wohninsider.at

»Hier spricht die Branche

Ausgabe 3/2022
Juni/Juli
www.wohninsider.at

BLANCO UNIT

Prickelnde Freude am Wasserplatz

KUCHL: JAHRGANGSABSCHLUSS

Fachkräfte für die Branche

MILANO COME SEMPRE

Martin Wetscher vom salone

P.b.b. Erscheinungsort Wien. Verlagspostamt 1150. 10Z038401 M

STRASSER
RE-STONING
SYSTEM
Die Revolution der Küchenarbeitsplatte: Geformt aus zerkleinertem Naturstein und recyceltem Material. Verbunden für die Ewigkeit – da immer wieder recyclebar. Mit diesem Meisterwerk lauschen Sie den Geschichten der Vergangenheit und schreiten in eine nachhaltige Zukunft.
Alpinova exklusiv by STRASSER.
alpinova
DIE ERSTE RE-STONING KÜCHENARBEITSPLATTE WELTWEIT.
www.alpinova.at
strasser

Liquidität

Liebe Leser:innen, das ist die letzte wohninsider Ausgabe, die in Plastik verschweißt verschickt wurde. In Zukunft, ab unserer kommenden Ausgabe (erscheint am 2. September 2022) wird die Bezugsadresse direkt am Cover eingedruckt. Also, auch wir gehen in Richtung Nachhaltigkeit. In der Branche ist Nachhaltigkeit Gesprächsthema Nummer 1 und nahezu jeder versucht seinen Weg dafür zu finden. Gut so – jedes Ziel wird mit dem ersten Schritt erreicht.

Ansonsten scheint sich in der Einrichtungsbranche der Boom der letzten Wochen und Monate deutlich abzuflachen. Es fehlt sicht- und spürbar an der Frequenz in den Möbelhäusern. „Das Kreuzschiff ist die Konkurrenz zum Möbelhaus", hört man im Handel und womöglich sind Freizeit und Urlaub der Grund für den Rückgang. Zumindest ein Grund. Generell gibt es noch genügend Aufträge abzuarbeiten, aber, das Geschäft soll ja auch danach florieren. Für die momentane Flaute ist wahrscheinlich aber nicht nur das „Kreuzschiff" verantwortlich, sondern es spielen viele Faktoren eine Rolle. Faktoren, die wir alle kennen: Ukraine, Energie, Inflation, Pandemie und so weiter und so fort. Wir alle müssen da durch. KR Ing. Hubert Kastinger (Bundesgremialobmann des Einrichtungsfachhandels) riet bei einem Meeting den Teilnehmer:innen: „Bleiben Sie liquid!"

Liquidität ist das Zauberwort, mit dem man schwierige Zeiten durchtauchen kann, denn Kreditzinsen werden steigen und die Ausgaben werden steigen. Hoffen wir hier einmal, dass die Einnahmen auch steigen. Bei den bevorstehenden KV-Verhandlungen der Handelsangestellten wird mit einem Abschluß von rund 8 % gerechnet (inflationsbedingt). Die Möbelproduzenten hängen mit den Preissteigerungen bei Rohstoffen und Materialien zum Teil in den Seilen. Viele schlucken diese und geben die Preiserhöhungen (noch) nicht oder nur teilweise weiter. Aber irgendwann ist Schluss. Die Möbel werden teurer werden. Diese Teuerungen kann auch der Handel nicht schlucken und natürlich auch nicht der Konsument. Ein kleiner Auszug: Öl +62 %, Aluminium +52 %, Lithium +452 %, Stahl + 70 % ... und das kann man bis zu den Bananen fortführen.

Es kommen aber noch andere „Prügel" auf die Branche zu und zwar in Form von Gesetzen und Verordnungen – hauptsächlich aus Brüssel. Darunter aber auch was Positives für den mittelständischen Fachhandel. Eine Preisauszeichnung mit Fantasierabatten von 55 % oder 70 % wird es in Zukunft so einfach nicht mehr geben. Das Produkt (wir kennen das meist von Küchen) muss mindestens 30 Tage vorher nachweislich zum realen Preis angeboten worden sein. Also vielleicht ist irgendwann einmal auch Schluss mit dem „depperten Rabattschmäh" … wie ein heimischer Küchenhersteller immer sagt.

