirtschaftliche Aspekte. Unter mehreren europäischen Bewerbern aus dem Kreis der Küchenmöbelhersteller konnte Rotpunkt Küchen sämtliche Gesichtspunkte überzeugend als gelebte Praxis dokumentieren.

Die adäquaten Materialien und Produkte

Wobei es im Kern auch auf die jeweilig verwendeten Materialien und Produkte ankommt und auf deren Auswirkungen für die Lebensqualität der Bewohnerinnen und Bewohner. Die Greenline-Küchenmöbel von Rotpunkt Küchen passen exakt ins Anforderungsprofil für „UN17-Village“. Denn dieses Sortiment innerhalb der Rotpunkt-Kollektion basiert auf einer emissionsarmen Spanplatte, die zu 90 % mit Recyclingholz gefertigt

wird. Dabei ist die „greenline BioBoard Gen2“ genauso belastbar und bearbeitbar wie eine herkömmliche Spanplatte – aber leichter und CO₂-freundlicher sowie gut für ein gesünderes Raumklima, weil die für eine Spanplatte fertigungstypischen Formaldehyd-Emissionen zusätzlich reduziert sind.

536 Küchen

Die ersten der insgesamt 536 Küchen aus Bünde werden im „UN17-Village“ bereits installiert. Rotpunkt liefert Mobiliar für ein breites Spektrum: Küchen für Singlewohnungen und typische Familienküchen ebenso wie die Kücheneinrichtung mehrerer Penthouse-Wohnungen. Was für Sven Herden, Geschäftsführer Marketing und Vertrieb, zeigt, „dass sich selbst ambitionierte Ansprüche an Nachhaltigkeit sehr gut mit Funktionalität und Premium-Lifestyle kombinieren lassen“.

www.un17village.dk
www.17ziele.de
www.rotpunktkuechen.de/de/nachhaltigkeit

Ihr neuestes Kunstwerk



Die Mythos-Kollektion ist bis ins Detail durchdacht, aus hochwertigen Materialien gefertigt und so konzipiert, dass sie Ihnen den Alltag mit vielseitigem, aufeinander abgestimmtem Zubehör erleichtert.

Jedes Element ist in den drei modernen Metallicfarben erhältlich: Kühnes Anthrazit, atemberaubendes Kupfer oder funkelndes Gold - eine raffinierte Ergänzung für Ihre Küche.

Das Geheimnis hinter Mythos Masterpiece ist die F-Inox Technologie. Die exklusive Technologie von Franke, die für eine lang anhaltende Schönheit der Becken sorgt.

Bekennen Sie Farbe mit der Mythos Masterpiece-Kollektion: Schönheit und Funktionalität in Perfektion.

Entdecken Sie mehr auf franke.at



ELECTROLUX

Von der Unberechenbarkeit der Zeit und ungenutzten Zusatzverkäufen

Stabilität und Konsequenz sind zwei jener Begriffe, die bei der Electrolux-Austria-Zentrale in Brunn am Gebirge seit vielen Jahren großgeschrieben werden. Auch in volatilen Zeiten wie diesen sind Geschäftsführer Alfred Janovsky und Marketingleiter Martin Bekerle bemüht, das Schiff so ruhig wie möglich zu halten, wie sie im Gespräch mit wohninsider unterstreichen. VON LILLY UNTERRADER

Auf manches ist – glücklicherweise – immer Verlass. So ist personelle Stabilität bei Electrolux Österreich eine verlässliche Konstante seit vielen Jahren. Gleiches gilt auch für die Marschrichtung, wie GF Alfred Janovsky Anfang November einmal mehr bestätigt. „Unsere Strategie ist klar: Der stationäre Handel kommt zuerst, mit unserem Fokus auf die Küchenstudios bei den Möblern. Und natürlich zählt da: Wie servierst du den Handel?“ Eine Frage, die man bei AEG/Electrolux gerne gestellt bekommt, wie Janovsky u.a. mit Hinweis auf die kürzliche Auszeichnung der Elektrohändlerkooperation Red Zac unterstreicht: „Im Elektrofachhandel haben wir das Dankeschön schon bekommen mit dem Zac of the year.“ Bereits zum dritten Mal hat das Unternehmen heuer die wertschätzende Auszeichnung im Rahmen der Elektrofachhandelstage in Linz verliehen bekommen.

Aber auch für die Partner im Möbelfachhandel hat man etwa Special Offer für die Core-Ranges parat und achtet auf eine „preisberuhigte Vermarktung bei AEG“. Zudem, so Janovsky, „stellen wir uns gerne auf die Salzburger küchenwohntrends, um unsere Neuheiten zu präsentieren. Und wir legen Wert darauf, unsere Neuheiten so in den Markt einzuführen, dass sie auch umsetzbar sind.“

Dauerthema Zubehör

Berechenbar zu sein in einer volatilen Zeit lautet die Devise auch für die Marketing-Division von Martin Bekerle. So ist das Jahr 2023 mit knapp 300 Kochveranstaltungen sowie Live-Streams und Rezeptvideos bereits durchgeplant. Bekerle: „Mit den von uns produzierten Rezeptvideos haben wir auf Youtube schon ein paar Millionen gesehene Minuten generiert.“ Die größte Erfolgsgeschichte ist jedoch nach wie vor die face-

book-Gruppe Kombidampfgaren mit AEG, über die der Umsatz heuer in der Gruppe vervielfacht (!) wurde. Bekerle mit Begeisterung: „Was ich so genial finde, ist, dass sich die Leute dann sogar bedanken dafür, dass sie etwas kaufen durften!“ Und weiter: „Ich bin der Meinung, dass man Kunden binden kann, indem man ihnen etwas exklusiv bietet, so wie bei uns das passende Zubehör, das speziell auf unsere Geräte abgestimmt ist. Ich sehe das in gewisser Weise als Investition in Zukunft.“

Der AEG-Chef ergänzt: „Das fängt bei uns ja schon damit an, dass wir unseren Partnern gleich von Beginn an Bundles liefern, wo Zubehör dabei ist. Damit kann man sich nicht nur von anderen Anbietern abheben, sondern der Händler steigt damit auch bis zu einem gewissen Grad aus der Preisdiskussion aus.“ Schließlich sei sinnvolles Zubehör immer ein Argument mehr. Nachsatz: „Wir würden

uns jedoch schon sehr wünschen, dass mehr Händler auf diesen Zug aufspringen!“

Wie man Schwächen in Stärken umwandelt

Mit der gut betreuten und florierenden facebook-Community ist Electrolux Österreich ja schon zum Role-Model in Europa avanciert. Aber nicht nur hier, wie Bekerle erzählt. „Nach unserem Gespräch im Frühjahr, wo uns wohninsider auf die ‘ausbaufähige’ Google-Bewertung (*damals 2,7 Sterne, Anm. der Redaktion*) hingewiesen hat, haben wir hier konkret angesetzt. Unsere Techniker sind nun sehr sensibilisiert und sprechen bei allen Einsätzen die Kunden auf eine aktive Bewertung an. Denn sonst bewerten in der Regel ja nur jene, die unzufrieden sind, und das verfälscht das Bild natürlich erheblich.“ Zudem habe man intern auch einen kleinen Wettbewerb gestartet, der gegenseitig anspornt, das Monitoring der einzelnen Ein-



Alfred Janovsky und Martin Bekerle.

sätze transparenter macht und in Summe sehr viele positive Rückmeldungen generiert, sodass man aktuell beim Google-Ranking mit 4,2 von 5 Sternen reüssiert. Bekerle: „Wir nehmen dieses Thema sehr ernst und antworten auch individuell auf jede Rückmeldung von Kundenseite.“

Aktuelle Lage und wie geht's weiter

Gefragt nach der aktuellen Lage, resümieren Janovsky und Bekerle eine sehr positive Herbstmesse (*Elektrofachhandelstage in Linz, Anm.*) mit einer durchwegs guten Stimmung im Handel, wenn auch eine gewisse Unsicherheit mitschwingt. Janovsky: „Ab dem Q2 war die Nachfrage nicht mehr auf dem Level wie davor. Mittlerweile lässt auch der gehobene Einstieg merkbar nach. Küchenzeilen zwischen 2-10.000 sind praktisch nicht mehr nachgefragt. Schließlich stehen alle in diesen Einkommensklassen auf der Bremse.“ Dazu komme auch die rückläufige Bautätigkeit. Gleichzeitig und nicht zuletzt auch der sinkenden Nachfrage nach Geräten in Gesamteuropa geschuldet ist auch die Tatsache, dass die Warenverfügbarkeit nunmehr sehr gut sei. Trotz allem konnte man im Möbelfachhandel in den ersten drei Quartalen knapp über dem Vorjahr reüssieren, im Elektrofachhandel liege man sogar deutlich drüber, und, so Janovsky: „interessant ist hier, dass der Elektrofachhandel auch sehr stark im Bereich Einbaugeräte agiert.“

Wie es im kommenden Jahr weitergeht, könne keiner sagen. Janovsky: „Wir sitzen alle im gleichen Boot. Hurra-Stimmung gibt's keine. Wir sind jedoch verhalten positiv und fokussieren uns auf unsere Aktivitäten in Hinblick auf die Produktneuheiten. Denn hier werden wir einige Bereiche besser abdecken können.“ Insbesondere im sehr stark gefragten gehobenen Bereich bei AEG werden Ranges erweitert oder komplettiert, Stichwort Matt Black. Janovsky: „Das passt auch zum Trend der Küchen.“ Plus: „Für unsere Partner im Küchenstudiobereich haben wir eine Erweiterung im Premiumkernsortiment on top.“ Um künftig alle Preisklassen abdecken zu können, kommen im nächsten Jahr neue Geräte im Bereich der Muldenlüfter, die ja bekanntermaßen aus dem Werk in Rothenburg geliefert werden. Der Electrolux-Österreich-Chef fasst zusammen: „Hier passt die Haptik, die Anmutung und „Made in Germany“ schafft nochmal zusätzliches Vertrauen, gerade in Zeiten wie diesen ...“

www.aeg.at



Die Range an Muldenlüftern aus eigener Produktion (Made in Germany) wird im kommenden Jahr noch kräftig ausgebaut, sodass man alle Segmente abdecken kann.



Mit den neuen Weinklimageräten in Matt Black wird man dem wachsenden Küchentrend gerecht und erfüllt auch bei den Features höchste Ansprüche: Konstante Temperaturen, dunkle Lagerung, mehr als 50 % Luftfeuchtigkeit, keine Vibrationen und gute Belüftung.

DUNSTABZUG

Der Geruch in der Küche

Man kennt es. Ein Haus, eine Wohnung wird betreten und man riecht sofort was es zu essen gegeben hat oder was es geben wird. Das kann natürlich Appetit anregend sein, kann aber auch ins Gegenteil umschlagen. Das war wahrscheinlich der Grund, warum Dunstabzüge erfunden wurden, weil man nicht überall und zu jeder Zeit ein großes Fenster aufmachen kann. VON GERHARD HABLICZEK



Mittlerweile wird in unseren Breiten keine Küche mehr ohne Dunstabzug verkauft. Udenkbar. Die Industrie hat für die Geruchsentfernung verschiedene Lösungen parat. Und alle Systeme haben ihre Berechtigung. Geschmacksache und Budgetsache. Sprach Willi Bruckbauer (Bora Gründer) am Beginn von Bora, die Abzugshaube habe ausgedient und werde in einigen Jahren nicht mehr am Markt sein, so war dies genauso falsch, wie Fans der Abzugshaube die Marktchance des Kochfeldabzugs bezweifelten. Bruckbauer hat Bora mit enormen Werbeaufwand zum Begriff für den Kochfeldabzug gemacht und alle anderen Geräteherzeuger haben den „Bora“ mit eigener Technik ins Programm genommen. Die Hersteller von Abzugshauben sind aber auch nicht auf der faulen Haut gelegen. Sie haben ihre Hauben mit dem Kochfeld verbunden. Das heißt: Wird das Kochfeld in Betrieb genommen, startet automatisch der Dunstabzug darüber.

Vom Design her, spielen alle Varianten alle Stückeln und fügen sich gut in den Wohnraum Küche ein. Bei Hauben über dem Kochfeld ist meist eine zusätzliche Lichtlösung inkludiert.

Alle haben das gleiche Problem

Man bringt den Dunst zwar weg vom Kochfeld, aber er ist noch lange nicht aus dem Raum. Er ist vielleicht sogar im Küchenmöbel und richtet auf Dauer dort einigen Schaden an, außer, es wird eine gute technische Lösung dafür gefunden. Bleiben wir aber ausschließlich beim Geruch. Hier trägt der Konsument oft selbst die Schuld an schlechter Entlüftung der Düfte seiner 4 Sterne Gerichte. Dunstabzüge ob nach unten oder nach oben werden sehr oft falsch bedient. Die Filter werden nicht gewechselt oder nicht gewaschen, der Abzug wird erst eingeschaltet wenn es stark dampft. Schuld hat natürlich auch der Küchenfachberater, der oft nur zeigt wie der Abzug ein- und ausgeschaltet wird, aber zu selten erklärt, wie er am besten funktioniert. Was eigentlich



Der OZONOS® AC-II kann ganz einfach ins WLAN eingebunden werden.

KÜCHE : DUNSTABZUG

wichtig wäre, weil es oft zu Reklamationen kommt: „Mein Dunstabzug funktioniert nicht richtig“ und dafür eigentlich eine falsche Bedienung verantwortlich ist.

Was ganz anderes

Das Salzburger Unternehmen OZONOS® arbeitet mit einer patentierten Methode, die sich die Eigenschaften von natürlich erzeugtem Ozon zunutze macht – für aktiven Sauerstoff zuhause und am Arbeitsplatz. Ohne Filter, ohne Chemikalien. Umweltfreundlich, nachhaltig, von der Natur inspiriert und für Mensch und Tier absolut unbedenklich. Der Problemlöser für den Alltag: Möglichst weit oben positionieren,

über die Fernbedienung oder den Druckknopf am Gerät aktivieren – und Gerüche und Krankheitserreger haben keine Chance mehr! Schluss mit dicker Luft, Schluss mit dem Allergieleiden, Schluss mit hoher Ansteckungsgefahr in Innenräumen. Das OZONOS® System kann in den verschiedensten Möbel eingebaut werden oder auch solo an unterschiedlichen Stellen verwendet werden, zum Beispiel in einem Camper. OZONOS® arbeitet mittlerweile mit einigen Küchenherstellern zusammen und wird auch in Wohnräumen verwendet, zum Beispiel in Form einer attraktiven Stehlampe. OZONOS® ist auf den küchenwohntrends in Salzburg zu im Mai zu sehen. ■

Das Optimum für Dunstabzüge

Gutes besser machen gehört zur DNA des Küchenzubehörerspezialisten Naber. Mit dem neuen Luftkanalsystem COMPAIR PRIME flow® ist das – wieder einmal – gelungen.

Warum etwas verändern, das gut funktioniert? „Weil Stillstand Rückschritt bedeutet. Und weil wir gar nicht anders können“, sagt Geschäftsführer Lasse Naber. „Und so haben wir die Lüftungstechnik hinter dem Dunstabzug ein sehr großes Stück weitergedacht“, wie es Lasse Naber ausdrückt.

Küchenlüftung auf neuem Level

Energieeffizienz? Optimal durch 3D-Leitkörper in bionisch gestalteten Rohrbögen nach dem Vorbild der Natur. Universell? Passt für Dunstabzüge jedes Herstellers für Abluft und Umluft. Montagefreundlichkeit? Schnell und sicher durch kinderleichtes Stecksystem und bestechend einfache Systemlogik. Flexibilität? Eingebaut durch die Flexzone an jedem Universalverbinder, für stufenlose Richtungsänderungen bis 15 Grad. Gewerkekoordination? So einfach wie nie! Gesondert verpacktes Montageset für den Mauerkasten an den Rohbauer überge-



„Wir haben die Lüftungstechnik hinter dem Dunstabzug ein sehr großes Stück weitergedacht.“

Lasse Naber,
Geschäftsführer Naber GmbH

ben, der installiert werkzeuglos luftdicht und 100prozentig sauber. Sicherheit? So noch nie dagewesen dank integrierter doppelter Lippendichtungen. Mehr planerische Freiheit? Jederzeit durch optionalen Stützsteg für die Flachkanäle zur druckfesten Verlegung im Bodenaufbau. Zukunftssicherheit? Integriert durch optionale Kabelkanäle für Elektro- und Datenkabel. „Wir freuen uns, mit COMPAIR PRIME flow® das beste Lüftungssystem anzubieten, das man weltweit kaufen kann“, sagt Lasse Naber.

www.naber.com

MEHR SERVICE. MEHR ERFOLG.



Nach Rekord-Umsätzen durch das Cocooning im Rahmen der Corona-Pandemie, ist die Konsumbereitschaft derzeit gedämpft. **Die Kundenfrequenz wird vielerorts als ausbaufähig beschrieben.** Damit sollten Unternehmen nicht hadern, sondern in die Offensive gehen!



www.mze.at

MZE
NETZWERK WOHNKULTUR

BERBEL

Beste Luft in der Küche

Das berbel Prinzip im Film:
bit.ly/3BbhnX6



Dunstabzüge von berbel sind wahre Meister bei der Erfassung von Essensgerüchen und Bratdünsten. Sie arbeiten dabei besonders effizient und angenehm leise, ohne den Einsatz leistungsmindernder Fettfilter-Technik.



berbel Kopffreihaube Ergoline 2 in Mattschwarz.

berbel setzt auf die Kraft der Zentrifuge und der USP für gute Luft ist das berbel Prinzip mit der einzigartigen Abscheidung (Abb. und Beschreibung rechts).

Deutsche Markenqualität

Der Dunstabzugsspezialist produziert Kochfeldabzüge, Insel-, Wand- Kopffrei- sowie Einbauhauben am Standort Deutschland, handgefertigt und individuell. Hohe Wirksamkeit beim Abzug und beste Ergebnisse bei der Filterleistung sind Teil des Erfolgskonzepts. Und es geht noch mehr: Das exklusive und mehrfach ausgezeichnete Design der berbel Dunstabzüge hält für jeden Kunden das passende Gerät bereit. „Wir stellen wertige Dunstabzüge für Privatküchen her, die zum individuellen Wohnkonzept passen und die Lebensqualität unserer Kunden verbessern“, erklärt Markus Wegmann, berbel

Gesamtvertriebsleiter und ergänzt: „Beste Luftreinigung durch herausragende Technik und mehrfach prämiertes Design, dass die eigenen vier Wände aufwertet.“

Absolute Produktzuverlässigkeit

Dabei spielen hohe Ansprüche an Materialqualität, hochwertige Werkstoffe und die Herstellung nach Kundenwünschen eine wesentliche Rolle. Innovative Technik, eine eigene Forschung und Entwicklung sowie umfangreiche Qualitätskontrollen sind das Rezept für beste Produktzuverlässigkeit. Die Entscheidungshilfen für das richtige System und den passenden Dunstabzug, die der Küchenbauer und Tischler in der Planungsphase seinem Kunden bei der Auswahl guter Produkte bietet, führt zur Entscheidung für den richtigen Dunstabzug in der individuell geplanten Küche.

www.berbel.de

DAS BERBEL-WIRKPRINZIP IN DREI SCHRITTEN:



1 Am Anfang steht die Saugkraft. Die Kochdünste, die aus Luft, Wasser und Fett bestehen, werden durch einen schmalen und effektiven Spalt ins Innere der Dunstabzugshaube gesogen.

2 Am Eintritt des Dunstabzugs bekommt die Kraft einen Partner: Geschwindigkeit. Gemeinsam beschleunigen sie den eingesogenen Dunst. Im Inneren des Dunstabzuges wird alles 2-fach bogenförmig umgelenkt. Dabei entsteht Zentrifugalkraft, besser bekannt als Fliehkraft. Sie schleudert Fette und Öle aus der Luft. Diese werden nahezu lautlos an den Prallkanten und in der Auffangwanne abgeschieden. Die Luft kann ungehindert weiterziehen.

3 Letzte Feinstpartikel werden durch eine Restabscheidung aufgefangen. Die Luft entweicht und zieht weiter Richtung Filter. Bei einem Umluftsystem in den Filter, bei der Abluft-Variante aus dem Gebäude hinaus.

DAS ERGEBNIS: Eine dauerhaft gleichbleibend hohe Fettabscheidung.

KÜCHE : DUNSTABZUG

ORANIER: Leise, leiser, flüsterleise

Wie bei der Leibespeise kommt es auch bei einem überzeugenden Kochfeldabzug auf die richtigen Zutaten an. Und in diesem Falle sind das Aspekte wie Geräuschpegel, Fettabscheidegrad, Absaugleistung, Energieeffizienz und Design.

bit.ly/3F9rOwJ



Falmec: Wegweisendes multifunktionales Design

Die wegweisende Elements Kollektion mit den modularen Systemen Monolith, Shelf und Air-Wall lässt die Dunstabzugshaube vollkommen verschwinden. Die drei eleganten Lösungen überzeugen mit technischer Innovation und passen sich mit multifunktionalem Design diskret in jedes Ambiente ein. Erhältlich ab Mitte 2023 im Fachhandel.

bit.ly/3FcjyMm



Miele: TwoInOne-Induktionskochfeld mit Dunstabzug

Beim TwoInOne ist der Name Programm: Das Induktionskochfeld mit integriertem Dunstabzug verbindet das Beste aus den Miele-Kompetenzzentren in Bünde und Arnsberg. Jetzt ergänzt das Unternehmen sein Portfolio mit zwei besonders leistungsstarken und zugleich leisen Modellen mit einem neuen Lüftungskonzept.

bit.ly/3XIJmH9



AEG: Dunstabzug einer neuen Generation

Mit dem Dunstabzug DVK6981HR der Matt Black Range begnügt sich AEG nicht damit, einfach nur den Dampf und Gerüche vom Kochen effizient zu beseitigen. Diese fortschrittliche vertikale Dunstabzugshaube zeichnet sich durch ein extravagantes Design und innovative Features wie Hob2Hood aus.

bit.ly/3OFUAlx



Franke: Saubere Luft zum Atmen

Nahtloses Design, höchste Funktionalität und leistungsstarke Technologie – mit Mythos Air Hub hat Franke ein innovatives System entwickelt. Denn das einzigartige System vereint zwei Funktionen: Als klassische Abzugshaube saugt Mythos Air Hub zuverlässig den Kochdunst ab, im Alltag sorgt es dank seiner Desinfektionsfunktion für höchste Luftqualität.