Viel Spaß beim Lesen und bleiben Sie liquid wünscht Ihr Gerhard Habliczek

> *„Die Gegenwart ist der Zustand zwischen der guten alten Zeit und der schöneren Zukunft."*
>
> *Zarko Petan, Slowenischer Schriftsteller*
>
> (Quelle: Zitate.net)

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

INHALT

IN JEDER AUSGABE

3 Editorial
3 Impressum
6 Gesprächspartner
8 Topstorys
12 Leute
138 Mr. Profit
138 Vorschau

TRAINING : WISSEN

24 Gabriel Schandl: Wege ins Erfolg-Reich
126 Anne M. Schüller: Selbstreflexion
137 Walter Kandut: SALONE DEL MOBILE

BRANCHENTALK

26 Michael Rambach und Erich Gaffal
28 Mag. Andreas Kreutzer
30 Sebastian Desch

DESIGN : TRENDS

32 MILANO COME SEMPRE
36 Ortweinschule – eine Meister-Klasse für sich
38 Staatspreis Design
40 SieMatic – eine neue Opulenz
44 Wanted: Die schönste Küche der Welt

NETZWERKE

46 MZE: Jahrestagung 2022
49 Holzberufe machen happy
50 FH Wiener Neustadt: „Next generation“
52 Ortweinschule: Mit Seele und Kreativität
54 GfMTrend: Wichtige Weichenstellung
56 Küche&Co: Digitaler Vorreiter
58 DER KREIS traf sich im Mai
60 Kuchl: Diplomierte Einrichtungsprofis
62 DER KÜCHENRING: Sattes Plus der Rheinbacher
63 Konsumausgaben Möbelhandel
64 Europa Möbel: Die Zukunft des Einzelhandels
66 Bosch Concept Partner: Die Pfeile zeigen nach oben
68 Bundesgremium: Es wird ruhiger in den Geschäften
70 MHK: Endlich wieder TV-Werbung

KÜCHE

72 Die Branche boomt(e)
73 Nolte: nolteneo überzeugt in Mailand
74 Ballerina: Die Familien-Küche
76 Baumann Group: Weg zum Küchendesign

FORTSETZUNG KÜCHE

78 Häcker: Produkt-Highlights
80 Schüller: Die Collection 22/23
82 Marktplatz Küche
84 Rotpunkt Küchen: Nachhaltig und variantenreich
85 Quooker: Der Wasserhahn der alles kann
86 OZONOS: Smart Living meets OZONOS
88 V-ZUG: In Österreich angekommen
91 HKT: Komfortables Kochen
92 BLANCO: Perfekt organisiert am Wasserplatz
94 STRASSER Steine: Rundum durchdacht
96 Hansgrohe: Das „Water Studio“ der Superlative
98 Franke: Für den perfekten Workflow
100 Naber: Alle Wege zu smartem Licht
101 Blum: Lösung zur flexiblen Raumnutzung
102 systemceram: Küchenkeramik mit Härteplus

WOHNEN

104 Boxspringbett: Der Schlaf wird individueller
105 sedda: Schlafkomfort handmade in Austria
106 Hästens: Die Philosophie des perfekten Schlafs
109 JOKA: Spezialist in Sachen Boxspringbett
110 dormiente: Naturpolsterbetten in Boxspring-Optik
112 ADA: 65 Jahre Erfahrung
116 HAKA Home: Die ganze Wohnung in 9 Tagen
118 Manfred Arnauer: Ein Branchenblick ohne Jubelschrei
120 Marktplatz: Highlights aus Mailand

RAUM : OBJEKT

124 Weishäupl: Mit Liebe zu Tradition und Natur
125 SONNHAUS: Bodenbelag der nächsten Generation

MESSEN : EVENTS

128 M.O.W. liefert Anworten auf aktuelle Fragen
129 Creativ Salzburg
129 Gardiente
130 area30 & cube30
130 Küchenmeile A30
131 Feria Hábitat Valencia
131 Light + Building Autumn Edition
132 Heimtextil Summer Special
133 spoga+gafa
134 Meble Polska

Foto: BLANCO
www.blanco.at

hansgrohe

Perfekter Workflow beim Kochen

Das einzigartige Design der **Aquno Select M81** Küchenmischer lässt Wasser in einer nie dagewesenen Art fließen – und sorgt somit für intelligente Arbeitsabläufe. Der flächige **SatinFlow Strahl** reinigt sanft jedes Lebensmittel, ganz hygienisch ohne Kontakt zur Spüle. Ihre Hände bleiben frei und Sie können sich währenddessen dem nächsten Arbeitsschritt zuwenden.

hansgrohe.at

DIE GESPRÄCHSPARTNER DIESER AUSGABE

26 Erich Gaffal und Michael Rambach
Die möbel austria und küchenwohntrends im Mai 2023 startet bereits jetzt mit Planung und Vorbereitung. Die beiden Veranstalter lassen hinter die Kulissen blicken, welche Highlights auf Aussteller und Besucher warten.

28 Mag. Andreas Kreutzer
Wofür die Österreicher im Jahr 2021 ihr Geld ausgaben, das hat sich der Chef von BRANCHENRADAR.com angeschaut.

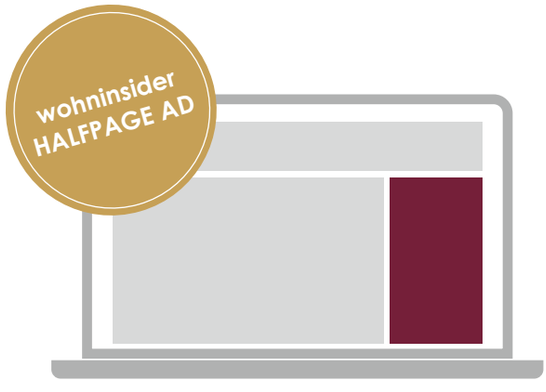
30 Sebastian Desch
Der Head of Design von TEAM 7 weiß, worauf es beim Designprozess Küche ankommt. Als leidenschaftlicher Hobbykoch kreiert er das perfekte Zusammenspiel aus formschöner Gestaltung und funktionaler Ausstattung.

50 Dipl.-Ing. Dr. Emmerich Haimer
Der neue Studiengang „Nachhaltige Produktion & Kreislaufwirtschaft" startet im Herbst am Campus Wieselburg der FH Wiener Neustadt. Der Studiengangsleiter verrät mehr und ist überzeugt, dass die Absolvent:innen „Motoren für Nachhaltigkeit und Kreislaufwirtschaft in Unternehmen" sind.

112 Gerhard Vorraber und Margot Wisiak
Vorstand Vorraber und Chief Marketing Officer Wisiak erklären, wie sie die Marke ADA stärker machen werden. Eine starke Marke nach innen und nach außen.

118 Manfred Arnauer
Der Einrichtungsfachhändler ist viel in der Branche unterwegs. Als Funktionär in der Kammer und auch als Prüfer bei den Lehrabschlussprüfungen. Er spricht über die aktuellen Probleme im Fachhandel.

128 Bernd Schäfermeier und Maximilian Richter
Geschäftsführer und Projektmanager der M.O.W. berichten, was auf der diesjährigen M.O.W. in wenigen Wochen in Ostwestfalen zu erwarten ist.



www.wohninsider.at
» Ihr direkter Draht in die Einrichtungsbranche

HALFPAGE AD
auf www.wohninsider.at
Macht Ihre Botschaft unübersehbar!

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

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

Gleich Infos anfordern:
Anna Habliczek, a.habliczek@wohninsider.at

Every-thing. Except ordinary.

FOLLOW US

Vionaro V8
Slim Drawer System.