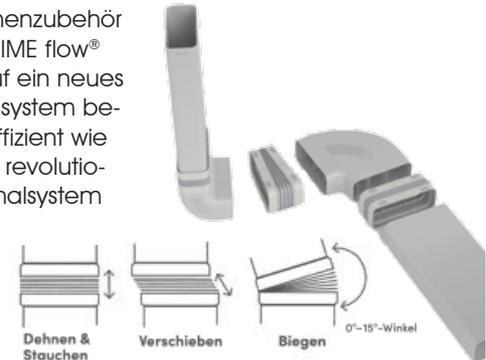
bit.ly/3u7KRBh



Naber: Der neue Maßstab der Küchenlüftungs-Technik

Der Spezialist für Küchenzubehör hebt mit COMPAIR PRIME flow® die Küchenlüftung auf ein neues Niveau. Das Luftkanalsystem bewegt Kochdunst so effizient wie möglich. Gleichzeitig revolutioniert das neue Luftkanalsystem die Montage.

bit.ly/3u9oiMo



Beko: Die sorgen für frischen Wind

Die neuen Beko Beyond Dunstabzugshauben sind in besonders vielen verschiedenen Ausführungen erhältlich. Ausgestattet mit intelligenten Funktionen, kinderleichter Bedienbarkeit und stimmigem Design sind sie ideale Helfer im Haushalt, sorgen für reine Luft beim Kochen und bringen frischen Wind in jede Küche.

bit.ly/3ONTWZo



Smeg: Der Muldenlüfter für jede Küchensituation

Links, rechts oder mittig: Die innovativen Muldenlüfter des italienischen Hausgeräte-Herstellers bieten maximale Flexibilität in der Küchenplanung. Auch vor einem Fenster, unter einer Dachschräge oder in einer Kochinsel sorgen die Induktionskochfelder mit integriertem Kochfeldabzug immer für den optimalen Dunstabzug.

bit.ly/3XldzX0



HKT

Manche mögen's stylish

Der NikolaTesla Unplugged Muldenlüfter verspricht mehr. Mehr Design – wurde das Gerät doch bereits mit zahlreichen Designpreisen überhäuft, aber auch jede Menge clevere Technik und Features. Die smarten Küchenhelfer sind ab sofort exklusiv über hkt lieferbar.

Elica setzt mit NikolaTesla Unplugged seine beliebte Reihe an ausgezeichneten Muldenlüftern fort. Unplugged steht dabei nach Angaben des Herstellers für die „perfekte Kombination aus Technologie, Funktionalität und Ästhetik.“ Untermauert wird dies mit bereits zahlreichen gewonnen Designpreisen, wie etwa dem Iconic Awards 2022 oder dem plus x Award und einigen mehr.



Das Gerät entspricht der Energieeffizienzklasse A+ und ist ab sofort über hkt verfügbar.

Intuitive Bedienung

Unplugged ist aber auch intuitiv bedienbar durch Bedien- bzw. Drehknöpfe, die dem Gerät einen besonderen Charakter verleihen. Sie sind robust und von hoher Qualität, für

die Reinigung können die Knöpfe auch abgenommen werden. Die zentrale Glasklappe ist flächenbündig in die Kochfläche integriert und wird nur bei Bedarf aktiviert.

www.hkt.at

Was der alles kann

Die Neuheit aus dem Hause Elica ist in den Varianten schwarzes Glas und schwarzes Glas plus Edelstahl verfügbar. Folgende Funktionen stehen auf der Agenda der Neuheit:

- Melting – damit nichts mehr am Topfboden anbrennt.
- Warming – für langsame Kochvorgänge oder zum Warmhalten fertiger Speisen.
- Simmering – verhindert ein Überlaufen von Flüssigkeiten bei lebhafteren Kochvorgängen.
- Bridge – zusammenschalten von benachbarten Kochzonen für ein gleichmäßiges Kochen mit großem Kochgeschirr.
- Autocapture – automatische Anpassung der Absaugleistung.
- Comfort Silence Technologie – minimale Geräuschbelastigung, für angenehme Gespräche beim Kochen.



Fotos: Elica



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

TEKA

„Wir wollen rausschreien, wie gut wir sind“

Andreas Beyerle ist in der Branche nicht neu und trotzdem hierzulande nahezu unbekannt. Gemeinsam mit Hannes Kolb leitete er die Geschicke der Küppersbusch Hausgeräte GmbH und von Teka Zentraleuropa inkl. Österreich in den vergangenen Jahren. Nach dem persönlich motivierten Ausscheiden von Hannes Kolb Ende August übernahm er schließlich die komplette Verantwortung für beide Unternehmen und wird fortan auch im österreichischen Handel in Erscheinung treten. Im Interview mit wohninsider berichtet Beyerle, was nun auf seiner Agenda steht, welche Ambitionen man mit den beiden Marken hegt und worauf er sich besonders freut ... VON LILLY UNTERRADER

wohninsider: Was müssen die österreichischen Handelspartner über Andreas Beyerle wissen?

Andreas Beyerle: Ich wurde 1969 geboren in Ulm an der Donau, war nach meinem Studium in Deutschland sehr schnell im Möbel- und Küchenhandel in Vertrieb und Verwaltung beim Möbeldiskonter Roller tätig. Später, 2008, wechselte ich dann zur Meda Küchenfachmarkt GmbH und Co KG, wo ich bis 2018 kaufmännischer Leiter war und wir den Küchenhandel von sechs auf 24 Filialen aufgebaut haben. Seit Jänner 2019 bin ich bei Küppersbusch. Dort habe ich anfangs als CFO gemeinsam mit Hannes Kolb beide Gesellschaften verantwortet, um schließlich mit dem Weggang von Hannes die Gesamtverantwortung zu übernehmen.

Andreas Beyerle berichtet von einem zweistelligen Zuwachs in Deutschland und Österreich.



Highlight-Produkt: Den Pizza-Master gibt es jetzt auch unter der Marke Küppersbusch.

Bei meiner Recherche bin ich auch auf die Website

Companyhouse.de gestoßen, wo Sie auch als Liquidator angeführt werden, wie ist das zu verstehen?

Das betrifft die Küppersbusch Großküchen Technik, die ja eine Schwestergesellschaft war. Dieses Unternehmen, das reines Projektgeschäft bedient hat, wurde Ende 2020 operativ eingestellt, wegen der gesetzlichen Gewährleistung wird das Unternehmen nun jedoch erst mit Ende des laufenden Jahres geordnet geschlossen. Daher kommt dieser Begriff Liquidator.

Das heißt, für die anderen Unternehmen ändert sich nichts?

Exakt. Das Setup bleibt, wie es war. Wir setzen den in den vergangenen Jahren eingeschlagenen Kurs nun konsequent weiter fort. Dabei zeigt sich schon jetzt, dass sich unsere Konsequenz und Geduld gelohnt haben. Wir haben gemeinsam mit Hannes Kolb wesentliche Meilensteine gesetzt, sind mit Teka Spülen nun bei Nobilia drinnen und in Österreich konnten wir eine Kooperation mit einer namhaften Großfläche begründen, was uns eine große Sichtbarkeit auch beim Endkunden eröffnet.

Welche Marke hat sich besser entwickelt?

Teka war etwas stärker im Wachstum, hier konnten wir mit Neukunden und auch im Bereich Spülen gute Erfolge erzielen. Bei Küppersbusch kommt uns zugute, dass wir hier in einem höheren Preissegment aktiv sind, und generell ist die Marke Küppersbusch dem Preisvergleich nicht so ausgesetzt.

Wie ist Ihr Vertriebsteam aufgestellt und wird sich daran etwas ändern?

Wir haben im Möbelfachhandel drei Leute mit unserem Verkaufsleiter Gabriel Kram-

mer plus einem entsprechenden Innendienst, ebenso bei Bad und Zubehör mit dem Leiter Michael Weber. Zudem werden wir Anfang 2023 für dieses Segment einen Schauraum in Wien eröffnen. In Summe werden wir die Möglichkeiten, unsere Produkte anfassen – und noch mehr, erleben – zu können, weiter entwickeln und dadurch zusätzliche Begehrlichkeit schaffen. Wir wollen endlich demonstrieren und rausschreien, wie gut wir sind.

Wie geht es jetzt weiter?

Wir setzen unseren Kurs fort, haben auf Gut Böckel einen komplett neuen Auftritt kreiert, den wir nicht nur bei der küchenmeile, sondern nun auch ganzjährig bespielen. Weiters hatten wir einen Lagerumzug, damit auch die Logistik dem erwarteten Wachstum gerecht werden kann. Und wir sind mit unserem Büro umgezogen, sind nun in der Zeche Zollverein als Untermieter der Ruhrkohle AG – hier lautet ja seit 1875 die Devise „Glück auf“.

Wo wird man Teka und Küppersbusch also erleben können, wo wird man Sie treffen?

Fix eingeplant ist jedenfalls die küchenwohn-trends sowie die Küchenmeile im Herbst. Zudem wollen wir mit unseren Händlern Veranstaltungen bespielen. Da werde ich auch persönlich meine Präsenz steigern: Denn, ich liebe das! Ich komme ja aus der

Endkundenhandelswelt. Ich finde, es gibt nichts Schöneres, als vor Ort zu sein und das positive Feedback abzuholen.

Was sind die aktuellen Trends in Küche und Sanitär?

Ein wesentlicher Trend ist sicher Matt schwarz, das wir mit unserer TEKA Infinity G1 repräsentieren. Ich sehe uns da schon als Trendsetter, wenn es um einfaches Design, Fokus auf Funktion geht. Weiters ist auch die Individualität ein Riesenthema, das bedienen wir mit unserem Küppersbusch Individual Programm.

... Und natürlich das Thema Nachhaltigkeit. Da können wir nicht nur mit unserer Fünfjahresgarantie punkten, oder mit dem Ersatzteillager, wo wir Ersatzteile zehn oder 15 Jahre später noch anbieten. Ich denke generell, das Thema Nachhaltigkeit wird uns in den kommenden Jahren noch viel, viel mehr beschäftigen. Denn eines ist klar: Wir müssen uns das für unsere Kinder vornehmen, dass wir beim Thema Klimawandel die Kurve kriegen!

In welchem Ausmaß mussten Sie die Preiserhöhung weitergeben?

Wir haben das nicht nach dem Gießkannenprinzip gemacht, was uns sicher auch vom Wettbewerb unterscheidet. Je nach Intensität

haben wir in verschiedenen Produktgruppen zweimal die Preise im einstelligen Bereich erhöht. Das war in Summe okay und notwendig und wurde von allen auch akzeptiert, weil man das in anderen Bereichen viel schlimmer erlebt hat.

Was sind Ihre persönlichen Highlight-Produkte?

Sicherlich der Kombisteamer, wenn man bedenkt, was sich damit alles machen lässt. Da spielt auch das Thema Ressourcenschonung mit rein, wenn man das Essen vom Vortag regeneriert und es gleich gut oder manchmal sogar noch besser schmeckt. Weitere Highlights sind der Pizzamaster oder auch der Steakmaster. Oder aber auch unsere Unterbau-Weinkühler, mit denen sich der Übergang zwischen Küche und Wohnbereich sehr ansprechend gestalten lässt. Schließlich sei noch die Graphit-Line von Küppersbusch erwähnt, die nicht nur hochwertig verarbeitet ist, sondern einfach toll aussieht. Wie Sie sehen, haben wir eine Reihe von tollen und stylishen Produkte, die wir im kommenden Jahr noch viel mehr präsentieren, herzeigen und anwenden wollen. Um damit mit unseren Partnern gemeinsam ein Einkaufserlebnis für die Kunden zu generieren. Und darauf freuen wir uns schon sehr.

www.teka.com/de-at/
www.kueppersbusch.at



„Unsere Muldenlüfter von beiden Marken (hier Küppersbusch) sind stylish und im technischen Detail hervorragend“, ist Beyerle begeistert.

ÖSTERREICHISCHE MÖBELINDUSTRIE

2023: echte Werte liegen im Trend

„Made in Austria“ steht für nachhaltige Qualität. Sich zurücklehnen, entspannen und auftanken: Endlich zu Hause! Hier können wir durchatmen, schöne Stunden mit der Familie oder Freunden verbringen und zur Ruhe kommen.



Die Österreichische Möbelindustrie

Die Österreichische Möbelindustrie ist eine Berufsgruppe des Fachverbandes der Holzindustrie. Zu ihr zählen 49 Betriebe mit rund 6.000 Mitarbeitern. Die überwiegende Anzahl dieser Unternehmen sind mittelständische Betriebe, die sich in privater Hand befinden. Österreichische Möbelhersteller stehen mit ihren Produkten für hohe Qualität, traditionelles Handwerk, modernste Präzisionstechnik, ökologische Verantwortung und ein Möbeldesign, das durch künstlerische Strömungen im ureigenen Land entstanden ist.

Denn das eigene Heim bedeutet heute viel mehr als nur ein Domizil. Es entwickelt sich immer mehr zum sicheren Rückzugsort und Ruhepol für ungestörte, private Momente. Das spiegelt sich in der Einrichtung wider. Sie soll die eigene Persönlichkeit zum Ausdruck bringen und auch nach vielen Jahren noch gefallen. Deshalb sind bleibende Werte und einzigartige Produkte gefragt. Möbel, die sich in Farbe, Maß und Funktion perfekt auf alle Wünsche einstellen und nach individuellen Vorgaben kombinieren lassen. Voller Funktionen, hochwertiger Materialien und Handwerkskunst. Dafür stehen Möbel aus Österreich seit vielen Generationen.

„Die heimische Möbelindustrie vereint Zuverlässigkeit, Top-Qualität und modernste Technologie mit Service und handwerklicher Expertise“, erklärt Dr. Georg Emprechtinger, Vorsitzender der Österreichischen Möbelindustrie. „Damit bildet sie einen Gegenpol zu den Billiganbietern und setzt ein klares Statement für die gelungene Kombination aus Traditionen und Innovationen.“

Anspruchsvolle Einrichter und Innenarchitekten entscheiden sich deshalb immer öfter für Möbel und Küchen made in Austria. Denn Österreich blickt wie kaum ein anderes Land auf eine bewährte Handwerks- und Möbeltradition zurück. Diesen hohen Anspruch an Exklusivität kennzeichnet das neue „Austria Gütezeichen Möbel“. Das Qualitätssiegel ist ein Garant für verlässliche Werte und langlebige Produkte aus besten Zutaten. Es macht die Werte, für „Möbel made in Austria“ auf einen Blick sichtbar und schafft so mehr Transparenz.

Immer mehr Verbraucher achten auf Gütezeichen, Label und Prüfwerte. Sie erweisen sich als ein gutes Hilfsmittel bei der Kaufentscheidung: So sind die zertifizierten Produkte aus Österreich zum Beispiel nachhaltig und werden unter fairen Bedingungen gefertigt. Denn das Umwelt- und Gesundheitsbewusstsein nimmt messbar zu und auch handmade ist wieder gefragt. Themen wie Ökologie, ressourcenschonende Fertigungstechniken und eine meisterhafte Verarbeitung gewinnen beim Möbelkauf an Bedeutung. „Wertvolle Produkte mit einer guten Öko-Bilanz und einem hohen Individualisierungsgrad sind die Markenzeichen von made in Austria“, unterstreicht Dr. Georg Emprechtinger. „Sie liefern schlagkräftige Argumente für Möbel aus Österreich und werden auch international immer stärker nachgefragt.“

WOHNEN



Mit einem feinen Gespür für Design und Funktionalität verarbeiten die Manufakturen aus Österreich edle Rohstoffe zu Liebhaberstücken, die den Menschen viele Jahrzehnte lang begleiten. Dazu gehören moderne Einrichtungssysteme, die sich allen Grundrissen millimetergenau anpassen ebenso wie smarte Polsterlandschaften mit wohltuenden Relaxfunktionen und großen Typenplänen. Auch Betten, Schlafzimmer, Kinderwelten und Home-Office-Lösungen veranschaulichen die Stärken der Möbelindustrie in Österreich. Bis hin zu offenen Küchen und fließenden Übergängen zum Wohn- bzw. Speisebereich punkten die Einrichtungsspezialisten mit innovativen Konzepten. Hinzu kommt eine große Auswahl an edlen Naturhölzern, attraktiven Oberflächen, Materialien und Farben. Sie geben Raum für einen individuellen Lifestyle und stecken voller kreativer Möglichkeiten für eine ganz persönliche Gestaltung.

www.moebel.at



Fotos: TEAM 7, Bene

bel | |
étage

EVENT FÜR
STOFFE & DESIGN

29. – 30.
JÄNNER 2023

SALZBURG
CONGRESS

Registrieren Sie sich als
FachbesucherIn auf
beletage-salzburg.at/tickets

FREIER
EINTRITT

expo
experts
austria

Die Marke belétage ist Eigentum der Reed Messe Wien GmbH und wird unter Lizenz von Austrian Exhibition Experts GmbH verwendet

MÖBELNETZWERK

Von erfolgreicher Expansion und ertragreichen Chancen

Seit nunmehr zwölf Jahren ist Stefan Oberkanins erfolgreich mit seiner Agentur Möbelnetzwerk in Österreich, Deutschland, Südtirol und Slowenien präsent. Nun meldet er sich mit Neuheiten bei Marken und Produkten und einer großen Chance für Interessierte zurück. VON LILLY UNTERRADER

Das Geschäft laufe gut, die Nachfrage im Möbel- und Bettenfachhandel sei ungebrochen. Stefan Oberkanins kennt die Branche seit vielen Jahrzehnten – aus verschiedenen Blickwinkeln – und er ist ständig im direkten Austausch mit seinen Händlern und Partnern. Mit seiner Agentur Möbelnetzwerk vermarktet er seit nunmehr zwölf



„Viele Agenturen in Österreich wünschen sich Nachfolger, die keine Scheu vor der Selbstständigkeit haben und unseren erfolgreichen Weg mit Handelsagenturen weiter gehen möchten.“

Stefan Oberkanins

Jahren Marken wie Royal sleeper, Miotto und Miotto selections, in den vergangenen Jahren sind die Marken Wimmer Wohnkollektionen, Durler Polstermöbel, Manifattura Falomo (Matratzen Made in Italy) M&M Collections (Massivholzbetten), oder ganz neu, ab Anfang 2023, die italienische Designbetten Marke Novaluna hinzugekommen. Das Händlernetz umfasst aktuell ca.100 Betten- und Möbel-fachhändler in Österreich und Südtirol und wird kontinuierlich ausgebaut.

„Mit meinen Marken kann man den gesamten Wohnraum, ob Haus, Wohnung oder



Novaluna ist die neue italienische Marke im Portfolio von Stefan Oberkanins und steht für Polsterbetten, entworfen von italienischen Designern. Alle Modelle werden in eine großen Stoff- und Echtleдераuswahl angeboten.



Bei Wimmer Wohnkollektionen wird im Jänner passend zum erfolgreichen Tischprogramm 18Hundert eine neue Holzart, nämlich Kernesche, und ein komplettes Beimöbelprogramm mit Sideboards, Vitrinen etc. gelauncht.

Objektbereich, einrichten, ausgenommen Küche“, fasst er zusammen. Und ergänzt: „Ich weiß aus Erfahrung, dass speziell im Bereich Schlafen, Speisen und Polstermöbel die besten Erträge erwirtschaftet werden können.“ Und das bei gleichzeitig viel weniger Planungs- und Montageaufwand und Risiko. „Gerade im Bereich Betten und Matratzen wird heute vom Möbelhandel noch sehr viel

Ertrag einfach liegengelassen. Da wäre so viel Potenzial drinnen.“

Trend zu Gesamtkonzepten

Gleichzeitig bestätigt er einen Trend, der während der Pandemie möglicherweise verstärkt, begründet jedenfalls schon einige Zeit davor, wurde: „Meine Partner werden immer mehr zu Komplett-einrichtern vom Boden bis

zur Decke und arbeiten mit Gesamtkonzepten.“ Heißt: Die Aufträge werden komplexer, langfristiger und gleichzeitig größer und umfangreicher. Der Fachhandel agiere hier als individueller Vollsortimenter, eine Rolle, die es zu unterstreichen und hervorzuheben gilt. Denn, so Oberkanins: „Die Anzahl der Kunden im stationären Handel wird in Zukunft nicht mehr werden. Darum gilt es die Wertschöpfung pro Kunde zu erhöhen. Das funktioniert nur über die Verbreiterung der Sortimente.“

Chance auf sofortigen Ertrag

Zudem hat auch Oberkanins bereits vor einigen Jahren begonnen, mit der erfolgreichen Ausstattung im Hotel und Restaurantbereich ein zusätzliches Standbein im Objektgeschäft zu etablieren. Tendenz gerade in den vergangenen zwei Jahren stark steigend: „Gerade in Österreich haben viele Tourismusbetriebe, die oftmals inhabergeführt sind, während Corona in ihre Ausstattung und Qualität investiert.“ Sehr viel Potenzial gäbe es gerade auch in diesem Segment noch zu heben, weshalb er

seine Agentur aktuell auch personell verstärken möchte. Der erfolgreichen Aufbauarbeit der vergangenen Jahre geschuldet, böte sich daher für einen interessierten Einsteiger mit entsprechender Erfahrung im Außendienst nicht nur die Chance, in ein bestens etabliertes Netzwerk einzusteigen, sondern auch damit sofort Ertrag zu erwirtschaften. Und, zieht er ein weiteres Ass aus dem Ärmel: eine spätere Übernahme der Agentur ist nicht ausgeschlossen.

www.moebelnetzwerk.at

Belgischer Sitzkomfort



Die Polstermöbel von Durllet werden allesamt im belgischen Izegem handgefertigt und zeichnen sich durch den „belgischen Sitzkomfort“ aus, den man probiert haben muss. Hier das Modell Denver.