V8

Ein Stahlschubkasten so schmal wie ein Bleistift.

GERMAN DESIGN AWARD WINNER 2022

GRASS®

Dass es möglich ist, eine Schubkasten-Zarge auf 8 Millimeter zu reduzieren und sie vor allem wirtschaftlich zu industrialisieren, wäre noch bis vor Kurzem undenkbar gewesen. Mit Vionaro V8 ist diese Vision jetzt Wirklichkeit geworden. Das neue Slim Drawer System bietet nicht nur die weltweit einzige 8 Millimeter One-piece-Stahlzarge – Vionaro V8 ist zudem die erste reine Metallzarge ohne Kunststoff-elemente. Das schafft höchste Stabilität, Langlebigkeit und garantiert eine fast hundert-prozentige Recyclingquote.

DIE TOPSTORYS DIESER AUSGABE

select-pro vermarktet fortan **Brigitte Küchen** in Österreich. Der deutsche Küchenhersteller feiert heuer das 100jährige Firmenjubiläum **...Seite 18**

Extraform Polstermöbel werden ab sofort auch über die **Agentur Belada** von Stefan Belada und seinem Mitarbeiter Jaros Sahinovic vermarktet **...Seite 22**

Gabriel Schandl meint: „Der einzige Ort an dem Erfolg vor Fleiß (Arbeit) steht, ist im Wörterbuch“ **...Seite 24**

Martin Wetscher – Chef des weit über Österreichs Grenzen hinaus bekannten Möbelhauses – berichtet über seine Eindrücke auf der **Mailänder Möbelmesse** **...Seite 32**

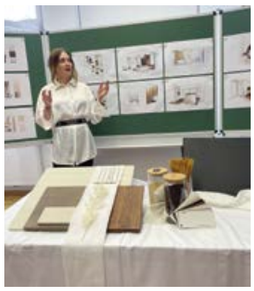
Neue Tischlermeister für das Land: Die Absolventen der Meisterschule für Tischlereitechnik und Raumgestaltung an der Ortweinschule zeigen mit spannenden Abschluss- und Meisterstücken auf **...Seite 36**

STAATSPREIS DESIGN: Der Staatspreis Design ist verliehen, die Preisträger:innen in drei Kategorien sowie der zwei Sonderpreise sind geadelt **...Seite 38**

Wanted: Die schönste Küche der Welt. Der von LEICHT ausgelobte Global Kitchen Design Award sucht und adelt innovative und inspirierende Küchenplanungen.**...Seite 44**

Holzberufe machen happy: Eine Studie des Ideenforums Holzausbildung NÖ unterstreicht, dass Auszubildende in Holzberufen mit ihrer Ausbildung zufrieden sind **...Seite 49**

ORTWEINSCHULE: Unter dem Thema **„Psyche – ein vergessenes Möbel“** gestalteten die Absolvent:innen der Höheren Lehranstalt für Innenarchitektur, Raum- und Objektgestaltung der Ortweinschule kreative Abschlussmöbel **...Seite 52**



Großes Finale an der Interior Design School Kuchl: Mit starken Abschlussprojekten und der Diplomübergabe schlossen die frisch gebackenen Einrichtungsberater:innen ihre Ausbildung ab **...Seite 60**

Regiodata Research untersuchte die Ausgaben im Möbelhandel. 5,9 Mrd. Euro brutto waren es demnach in 2021 und das waren um 4,4 % mehr als im Jahr davor **...Seite 63**

Es wird ruhiger in den Geschäften: Der Einrichtungsfachhandel tagte in der Wachau und mehr oder weniger in allen Bereichen bemerkt man ein Nachlassen der Kundenfrequenz **...Seite 68**

V-ZUG hat per 1. Februar dieses Jahres mit einem eigenen Sales Director Fuß gefasst. **Thomas Felber** vertritt die Schweizer Premium Marke in der Alpenrepublik **...Seite 88**

Nichts weniger als eine **Weltneuheit** präsentierte **STRASSER Steine** Mitte Juni am Standort St. Martin i.M. seinen Handelspartnern. Beim wohninsider-Lokalaugenschein Ende Mai bestätigte sich bereits: Es bleibt auch darüber hinaus kaum ein Stein auf dem anderen **...Seite 94**

Hansgrohe präsentiert sich seit kurzem in Wiener Neudorf mit einem **neuen Schauraum** für Vertriebspartner und Endkunden **...Seite 96**

Knapp zwei Jahre nach der Präsentation des Grand Vividus launchte **Premium-Bettenhersteller Hästens** am 170. Jahrestag das zweite Flaggschiff aus der Kooperation mit Designer Ferris Rafauli **...Seite 106**

Die ganze Wohnung in 9 Tagen. Dass **HAKA Küchen** nicht nur Küchen kann, zeigt sich in den HAKA Centern. In Wien ist eine 73 m² große Musterwohnung ausgestellt **...Seite 116**

Highlights aus Mailand: In Mailand steppte mit dem erfolgreichen **„Salone“** und in der City der Designbär. Wir waren vor Ort und präsentieren spannende Kreationen, Innovationen und Highlights **...Seite 120**

Die **Meble Polska** lockte vom 16.-19. Mai fast 11.500 Besucher in die liebliche Messestadt Poznan im westlichen Polen. Und die Ambitionen der polnischen Messebetreiber und Produzenten sind sehr hoch, wie einige Gespräche vor Ort belegten. Ein Lokalaugenschein **...Seite 134**

MZE
NETZWERK WOHNKULTUR

MEHR SERVICE. MEHR ERFOLG.

Der Verband für innovative Einrichter in Österreich und Südtirol.

MZE unterstützt seine Mitglieder in allen Facetten der Digitalisierung und Positionierung in der eigenen Region. Potenziale erkennen und nutzen, um sich erfolgreich für die Zukunft aufzustellen – die Schlüsselthemen für MZE im Jahr 2022.

www.mze.at

STILL. MEDIUM. PRICKELND.

BLANCO UNIT
drink. prep. clean.

Ein Armaturensystem, das Wasserkisten und Wassersprudler überflüssig macht: Mit BLANCO drink.soda Evol-S Pro ist es möglich, gekühltes, gefiltertes und je nach Wunsch stilles oder prickelndes Wasser direkt aus dem Hahn zu zapfen.

Der Austausch der Verbrauchsmaterialien kann dank der leicht zugänglichen Platzierung im vorderen Teil der Soda-Einheit in Sekunden erfolgen.

Einfach aufdrehen und jederzeit stilles, medium oder prickelndes Wasser genießen.

Was auf den ersten Blick nach einer normalen, hochwertigen Küchenarmatur aussieht, ist faktisch ein ganzheitliches „5-in-1-Wassersystem“. Denn die BLANCO drink.soda EVOL-S in PVD Steel verfügt gleich über zwei Funktionsweisen: Auf der rechten Seite wird ganz klassisch über einen Mischhebel konventionelles kaltes bis warmes Leitungswasser entnommen. Auf der linken Seite zapft man gefiltertes und gekühltes Wasser in den drei Stufen still, medium oder prickelnd – ganz nach Gusto. Dazu – und das ist ein absolutes Novum für solche Wassersysteme – kann der Wasserbedarf über die Messbecher-Funktion voreingestellt werden.

Die Soda-Einheit:
Sie bildet das Herz der Anlage und sorgt für die Kühlung und Karbonisierung des Wassers. Die Einheit wird platzsparend im Unterschrank verbaut. Ein intuitiv bedienbares Touch-Display führt durch das Menü und zeigt immer die aktuelle Restkapazität des CO_2-Zylinders und der Filter-Kartusche an. Der CO_2-Zylinder und die Filter-Kartusche befinden sich direkt hinter einer abnehmbaren Blende und lassen sich problemlos austauschen, ohne dass das Gerät selbst aus dem Unterschrank herausgenommen werden muss. Die Temperatur lässt sich zwischen vier Grad und zehn Grad Celsius vorwählen – für immer frisches Wasser, perfekt gekühlt und mit exakt der prickelnden Intensität, die gerade gewünscht ist.