Eines jener Labels, mit denen das Möbelnetzwerk bereits seit 2019 erfolgreich Geschäfte macht, ist die belgische Polstermöbelmarke Durllet. Oberkanins: „Durllet passt gut in mein Portfolio, es ist ein traditioneller Hersteller von Sitzmöbeln, Stühlen und Beistelltischen, der Wert auf höchste Qualität legt und mit internationalen Designern zusammenarbeitet.“ Das Unternehmen produziert seit 1966 ausschließlich im belgischen Izegem, nahe Brügge, ist damit von anderen

Ländern weitgehend unabhängig und in seinem Heimatland sehr populär. Hierzulande hat man u.a. mit Wohndesign Mayerhofer und TEAM 7 eine Kooperation, wie Vincent Govaert, Export Leiter bei Durllet, berichtet: „Sämtliche Schauräume der Marke sind mit den Sitzmöbeln von Durllet ausgestattet.“



„Die neuen Polstermöbel sind kubistisch und geradlinig. Und sie sind einfach unheimlich bequem.“

Vincent Govaert

Aktuell kommen zudem zwei neue Modelle auf den Markt, wie Govaert beschreibt: „Die neuen Polstermöbel sind kubistisch und geradlinig. Weiters haben wir einen modernen Hochlehner im Portfolio. – Das Beste daran ist aber der ‘belgische Sitzkomfort’: Heißt: Sie sind einfach unheimlich bequem.“ Etwas, das man definitiv sehen, spüren und erleben muss, so die beiden Herren unisono. Aus diesem Grund hat man auch bereits kurz nach dem ersten Lockdown, im April 2020, kurzerhand einen Klein-LKW erstanden und tourt zweimal im Jahr auf eigene Faust durch die Lande. Oberkanins: „Das kommt bei unseren Handelspartnern sehr gut an, dass wir hier aktiv und initiativ werden und unseren Partnern unsere Möbel vor Ort zei-

gen, sie erfahren und probieren lassen. Wir haben dadurch auch einige neue Partner dazugewonnen.“ Und Govaert ergänzt: „Wir werden dieses Tool weiter planmäßig zweimal im Jahr nutzen, das nächste Mal werden wir Ende März/Anfang April in Österreich unterwegs sein.“

www.durlet.com



Das Modell Linger aus der Hand von Designer Frans Schrofer steht für diejenigen, die den Komfort eines Relaxsessels suchen und sich dabei nach Ruhe und Einfachheit im Design sehnen.

EXTRAFORM

Aita und Fluffy lassen grüßen

Extraform gibt rechtzeitig zum fünfjährigen Jubiläum in Österreich auch 2023 wieder richtig Gas. Mit den Modellen Aita und Fluffy konnte man schon auf zwei Wiener Designmessen reüssieren, darüber hinaus ist noch einiges mehr in der Pipeline. VON LILLY UNTERRADER

„Als wir mit Extraform vor fast fünf Jahren in Österreich an den Start gegangen sind, wurden wir von vielen noch milde belächelt, heute kommen zahlreiche Handelspartner aktiv auf mich zu und fragen nach den neuen Modellen“, ist Harry Grössing mit dem bisherigen Geschäftsverlauf von Extraform hierzulande mehr als zufrieden. Gemeinsam mit Mitarbeiter Volker Schrutka und der Agentur Belada vermarktet er die qualitativen Polstermöbel aus dem serbischen Senta hierzulande mit zunehmendem Erfolg. „Damals sind wir mit rund 14 Modellen gestartet, heute umfasst unser Portfolio bereits 38 Modelle.“ Den Erfolg führt Grössing unter anderem auf die eigenständige Formsprache sowie die hochwertige Verarbeitung in Tischlerqualität zurück. Alle aktuellen Modelle sind im Übrigen in Österreich zu sehen, spüren und erleben – entweder im SCHAU:RAUM

So neu, dass man ihn noch nicht auf der Website findet: Fluffy ist in vielen Varianten ab sofort lieferbar.



Aita zog auf der Design District in der Wiener Hofburg als auch auf der Presse-Schau in der Marx-Halle viele Blicke auf sich und begeisterte im kuscheligen Teddy-Bezug auch viele Kinder.

Wien oder Linz oder bei den nunmehr rund 60 Handelspartnern österreichweit.

Zwei Messen – viel Zuspruch

Die neuen Modelle Aita und Fluffy waren zudem auf den Wiener Designmessen Design District (in der Hofburg) sowie der Presse-Schau in der Marx-Halle zu sehen. Grössing zeigt sich mit beiden Veranstaltungen sehr zufrieden und in seinem Weg bestätigt. „Die Messen waren beide sehr gut. Vor allem in der Marx-Halle hatten wir sehr viel positive Resonanz auf unseren neuen Modelle und haben sogar – ich kenne das fast gar nicht mehr von Messen – auch wirklich wieder geschrieben.“

Die Presse-Schau in der Wiener Marx-Halle bot von 4.-6. November Lifestyle und Design in einem sehr hochwertigen Segment. Grössing: „Wir als Möbelanbieter waren hier fast allein auf weiter Flur und trotzdem oder vielleicht auch deswegen sehr gut frequentiert.“



Hochwertige Verarbeitung und ansprechendes Design. Extraform ist in den vergangenen fünf Jahren zu einer gefragten Größe am österreichischen Polstermöbel-Markt geworden. Hier das Modell Akari.



Vor Ort bei Extraform in Senta, v.l.: Neo-Handelspartner Christian Schmidt aus Großrußbach, Schau:Raum Linz-Beraterin Milly Fischer, Neo-Handelspartnerin Babsi Hörtenhuemer aus Steinerkirchen an der Traun („Die Tapeziererin“) sowie die Extraform-Eigner und Geschäftsführer Atila und Bela Caki mit Harald Grössing.

Und weiter: „Die Kaufkraft war extrem hoch und es haben auch viele Aussteller bei Ausstellern gekauft.“ Was Grössing dort noch beobachten konnte: „Die Leute suchen eher das Besondere bei Polstermöbeln. Solitaire-Sessel waren stärker nachgefragt als Klassiker.“ Dabei konnte besonders das Modell Aita mit dem weißen Teddy-Bezug viel Aufmerksamkeit auf sich ziehen. Grössing: „Aita hat drei Funktionen, kann als Sitz, als Sitz mit Hochlehne oder als Chaiselounge verwendet werden.“ Nachsatz: „Und die Kinder bauen sehr gerne Höhlen damit.“ Was in diesem Fall ein durchaus erwünschter Nebeneffekt ist, wie er beschreibt. „Wir liefern so eine qualitativ hochwertige Verarbeitung, dass wir das gute Gewissens zulassen können. Also ist die Aita sozusagen auch offiziell ein Spielsofa“, schmunzelt er.

Aita wurde von Designer Wieland Heinze entworfen und von Extraform-Inhaber und Geschäftsführer Atila Caki in Anlehnung an die japanische Kultur benannt. Caki: „Aita heißt auf Japanisch Öffnen, und das ist es, was unser Modell anschaulich kann.“

Aus Aita wird eine Wohnlandschaft

In der Entwicklung befinden sich übrigens gerade ein Eckteil und ein Polster dazu, sodass Aita ab Februar – mittels Krokodilverbinder – auch als Wohnlandschaft gebaut werden kann. In der ausgestellten Version – mit dem Bezug Teddy, der übrigens aus recycelten PET-Flaschen besteht und einen Martindale-Wert größer als 100.000 aufweist, kommt Aita auf einen VK von 2450 Euro brutto. Der Kunstfaserstoff gewährleiste im Übrigen auch, so Grössing, dass das Modell nahezu komplett schmutzresistent ist. „Ich kann sogar einen Rotwein drüber gießen und es passiert nichts“, sagt Grössing selbstbewusst.

Fluffy macht Lust auf mehr

Brandneu ist auch das von Extraform selbstentwickelte Modell Fluffy. Der modische Sessel kann mit verschiedenen Unterbauten/Füßen sowie in Stoff und Leder ab sofort bestellt werden. Der VK Preis liegt bei Stoff zwischen 1360 und 1970 Euro, in Leder geht's bei 1700 Euro los. Und weil bei Extraform nahezu alle verwendeten Stoffe und Leder stets vorrätig sind, können Fluffy und Co bereits in fünf Wochen nach Bestellung geliefert werden. Und es kommt noch mehr, wie Grössing ankündigt. 2023 kann noch mit einigen Neuheiten der aufstrebenden Marke – auch für den Objektbereich – gerechnet werden ...

[extraform.at](https://www.extraform.at)

DORMIENTE

dormiente – starke grüne Marke für den Schlafbereich seit über 35 Jahren

Seit 1988 produziert dormiente in Deutschland Naturlatexmatratzen, Naturbettwaren, Unterfedern, Massivholz- und Polsterbetten nach den Gesichtspunkten der Ökologie, Orthopädie und Gesundheit.



Natur-Polsterbett Clia_2 – Boxspring-Feeling ohne Metallfedern.

Der Pionier der Branche ist mittlerweile ein führendes Unternehmen im Bereich Naturbetten und deckt mit seinem kontinuierlich erweiterten Sortiment fast alles ab, was Bettenfach- und Möbelhandel im Zeichen des Megatrends „Nachhaltigkeit“ zum Thema Schlafen benötigen.

GREEN BRAND-Zertifizierung für dormientes nachhaltiges Naturmatratzen-Sortiment

2021 wurde dormiente als erster Hersteller von Matratzen überhaupt mit dem GREEN

BRAND Zertifikat ausgezeichnet. Es steht für rundum ökologische und nachhaltig produzierte Produkte und gilt für alle dormiente Naturmatratzen, von der Kindermatratze bis zur Travel-Linie für Camper. dormiente Naturmatratzen aus 100 % natürlichem Latex bieten hochwertigen orthopädischen Liegekomfort von Eco bis Deluxe. Die Anfang des Jahres eingeführte, individuell maßgeschneiderte Naturlatexmatratze PERSONAL FITS kann jede Körperkontur perfekt abbilden. Damit ist sie konkurrenzlos am Markt. Eine Besonderheit ist auch das dormiente-Prinzip des versteppten Innen-plus waschbaren Außenbezugs. Auch die Bett-

decken sind plastikfrei aus nachwachsenden Rohstoffen, wo immer möglich aus kontrolliert biologischem Anbau oder Tierhaltung. Alles wird schadstoffkontrolliert über den QUL (Qualitätsverband umweltverträgliche Latexmatratzen e.V.). Mit der Hinzunahme von Hanf und Seegras hat dormiente in Punkto Bett-Klimatisierung und Öko-Bilanz einen neuen Meilenstein gesetzt. Die neue NATUR PUR-Serie kammergefüllter Naturlatexmatratzen mit Zirbe, Seegras und Hanf wird ergänzt durch verschiedene Matratzenbezüge, Bettdecken und Bettwäsche aus Hanf. Der Hanf stammt zum größten Teil aus Europa.





Die multifunktionale Unterfederung **PHYSIOFORM® PRO** gibt es auch als Heberahmen.

100 % Naturschlaf mit System: Natur PUR-Wendematratze mit Hanf oder Zirbenkern und Ergonomie-Unterfederung **Physioform® PRO**.



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 bietet dormiente sogar eine Version im beliebten Boxspring-Look. Die sonst üblichen Metallfedern sind jedoch für größere Flexibilität und elektrobiologische Neutralität durch ein komplett metallfreies Naturschlafsystem ersetzt. Der Vorteil: wenn sich die Komfortbedürfnisse

ändern, kann es ganz einfach nachjustiert werden.

Attraktives Store-Konzept für kleine und große Flächen

Mit dormiente ist es möglich, schon auf 12 Quadratmetern Kompetenz in Sachen „grüner Schlaf“ zu vermitteln, vom Bett über die Matratze bis zur Bettwäsche. 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.

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. Erich Hölzl, Vertriebsleiter Österreich: „Für mich bietet dormiente das nachhaltigste Bettwaren-Konzept, denn hier ist alles aus einer Hand: ein ergonomisch perfektes, stimmiges Sortiment für alles, was es für gesunden, grünen Schlaf braucht, alle wichtigen Öko-Zertifikate, regelmäßige Schadstofftests nach den strengsten Kriterien, attraktive Studiolösungen für jedes Platzangebot und jede Menge durchdachte Marketingunterstützung.“

www.dormiente.com



Beispiel für eine umgesetzte Studiolösung.

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

MIAA | ANDEXLINGER

Inspiration trifft Handwerk

Dort wo Standard aufhört, fängt MIAA an. Diese Produktlinie der Tischlerei Andexlinger ist für Kunden, denen hochwertiges Wohnen wichtig ist.

MIAA ist ein aus durchdachten Elementen frei kombiniertes Wohnsystem und unterstreicht den Charakter der Menschen, ohne aufdringlich zu sein. Charismatisch und doch zeitlos nimmt MIAA auch dort Platz, wo Standardmaße nicht funktionieren. MIAA ist nahezu grenzenlos und funktioniert auch in großen Dimensionen. MIAA verbindet handwerkliche Kompetenz in außergewöhnlicher Qualität mit einer Vielzahl an Möglichkeiten zu einer Produktlinie für Menschen, die das Besondere schätzen. Gemeinsam mit Planern und Architekten werden in der Tischlerei Andexlinger mit MIAA einzigartige Designs entwickelt und Wohnlösungen geschaffen.



„Das perfekte Zusammenspiel von maßgeschneiderten Einrichtungen und einem reibungslosen Projektablauf macht uns zum kompetenten Partner. Wir verbinden Kunst und Handwerk, Innovation und Tradition. Damit schaffen wir richtig gute Räume. Unser Augenmerk liegt auf purem Design und edlen Oberflächen, ausgewählten Materialien und einer hochwertigen Verarbeitung. Ehrlich und nachhaltig mit Bewusstsein für unsere Herkunft“, sagt Geschäftsführer Alexander Rauch.

Einzigartige Raumlösungen für private Lebensräume

Manchmal ist weniger mehr, manchmal braucht es eine neue Perspektive oder einen

professionellen Blick von außen. Was es jedenfalls braucht, sind eine exakte Planung von Anfang an, eine maßgenaue Herstellung und eine perfekte Montage. Als klassische Möbeltischlerei ist das Unternehmen Andexlinger zu einem hochmodernen Unternehmen gewachsen. Das Zusammenspiel von Mensch, Natur und Technik wird durch optimale Produktionsprozesse sichtbar. Fachliches Know-how und modernste Technik gehen Hand in Hand.

Alexander Rauch: „Als großer und topmoderner Betrieb sind wir mehr als nur ein Arbeitgeber. Unsere Mitarbeiter formen unser Unternehmen mit, sie bekommen

Raum für Individualität und Weiterentwicklung und gemeinsam leben wir eine Partnerschaft auf Augenhöhe. Gute Gespräche und wertvolle Dialoge stehen im Mittelpunkt. Wir sind ständig in Bewegung und wir entwickeln uns weiter. Wie ein Baum braucht auch ein Unternehmen starke Wurzeln.“ Das Fundament dazu entstand 1928. Seit damals gehören Nachhaltigkeit und Regionalität bei Andexlinger zusammen und bilden bis heute den Grundstein des täglichen Tuns. Im Fokus stehen dabei die Werte, das Miteinander von Mensch, Technik und Natur und gesunde Beziehungen zu Lieferanten, Kunden und Produzenten. Echt und unverrückbar in allen Bereichen.

Ausgezeichnet nachhaltig

Das Denken an morgen und das nicht nur beim nachhaltigen Einsatz der Arbeitsmaterialien. Andexlinger übernimmt für die Kunden auch die Entsorgungskosten für anfallendes Verpackungsmaterial. Dafür wurde das Unternehmen vom deutschen Unternehmen interseroh mit dem "resources SAVED 2021 Zertifikat" ausgezeichnet.

Natur und Mensch im Einklang

Der Betrieb ist mit Haslach und dem Mühlviertel verbunden. Die Mitarbeiter:innen stammen aus der Region und die Arbeitsmaterialien werden bewusst und größtmöglich regional bezogen, jedenfalls aber in Österreich und Deutschland. Gute Partnerschaften zu Produzenten und Großhändlern sorgen auch in herausfordernden Zeiten für Stabilität und Zuverlässigkeit. Nachhaltig Arbeiten heißt für Andexlinger auch kurze Wege einhalten, bei der Materialbeschaffung genauso wie bei internen Abstimmungen. Mehr als 200 Haushalte in Haslach wer-



den in den Sommermonaten komplett vom Unternehmen energievorsorgt. Selbst wird ganzjährig kein einziges KW für Heizung und Wasseraufbereitung zugekauft, sondern selbst vor Ort hergestellt und zur Verfügung

gestellt. Alexander Rauch: „Denn wir denken heute an morgen, indem wir Ressourcen sinnvoll einsetzen.“

www.andex.at
www.miaa.at

Rund neun Jahrzehnte Erfahrung und Passion im Tischlerhandwerk

1928: Gründung der Tischlerei durch den Pionier Johann Andexlinger (*1899 – †2000) in seinem Elternhaus in Hörleinsödt bei Haslach an der Mühl.

1934: Errichtung eines Wohnhauses mit integrierter Werkstätte in Haslach an der Mühl. Bis 1946 durchschnittlich ein Mitarbeiter und ein Lehrling, vorwiegend Bau- und Möbeltischlerarbeiten sowie Reparatur.

1966-1971: Übernahme des Unternehmens durch Komm.-Rat Friedrich Andexlinger (2. Generation), Neubau der Tischlerei am jetzigen Betriebsstandort, Start mit 13 Beschäftigten auf 1.700 m² Produktionsfläche.

1979-1989: Erweiterung auf 2.500 m² Produktionsfläche im Bereich Oberfläche, Handwerksstätte, Massivholzaufbereitung, Beginn der elektronischen Auftragszeiterfassung, Errichtung eines Späne-Silos mit automatischer Feuerung, laufende Erweiterungen bis 1989, Einstieg in die computerunterstützte Fertigung, Betriebsdatenerfassung und Auftragsabwicklung mittels EDV.

1996-1998: Zubau um weitere 2.000 m² Produktionsfläche sowie 900 m² Büro- und

Ausstellungsfläche, erstmalige Zertifizierung im Bereich ISO9001, Übernahme der Geschäftsleitung durch Tischlermeister Friedrich Andexlinger (3. Generation).

2001: Neubau der Oberflächenabteilung mit ca. 500 m² Fläche – ausgestattet mit modernster Oberflächentechnik, Beginn mit lösungsmittelfreier Oberflächenbehandlung.



2008-2009: Erweiterung der Platten-zuschnitt-Abteilung um weitere 900 m², Neuanschaffung hochmoderner Produktionsanlagen im Bereich Zuschnitt mit vollautomatischem Plattenlager, zwei CNC Fräs- und Bearbeitungszentren, Kantenanleimmaschine mit automatischer Rückführung, Errichtung eines Mitarbeiterparkplatzes und Sicherung weiterer Betriebsflächen.

2018: Jubiläumsjahr 90 Jahre Tischlerei Andexlinger GmbH, Neugestaltung der Ausstellungsfläche, Erneuerung der gesamten IT-Infrastruktur sowie des Fuhrparks. Derzeitiges Betriebsareal ca. 16.000 m², 8.000 m² Produktions-, Verwaltungs- und Präsentationsfläche, 80 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

2019: Mit Mai 2019 übergibt Friedrich Andexlinger die Tischlerei Andexlinger GmbH an Alexander Rauch. „Ich freue mich, in Alexander Rauch einen Nachfolger gefunden zu haben, der die Tischlerei in meinem Sinne weiterführen wird. Ich bin stolz darauf, ihm ein auf gesunden Beinen stehendes Unternehmen übergeben zu können“ sagt Friedrich Andexlinger.

JOKA AUSZEICHNUNGEN

Top Matratzenmarke und Österreichisches Umweltzeichen

Bei der größten Markenstudie Österreichs, dem MARKET MARKTTEST, wurde JOKA mit dem „Top Marke 2022“-Award im Bereich Matratzenmarken ausgezeichnet.

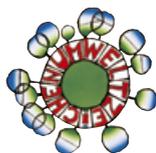
Das Market Institut führt seit vielen Jahren branchenbezogene Markttests durch. Dabei werden eine Vielzahl von relevanten inhaltlichen Kriterien aus Kundensicht bewertet. Analysiert werden die drei Hauptkategorien „Key Performance“ (Top-Marke, Nutzung, Bekanntheit), „Brand Drive“ (Sympathie, Innovation, Weiterempfehlung) und „Corporate Social Responsibility“ (gesellschaftliche Verantwortung) einer Marke in einer für die österreichische Bevölkerung ab 16 Jahren repräsentativen Stichprobe. In der Gesamtbewertung „Matratzenmarken“ belegte JOKA den 2. Platz.



Stolz über die Auszeichnung: Anna Kapsamer-Fellner und Johannes Kapsamer.

Österreichisches Umweltzeichen

Eine weitere Auszeichnung für JOKA ist die Zertifizierung mit dem Österreichischen Umweltzeichen – als einziger österreichischer Matratzenhersteller. Das Österreichische Umweltzeichen, das seit 1990 vergeben wird, ist ein verlässlicher Wegweiser für ökologischen Einkauf und umweltfreundliches Alltagsverhalten. Zertifiziert wurde die gesamte Produktlinie „FehrMed“ – Naturlatexmatratzen mit Wirkstoffen wie Stroh, Weide, Zirbe oder Torf. Außerdem die JOKA Taschenfederkern- und Federkernmatratzen, die auch in der Hotellerie regen Zuspruch finden sowie das gesamte, patentierte FlexiNet®-Matratzen-System, das sich durch



perfekte Durchlüftung aufgrund der handverflochtenen Kaltschaumstege auszeichnet.

Propolis – mit der Kraft der Biene

Neu im Sortiment: PROPOLIS Naturmatratzen und Bettwaren mit der Kraft der Biene. Propolis ist ein natürliches Bienenprodukt und wird im Bienenstock zum Abdichten der Waben und zur Abwehr von Bakterien und Pilzen verwendet. Schon im alten Ägypten und in der Antike war die keimhemmende Wirkung bekannt. Diese Eigenschaften macht JOKA sich nun für Naturmatratzen und -bettwaren zu Nutze.



NEU: Matratzen und Bettwaren mit dem keimhemmenden Schutz von Propolis.

Doppelbett Fiore

Das Matratzen-, Betten- und Polstermöbelprogramm aus dem Hause JOKA zeichnet sich durch den konsequenten Anspruch an Funktion, Qualität und Design aus. So versprüht zum Beispiel das französische Doppelbett Fiore durch die Rundungen des Betthaupts und die gepolsterten Panele einen ganz außergewöhnlichen Charme. Die hochgezogenen Seitenteile vermitteln Schutz und Geborgenheit und bieten noch mehr Privat-

heit. Das Betthaupt steht aber auch ohne Seitenteile zur Verfügung und fünf verschiedene Fußvarianten stehen zur Auswahl.

Das 1921 gegründete Familienunternehmen produziert nach wie vor ausschließlich in Österreich und kann nicht nur deshalb besonders schnell und flexibel auf Kundenwünsche eingehen. Hohe handwerkliche Qualität und umfangreiches Know-how bilden hierfür die perfekte Grundlage.

www.joka.at



Das Doppelbett mit dem gewissen Flair: Fiore.

DESIGN-AGENTUREN FLACHBERGER

Design-Agenturen Flachberger eröffnen Schauraum

Die Design-Agenturen Beatrix und Klaus Flachberger haben ihren neuen Musterschauraum eröffnet, präsentieren das vielfältige Marken- und Produktportfolio und bieten Partner:innen und Branchenprofis noch mehr Service.