Einfachheit in der Installation:
Die Soda-Einheit passt durch ihre kompakte Bauweise in Unterschränke ab 30 cm Breite und kann dort einfach angeschlossen werden. Um einen rundum ergonomischen Wasserplatz und aufgeräumten Bereich unter der Spüle zu haben, empfiehlt sich der Einbau im 60 cm breiten Unterschrank, denn hier lässt sich direkt daneben das neue Abfallsystem SELECT II Soda integrieren.

Zur perfekten Einheit mit der BLANCO ETAGON:
Kombiniert mit einem Becken der ETAGON Familie wird das Wassersystem zur einheitlichen UNIT. Die Beckenfamilie ist gekennzeichnet durch zwei Schienen und drei Funktionsebenen, welche zusätzlichen Platz beim Schneiden von Gemüse, Abstellen von Töpfen, oder sogar Platz zum Aufhängen der Putzutensilien bieten. Neben den verschiedenen Einbauvarianten und Größen ist die Familie in der Edelstahl, Silgranit® oder Keramik Oberfläche verfügbar.

Einfache Integration des BLANCO SELECT II Soda im Unterschrank.

Die zwei Schienen und drei Funktionsebenen der BLANCO ETAGON erweitern das drink.system zur perfekten Einheit am Wasserplatz.

Recycling weiter steigern bei ADA

Bereits Anfang 2020 erstellten die Saubermacher für ADA ein Abfallwirtschaftskonzept, ein Abfallbeauftragter wurde dem Unternehmen zur Seite gestellt. ADA-Vorstand Gerhard Vorraber: „Durch die Zusammenarbeit mit Saubermacher konnten wir in den letzten Jahren eine ausgezeichnete Verwertungsquote von 94 Prozent erzielen."

Um die Produktion noch ressourcenschonender aufzubauen und auch im Verwaltungsbereich Optimierungen zu erreichen, hat ADA seine Produktionsprozesse und internen Abläufe auf Herz und Nieren im Rahmen einer Zero Waste Analyse von Saubermacher prüfen lassen. Nach einer Detailbetrachtung der Abfallströme bei ADA haben Expert*innen von Saubermacher nun ein umfangreiches Nachhaltigkeitskonzept mit konkreten Maßnahmen entwickelt. Vor allem im Bereich Gewerbemüll sollen mittels besserer Müllvermeidung und -trennung wichtige Rohstoffe wiederverwertet werden können. Durch den Einsatz digitaler Lösungen wie smarter Abfallbehälter und einem Online-Kundeportal werden die werksinterne Abfalllogistik und der interne Aufwand optimiert. Auch die Abfallvermeidung steht im Fokus, zum Beispiel bei Papierverbrauch, Einkaufsstrategie etc.

www.ada.at

V.l.: Gerhard Hecker (Direktor Großkunden Saubermacher), Ulrike Knaus (Solution Managerin Saubermacher), Hans Roth (Saubermacher Gründer), Gerhard Vorraber (Vorstand ADA), Robert Fizimayer (Vorstand ADA), Martin Schneider (Konzerntechnik ADA), Wolfgang Stecher (Kundenbetreuer Saubermacher).

BLANCO Schweiz: Andreas Macelski löst Christian Frank ab

Ab Juli zeichnet Andreas Macelski als Managing Director für die Schweizer Zweigniederlassung des deutschen Herstellers BLANCO verantwortlich. Er löst damit Christian Frank ab, der das Vertriebsbüro in den vergangenen drei Jahren führte. Frank hat in dieser Zeit das Team sowie die Organisation neu aufgebaut und damit den Grundstein für eine erfolgreiche Zukunft gelegt. Die Stabsübergabe erfolgt nun fließend. Christian Frank übernimmt ab 1.Juli eine neue Rolle innerhalb der BLANCO Organisation zur Weiterentwicklung der BLANCO UNIT Strategie und wird dabei auch weiterhin die Vertriebsorganisation DACH unterstützen.