Klein, fein und oho ist der neue Musterschauraum der Design-Agentur Beatrix und Klaus Flachberger. In Laab im Walde, unweit der Wiener Stadtgrenze im Süden der Bundeshauptstadt, haben die beiden Spezialisten für Designmöbel, Wandgestaltung, Beschattung und Begrünung für den Innen- und Außenbereich im Privat- wie Projekteinsatz Wurzeln geschlagen. Auf feinen 60 Quadratmetern präsentieren sie ihr Marken- und Produktportfolio und spannen gekonnt ihre Designvielfalt auf. Neben bereits lange bestehenden Markenvertretungen ist auch Modularte, dessen Vertretung Klaus Flachberger erst in diesem Jahr übernommen hat, mit den einzigartigen Produkten mit dabei.

Mehr als ein Schauraum

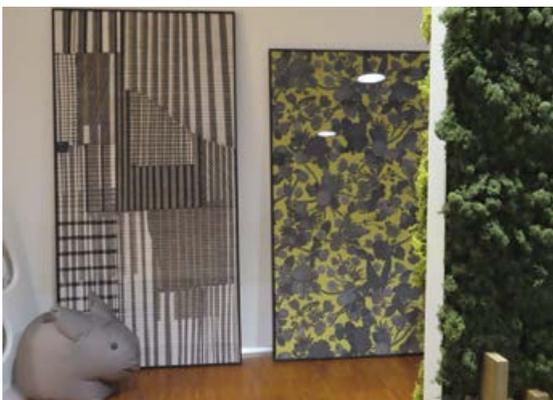
Beim Opening am 24. November 2022 machten sich zahlreiche Branchenprofis selbst ein Bild von dem neuen Musterschauraum, eingemietet bei und serviciert von Markus Fellner, Geschäftsführer der Alexander Fellner Warenhandels GmbH mit Österreich-Generalvertretung in 2. Generation für den deutschen Büromöbelhersteller Kusch & Co. Probesitzen, anfassen, informieren und inspirieren – alles ist in der neuen top Location erlaubt, die mehr als ein klassischer Schauraum ist. Vielmehr ermöglichen Beatrix und Klaus Flachberger mit dem Musterschauraum in Laab im Walde Partner:innen in Ostösterreich, den Designhotspot mit deren Kund:innen eigenständig zu nützen, sich Muster abzuholen, auch wenn Beatrix und



Beatrix und Klaus Flachberger haben mit ihren Design-Agenturen den neuen Musterschauraum in Laab im Walde, NÖ, eröffnet.

Klaus Flachberger nicht persönlich vor Ort sind, sowie natürlich auch mit den beiden Profis einen Termin vor Ort zu vereinbaren. Und die beiden Designspezialisten gehen noch einen Schritt weiter: Zu Events wie Neuheitenvorstellung, Verarbeitungstipps oder Aufzeigen von Gestaltungsoptionen sollen Partner:innen und interessierte Branchenprofis in den Musterschauraum geladen und damit das Serviceangebot der Design-Agenturen weiter bereichert werden.

www.design-agentur.at



◀ Die beiden Spezialisten bieten in der top Location auf 60 Quadratmetern Designvielfalt und Service für Partner:innen und Branchenprofis.

▼ Zahlreiche Branchenprofis machten sich bei der Eröffnung selbst ein Bild vom neu eröffneten Musterschauraum.



SEDDA POLSTERMÖBEL

„Wir werden neue Bereiche bespielen“

Mit Schwung und Optimismus startet sedda ins neue Jahr. Der Polstermöbelspezialist will sich im Schlafbereich stärker positionieren, wagt sich mit einem namhaften Designer auf neues Terrain und hat für die möbel austria & küchenwohntrends einiges geplant, wie sedda-Marketingleiter Johannes Ragailler erzählt. VON GERHARD HABLICZEK & SYLVIA PILAR

wohninsider: Der Blick ist auf 2023 gerichtet. Wohin geht die Entwicklung?

Johannes Ragailler: Wir arbeiten an den Neuheiten und werden neue Felder bespielen. Deutlich mehr machen wollen wir im Schlafbereich, also rund um die Themen Betten und Matratzen. Im Hotelbereich nehmen wir weiter stark Fahrt auf. Das war eine der erfreulichsten Entwicklungen in den letzten ein- einhalb Jahren, auch weil der Markt an sich etwas getrübt ist. Aktuell gibt es auch unterschiedliche Käufer:innenschichten. Ein Teil der Kund:innen ist beim Konsumverhalten verhalten, ein Teil will noch schnell kaufen.

Macht das die Planung schwieriger?

J. Ragailler: Die nächsten Monate, gerade die erste Jahreshälfte 2023, werden schwerer planbar sein, weil die wirtschaftlichen Entwicklungen unklar sind. Die Käufer:innenschicht im hochpreisigen Segment, in dem wir unterwegs sind, wird das vermutlich weniger betreffen, es gibt aber viele Fragezeichen. Das Thema Wohnen hat stark an Bedeutung gewonnen und ich denke, dass es auch in der aktuellen Krisenzeit nicht so stark einbrechen wird. Wir rechnen zwar mit Rückschlägen beim Umsatz, schauen aber positiv in die Zukunft. Die Auslastung bis ins

Frühjahr ist gut und der Bedarf an hochwertigen Möbeln weiter hoch.

„Im Hotelbereich nehmen wir weiter stark Fahrt auf.“

Wie läuft's im Fachhandel und im Objektbereich?

Erfreulicherweise hat sich der mittelständische Handel weiter sehr gut entwickelt und ein deutlicheres Plus hingelegt als die Großfläche. Auch das Objektgeschäft läuft sehr gut. In der Hotellerie ist durchaus Investitionsvolumen vorhanden. Wir überzeugen mit



Modell ARTEMIS

sedda – Jahreshöhepunkt 2023



Johannes Ragailler,
sedda-Marketingleiter

„ Die möbel austria & küchenwohntrends ist unsere wichtigste Messeveranstaltung und immer der Anlasspunkt, unsere Neuheiten zu präsentieren. Wir schätzen den österreichischen Fachhandel und wollen ihm unsere neuesten Entwicklungen als erstes präsentieren. Die letzte Messeausgabe ist sehr erfolgreich verlaufen und auch bei dem kommenden Messedoppel werden wir wieder mit einem tollen Präsentationskonzept und Neuheiten aufzeigen, und sind überzeugt, dass die möbel austria & küchenwohntrends wieder gut besucht sein werden.“

optimiertem Design und Sonderanfertigungen, der Preis ist dann eher Nebensache. Neben den Schlafsofas sind auch Betten sehr gefragt, genauso auch große, individuelle Wohnlandschaften, die wir in hochwertigen Apartmentresorts und Suiten deutlich stärker platzieren. Hotelliers schätzen „made in Austria“ und mit jedem Hotelobjekt als Referenz kommen noch mehr Hotels in derselben Größenordnung dazu. Das ist ein erfreulicher Schneeballeffekt. Und wir wollen in diesem Bereich 2023 weitere Entwicklungen präsentieren.

Werden die neuen Modelle auf der möbel austria & küchenwohntrends präsentiert?

Das ist das große Ziel. Die möbel austria & küchenwohntrends sind immer unser Highlight. Unser letzter Messeauftritt war ein voller Erfolg, wir haben mit einem neuen Standkonzept aufgezeigt, einen großen Schritt ins Design gemacht und konnten mit unseren Produktneuheiten punkten. Ich hoffe, dass sich die aktuelle Produktentwicklung nicht durch Lieferschwierigkeiten verzögert. Es ist noch immer schwierig, hat sich aber deutlich gebessert. Heuer hat uns vor allem auch das Thema Fachkräftemangel im Bereich Tischlerei, Polsterei und Näherei beschäftigt. Die Engpässe bei den Kapazitäten konnten wir trotzdem gut ausgleichen.

„Die möbel austria & küchenwohntrends sind immer unser Highlight.“



Welche Neuheiten sind für 2023 und den Messeauftritt geplant?

Geplant sind zwei Betten, zwei Modelle im Wohnbereich und zwei für einen anderen, für uns neuen Bereich. Bei dieser Neuentwicklung arbeiten wir mit einem namhaften Designer zusammen. Der Entwurf ist vielversprechend, das Design etwas ausgefallener, femininer, filigraner, und auch ein neues Funktionssofa entwickeln wir mit ihm.

Welche Rolle spielt Nachhaltigkeit?

Wir merken, dass nachhaltige Stoffe zunehmend nachgefragt werden. Auch bei unseren Lieferanten bewegt sich viel in diese Richtung. Es gibt schöne Designs, denen man nicht anmerkt, dass sie aus recycelten Materialien bestehen. Genauso gefragt sind Naturfaserstoffe, die immer Thema sind. Leinen, Baumwolle, Viskose liegen im Trend, aber auch alle Arten von Mischungen. Natür-

lich muss dabei immer auch der Aspekt der Pflege und Reinigung berücksichtigt werden. Deswegen kommt unser eigener Pflegeshop auch so gut an, weil wir hier für jeden unserer Bezüge das passende Pflege- und Reinigungsmaterial anbieten.

Inwiefern wird zirkulär im Sinne der Kreislaufwirtschaft gedacht und gearbeitet?

Wir verfolgen schon seit vielen Jahrzehnten eine nachhaltige Philosophie und produzieren emissions- und schadstoffarm, verwenden nur Massivholz aus nachhaltiger Forstwirtschaft, Spanplatten der Güteklasse mit dem geringsten Formaldehyd-Gehalt, FCKW freien Schaumstoffen, Ökotex-geprüfte Polstermaterialien, Vliese und Bezugsstoffe, sowie Leder, das nicht mit schweren Chemikalien gegerbt wird, und setzen auf lösmittelfreie Verklebung auf Wasserbasis. Unsere Möbel können in ihre Einzelmaterialien zerlegt und recycelt werden. In Kürze beantragen wir den Blauen Engel, um unser nachhaltiges Engagement zu unterstreichen und visualisieren.

Wie ist Ihr Ausblick auf 2023?

Natürlich birgt die aktuelle Situation mit dem Krieg im Osten und der steigenden Inflation gewisse Risiken, die es abzuschätzen gilt. Ich bin optimistisch, dass das kommende Jahr leicht besser als 2022 sein wird. Die Nachfrage war gut, leider hatten wir aber doch recht viel mit dem Fachkräftemangel und den Lieferantenschwierigkeiten zu kämpfen. Wir sind gut aufgestellt, weshalb wir auch positiv auf 2023 schauen und unsere neuen Entwicklungen werden einen wesentlichen Teil zum Erfolg beitragen.

www.sedda.at



B&B DESIGN

Keine halben G'schichten

Das Quartett des Küchenstudios B&B Design hat es richtig drauf. Die Brüder Mario und Nikolaus Braun schupfen mit Murat Karakullukcu als Gesellschafter und Mitarbeiterin Tanja Haller ein Einrichtungsstudio nahezu direkt an der A2 mit großem Erfolg und noch mehr Begeisterung. VON LILLY UNTERRADER

„In den vergangenen eineinhalb Jahren haben wir von Montag bis Sonntag gearbeitet“, feigt Mario Braun, Geschäftsführer und Gesellschafter des Einrichtungsstudios B&B Design im niederösterreichischen Warth (bei Grimmenstein) eingangs die Illusion der „gemütlichen“ Selbstständigkeit vom Tisch. Und trotzdem, konstatieren er und sein Geschäftspartner Murat Karakullukcu: „Wenn einmal der Wunsch der Selbstständigkeit im Kopf ist, lässt er einen nicht mehr los“. Und so war es dann auch. Irgendwann entschlossen sie sich



Das Team von B&B Design gibt sich nicht mit Kompromissen zufrieden, v.r.: Mario Braun, Murat Karakullukcu, Tanja Haller und Nikolaus Braun – sowie Hündin Mia.

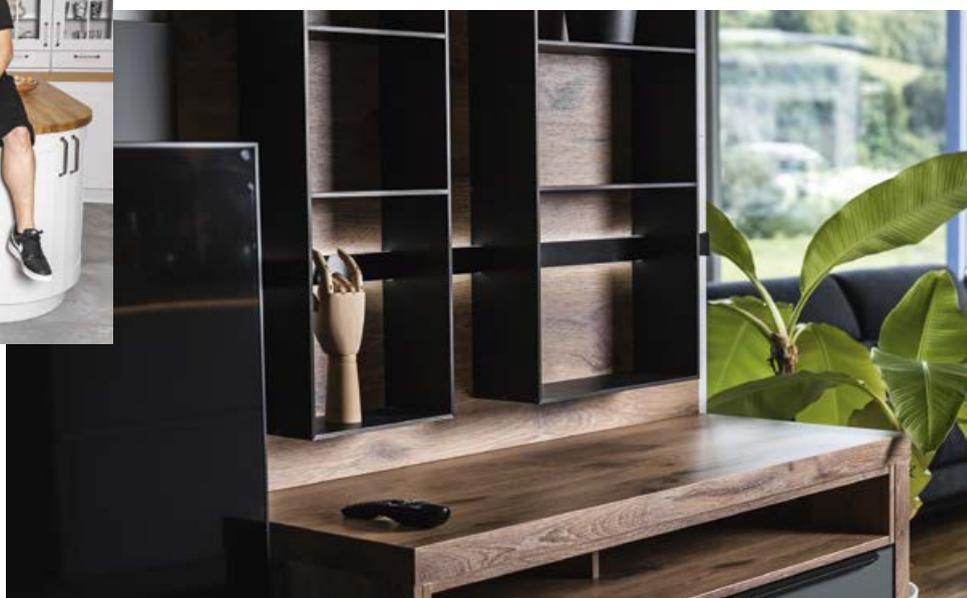
vor knapp zwei Jahren den Schritt zu wagen. Einige anfängliche Hürden waren zu bewältigen, seit März steht die B&B Design GmbH schließlich auch auf dem Papier. Unterstützung haben die Unternehmer seit Anfang des Jahres beim Küchenring gefunden, wie sie berichten. Mario Braun über die Entscheidung, gerade diesem Verband das Vertrauen zu schenken: „Bernhard Achleitner ist einmal zu uns gekommen und hat uns das Konzept vorgestellt. Und die Idee der Bonus-Ausschüttung vier Mal im Jahr hat uns einfach gefallen. Ebenso war für uns sehr ansprechend, dass wir als kleine Firma schneller auf eine höhere Bonifizierung kommen.“ Die Entscheidung habe man jedenfalls nie bereut,

wie Braun unterstreicht: „Die Unterstützung ist laufend gegeben, man kann Bernhard immer anrufen und um Rat fragen ...“

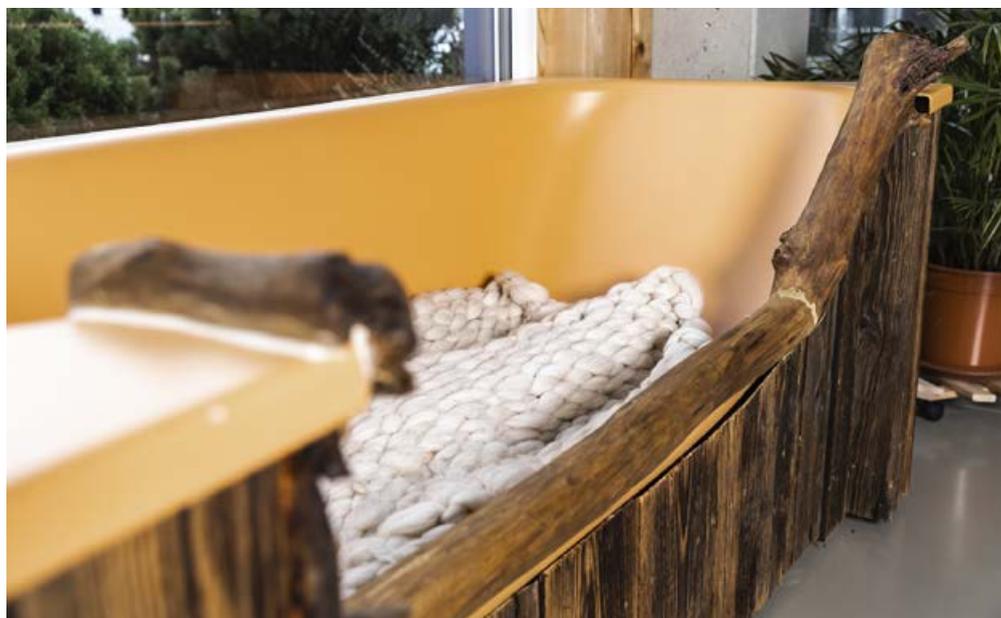
Große Ausstellung – breites Angebot

Auf insgesamt 460 m² Fläche (davon 90 m² Lager) bilden die vier Branchenerfahrenen heute jeden Bereich im Wohnraum ab. Mario Braun: „Wir machen nicht nur Küche, son-

dern planen auch Wirtschaftsräume, Schlafzimmer oder Wohnräume. Wir bieten weiteres Parkett, Fenster und Innentüren. Mein Bruder Nikolaus ist praktisch immer an der Front und kann als routinierter Handwerker zudem Fliesenlegearbeiten, fugenlose Badezimmer und vieles mehr anbieten.“ Und genau das sei es auch, was viele Kunden sehr zu schätzen wissen. Braun: „Wir offerieren alles aus



Sämtliche Fotos auf der Website stammen aus der eigenen 370 m² großen Ausstellung, wie die Inhaber unterstreichen.



Bei B&B Design kann man sich praktisch komplett einrichten, inklusive Innentüren und kreative Sonderlösungen.

einer Hand, machen das, was wir gut können, selbst, und was wir nicht selbst können, da vermitteln wir gerne gute Kontakte.“

Über ein entsprechendes Netzwerk verfüge man jedenfalls, können doch Braun und Karakullukcu auf jeweils 15 bzw. 20 Jahre Branchenerfahrung in – zum Schluss – Führungspositionen bei der Möbelgroßfläche verweisen. Murat ergänzt: „Von dieser Tätigkeit kenne ich auch viele Problematiken, die bei einer Planung auftreten können. Teilweise, weil viele verschiedene Mitarbeiter an einem Auftrag arbeiten, teilweise, weil nur der Preis im Vordergrund steht.“ Hier agiere man nun im eigenen Unternehmen jedenfalls ganz anders. Karakullukcu: „Ich bin bekannt als ‘Monk’. Ich bin sehr detailverliebt und gebe mich nicht mit dem Erstbesten zufrieden.“ Und Mario Braun ergänzt: „Wir investieren hier viel Zeit und Hirn, weil unsere oberste Devise ist, dass unsere Kunden genau das bekommen, was sie sich vorstellen.“ Und so komme es nicht selten vor, dass man fünf, sechs oder zehn Planungen mache, um die jeweils beste Lösung für den Kunden zu finden. Und damit schließlich auch die Montage passt, arbeite man nur mit selbstständigen qualifizierten Monteuren zusammen, die selbst aus dem Tischlerhandwerk kommen. Karakullukcu: „Es macht einen großen Unterschied, wer das schließlich montiert ...“

Welche Kunden spricht B&B Design an?

Weder lokal noch monetär wolle man sich kundenseitig einschränken, wie die beiden

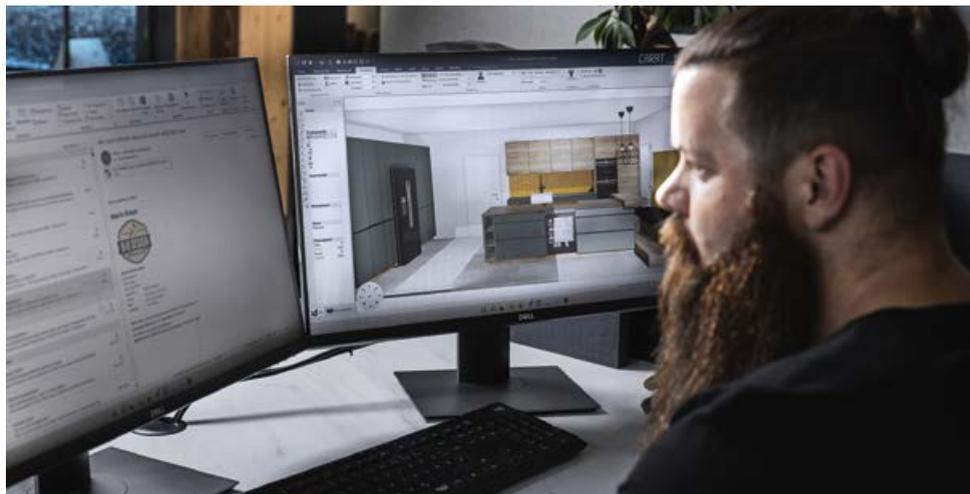
Gesellschafter unisono erklären. Das Markenportfolio der Lieferanten reicht von AEG, Miele und Siemens über Haka Küchen, nobilia und Schöswender hin zu Weitzer Parkett oder Ozonos. „Durch unser großes Netzwerk verkaufen wir Planungen bis nach Kärnten oder Wien. Wir machen auch Küchen im Einstieg, wenn das gewünscht ist. Ab dem nächsten Jahr erweitern wir unser Portfolio um next125 von Schüller, sodass wir auch das Top-Segment gut abbilden können“, führt Braun aus. Und Karakullukcu ergänzt: „Zudem machen wir auch einiges im Objektbereich, aber im gesunden Ausmaß.“

Mehr Aufträge als Zeit

Und weil die aktuelle Auslastung ohnehin mehr als gut sei, halte man sich auch werbe-

technisch zurück. Die Website ist bodenständig, übersichtlich, funktionell und ausschließlich mit Fotos aus der eigenen Ausstellung bestückt, wie die Unternehmer stolz unterstreichen. Über eine Agentur sei man regelmäßig auf instagram und facebook präsent, weitere Marketingaktivitäten, Veranstaltungen oder auch eine Eröffnung habe man aber (bislang) ausgespart. Braun: „Es klingt möglicherweise überheblich, aber wir haben schon jetzt so viele Aufträge, dass wir bei Werbung der zusätzlichen Nachfrage nicht gerecht werden könnten.“ Und so nimmt man sich für das kommende Jahr vor allem eines vor: „zumindest am Sonntag frei zu machen, um wieder ein bisschen Privatleben zu haben“, so Braun mit einem Augenzwinkern.

www.b-b-design.at



Mario Braun und sein Team planen oft mehrere Entwürfe, damit der Kunde am Schluss das bekommt, was er sich wirklich vorstellt.

KOMMENTAR

von Sylvia Pilar



Willkommen im „New Normal“

Die Arbeits- und Bürowelt ist im Wandel. Der lange postulierte Trend ist Realität und manifestiert sich in neuen Lösungen. Multifunktionalität, Modularität, Flexibilität, Komfort und vor allem Wohnlichkeit weisen den Weg in die Office-Zukunft, die bereits begonnen hat.

Die Arbeits- und mit ihr die Bürowelt ist in Bewegung. Das ist sicher keine brandneue News. Schon lange Zeit geistert der Trend durch die Branche und ist auch keiner mehr. Der Trend ist Hype, Visionen sind Wirklichkeit geworden. Die Corona-Pandemie hat der zunächst schleichenden Entwicklung einen rasanten Schub verpasst, Digitalisierung inklusive. Von einem Tag auf den anderen wurde möglich, was vorher kaum denk-

bar schien. Rund drei Jahre später ist die Arbeitswelt nicht mehr, wie sie einst war, und wir finden uns wieder im Spannungsfeld zwischen Büro und Homeoffice. Hallo, „New Work“. Eine neue Generation erobert die Arbeits- und Bürowelt – von Persönlichkeiten bis Möbel –, die Ansprüche der Mitarbeiter:innen an das Office haben sich verändert, wie sich auch aus Studien herauslesen lässt. Das Beste aus beiden Welten wird gesucht und gefragt, Unternehmen und Büros müssen ebenso gewissermaßen „soft skills“ bieten wie sie oft von Mitarbeiter:innen gefordert oder zumindest gewünscht werden. Wohlfühlen ist die Basis für Produktivität, Office mit Wohnfeeling Wunsch und Credo. Den Transformationsprozess haben die Büromöbelhersteller erkannt und übersetzen ihn mit zeitgemäßen Lösungen. Insbesondere auf der ORGATEC in Köln enthüllten die Hersteller spannende Neuheiten, und auch darüber hinaus präsentiert sich Gegenwart und Zukunft der Offices vielfach multifunktional, modular, flexibel, komfortabel und vor allem wohnlich, wie ein Blick auf die neuesten Produkte zeigt. Diese neue

Wohnlichkeit spiegelt sich nicht zuletzt in filigraneren Möbeln, moderne Technologien und Funktionen stecken in leicht auftretenden Modellen. Und das Büro wird bunter – zumindest ein bisschen. Ein Hauch von Farbe mischt die geradlinig-greigen Büroräume dezent auf. Neben Komfort und Ergonomie, deren Bedeutung vielen wohl erst im improvisierten Homeoffice so richtig bewusst geworden ist, spielen Licht und Akustik eine ebenso entscheidende Rolle. Clevere und akustisch positiv wirkende Produkte schaffen privatere Bereiche und Ruhezone. Das Office von heute und morgen muss auch den Spagat zwischen Räumen für konzentriertes Arbeiten alleine und Platz für Kommunikativität und gemeinsame Kreativität meistern, und neben bereits verfügbaren smarten Lösungen wird auch hier weiter an cleveren Konzepten getüftelt. Produktvielfalt und Möglichkeiten sind groß, es liegt also an den Unternehmen, die sich eröffnenden Chancen der schönen neuen Arbeits- und Büro(möbel)welt zu nutzen,

meint Ihre
Sylvia Pilar

Foto: Sylvia Pilar/privat



www.wohninsider.at

» Ihr direkter Draht in die Einrichtungsbranche

FÜR IHRE PLANUNG 2023:

Die wohninsider Mediadaten mit der Themenvorschau für 2023 einfach downloaden unter:

www.wohninsider.at/printausgabe/mediadaten.html

Oder hier anfordern: a.habliczek@wohninsider.at



Mediadaten 2023

Venice by Neudoerfler

Eine Produktlinie, die sich abhebt.



neudoerfler
Für Menschen, die machen.

AKTIV INNOVATIV



Actiu präsentiert mit Active Solution for Work (A+S Work) einen Drehstuhl mit leichtem Look, der vollständig aus thermoplastischem Material besteht. Er verfügt über eine neue technologische Plattform, welche die Rückenlehne mit dem Gestell verbindet und eine einzigartige ergonomische Unterstützung schafft. Zeichnet Alegre

Design für die Entwicklung des Systems verantwortlich, punktet A+S Work mit einer einzigartigen ‚All in one‘-Synchronmechanik, bei der zwei Neigungssysteme in einem Stuhl kombiniert werden, die vier Optionen für den Winkel der Rückenlehne offeriert und jede dieser Positionen mit einem Knopfdruck arretierbar macht.

actiu.com

Vielfältig avantgardistisch



Ofitres präsentierte auf der OR-GATEC zusammen mit dem Verlag Omelette Editons neue Lösungen und Vorschläge für die Ausstattung von Arbeitsräumen, Hospitality, Homeoffice und Softoffice, unter anderem den neuen, von La Mamba entworfenen Schrank Tono sowie die Erweiterung der Tono Familie um den Chefschreibtisch, den Besprechungstisch, das Sofa und die Traversenbank. Alle Elemente der wachsenden Familie folgen der einzigartigen Linienführung des Schrankes Tono und schaffen ein elegantes und raffiniertes visuelles Erlebnis in jedem Raum.

www.ofitres.es

Arbeit spielerisch gemacht



RS Barcelona stellt den Arbeitsplatz in einen neuen Kontext und lässt die Grenzen zwischen Arbeit und Spiel verschwimmen. Wie mit „You and Me“. Der von Antoni Pallejà Office konzipierte Tisch ist Arbeitsplatz und Tischtennisplatte zugleich. Meetings mit vielen Teilnehmern, Gruppenarbeit am Hot-Desk-Tisch, Pause am Mittagstisch, Afterwork auf der Terrasse und natürlich Spiele und Partien – alles ist möglich. Das gesamte Sportequipment aus Netz, Bällen und Schlägern wird in einer diskreten seitlichen Schublade verstaut und alles ist wieder bereit für die Arbeit.

www.rsbarcelona.com

Mobiler Workspace



Foto: movo/Fotograf: Jonas von de Hude

Arbeitsplatz und Designobjekt sind die mobilen Bürolösungen von movo und verwandeln im Handumdrehen das Homeoffice zum ergonomischen, effizienten und kreativen Workspace. Das Unternehmen punktet mit vielfältigen Modellen. Als lässiges Kleinod für jeden Raum erweist sich One Sided Performer, das kompakteste movo-Modell, dessen Funktionen – Arbeitsplatte, Schublade, Ordnerschrank, Stiftebox und Ladestation – sich ausklappen lassen und der mit seinem coolen Look zu allen Wohnstilen oder in alle Retail-Spaces passt.

www.movo-office.com

Attraktiver Zuwachs



Mit dem Relaunch des Formholz-Stuhls S 661 hat Thonet einen Entwurf von Günter Eberle aus den frühen Fünfzigerjahren in zahlreichen Ausführungen, verschiedenen Holzarten und farbigen

Varianten neu aufgelegt. Der im Privat- wie Objektbereich vielseitig einsetzbare Allrounder erfährt mit der Drehstuhlvariante S 661 Atelier (DR), die sich optimal als formschöner und bequemer Schreibtischstuhl für Home-Office oder Büro eignet, dem Stuhl S 661 SPV mit vollumpolstertem Sitz, dem Stuhl S 661 PV mit Vollumpolsterung und dem Barhocker S 661 H starke Ergänzung und die Produktfamilie wird mit der Erweiterung noch flexibler nutzbar.

www.thonet.de

MARKTPLATZ : OFFICE

Moderne Rückzugsorte



Privatsphäre und Komfort bringt Steelcase mit der Produktfamilie „Work Tents“ ins Büro. Inspiriert von Zelten, designt als moderne Rückzugsorte für den flexiblen Arbeitsplatz im Büro, wurden sie in Zusammenarbeit mit einem renommierten Zeltdesigner konzipiert, um dem menschlichen Bedürfnis und Wunsch nach Schutz und

Abschirmung nach außen gerecht zu werden. Die Kollektion umfasst das „Pod Tent“ sowie „Overhead Tent“. Beide Kreationen vereinen zarte, organische Formen mit dehnbaren und halbtransparenten Textilien und schaffen eine neue und ansprechende Arbeitsatmosphäre.

www.steelcase.com

Wohnliches Flair für Office & mehr



Mit dem PORTS Chair erweitert Bene die Designlinie PORTS. Verschiedene Fußgestelle und eine große Auswahl an Stofffarben ermöglichen dabei eine Vielzahl individueller Konfigurationen. Charmant, flexibel und gemütlich, bringt der Premiumstuhl nicht nur Eleganz ins Büro, sondern verleiht ihm auch eine wohnliche Atmosphäre, und er eignet sich sowohl für zeitgemäße Büroumgebungen wie auch als Esszimmerstuhl für zuhause.

www.bene.com

Office trifft Zirkularität



Mit furniloop präsentiert Wiesner-Hager ein neues Bürotischprogramm, das moderne und verantwortungsbewusste Bürokultur verbindet. Die Neuheit punktet mit smarten Features, kreativem Design und hoher Qualität, konzipiert für die Wiederverwendung in weiteren Lebenszyklen. Das Schreibtischprogramm besteht aus vier verschiedenen Gestelltypen, das stoffbespannte, pinnfähige Sichtschutz-Panel wird in zwei Größen angeboten, umschließt den Arbeitsbereich an drei Seiten und wirkt schalldämmend.

www.wiesner-hager.com

GRÜNER LEISEMACHER



Ein grünes Highlight mit beruhigend-schöner Wirkung ist „Mast“ von Verde Profilo (Design Studio Nove.3). Der schalldämmende Raumteiler besticht mit Look und Funktion. Die Form erinnert an natürliche Elemente wie Bäume, und die zwei verfügbaren Größen eröffnen die Möglichkeit unterschiedlicher Kompositionen und die Freiheit zur individuellen Positionierung.

www.verdeprofilo.com

MEHR SERVICE. MEHR ERFOLG.

**AKTIVITÄT IST DIE
BESTE MEDIZIN:**

Statt abzuwarten, sollten Fachhändler jetzt aktiv werden! Hinterfragen Sie Ihre Kundenakquise aktiv und starten Sie aktivierende Maßnahmen jetzt.



www.mze.at

Mehr Highlights zu Office & New Work auf www.wohnsider.at
Link zu den Produkten: bit.ly/3hfwAQ7



MZE
NETZWERK WOHNKULTUR

HETTICH

Mit dem richtigen Dreh

Hettich denkt den Büroalltag neu und lässt mit einem zukunftsweisenden Konzept aufhorchen. Der „room2gather“ sorgt für eine effektive Flächennutzung und macht aus jedem Büro einen vielseitigen Verwandlungskünstler.

Hettich bringt Bewegung ins Büroleben und zeigt mit seiner auf der Orgatec-Sonderschau „Inspired Hybrid Office“ präsentierten Studie „room2gather“ einen möglichen Weg zur Gestaltung des neuen Arbeitsalltags im Büro auf – und wie man aus einem Teammeeting im Handumdrehen den Raum für eine Videokonferenz oder für konzentrierte Stillarbeit schafft. Der „room2gather“ hat den Dreh raus. „Eine starre Raum- und Einrichtungsstruktur im Büro passt einfach nicht mehr zum dynamischen Arbeitsumfeld von heute. Mit den „room2gather“-Plattformen kann man selbst



Das Büro wird zum Verwandlungskünstler: Der „room2gather“ von Hettich schafft multifunktionale Flächen, die mit einem Dreh anpassbar sind und viele Raumkonstellationen ermöglichen.

„Raum-in-Bewegung“ von Hettich mit Dr. Alexandra Abel, Lehrbeauftragte für Architekturpsychologie an der Bauhaus Universität Weimar, sowie der MSA Münster School of Architecture, wo sich Professor Dipl.-Ing. Ulrich Blum

„room2gather“ aktiv und eigenhändig zu verändern.

Vier für 256

Die klar definierte Bewegung des „room2gather“ erfolgt jeweils in 90-Grad Schritten. So lassen sich ganze Raumstrukturen ohne viel Kraftaufwand mit nur einer Hand in Bewegung setzen und verbleiben dann sicher in ihrer neuen Endposition. Schon bei vier zueinander gruppierten „room2gather“-Elementen ergeben sich rechnerisch 256 verschiedene Möglichkeiten der Positionierung und Anordnung – und damit im dynamischen Büroalltag reichlich Spielraum für unterschiedlichste Szenarien der Einzel- und Teamarbeit. Auch konstruktiv hat das Team bei der „room2gather“-Plattform professionelle Arbeit geleistet: Stromdurchführung für Beleuchtung oder Bürotechnik verstecken sich in der flachen Sockelplatte, die auf dem Fußboden fixiert werden kann. Das Material für die Plattformoberfläche lässt sich individuell wählen, vom klassischen Büroboden bis hin zu wohnlichen Holzböden ist vieles denkbar.

www.hettich.com

auf kleinem Grundriss multifunktionale Flächen schaffen, die mit einem Dreh anpassbar sind und viele Raumkonstellationen ermöglichen. So bringen wir Menschen mit ihren unterschiedlichsten Aktivitäten effektiv zusammen“, beschreibt Gerrit Staufenberg von Hettich das neue Lösungskonzept. Die denkbaren Einsatzfelder gehen dabei weit über das Büro hinaus: Der „room2gather“ eignet sich generell für Flächen, die kurzfristig von wechselnden Anwendern genutzt werden, vom Café über die Hotel-Lobby und das Museum bis hin zum Bahnhof oder Flughafen.

Einfach genial

Wird damit der Puls der „New Work“-Zeit getroffen, ist das Konzept „room2gather“ das Ergebnis des interdisziplinären Netzwerkprojekts

mit zwei Studierenden und einem engagierten Tutor intensiv damit beschäftigt, Raumstrukturen flexibel in „Bewegung“ zu setzen. Das Prinzip des „room2gather“ ist so einfach wie genial: Komplette Teile einer Bürofläche inklusive der Möblierung lassen sich dank einer besonderen Kinematik so verfahren, dass man sie selbst auf engstem Raum kollisionsfrei immer wieder neu zueinander anordnen kann. Die Möblierung und Ausstattung jeder Plattform ist frei gestaltbar und so sprengt der „room2gather“ die bisherigen Grenzen der Büroinnenarchitektur. Nicht nur Planer:innen bietet das Konzept überraschend neue Spielräume für individuelles und kreatives Bürodiesign fernab von anonymen „Desksharing“-Modellen, auch temporäre Nutzer:innen bekommen hier die Möglichkeit, ihren Arbeitsbereich mit

NEUDOERFLER

Außergewöhnliche neue Möbelserie

Neudoerfler präsentiert mit „Venice by Neudoerfler“ eine neue Produktlinie. Kreiert in Kooperation mit Architekten Schenker Salvi Weber, besticht sie mit schwebender Leichtigkeit, starkem Look und Wohnlichkeit für's Office.



„Venice by Neudoerfler“ umfasst fünf modulare Möbelemente, u.a. Regal und Sitzbank. Die neue Produktlinie besticht mit einzigartigem Look und sorgt für eine angenehme, wohnliche Atmosphäre im Office.

Unter dem Motto „Brunch mit Venice“ launchte der Büromöbelhersteller Neudoerfler am 1. Dezember 2022 seine neue Produktlinie „Venice by Neudoerfler“, die in Kooperation mit den Architekten Schenker Salvi Weber entstanden ist. Inspiriert von der italienischen Stadt mit ihrem besonderen Flair hebt sich die fünfteilige modulare Produktlinie vor allem durch ihre vom Boden abgesetzten Beine ab, die ähnlich venezianischer Pfahlbauten gestaltet sind und das charakteristische Merkmal darstellen, gleichzeitig sollen die Möbel eine angenehme, wohnliche Atmosphäre ins Büro bringen, sind aber genauso Zuhause einsetzbar.

Modular, flexibel, individuell

Den Grundstein der Serie „Venice“ legte das Projekt „Post am Rochus“. Nach dieser erfolgreichen Zusammenarbeit von Neudoerfler und den Architekten Schenker Salvi Weber und inspiriert vom positiven Feedback entstand die Idee, die Möbel in eine Serienproduktion zu bringen. „Wir freuen uns sehr, dass wir Schenker Salvi Weber für die Entwicklung der Serienmöbel gewinnen konnten. Damit erweitern wir unser Portfolio um Stauraum- und Lounge-möbel, die modular und flexibel miteinander

kombiniert werden können“, so Heidi Adelwöhner, Geschäftsführerin von Neudoerfler. Die Leichtigkeit der Möbel und ihre charakteristischen Fußelemente, die an die Pfahlbauten in Venedig erinnern, gaben der Serie schließlich ihren Namen. Die Produktlinie „Venice“ besteht insgesamt aus fünf Hauptelementen – Regal, Locker, Sitzbank, Drehtür- und Einzeltürschrank sowie Pflanzwanne. Durch den modularen Aufbau der Möbel können alle Elemente frei miteinander kombiniert werden. „Die unzähligen Variationsmöglichkeiten und Einsatzzwecke bringen eine persönliche Note ins Büro und geben den Kund:innen gleichzeitig die Möglichkeit, ihre Einrichtung individuell und aktiv mitzugestalten. So können wir alle Kundenwünsche bedienen, ob vom kleinen Start-up-Büro bis hin zum Großraumbüro für mehrere hundert Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter oder auch für Homeoffice, Wohnzimmer oder Garderobe zuhause“, erläutert Mutiara Pokorny, Produktmanagement- und Marketingleiterin von Neudoerfler.

Besondere Designstatements und „made in Austria“

Mit der SSW Edition hat das Architektentrio Schenker Salvi Weber der Möbelserie eine besonders individuelle Handschrift verliehen.



Die neue Neudoerfler-Produktlinie „Venice by Neudoerfler“ wurde von den Architekten Thomas Weber & Michael Salvi, Neudoerfler-GF Heidi Adelwöhner & Neudoerfler-Produktmanagement- und Marketingleiterin Mutiara Pokorny vorgestellt.

Die halbkreisförmigen Griffe und die zweifarbigen Beine setzen ein weiteres Design-Statement und wecken Assoziationen zu Venedig. Gefertigt wird die Produktlinie Venice im burgenländischen Neudörfel am Firmenhauptsitz. Die 18.000 m² große Produktion stellt Qualität „made in Austria“ sicher und wo immer möglich arbeitet Neudoerfler mit regionalen Partnern und Zulieferern zusammen, zudem sorgen kurze Transportwege und die verpackungsfreie Auslieferung für einen kleinen CO₂-Fußabdruck.

www.neudoerfler.com

HALI

Nachhaltiges Leichtgewicht für jeden Workspace

„fun at work“ lebt hali mit variantenreichen, innovativen Bürolösungen für „smartes“ Arbeiten. Freude und Komfort in jede Officesituation bringt der Büromöbelspezialist mit dem Dauphin-Drehstuhl Indeed, der Nachhaltigkeit und Ergonomie mit Leichtigkeit verbindet.

hali steht für moderne Arbeitswelten und realisiert sie mit Kompetenz, maßgeschneiderten Office-Konzepten und einer umfangreichen Palette nachhaltiger Büromöbel wie ergonomischen Bürostühlen, die viele im improvisierten Heimbüro erst richtig zu schätzen lernten. Mit der Rückkehr ins Office bleibt das Bewusstsein für eine hochwertige, leicht zu handhabende Sitzgelegenheit und der renommierte Office-Hersteller hat vielfältige Sitzmöbel im Portfolio – und eine wortwörtlich exklusive Lösung: Der Dauphin-Drehstuhl Indeed, wie alle Stühle der Marke Dauphin im österreichischen Fachhandel ausschließlich bei hali erhältlich, erfüllt nicht nur ergonomisch höchste Ansprüche, sondern bringt mit seiner raffinierten



Innovative Büromöbellösungen sind die hali-Spezialität, ein exklusives Highlight der nachhaltige, leichte, ergonomische Dauphin-Drehstuhl Indeed.



Der ergonomische Boxspring-Sitz des Indeed sorgt für top Sitzkomfort.



ten Leichtbauweise und seinem schlanken Design Leichtigkeit in jeden Workspace, im Unternehmen wie zuhause.

Nachhaltigkeit und Leichtigkeit

stehen beim Indeed von der smarten Gestaltungsidee von Dauphin-Designer Rüdiger Schaack über die hauseigene Entwicklung, die Herstellung bis hin zur Logistik im Mittelpunkt. Sein cleaner Look macht den Drehstuhl zum harmonischen Bürobegleiter, seine intelligente Leichtbauweise zum kinderleicht bedienbaren Leichtgewicht. Mit seiner form schön gestalteten Rückenlehne, kombiniert mit einer optisch zurückhaltenden Mechanik und klar ausgearbeiteten ergonomischen Bedienelementen setzt Indeed auf minimalen Materialeinsatz und maximale Funktion. Dank seiner ergonomisch höchst anspruchsvollen Eigenschaften trägt Indeed das renommierte Gütesiegel „Geprüft & empfohlen“ der Aktion Gesunder Rücken (AGR) und da auch bei der Wahl des Polstermaterials höchster Wert auf Nachhaltigkeit gelegt wird, besteht der in vielen Farben verfügbare Bezugsstoff

Tonal zudem zu 99 Prozent aus recycelten PET-Flaschen.

Mit Boxspring-Technologie

Mit einer Neuheit rücken Komfort und rü ckenschonendes Sitzen bei Indeed noch mehr in den Fokus: Ausgestattet mit einem punktelastischen Mikro-Taschenfederkern, bekannt von der bequemen Boxspringmatratze, gelingt eine angenehme Gewichtsentslastung beim Sitzen. Mit dem ergonomischen Boxspring-Sitz schwindet unangenehmer Druck auf die Unterseiten der Oberschenkel. Eine viskoelastische Schaum-Auflage passt sich zudem individuell an das persönliche Sitzprofil an und sorgt für ein angenehmes Sitzgefühl. Das bestätigt auch das Darmstädter Leap in time Lab unter der Leitung der renommierten Arbeitsforscherin Prof. Dr. Dr. Ruth Stock-Homburg, das ihn mit dem Comfurnacy-Siegel ausgezeichnet hat. Das Zertifikat wird ausschließlich an Büromöbel vergeben, die die Kriterien Zukunftsfähigkeit, Nachhaltigkeit und Kundenbegeisterung erfüllen.

www.hali.at

KOMMENTAR

von Sylvia Pilar



Mehr als ein Liebling

Ohne Bodenbelag geht's nicht. Das begehrte Parkett ist nicht alleine auf weiter Flur, sondern die Vielfalt groß, es werden Grenzen gesprengt und natürlich ist auch das Thema Nachhaltigkeit gesetzt.