Andreas Macelski

Christian Frank

Andreas Macelski ist seit mehr als 20 Jahren im Unternehmen tätig, war zuletzt Head of Key Account Management in der DACH-Zentrale. Damit verfügt er über sehr viel Branchen-Know-how und Produktkenntnisse.

www.blanco.ch | www.blanco.at

KETTLER Home&Garden mit neuem Geschäftsführer

Per 1. April hat Christian Dehn die Geschäftsführung von KETTLER Home&Garden mit Sitz in Glinde bei Hamburg übernommen. Er folgt damit auf Jan Somann, der das Unternehmen seit den Verhandlungen um den Erwerb der Markenrechte betreute, seit der Neugründung im Dezember 2019 als Geschäftsführer agierte und nun neue Aufgabenbereiche innerhalb der Unternehmensgruppe übernimmt.

Christian Dehn und Tim Dargel

Christian Dehn bringt mehr als 30 Jahre internationale Erfahrung in leitenden Management- und Führungspositionen verschiedener Branchen und hochwertiger Konsumgütermarken mit. Zuletzt gehörte er als Direktor für Vertrieb und Marketing zur Geschäftsleitung der Hohner Musikinstrumente GmbH, einem Hersteller für Musikinstrumente. Die bestehenden, direkten Ansprechpartner für Vertrieb und Marketing bleiben unverändert. So wird Tim Dargel auch weiterhin für die Betreuung des Vertriebs und Marketings zuständig sein.

www.kettler-garden.com

Harald Küper für PM bei Kesseböhmer verantwortlich

Der 53-jährige Harald Küper hat bereits mit 1. April 2022 die Leitung des Produktmanagements bei der Kesseböhmer GmbH in Bad Essen übernommen. Er bringt umfangreiche Erfahrungen aus den Bereichen Vertrieb und Produktmanagement mit sowie fundiertes Wissen im Umgang mit Konstruktionssoftware für den Möbel- und Innenausbau.

Küper war davor fast 25 Jahre in verantwortlichen Positionen vor allem für Unternehmen der Möbelbeschlagbranche tätig. Er kommt von der Grass GmbH, Höchst/Österreich, wo er zuletzt als Leiter des globalen Produktmanagements tätig war. Seine Karriere in der Branche startete der gelernte Tischler und Diplom-Holzingenieur 1998 im Softwaresupport und im Vertrieb der Imos AG, Herford. In seiner neuen Position wird er Produktstrategien für die Möbelbeschlagsysteme erarbeiten.

Thomas Laaff, sein Vorgänger in dieser Position, hatte das Unternehmen bereits im Mai 2021 auf eigenen Wunsch verlassen.

www.kesseboehmer.world/

Fotos: ADA, BLANCO, Kesseböhmer, KETTLER Home&Garden

IFA: David Ruetz und Kai Mangelberger übernehmen

David Ruetz und Kai Mangelberger

Wenn die Berliner Funkausstellung Anfang September wieder an den Start geht, tut sie das unter einer neuen Messeleitung: David Ruetz (53) und Kai Mangelberger (42) bilden fortan die neue Doppelspitze. Sie lösen Jens Heithecker und Dirk Koslowski ab.
Als Head of ITB Berlin, der führenden Leitmesse für die globale Reiseindustrie, bringt Ruetz ein breites Know-how für die Entwicklung von erfolgreichen, globalen B2B-Projekten mit. Der internationale versierte Live-Kommunikationsexperte ist seit 2002 bei der Messe Berlin für die ITB zuständig. Er hat in dieser Zeit den Ausbau der Fachmesse zur globalen Marke vorangetrieben. In den nächsten Monaten wird Ruetz als Senior Vice President IFA 2022 bei der IFA zentraler Ansprechpartner für die Keyplayer im Markt sein.
Kai Mangelberger weist eine mehr als 20-jährige Event-Expertise auf. Davon hat er zehn Jahre lang, zuletzt als Deputy Director, die Weltleitmesse InnoTrans betreut, bevor er im Herbst vergangenen Jahres die führende Fachmesse für den globalen Fruchthandel FRUIT LOGISTICA in leitender Funktion übernommen hat.