Wer kennt schon einen Wohnraum, ein Hotel oder ein Office ohne Bodenbelag!? Kaum ein Einrichtungselement zieht sich so sehr wie der sprichwörtliche rote Faden durch das Interieur, ist so omnipräsent und steht gleichzeitig nur allzu oft im Schatten von Küche und Möbel. Tatsache ist: Es braucht Bodenbeläge, vom Wohlgefühl bis zum ganzheitlichen Look spielen sie eine zentrale Rolle. Und die Vielfalt ist groß. Parkett, Laminat, textile und elastische Bodenbeläge, Fliesen & Co – es gibt eigentlich nichts, was es nicht gibt, möglich ist, was gefällt – optisch und haptisch –, und auch funktional punkten die Bodenbeläge mit neuen Errungenschaften der eifrig tüftelnden Hersteller, die sich mit Innovationen kontinuierlich übertrumpfen.

Doch nicht nur in puncto Innovation performt die Branche. Für das Jahr 2022 liegen zum aktuellen Zeitpunkt – Stand Anfang Dezember 2022 – zwar noch keine offiziellen finalen Daten vor, der Blick in den Rückspiegel zeigt aber eine spannende Entwicklung. Der österreichische Markt für Bodenbeläge und Parkett sei im Jahr 2021

auf breiter Front gewachsen, wie die zuletzt erhobenen Daten aus drei Marktstudien des Marktforschungsinstituts BRANCHENRADAR.com Marktanalyse ausweisen. So erhöhten sich laut BRANCHENRADAR Bodenbeläge und Parkett in Österreich 2022 die Herstellererlöse im vergangenen Jahr um 7,4 % gegenüber Vorjahr auf insgesamt 337,8 Mio. Euro, die Nachfrage wuchs um 3,5 Prozent gegenüber Vorjahr. Für das Umsatzplus sorgte vor allem der kräftige Anstieg bei Parkettböden, die mit einem Wachstum der Herstellererlöse um 11,4 % auf knapp 170 Millionen Euro nahezu drei Viertel zum Marktwachstum beitrugen, während Laminat nur noch wertmäßig wuchs und der Umsatz damit 2021 im Vergleich zu 2020 um um 2,4 % stieg, jener mit elastischen Bodenbelägen um 3,9 % und mit textilen Bodenbelägen um 4,2 %.

Rundblick

Beliebter denn je, ist der edle, oft im Fokus der Begehrlichkeit stehende Holzboden aber nicht alleine auf weiter Flur. Bei Laminat, textilen und elastischen Bodenbelägen werden immer neue Lösungen entwickelt, die optisch wie funktional noch mehr Klasse mitbringen. Insbesondere textile Bodenbeläge können für eine attraktive, moderne Portion Farbe sorgen und aktuell wird zudem ganz zeitgeistig vor allem gerne der Effekt von Teppich auf die Heizkosten unterstrichen und neben dessen inneren und äußeren Werten vor allem auch die subjektiv empfundene Wärme – Stichwort: warme Füße – gegenüber objektiver, möglicher reduzierter Raumtempera-

tur als Argument ins Rennen geführt. Ist der Wohnraum nicht alles, punkten textile wie elastische Bodenbeläge mit raffinierten Innovationen „inside“ und ästhetischen Looks selbstredend wie ihre Bodenbelagskollegen nicht nur im trauten Heim, sondern auch im Objektbereich, in Offices, Hotels und darüber hinaus. Pflegeleichtigkeit ist kein Thema mehr, sondern inklusive.

Ebenso außer Frage steht, dass sich Wohn(t)räume auch fliesen lassen. Die Fliese ist längst über ihren traditionellen Wirkungsbereich – Bad und Nassräume – hinausgewachsen und mit modernen Fliesenlösungen wird auch am Boden die Grenze zwischen In- und Outdoorbereich endgültig gesprengt. Werden Boden- und Wandfliesen ohnehin meist in einem Atemzug genannt, treten mittlerweile auch andere Bodenbeläge in ihre Fußstapfen und erobern die Wand. Ganzheitliche Gestaltung ist bei Konsument:innen gefragt und zeigt sich auch hier – mit vielen Chancen für die Branche.

Und natürlich spielt auch Nachhaltigkeit beim Bodenbelag eine essenzielle Rolle. Das diesbezügliche Engagement wird herausposaunt, die Hersteller haben sich das Thema an die Fahnen geheftet, Kreislaufwirtschaft greift Raum, innovative Leuchttürme zeigen, wie's geht. Auch bei der DOMOTEX 2023 wird das Thema mit der Sonderfläche THE GREEN COLLECTION zentral im Rampenlicht stehen, und man darf gespannt sein, wohin die Reise im Bodenbelagsbereich geht,

meint Ihre
Sylvia Pilar

WINDMÖLLER | WINEO

Authentisches Glanzstück

Den Glanz vergangener Zeiten lässt das Hyperion Hotel Salzburg im Palais Faber aufleben. Dem einzigartigen Ambiente gibt der PURLINE Bioboden der Marke wineo den letzten Schriff.

In enger Abstimmung mit dem Bundesdenkmalamt nach bauhistorischen Plänen erfolgte die Umgestaltung des „Faberhauses“ zum 4-Sterne-Hotel und zeichnet das Planungsbüro Unykat Interior Design für das Innendesign verantwortlich, nahm der Bodenbelag im Konzept eine wichtige Rolle ein. Er sollte einerseits mit einer authentischen Ausstrahlung überzeugen, andererseits aber auch strapazierfähig und beständig sein – und so fiel die Wahl auf PURLINE Bioboden der Marke wineo, einen gelenkschonenden, robusten, pflegeleichten Belag.

Überzeugend

Die wineo 1500 wood XS-Planken zum Kleben eignen sich mit ihrer geringen Aufbauhöhe von gerade einmal 2,5 mm optimal für die Renovierung und Sanierung und eröffnen zudem einen riesigen Gestaltungsspielraum hinsichtlich Verlegung und Kombination. Nach historischem Vorbild im Fischgrätmuster verlegt, ziehen sie sich auf einer Gesamtfläche von circa 3.000 Quadratmetern durch das gesamte Gebäude – von hochfrequentierten Bereichen wie Lobby, Restaurant und Hotelbar bis hin zur Executive Lounge. Auch alle 115 Gästezimmer und Suiten wurden mit Purline Bioboden wineo 1500 wood XS Pure Black ausgestattet, wo sie vor allem durch ihren fußwarmen und hygienischen Charakter überzeugen. Verweist der großzügige Einsatz auf die zahlreichen positiven Eigenschaften des Belags im Objektbereich, zeichnet er sich neben der hohen Strapazierfähigkeit auch durch seine top Berollbarkeit aus, die elastische Oberfläche absorbiert dabei den Trittschall und sorgt so für eine angenehme Raumakustik, zudem punktet er mit hoher Schmutzempfindlichkeit.

Natürlich authentische Holzoptik

Was manchen Gast aufgrund der authentischen Holzoptik überraschen mag: Purline Bioboden ist ein hochwertiger Polyurethan-Belag. Die Basis bildet ecuran, ein Hoch-



Das Hyperion Hotel Salzburg veredelt der Purline Bioboden wineo 1500 wood XS“ in „Pure Black“, verlegt im historischen Fischgrätmuster – wie im Restaurant „Gaumenfreund“.



Auch alle 115 Gästezimmer und Suiten wurden mit dem Purline Bioboden „wineo 1500 wood XS Pure Black“ ausgestattet.

leistungsverbundwerkstoff, der zu einem überwiegenden Teil aus Pflanzenölen und natürlich vorkommenden, mineralischen Komponenten hergestellt wird, ohne den Zusatz von Chlor, Weichmachern und Lösungsmittel. Das Material gibt keine schädlichen Stoffe an die Raumluft ab und ist geruchsneutral.

Überhaupt legt Hersteller Windmüller bei der Produktion sowie der Beschaffung der Rohstoffe größten Wert auf Nachhaltigkeit. Bestätigt wird die top Ökobilanz durch verschiedene Umweltzeichen, allen voran dem Cradle-to-Cradle-Zertifikat in Silber.

www.windmoeller.de | www.wineo.de

INTERFACE OPEN AIR

Bodenlösung für offene Räume

Mit Open Air bringt das Bodenbelagsunternehmen Interface eine neue Teppichfliesenkollektion auf den Markt, die speziell für offene Räume und große Flächen entwickelt wurde.

Die Kollektion von David Oakey umfasst die Linien Open Air Neutrals sowie Open Air Transitions & Accents. Open Air Neutrals enthält einige der meistverkauften neutralen Farbgebungen von Interface und ist in fünf Designs mit einzigartigen geometrischen, organischen und ornamentalen Mustern erhältlich. Sie verfügt zum Launch über zwei 25 cm x 100 cm große Teppichplanken sowie drei 50 cm x 50 cm große Teppichfliesen in neun neutralen Farben mit kühlen und warmen Nuancen.

In großflächigen Bereichen kann die Kollektion ein echter Problemlöser sein. Alle Produkte im Fliesenformat 50 cm x 50 cm können richtungsfrei verlegt werden, was den Verschnitt auf ein Minimum reduziert. Die unterschiedlichen Designs lassen sich solitär nutzen, um eine homogene Flächenoptik zu kreieren, oder in Kombination mit anderen Produkten der Kollektion verlegen, um bestimmte Bereiche hervorzuheben und visuell abzugrenzen. Open Air bietet damit als Kollektion eine Vielfalt, die es ermöglicht, den sich ständig ändernden Raumanforderungen gerecht zu werden.



Akzente setzen und Übergänge gestalten

Mit Open Air Transitions & Accents erhalten Architekten und Gebäudebetreiber eine einzigartige Auswahl abgestimmter Übergangsfliessen und Akzentfarben für ihren Bodenbelag. Die Kollektion wählt einen der

beliebtesten neutralen Farbtöne von Interface, Nickel, als Grundton in den Produkten Open Air 403 und Open Air 404 und variiert diese mit unterschiedlichen Farbakzenten, so dass fließende Übergänge in einem Raum geschaffen werden können. Die Muster erzeugen einen subtilen Wechsel von Farbe und Struktur, der in sanfte Farbakzente übergeht. Designer erhalten durch diese Vielfalt die Flexibilität, ihre Bodenbeläge auf die Bedürfnisse jedes Raumes abzustimmen. Open Air Transitions & Accents umfasst 50 cm x 50 cm große Teppichfliesen in acht komplementären Farbstellungen: Pearl, Rust, Clementine, Maize, Cobalt, Caribbean, Teal und Moss. Beide Designs können richtungsfrei verlegt werden.

Wie alle Bodenbelagsprodukte von Interface sind auch die Teppichfliesen der Open Air im Rahmen des Programms Carbon Neutral Floors™ durch den Erwerb von Emissionsminderungszertifikaten für Klimaschutzprojekte über ihren gesamten Produktlebenszyklus klimaneutral.

www.interface.com



FEB

Elastische Bodenbeläge für die Vertikale

Der Boden ist nicht genug: Elastische Bodenbeläge erobern auch die Wand. Der FEB – Fachverband der Hersteller elastischer Bodenbeläge e.V. gibt mit einer technischen Information zur vertikalen Verwendung von elastischen Bodenbelägen Know-how an die Hand.



Der FEB bietet mit der TI 6 – Vertikale Verwendung von elastischen Bodenbelägen reichlich Infos.

Im Markt fragen viele Kund:innen nach der Möglichkeit, elastische Bodenbeläge auch an Wänden, also in der Vertikalen, zu verwenden. Das liegt an den vielen Produktvorteilen der Elastischen und an den trendigen Dekoren der LVT-Designbeläge. Die Bekleidung von vertikalen Flächen mit elastischen Bodenbelägen nimmt deshalb kontinuierlich zu und ist ein interessantes neues Geschäftsfeld für die gesamte Wertschöpfungskette. Allerdings ist nicht jeder Belag für die Wand geeignet. Um einen Bodenbelag an der Wand zu verarbeiten, müssen die Hersteller zusätzliche Anforderungen an die Produkte erfüllen. Zum Beispiel gelten für Wandbeläge andere Prüfvorschriften bezüglich des Brandverhaltens. Außerdem zählt die Verlegung in der Vertikalen zu den anspruchsvollen Belagsarbeiten und wird in der Praxis nicht immer sach- und fachgerecht ausgeführt.

Für top Qualität

Zur Optimierung der Planung und Unterstützung der Verarbeiter hat eine Projektgruppe des Arbeitskreis Technik im FEB eine technische Information ausgearbeitet. Mitarbeiter:innen

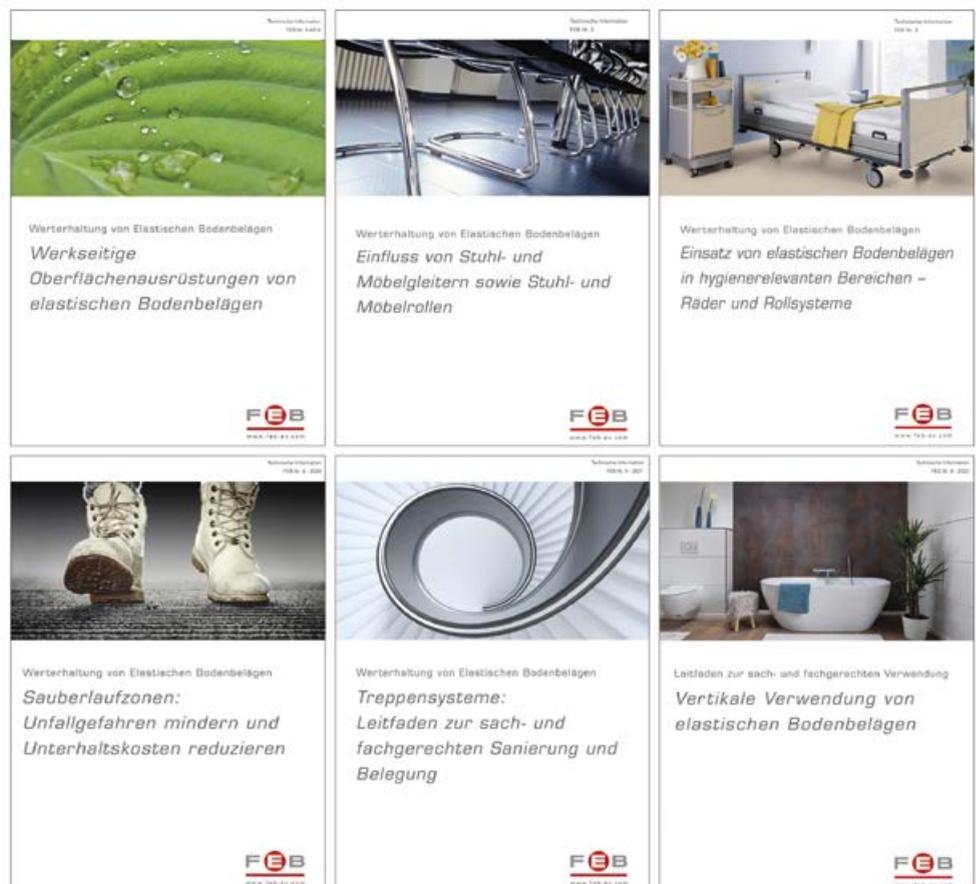
aus 15 verschiedenen Mitgliedsunternehmen des FEB haben intensiv zusammengearbeitet, außerdem hat der Sachverständige Torsten Grotjohann den Entwurf redigiert. Entstanden ist die FEB TI 6 – ein Leitfaden zur sach- und fachgerechten Verlegung von elastischen Bodenbelägen an Wänden. Davon profitieren insbesondere Hersteller, Architekt:innen/Planer:innen, Verarbeiter:innen, Entscheider:innen und Eigentümer:innen oder Objektbetreiber:innen.

Geballtes Fachwissen

Auf 20 Seiten findet sich die geballte Ladung Fachwissen. Ausführlich werden insbesondere Definitionen ebenso wie Anforderungen an die Verlegewerkstoffe, die Untergründe der Wandflächen, die elastischen Beläge - CE-Kennzeichnung, an die elastischen Beläge - Emissionen

(VOC), an die Oberflächenbehandlung und an die Anschlüsse, ebenso wie Gesetze, Vorschriften, Regeln und Normen behandelt. Eine der Fragen, die beantwortet wird, ist, ab welcher Höhe eigentlich eine Wand beginnt und wann nicht mehr über einen Bodenbelag gesprochen wird. Die Lösung findet sich im Kapitel „Definitionen“. Elastische Bodenbeläge können z.B. bei der Ausführung einer Hohlkehle bis zu ca. 20 cm in der Vertikalen verlegt werden. Bei der Bekleidung von mehr als 20 cm an Wandflächen wird von einer vertikalen Verwendung gesprochen. Diese und viele weitere Fakten und Infos hält die FEB TI 6 bereit. Alle technischen Informationen sowie das umfangreiche Kompendium „FEB Technic Explorer“ finden sich online auf der FEB-Website.

www.feb-ev.com



Neben dem „FEB Technic Explorer“ bietet eine Reihe von technischen Informationen des FEB Know-how.



Kuschelig und clever: Die neue INKU-Kollektion Balance 25 schafft behagliche Komfortzonen und spart Heizkosten

Die neuen Teppichböden der Kollektion Balance 25 von INKU sind wahre Energiesparwunder. Durch ihre hohe Isolationswirkung können Heizkosten um bis zu zwölf Prozent reduziert werden.

Mit ihren schmeichelnden Oberflächen, satten Farben und cleveren Qualitätsmerkmalen schaffen die Teppichböden Balance 25 behagliche Komfortzonen im eigenen Zuhause, im Hotel oder zum Beispiel am Arbeitsplatz.

INKU ist Österreichs führender Anbieter für Bodenbeläge und Wohnstoffe und betreibt zudem das größte Lager- und Logistikzentrum aller Bodenhändler landesweit.

www.inku.at

BUCHREZENSION | PETER BERNEGGER

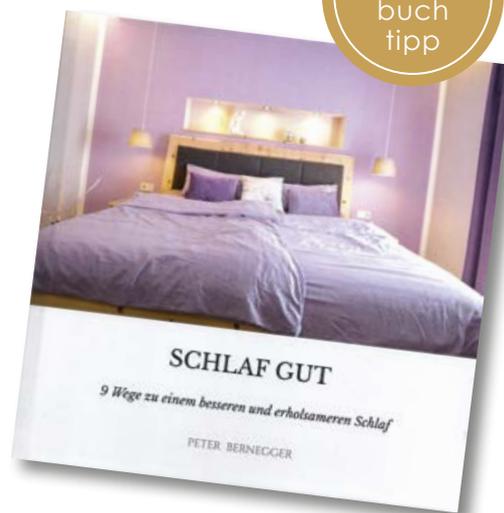
Schlaf gut

Peter Bernegger ist unter die Autoren gegangen. Als erster Tischler im deutschsprachigen Raum präsentiert er ein Buch über den Weg zu einem besseren und erholsameren Schlaf.

Seit mehr als drei Jahrzehnten ist die Tischlerei Bernegger auf Produkte für erholsamen Schlaf spezialisiert und durch die Roskastanienmatte aus dem oberösterreichischen Klaus über die Grenzen des Landes hinaus bekannt. Peter Bernegger ist in und mit dem Betrieb aufgewachsen, übernahm Anfang 2020 die Geschäftsführung und ist nun auch Buchautor. In „Schlaf gut“ schildert er auf über 100 Seiten neun Wege zu einem besseren und erholsameren Schlaf, Baubiologe DI Ernst Prötsch trägt dazu ein Kapitel über die Auswirkungen von Elektromog im Schlafzimmer bei – und darüber, wie er sich vermeiden lässt.

In dem Werk geht es aber nicht nur um Schlafrituale oder um Fragen nach Schlafdauer und -phasen, vielmehr widmet es sich ausführlich der Ausstattung des Schlafzimmers. Welche Arten von Matratzen gibt es, was sind die Vor- und Nachteile unterschiedlicher Lattenroste, welches Kopfkissen und welche Decke passen für welchen Schlaftyp, warum Massivholz, welche Rolle spielen Farbe, Licht und Temperatur im Schlafzimmer? Diese und viele weitere Fragen beantwortet Bernegger in dem Buch „Schlaf gut“, das damit auch ideal für Konsument:innen ist, die ein Bett kaufen oder ihr Schlafzimmer (neu) einrichten möchten – und für all jene, die ihre Schlafqualität verbessern wollen.

www.tischlerei-bernegger.at



MARKTPLATZ : BODENBELAG

Das Beste aus zwei Welten



verbindet ter Hürne mit Hywood, einer neuen Produktgattung, die die Natürlichkeit von echtem Holz und den Gebrauchswert von Designböden vereint. Das Zusammenspiel mehrerer technologischer Komponenten, bei denen die Wood-Powder-Technologie im Mittelpunkt steht, ist eine der Innovationen, die Hywood besonders robust und wasserbeständig macht. Die Edelholzdecklage, das Wood-Powder und die hochwasserbeständige Trägerplatte aus Holzfasern werden unter enormen Druck und Wärme von den im Wood-Powder befindlichen Harzkomponenten penetriert und verschmelzen zu einem Funktionsverbund. Das entstehende Composit sorgt für die besondere Beständigkeit. Die Klickverbindung ClickitEasy Pro verhindert dank besonderer Form der Profilierung ein Eindringen von Wasser und garantiert zusätzlichen Feuchteschutz.

www.terhuerne.com

Zirkuläre Premiere

Mit NEOO präsentierte OBJECT CARPET auf der ORGATEC den ersten zirkulären Teppich. Gemeinsam mit Niaga® entwickelt, ist NEOO der erste Teppichboden, der ausschließlich aus Polyester besteht. Da das Hot-Melt-Verfahren auf den Vorstrich verzichtet und das Ober- mit dem Trägermaterial durch Auftragen des Niaga® Polyester-Klebstoffs verbunden, kann nach der Nutzungsdauer das komplette Teppich-Recycling ohne Trennungs- und mit wenig Energieaufwand erfolgen. Außerdem entfällt der Färbeprozess (Solution Dyed), es erfolgt kein Wasser- und Gaseinsatz und kein CO₂-Ausstoß während des Beschichtungsprozesses und bedeutet 90 % Energieeinsparung im Vergleich zu herkömmlichen Produktionsmethoden. Das macht NEOO zu einem langlebigen, robusten und modernen Teppich für Generationen.

www.object-carpet.com

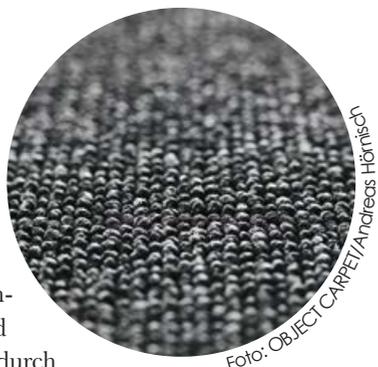
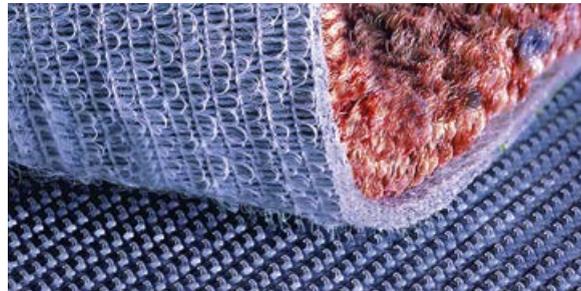


Foto: OBJECT CARPET/Andreas Hübisch

Ganz schön einfach



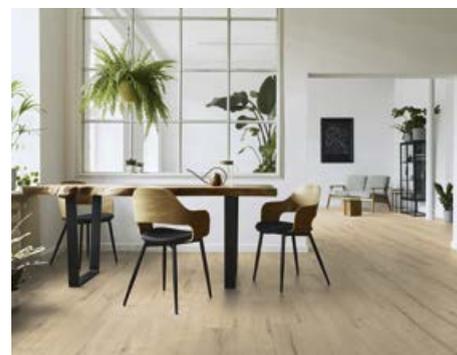
Quelle: Hamelner Teppichwerke

Für besonderes Wohnklima und Flair sorgen die Teppiche von Vorwerk® flooring. Die schnelle, saubere und umweltfreundliche Verlegung von Teppichboden ermöglicht das innovative ecofix® Klettverlegesystem. Lediglich zwei Komponenten werden benötigt: Vorwerk® Teppichboden mit volltextilem Teppichbodenrücken und das selbstklebende ecofix® Klettband in der Breite von 32 cm. Das Verlegesystem funktioniert denkbar unkompliziert: Nach dem aus der Natur bekannten Klettprinzip wird der Teppichboden einfach und sicher mit dem auf dem Unterboden befestigten ecofix® Klettband verhakt. So kann auf die üblichen Kleber verzichtet werden.

www.vorwerk-teppich.de

WOHNGESUND, NACHHALTIG & LEISE

Kaindl begeistert mit FLOORganic und setzt mit der Fußbodenlinie einen weiteren, entscheidenden Schritt in Richtung Nachhaltigkeit. Denn FLOORganic verfügt mit der Eco Unterlagsmatte über eine integrierte, ökologische und feuchteresistente Trittschalldämmung. Sie besteht aus organischer Zellulose und ist fixer Bestandteil des Dielaufbaus. Mit diesem nachhaltigen Holzwerkstoff gehen viele Vorteile einher: Er garantiert eine hohe Raumluftqualität, ist recyclebar, hoch belastbar, CO₂-neutral und somit umweltfreundlich. Zudem bewirkt er eine deutlich wahrnehmbare Gehschallreduktion von minus 32 Prozent. Optisch bestechen neun raffinierte Dekore.



www.kaindl.com

Innovativer Bioboden

Kährs präsentiert mit der Aware-Kollektion eine neue Art von Bodenbelag, der zu 100 % natürlich und frei von Kunststoff ist und sich aus nachwachsenden Rohstoffen wie Naturfaser, Holzfaser und Naturkork zusammensetzt. Der robuste Bioboden mit integrierter Trittschalldämmung verbindet Wohngesundheit und ökologische Nachhaltigkeit mit hoher Alltagstauglichkeit und Design. Dank der Nutzungsklasse 33 eignet sich Aware für den Einsatz in privaten wie in gewerblich genutzten Räumen. Optisch überzeugen die Böden mit authentischen Holzdesigns und großem Format.

www.kahrs.com | kahrsflooring.com



MARKTPLATZ : BODENBELAG

WOHLIG WARM

Die neuen Teppichböden der Kollektion Balance 25 von INKU sind wahre Energiesparwunder. Mit ihren schmeichelnden Oberflächen, satten Farben und cleveren Qualitätsmerkmalen schaffen die Teppichböden behagliche Komfortzonen im eigenen Zuhause, im Hotel oder zum Beispiel am Arbeitsplatz. Der Flor und der beschichtete Rücken wirken als Isolatoren und halten die Wärme im Raum. Auch weitere besondere Eigenschaften, wie hervorragende Schallabsorption, beeinflussen das Wohl- und Wohnbefinden positiv. Dank ihres angenehmen Geh- und Stehkomforts sorgt die Kollektion von INKU für pures Barfußglück.



www.inku.at

Effektvolles Licht-Schatten-Spiel

Die neue Teppichkollektion ReForm Shadowplay von Ege Carpets fasziniert. Textildesignerin Carol Appleton zeichnet für die Kollektion verantwortlich und überträgt lebendige Schattenspiele fantasievoll dramatisch und grafisch komplex in zwei Mustervarianten – Umbra und Obscura. Frei kombinierbar oder solo verlegt, bringen sie intensive Atmosphäre in jeden Raum. Seine mehrstufige Schleifenkonstruktion verleiht ReForm Shadowplay eine komplexe Tiefe und Dreidimensionalität.



www.egecarpets.de



Parador GmbH/Peter Fehrentz

RICHTIG STARK

Laminat mit besonderem Look und für besondere Lösungen bietet Parador. Die Laminatböden der Sortimentslinie „Trendtime 6“ umfassen von rustikaler Bauholz-Optik über natürliche Eiche-Nachbildungen bis zur elegant-dunklen Farbstellung Eiche Castell das ganze Spektrum zeitgemäßen Designs und überzeugen dank technisch ausgereifter Produkteigenschaften auch im Hinblick auf vielfältige Einsatzmöglichkeiten. Das Laminat weist die Abriebklasse AC5 aus, und die Böden sind durch den Einsatz eines neuen, technisch verbesserten Fasenlacks bis zu 48 Stunden vor stehendem Wasser geschützt.

www.parador.de

Mit toskanischem Flair



Die Feinsteinzeugserie LUCCA von Villeroy & Boch Fliesen ist ein Allroundtalent – im Innen wie im Außenbereich. Das Trio LUCCA, LUCCA OUTDOOR 20 und LUCCA GARDEN eröffnet geradezu grenzenlose Gestaltungsmöglichkeiten. Dabei verspricht die hochwertige Keramik überall das dezent natürliche Flair, das die Architektur toskanischer Städte so einzigartig macht. Das Design von LUCCA ist inspiriert von den typischen Kalksteinen aus der Region um die gleichnamige Stadt. Mit sanften Farben und dezenten Strukturen verbreitet das Feinsteinzeug eine entspannte Atmosphäre, die zu vielen Einrichtungsstilen passt.

Dabei verspricht die hochwertige Keramik überall das dezent natürliche Flair, das die Architektur toskanischer Städte so einzigartig macht. Das Design von LUCCA ist inspiriert von den typischen Kalksteinen aus der Region um die gleichnamige Stadt. Mit sanften Farben und dezenten Strukturen verbreitet das Feinsteinzeug eine entspannte Atmosphäre, die zu vielen Einrichtungsstilen passt.

www.vb-fliesen.com

Mit der Kraft der Natur



Bildquelle: agrob-buchtal.de

Die natürliche Zeichnung des Valser Granits sowie seine markant robuste Ausstrahlung überträgt „Solid Rock“ von Agrob Buchtal in eine vielseitige keramische Wand- und Bodenfliesenserie, bringt die Natur Graubündens ausdrucksstark an Wand und Boden und zeigt, wie Innen- und Außenbereiche mit Hilfe von Fliesen optisch miteinander verschmelzen. Ein zartes Relief sowie der dezente Glimmereffekt unterstützen die lebendige Struktur der Fliesen. Die Ursprünglichkeit der Serie inszeniert sich insbesondere durch das Großformat 60 x 120 cm, das vorzugsweise großflächig an Wand oder Boden eingesetzt wird.

www.agrob-buchtal.de

Mehr aktuell Bodenbelag-Highlights online auf www.wohnsider.at | Link zu den Produkten: bit.ly/3BJDPaf



PECKAL AGENCY

Highend-Kompetenz von Licht bis Küche

Licht ist nicht genug. Peckal Agency hat nach FLOS und Talenti nun auch die exklusive Vertretung von Molteni&C | Dada in Österreich übernommen und erweitert sich im Wohn- und Designküchenbereich – mit Synergien für Interiorprofis und ganzheitlicher Gestaltung im Visier, so Agentur-Chef Manfred Peckal und Katrin Schiller, Partnerin und verantwortlich für Retail. VON SYLVIA PILAR

wohnsider: Sie sind als Lichtexperte bekannt. Wieso zieht es sie noch stärker in den Wohn- und neue Bereiche?

Manfred Peckal: Als Katrin Schiller und ich mit Peckal Agency mit dem italienischen Leuchtenhersteller FLOS begonnen haben, war uns klar, dass wir als Agentur breiter aufgestellt sein müssen als nur mit einem Thema. Gleichzeitig haben wir mit FLOS ein wirklich breites Spektrum von der Designleuchte über die architektonische Beleuchtung bis zur Outdoorbeleuchtung und können im Lichtbereich alles abdecken. FLOS hat einen starken Konnex zu den weltbesten Designer:innen, sodass



„Wo ein Lichtkonzept erstellt wird, kann auch ein Wohnkonzept angeboten werden. Wo eine Küche geplant wird, kann nach Lichtlösungen gefragt werden. Das eröffnet neue Möglichkeiten.“

Manfred Peckal

wir Leuchten und technisches Licht gestalten können, wie es sonst keiner hat und kann. Für uns war es also nie Thema, uns um eine andere Marke im Lichtbereich zu vergrößern, wir wollten uns aber immer weiterentwickeln.

Katrin Schiller: Vor zweieinhalb Jahren haben wir dann die Vertretung für die italienische Marke Talenti übernommen und sind in das Thema Outdoor hinein gewachsen. Talenti ermöglicht mit der 3-Marken-Strategie, von preiswerteren Produkten für Hotels über höherwertige Projekte bis zum Highend-Outdoorbereich alles zu realisieren.

Mit Molteni&C | Dada erweitert seit kurzem eine dritte Marke das Portfolio.

M. Peckal: Wir waren uns sicher, dass irgendwann eine weitere Marke unseren Weg kreuzen wird, die wir in Österreich aufbauen wollen. Seit September 2022 vertreten wir jetzt die Marke Molteni&C | Dada. Wir sehen riesiges Potenzial, viele Synergien mit Licht und Outdoor-möbel sowie darin, Pro-

jekte noch ganzheitlicher gestalten zu können. Molteni&C | Dada hat als Chefdesigner Vincent van Duysen an Board geholt, seine Handschrift bringt sehr viel Innovation für alle Bereiche von Essen, Sitzen, Schlafen bis zu Schrankräumen. Mit Anfang des Jahres gehen wir mit ihr und den exklusiven Designprodukten auch in den Outdoorbereich.

War und ist es ein logischer nächster Schritt? Licht und Wohnen gehören ja zusammen.

M. Peckal: Wo ein Lichtkonzept erstellt wird, kann auch ein Wohnkonzept angeboten werden. Wo eine Küche geplant wird, kann nach Lichtlösungen gefragt werden. Das eröffnet neue Möglichkeiten. Es gibt auch schon die ersten Projekte. Kund:innen sind dafür sehr offen und wir freuen uns auf Projekte, bei denen wir ganzheitlich agieren dürfen.

K. Schiller: Wir sehen Synergien vor allem auch im Bereich Küche. Mit ihr müssen sich Bauherr:innen als erstes auseinandersetzen. Dadurch ergibt sich über den Fachhandel die Möglichkeit, dass diejenigen, die sich mit Küche beschäftigen auch zukünftige Molteni&C | Dada-Kund:innen sein können. Mit der Marke sind wir schon beim Thema Küche und damit ganz am Anfang von Planungen dabei, und können unsere Kompetenz und unser Know-how einbringen. Das ist eine win-win-Situation für alle Kund:innen.

Wie entwickelt sich eigentlich der Lichtbereich?

M. Peckal: Der Fachhandel im Bereich Licht hat sich in den letzten Jahren unglaublich



Außergewöhnliche Lichtlösung: „Luce Orizzontale“ von FLOS, designed von Erwan und Ronan Bouroullec. © FLOS/Foto: Federico Torra

lich gut entwickelt. Es gibt viele Spezialisten, die Lichtkonzepte gestalten und Pläne erstellen. Planungen müssen aber etwas kosten, weil sie sehr komplex geworden sind. Endkonsument:innen kommen mit immer mehr Wünschen auf die Innenraumgestalter:innen und Innenarchitekt:innen zu, die dann den Brückenschlag schaffen müssen, damit die Innenraumgestaltung ganzheitlich stimmig ist. Es braucht diese Profis, die alles mit einer Handschrift verbinden. Diese Leistung kostet, das sollten Kund:innen verstehen, und wenn es alle in der Licht- und Möbelbranche umsetzen, dann setzt sich das auch durch.

Was macht für Sie als Lichtexperten ein richtig gutes Lichtkonzept aus?

M. Peckal: Es braucht Licht und Schatten, um Emotionen zu schaffen. Ein gutes Lichtkonzept integriert beides und schafft eine gute Atmosphäre in den einzelnen Räumen. Optimale Ausleuchtung heißt im Badezimmer etwas anderes als im Wohn- oder Schlafzimmer. Für perfektes Licht sollte die Lichtplaner:in idealerweise schon zu Beginn des Projektes dabei sein, das endgültige Lichtkonzept kann aber erst erstellt werden, wenn die Innenraumgestaltung fertig ist.



„Wir sehen Synergien vor allem auch im Bereich Küche.“

Katrin Schiller



© F. Wais

Licht, Outdoormöbel und Küche – wie sind die drei Marken in Österreich positioniert?

K. Schiller: FLOS geht seit rund zwei Jahren einen selektiven Vertriebsweg und ist in Österreich gut aufgestellt.

M. Peckal: Bei den anderen Marken sind wir für alles offen. Bei Talenti sind wir noch offen für neue Partnerschaften, vor allem in Wien. Bei Molteni&C | Dada sondieren wir aktuell potenzielle Partner:innen, wobei hier mehrere Wege möglich sind. Wir suchen nicht nur Allrounder:innen, auch wenn sie das größte Potenzial hätten, weil man mit dieser Marke einfach vieles abdecken kann. Wir sprechen Möbelspezialist:innen genauso an wie Profis im Küchenbereich, die sich im Küchendesignbereich anders und/oder

hochwertiger positionieren und eine neue Zielgruppe erschließen wollen.

Und die nächsten Schritte und Ziele?

M. Peckal: In der FLOS-Welt wollen wir unsere Händler:innen noch näher an uns binden und bei Projekten unsere Lichtplaner:innen als verlässliche Profis unterstützen. Bei Talenti ist unser Ziel, weitere Retailpartner:innen zu gewinnen und auch Indoorhändler:innen für den Outdoorbereich zu interessieren. Mit Molteni&C | Dada müssen wir erstmal am österreichischen Markt ankommen, wollen bestehende Kund:innen wie neue Partner:innen ansprechen, und in den nächsten Monaten sondieren, mit wem wir in Wien einen Flagshipstore für diese Marke realisieren können.

www.peckal.at



Links: Molteni&C | Dada wird nun auch von Peckal Agency exklusiv in Österreich vertreten. Foto & Copyright: Molteni&C | Dada
Rechts: Outdoormöbeldesign deluxe: Talenti. © Talenti

MÖBEL AUSTRIA | KÜCHENWOHTRENDS

DER B2B-STARTSCHUSS 2023

Die sechste Ausgabe des europaweit begehrten Fachmesse-Doppels möbel austria und küchenwohtrends in Salzburg vom 3. bis 5. Mai 2023 wird das erste Branchen-Highlight in Österreich, Süddeutschland und angrenzenden Ländern im kommenden Jahr.

Und mit „Branche“ ist bei weitem nicht nur die Küche gemeint, wie es der Name des Businessevents oberflächlich vermuten lassen könnte. Vielmehr greift diese Veranstaltung eine sich seit Jahren verstärkende Entwicklung aus dem häuslichen Umfeld und modernen Lebensgefühls auf: das Verschmelzen bzw. Auflösen tradierter Grenzziehungen in Wohnungen und Wohnhäusern! So ist es kein Wunder, dass die Nachfrage großartig ist und der Buchungsstand bisherige Höchststände toppt.

Die beiden Businessplattformen im Herzen des deutschsprachigen Vertriebsraums mit dem Fokus auf Österreich und den Süden Deutschlands sprechen gezielt den Fachhandel, das Handwerk, Innenarchitekten, 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, die anreisenden Fachbesucher und die Multiplikatoren verschiedener Verbände und Einrichtungen.

Um eine perfekte Planung und Ablauf zu gewährleisten, empfangen der Building Innovation Cluster der OÖ Standortagentur und Trendfairs interessierte Unternehmen zu einem Round-Table. Die Veranstalter des Messedoppels greifen diese bewährte Methode auf und laden Branchenexperten zum Austausch an den „runden Tisch“. Es geht um Diskussionen auf Augenhöhe und Abstimmung ausgewählter Themen. Die Teilnehmer werden aktiv zur Mitarbeit des Fachmessedoppels für Küche, Essen, Wohnen aufgefordert. Branchenvertreter aus allen Be-



Clustermanager Erich Gaffal (li.), Building Innovation Cluster, und Michael Rambach, Gründer und Gesellschafter der trendfairs GmbH, freuen sich auf die sechste Ausgabe des Fachmesse-Doppels in Salzburg.

reichen des Segments sind vertreten. Auf der Agenda standen unter anderem Themen, wie aktueller Buchungsstand, Besuchermarketing, Werbemöglichkeiten und Podium Events.

Erstmalig mit Bildungscampus

„Neben den Innovationen neuer Möbel wird es erstmalig einen Bildungscampus auf der Messe möbel austria / küchenwohtrends zum Thema Fachkräfte und Businesskompetenzen geben. Dieser soll den Fachbesuchern, Ausstellern und Interessenten die Möglichkeit geben, sich über die unternehmerische und persönliche Weiterentwicklung mit Vertretern der Bildungseinrichtungen auszutauschen. Wir sehen die Kooperation als großen Mehrwert für das Messeformat insbesondere mit dem Fokus Design und Produktmanagement“, so Clustermanager Erich Gaffal.

„Trendfairs und Building Innovation Cluster fördern bewusst das Miteinander mit den Ausstellern und beziehen diese in Entscheidungsprozesse mit ein. Darüber hinaus fordern wir die teilnehmenden Unternehmen zur Mitarbeit auf. Das Ziel, eine gelungene internatio-

nale Fachmesse für die Branche nachhaltig zu implementieren, steht im Fokus. Daher suchen wir das Gespräch mit den Branchenprotagonisten und arbeiten gemeinsam an Fragestellungen und relevanten Topics. Diese wertvolle Runde lässt uns die küchenwohtrends & möbel austria genau auf die Anforderungen ausrichten und passgenau gestalten“, lässt Gründer und Gesellschafter der trendfairs GmbH, Michael Rambach, verlauten.

BMK-Innovationspreis

Premiere hat auf der möbel austria / küchenwohtrends im kommenden Jahr die Vergabe des „BMK-Innovationspreis 2022/2023“. Seit 2006 sind alle küchennahen Hersteller, Importeure und Zulieferer eingeladen, den Fachhandel von ihren herausragenden Produktentwicklungen in den Kategorien Küchenmöbel, Küchengeräte und Küchenzubehör zu überzeugen. Eine dreigeteilte Jury, bestehend aus Fachhandel, Pressejury und BMK-Vorstand, bewertet die eingereichten Innovationen.

www.moebel-austria.at
www.kuechenwohtrends.at

Messezentrum Salzburg: 3. bis 5. Mai 2023, täglich von 09.00 bis 18.00 Uhr | Online-Messe ab 1. Mai 2023

Aussteller werden: www.kuechenwohtrends.at/aussteller/aussteller-werden/

Aktuelle Ausstellerliste: www.kuechenwohtrends.at/alles-ueber-die-messe/ausstellerverzeichnis/

MESSEN : EVENTS

ROUND TABLE

Die Auseinandersetzung mit unterschiedlichen Meinungen und Anforderungen fördert das Miteinander und das Verständnis unter den Teilnehmern des Round Table. Eine Feedbackrunde schloss den Round Table ab. **STATEMENTS VON AUSSTELLERN:**

Anna Kapsamer-Fellner, Geschäftsführerin der JOKA Kapsamer GmbH: „Mit unseren Marken sind wir seit dem Start der Messe als Aussteller dabei und integrieren den Messetermin als fixen Bestandteil in den Zyklus unserer Produktentwicklungen. Unsere Neuheiten können wir dadurch sehr zeitnah und effizient unseren bestehenden Kunden präsentieren und neue Handelspartner gewinnen.“



Axel Faber, Geschäftsführer bei der Albert Ponsel GmbH & Co. KG: „Die Küchenwohntrends bietet uns das ideale Format, unserer Kundschaft das Besondere unserer Produkte und Leistungen darzustellen. Unsere Polstermöbel werden mit viel Liebe zum Detail hergestellt, daher fühlen wir uns auf der Küchenwohntrends – einer Fachmesse mit besonderem Charme – bestens aufgehoben.“



Erich Ritt, Verkaufsleiter von Anrei: „Die Welt rund um uns verlangt uns einiges ab. Umso wichtiger ist es im Möbelhandel auf qualitätsvolle Partnerschaften zu setzen. Ein perfekter Auftritt auf der österreichischen Möbelfachmesse möbel austria & küchenwohntrends bietet die ideale Bühne dafür.“



BELÉTAGE 2023
29. - 30.01.2023, SALZBURG CONGRESS

belétage salzburg ist zurück



Die belétage salzburg bietet eine Produkt- und Sortimentsvielfalt im Bereich Stoffe sowie Sicht- und Sonnenschutz, die keine andere österreichische Fachmesse bieten kann.

Anfang des Jahres findet wie gewohnt der Messauftritt für die raumausstattende Branche in Salzburg statt. Nachdem der Messekalender pandemiebedingt durcheinandergewirbelt wurde, freuen sich die Veranstalter, die belétage salzburg Ende Jänner mit der bekannten Tagesfolge Sonntag-Montag im Salzburg Congress abhalten zu können.

„Der belétage salon im September 2021 war die erste Veranstaltung, die die Expo Experts als Lizenznehmer von Reed Exhibitions Austria umsetzen durften. Daher freuen wir uns jetzt umso mehr, dass wir mit der regulären belétage salzburg in die nächste Runde gehen! Es ist für mich immer ein Highlight, die neuesten Stoffmuster live zu sehen und den Messe-Flair mitzuerleben, sowie zahlreiche Aussteller und Besucher aus dem In- und Ausland in Salzburg begrüßen zu dürfen!“
so Clara Wiltschke, COO.

Trendscouting

Nationale und internationale Aussteller zeigen, welche Trends die Interior Branche zu bieten hat. Fachbesucher können sich von einem breiten Angebot an Heimtextilien, Sonnenschutz, Wandverkleidungen und Akustiklösungen sowie Spezialwerkzeugen und Zubehör für Raumausstatter inspirieren lassen. Im Europasaal präsentieren sich wieder exklusive Stoffverlage und warten darauf, anregende Gespräche mit den Messebesuchern zu führen. Für eine kleine Stärkung zwischendurch ist dank Fingerfood-Stationen auf jeder Etage gesorgt.

Der Eintritt für Fachbesucher ist auch bei der belétage 2023 nach vorheriger Online-Registrierung kostenlos. Auf der Messe-Website können sich Raumausstatter, Einrichtungsberater, Tapezierer, Polsterer, Innenarchitekten, Objektoren, Einrichtungshäuser und Interior-Designer für den Messebesuch registrieren.

www.belétage-salzburg.at

AMBIENTE 2023
03. - 07.02.2023, FRANKFURT/MAIN

Bühne frei



Die Ambiente ruft. Die Konsumgüterfachmesse zeigt geballt Trends und Innovationen, rückt das Thema HoReCa ins Spotlight und öffnet einen neuen Bereich.

Mit der Ambiente trifft sich die internationale Konsumgüterwelt in Frankfurt. Die weltgrößte Fachmesse für Konsumgüter zeigt einen einzigartigen Mix an neuen Ideen und Produkten. Ambiente Living wird erneut der internationale Treffpunkt für Interior Design und bildet die angesagten Einrichtungsströmungen mit den wichtigsten Ausstellern und Produkten ab, auch Ambiente Giving wartet mit trendiger Vielfalt auf.

Dining- und HoReCa-Hotspot

Im Bereich Dining vereint die Ambiente mit über 1.770 Dining-Ausstellern auf 11 Hallenebenen die Trends von morgen und ist die große Bühne für alles, was die Liebe für den gedeckten Tisch zelebriert und die Küchen von morgen erobert. Hotspot für die Dining-Branche, stellt die Ambiente in 2023 das Thema HoReCa erneut gebündelt in einer Halle – diesmal neu in der Halle 11.0 – als auch im Rahmen einer HoReCa Academy

ins Rampenlicht der Weltleitmesse. Namhafte Branchenexpert:innen aus aller Welt vermitteln in der HoReCa Academy fünf Tage lang wertvolles Fachwissen und bringen Entscheider:innen für die Ausstattung großer Projekte an einem Ort zusammen.

Premiere

Warten auf der Ambiente Trends, Innovationen und Impulse auf Schritt und Tritt, erweitert zudem der neue Bereich Ambiente Working mit Future of Work Areal und Future of Work Academy die bestehenden Bereiche der internationalen Konsumgüterfachmesse. Auch der nächsten Generation bietet die Ambiente, die parallel mit Christmasworld und Creativeworld stattfindet, eine top Bühne. Junge Designer:innen aus den Bereichen Interior Design und Tableware & Accessories zeigen in zwei Talents-Arealen innovative Gestaltungsansätze für zeitgemäße Lebenswelten.

ambiente.messefrankfurt.com

EUROSHOP 2023
26.02. - 02.03.2023, DÜSSELDORF

Alle Key-Player an Bord



Das Rahmenprogramm der EuroShop wartet mit praxisnahen Stages, innovativen Special Areas, vier Premieren und begehrten Awards auf.

Ende Februar wird die EuroShop, The World's No.1 Retail Trade Fair, die internationale Handelswelt und ihre Partner bereits zum 21. Mal auf dem Düsseldorfer Messegelände zusammenführen. Wie alle drei Jahre wird sie auch im kommenden Jahr das internationale Highlight für die globale Retail Branche sein – und wichtiger denn je. Gerade nach den letzten drei herausfordernden Jahren ist der Handel auf der Suche nach Kontakten, Chancen und Perspektiven, wie sie nur eine globale Innovations- und Informationsplattform wie die EuroShop bietet:

Zeit zu handeln

„Der stationäre Einzelhandel wurde von der Corona-Krise hart getroffen. Jetzt ist Zeit zu handeln“, sagt Elke Moebius, Director EuroShop. „Viele Unternehmen haben gerade die Monate der Schließung genutzt, um ihre Flächen zu überdenken und neu zu gestalten, und investieren in

umfassende Umgestaltungsprojekte. Da kommt die EuroShop genau richtig“, so Moebius weiter. Der stationäre Einzelhandel hat sich von einem reinen „place-to-store“ zu einem „place-to-be“ gewandelt. Kundinnen und Kunden wollen es sich gut gehen lassen, kulinarische Köstlichkeiten genießen, Freunde treffen, eine Lesung besuchen und vieles mehr. Einkaufen in familiärer Atmosphäre mit persönlicher Beratung ist natürlich immer noch ein wesentlicher Bestandteil der Einzelhandels-DNA, aber nicht mehr ausschließlich. Flexible Raumgestaltung und Pop-ups liegen ebenso im Trend wie Infotainment-Bereiche mit digitalen interaktiven Angeboten. Auch im Handel steht das Metaverse in den Startlöchern.

Diese Trends spiegelt die EuroShop 2023 wider und präsentiert sich mit gewohnt vielfältigem Angebot, hoher Qualität und einem übersichtlichen Konzept.

www.euroshop.de

ISH 2023
13. - 17.03.2023, FRANKFURT/MAIN

Auf zur ISH



Lösungen für eine nachhaltige Zukunft präsentiert die ISH 2023. Vier wegweisende Trends in der Erlebniswelt Bad werden bei einer Trendausstellung inszeniert.

Die ISH 2023 nimmt die Zukunftsthemen ins Visier und ist der Ort, an dem Lösungen für eine nachhaltige Zukunft greifbar werden. Das Thema Nachhaltigkeit bildet stärker denn je die Klammer zwischen den beiden ISH-Bereichen Energy – Wärme und Luft – und Water, und neben Designaspekten rückt der Bereich ISH Water 2023 dieses Thema besonders in den Mittelpunkt. Die Aussteller zeigen mit ihren Innovationen auf, und haben Demografie, Klima, Urbanisierung und Lifestyle einen direkten Einfluss auf die Entwicklung der Branche, werden diese Themen während der ISH auf der Branchenplattform Pop up my Bathroom aufgegriffen, bildhaft umgesetzt und interdisziplinär diskutiert.

Trendschau

Anlässlich der Weltleitmesse für Wasser, Wärme, Luft 2023 realisiert Pop up my Bathroom eine Trendausstellung mit vielen

wichtigen Produktneuheiten für das lifestyleorientierte Badezimmer – mitten in der Halle 3.1. Dabei werden vier Trends aufgegriffen, die über die nächsten Jahre von entscheidender Bedeutung für die ganzheitliche Badplanung sind. Die Macher:innen von Pop up my Bathroom stellen diesmal Trendentwicklungen für das kleine Badezimmer vor, sondieren die Optionen für ein nachhaltiges Baddesign, bauen ein begehbares Wellbeing-Studio auf und arbeiten die emotionale Seite der Badgestaltung heraus. Das Diskussionsforum Pop up my Bathroom Atelier bietet mit Workshops und Diskussionsrunden Besucher:innen der ISH Mehrwert und Wissensvorsprünge. Neu sind die Guided Tours im Trendparcours von Pop up my Bathroom. Zur ISH 2023 finden zudem erstmalig Workshops statt, in denen die vier Top-Trends der ISH 2023 in der Erlebniswelt Bad auf einer praktischen Ebene vertieft werden.

ish.messefrankfurt.com

QUALITÄT HAT IHREN PREIS

Verkauf im Hochpreissegment

Marvin Flenche erklärt, wie Küchenstudios hochpreisige Küchensortimente richtig vermarkten.

Küchenstudios fällt es heute oft schwer, hochpreisige Küchensortimente zu verkaufen. Hohe Qualität und Mundpropaganda allein reichen als Geschäftsmodell schon lange nicht mehr aus – stattdessen müssen die richtigen Kunden direkt angesprochen werden, um Absatz zu erzielen.

Marketing-Strategie Marvin Flenche sieht mehrere Gründe, warum das scheitert: Während aufgrund mangelnder Kenntnis der Zielgruppe das Marketing sein Ziel nicht erreicht, fehlen vielen Studios zudem die Kapazitäten, um digital affine Kundschaft kompetent abzuholen. Probleme bei der Kundenakquise sollten Küchenstudios daher ganzheitlich und strategisch angehen, rät Flenche. Gerne ist er bereit, im folgenden Gastbeitrag näher auf die Maßnahmen einzugehen, die Küchenstudios zu mehr Kunden für ihr Premium-Sortiment verhelfen.

Alles eine Frage der Vermarktung – die richtige Zielgruppe für Premium-Küchensortimente finden

Den ersten Schritt jeder erfolgreichen Kampagne stellt die Zielgruppenanalyse dar. Hochpreisige Küchen kaufen hauptsächlich Menschen, die ausreichend finanziellen Spielraum haben. Küchenstudios sollten sich deshalb genau damit befassen, wo sich die begehrte, zahlungskräftige Kundschaft aufhält und welche Inhalte sie ansprechen. Werbung in Golfclubs und hochwertigen Magazinen bietet zwar eine Möglichkeit, die Zielgruppe zu erreichen, hat jedoch stets den Nachteil, dass weiterhin der Kunde den Kontakt initiieren muss. Diese Hürde lässt sich reduzieren – zum Beispiel durch QR-Codes in Werbeanzeigen – aber nie ganz eliminieren. Der Großteil des Werbebudgets sollte daher auf digitale Anzeigen entfallen, mit denen der Kontakt zum Unternehmen nur wenige Klicks entfernt ist.

Kunden durch Retargeting an das Angebot heranführen

Um der Kundschaft die Entscheidung zum Kauf zu erleichtern, muss zudem deren Ver-

trauen gewonnen werden. Da eine einzelne Werbeanzeige dafür meist nicht ausreicht, sollten Küchenstudios Interessierte mehrmals ansprechen. Bestenfalls sollte potenzielle Kundschaft jedoch nicht mit Werbung bombardiert werden, sondern selbst mehr Informationen anfordern.

Ein Newsletter bietet sich daher an, um Retargeting zu betreiben. Spielt ein Küchenstudio regelmäßig Informationen zu Angeboten aus, bleibt es im Gedächtnis und erzeugt zusätzlichen Kaufdruck. Kombiniert mit positiven Erfahrungsberichten von Prominenten aus der Region sowie weiteren Kundenstimmen, die das eigene Angebot loben, präsentiert sich ein Anbieter so als zuverlässig und vertrauenswürdig.

Qualität nicht nur im Laden, sondern auch online bieten

Eine tragende Rolle für die Kaufentscheidung spielt auch die Online-Präsenz des Küchenstudios. Diese wird jedoch oft nicht der Qualität gerecht, die die Produkte des Anbieters ausmacht. Die Folge: Kunden sehen eine unmoderne Unternehmens-Website und inaktive Social-Media-Kanäle und verlieren das Vertrauen in das Unternehmen. Damit das nicht geschieht, sollten sämtliche offiziellen Online-Kanäle des Unternehmens mithilfe eines Experten auf Vordermann gebracht werden. Gleichzeitig ist es ratsam, für den Social-Media-Auftritt eine professionelle Content-Strategie zurechtzulegen, die durch regelmäßige und interessante Postings auf den Mehrwert des Anbieters aufmerksam macht.

Hochwertiges, konsistentes Marketing – eine Investition, die sich bezahlt macht

Zielgruppenfokussierte Werbung, professionelles Webdesign und konsistente Online-Aktivität – all diese Maßnahmen erfordern ein entsprechendes Budget, das oftmals die bisherige Investition in das Marketing übersteigt. Richtig umgesetzt, ist diese Investition jedoch jeden Cent wert. Steigert ein Küchenstudio dauerhaft seine Sichtbarkeit für zahlungskräftige Kunden, erzielt es oft erheblich

mehr Umsatz mit seinem Premium-Angebot. Dabei sollten sich die Verantwortlichen jedoch nicht von Teilerfolgen in die Irre führen lassen. Damit sich Verbesserungen halten, ist Konsistenz gefragt: Die sozialen Medien müssen regelmäßig mit neuen Inhalten versorgt werden, um Interesse zu binden, während das Marketing ständig auf adäquate Performance kontrolliert und gegebenenfalls angepasst werden sollte. Nur so ist es möglich, langfristig im Gedächtnis der Zielgruppe zu bleiben.

www.am-beratung.de

Über Marvin Flenche



Marvin Flenche ist der Mitgründer der A&M Unternehmerberatung GmbH. Die Agentur hat sich auf Fachfirmen rund ums Haus spezialisiert und ermöglicht Unternehmen mit Hilfe von Onlinemarketing Methoden mehr Planbarkeit und Wachstum durch mehr Kundenanfragen und qualifizierte Mitarbeiter.

WALTER KANDUT

SIND WIR AUSGEBRANNT?

Es ist so ein Gefühl das man nur schwer beschreiben kann, es kommt heuer keine richtige Weihnachtsstimmung auf. Ganz konträr zu den Veranstaltungen und Märkten, die sind besucht wie noch nie. Der Fremdenverkehr schlägt wieder alle Rekorde, zumindest bei den sogenannten Hotspots, aber trotzdem fehlt das gewisse Etwas. Früher – mein Unwort – hat sich mit der ersten Weihnachtsdeko eine festliche Stimmung verbreitet, die fehlt mir heuer.

Wir leben in einem ständigen Krisenmodus und wir schaffen es nicht, als Gemeinschaft, die Probleme nacheinander aufzuarbeiten. Wir diskutieren Jahrzehnte, z.B. über die Klimaveränderung, bringen aber keine wirklich nachhaltige Veränderung auf den Weg. Wir wissen seit Jahrzehnten, dass uns das Pflegepersonal bei einer alternden Bevölkerung fehlen wird und bringen es nicht auf die Reihe, was dagegen zu tun, und so weiter und so fort. Ohne notwendiger Korrektur fehlerhafter Entwicklungen, die nicht nur uns sondern vor allem unseren Nachkommen zugutekommen, werden wir nicht weiterkommen.

Es scheint so, dass es nur darum geht „wie kann ich meinen eigenen Status bewahren“ und gleichzeitig „wie kann ich den ANDEREN zu Zugeständnissen bewegen, damit ich keine machen muss“. Wir Österreicher – zumindest die Politik und Kammern – sind stolz. die Abhängigkeit vom Putin-Gas von 80 % auf 20 % reduziert zu haben, gehen aber dabei von einer Abhängigkeit in die andere, lösen dabei das eigentliche Problem nicht. Vielleicht wird im Hinter-

grund daran gearbeitet, aber am lautesten sind die Verhinderer, die alle möglichen Argumente suchen warum z.B. ein Ausstieg aus fossilen Brennstoffen „wirtschaftlich“ nicht geht.

Wenn durch die Erderwärmung der Meeresspiegel nur um einen Meter steigt, werden hunderte Millionen Menschen ihre Heimat verlassen müssen und gezwungen sein, woanders zu leben. Undurchdringliche Grenzmauern zu ziehen wird keine Lösung sein, zu sehr ist unsere Existenz vom Ausland abhängig. Wir könnten uns nicht mal selbst ernähren, da wir mit der ausufernden Bodenversiegelung die besten landwirtschaftlichen Gründe mit Siedlungen verbaut haben. Den Rest werden dann Überschwemmungen und sonstige Naturkatastrophen erledigen. Sollen sich die nächsten Generationen mit dem Problem befassen, wir machen munter so weiter.

Jede Branche ist auch nur ein Spiegelbild der Bevölkerung. Da ist es nicht verwunderlich, wenn für viele statt über eine „besinnliche Weihnachtszeit“ zu reden, nur der „erzielte Umsatz“ oder die „drohende Flaute“ im Vordergrund stehen. Ich höre aber Gott sei Dank auch Stimmen die glücklich sind, wenn es etwas „ruhiger“ wird. Diese Stimmen sind auch offen für notwendige Korrekturen von fehlgeleiteten Entwicklungen.

Am meisten betroffen von den Veränderungen wird das untere und mittlere Segment sein. Bei hohen Energie- und Heizkosten müssen diese Kunden sparen. Das werden die Massenwarenanbieter stark spüren. Sichtbares Zeichen dafür ist, dass mehr denn je mediale Rabattschlach-

ten verbreitet werden, um vielleicht doch noch den einen oder anderen zum (Raten)Kauf zu bewegen.

Auf der anderen Seite hat die Studioszene nach wie vor eine ausgezeichnete Auftragslage und lange Auslastung, bis weit ins nächste Jahr hinein. Wir haben hier viele langfristige Projekte, die dann umgesetzt werden, wenn die Stimmung passt. Geld ist in diesem Bereich vorhanden und wird auch ausgegeben. Mit diesem beträchtlichen Puffer können wir noch lange Krisen abfedern. Problematisch wird es erst, wenn die Inflation noch weiter steigt und über etliche Jahre anhält.

Kapitalismus und Neoliberalismus haben uns fest im Griff, auch in unserer Branche. Alle Diskussionen über notwendige Veränderungen werden einfach mit wirtschaftlichen Argumenten vom Tisch gewischt. Solange wir als „Kunden“ da nicht reagieren und den Konsum entsprechend verändern, wird sich am System nichts ändern. In allen Bereichen der Produktvermarktung wird inzwischen auch sehr stark auf Social Media gesetzt. Allgegenwärtige Influencer sind sichtbarer Beweis dafür, hier geht es in den meisten Fällen nicht um offene Aufklärung oder neutrale Information, sehr oft geht es nur darum „Geld zu scheffeln“. Das inzwischen bis zu einem Drittel künstliche Influencer, sogenannte Avatare, am Werk sind, ist schon bedenklich. Von Agenturen und Herstellern kreierte als reine Werbe- und Marketinginstrumente. Worum es da geht ist naheliegend.

Wir sind ALLE irgendwie von Produktion und Verkauf abhängig, sind aber auch Konsu-

menten. So wie es aussieht, wird es in absehbarer Zeit keine nennenswerte Änderung Richtung lebenswerter Zukunft geben. Es wird daher nur einen Wandel geben, wenn WIR als Konsumenten unser Verhalten verändern und dabei ein bleibendes Umdenken auslösen. Eine Pattsituation sondergleichen, fordere ich als Verbraucher eine Änderung oder verändere ich mein gewohntes Konsumverhalten Richtung nachhaltigeren Produkten oder lebenswerter Zukunft, kann es im Gegenzug meinen Job kosten. Umso drastischer, je preisgünstiger die Produkte sind. Das kann aber auch was Gutes sein, wenn dadurch neue Jobs entstehen, mit neuen hoffnungsvollen Visionen. Genau das brauchen wir.

Allen LeserInnen wünsche ich eine schöne Weihnachtszeit und alles Gute im neuen Jahr.

Unser Leit-Gedanke für 2023 sollte sein: Wer das Ziel kennt, kann entscheiden. Wer entscheidet, findet Ruhe. Wer Ruhe findet, ist sicher. Wer sicher ist, kann überlegen. Wer überlegt, kann verbessern. (*Konfuzius*)

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.



„Ich habe mich geärgert!“

Diese Aussage hören wir immer wieder. Dabei ist sie zutiefst paradox und pervers. Bin ich ein **Masochist**, dass ich mich selbst quäle? Wenn ICH MICH geärgert habe, fühle ich mich dann energievoll, kräftig, motiviert? Oder energielos, kraftlos, demotiviert?

Wie wirkt dieses Verhalten auf Kunden, Mitarbeiter, Mitmenschen?

Fakt ist: Kein Mensch der Welt kann mich ärgern, wenn ICH es nicht zulasse! Trotzdem gebe ich anderen immer wieder die Macht über meine Gefühle.

Warum bleibe ich nicht **ruhig und gelassen**? Warum kontrolliere ich meine Gefühle nicht selber? Wer die fantastischen Erkenntnisse der **Autosuggestion** kennt, weiß auch, dass die **Vorstellungskraft** eine GedankenMacht ist! Positive Bilder und Worte verstärken die Wirkung: die einfache Formel: **Es geht mir in jeder Hinsicht immer besser und besser** kann hilfreich sein.

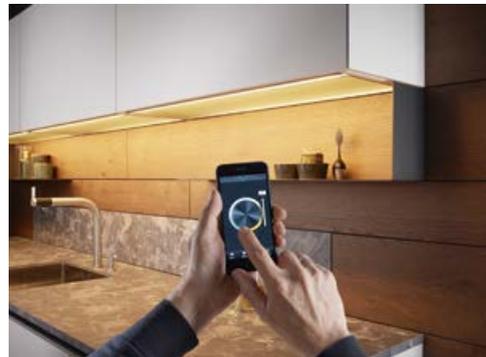
Wer mehr über diese ganzheitliche nachhaltige **LebensStrategie** wissen möchte, kann mich gerne anrufen – falls er paradisische Gefühle erleben möchte.



Mr. PROFIT



Top-Thema: SMART LIVING



VERNETZTES WOHNEN UND LEBEN – wir berichten über die neuesten Entwicklungen und wagen einen Blick in die Zukunft. Das Wissen darüber ist die Chance für die Fachberatung im Handel.

Interior Design



Vom Boden über das Fenster bis zum Sofa

Küche, Wohnen & Schlafen

Die **Neuheiten** für 2023



Messen & Events

Highlights von der Heimtextil, Domotex, belétage Salzburg



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.html





Puristisch & stimmungsvoll!

Schwarz kann so lebendig sein. Die Kombination von glänzenden und matt-schwarzen Oberflächen im Zusammenspiel mit Beton und Holz, ist ein spannungsreiches Arrangement. Warme Lichtreflexe lassen besonders wohnliche Impressionen entstehen.

Mehr unter www.sachsenkuechen.de



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

SCHOCK



WILLKOMMEN IM SCHOCK HOME OF COLOURFUL.

WO NACHHALTIGE IDEEN DAS LEBEN BUNT MACHEN.

SCHOCK.DE