www.ifa-berlin.com

Dr. Matthias Metz wird Vorsitzender der Geschäftsführung der BSH Hausgeräte GmbH

Die BSH Hausgeräte GmbH mit Sitz in München hat ab dem 1. Oktober 2022 einen neuen Vorsitzenden der Geschäftsführung. Dr. Matthias Metz (51) übernimmt die Position, in der er das globale Geschäft des Hausgeräteherstellers mit mehr als 62.000 Mitarbeitern und einem globalen Produktionsnetzwerk von 40 Fabriken weltweit verantworten wird. Metz leitet derzeit die Sparte Consumer Markets der ZEISS Gruppe und bringt langjährige internationale Expertise im Marken-Consumer-Geschäft in die BSH ein.
Bei ZEISS ist Metz seit 2015 Mitglied des Konzernvorstands der Carl Zeiss AG und CEO der Sparte Consumer Markets sowie auch verantwortlich für die ZEISS Vertriebs- und Servicegesellschaften in Belgien, den Niederlanden, Südafrika und Lateinamerika. Zudem ist er Vorsitzender der Geschäftsführung der Carl Zeiss Vision International GmbH, Aalen. Vor seiner beruflichen Laufbahn bei der ZEISS Gruppe war er in verschiedenen Führungspositionen in anderen Konsumgüterunternehmen tätig und arbeitete unter anderem in Shanghai, China. Er hat einen Doktortitel in Wirtschafts- und Sozialwissenschaften. Metz ist verheiratet und hat drei Töchter.

www.bsh-group.com/at

sedda Deutschland: Silvano Unali ist unterwegs

Silvano Unali und sedda Verkaufsleiter Herbert Strassl

Ab sofort ist der bereits im stationären Möbelhandel erfahrene Silvano Unali im Außendienst für sedda im Süden Deutschlands unterwegs.
Nicht zuletzt die Pandemie und zwei Pensionsantritte haben bei sedda Deutschland ein personelles Handeln erfordert. Die Lösung ist mit Silvano Unali gefunden: Er setzte sein umfangreiches Wissen bis jetzt schon erfolgreich im stationären Möbelhandel ein und bereist ab sofort auch den Süden Deutschlands. Darüber hinaus werden Stützpunkthändler von der Mitte bis ins nördliche Bundesgebiet von ihm betreut.

www.sedda.at

Fotos: BSH Hausgeräte GmbH, Messe Berlin, sedda

GEMEINSCHAFT
AUF DEN
PUNKT
GEBRACHT.

- 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

Franke: Botey und Stucki übernehmen Marketing und PM

Franke hat seine Positionen im Bereich Marketing und Produktmanagement DACH neu besetzt. Marta Botey hat bereits im März die Position als Head Category Management & Marketing DACH für Franke Home Solutions übernommen. Ab sofort verantwortet zudem Deborah Stucki als Teamleiterin den Bereich Advertising & Communication für Deutschland, Österreich und Schweiz.
David Gartner ist in die Gesamtvertriebsleitung Deutschland & Österreich gewechselt, Marta Botey (34) folgt ihm in der Position. Die gebürtige Spanierin bringt mit einem Studium des Maschinenbaus, einem Abschluss als Executive MBA HSG – ein spezielles Studium für Führungskräfte – sowie vielfältigen Erfahrungen bei Procter & Gamble beste Voraussetzungen für den neuen Aufgabenbereich mit. Sie arbeitet seit fünf Jahren für Franke, zunächst als Projekt Managerin im Bereich Spülen, später als Central Category Head Armaturen, Abfalltrennsysteme, Arbeitsplatten und Farbstrategie. Das Team Advertising & Communication DACH hat Deborah Stucki nun übernommen. Sie ist seit 2005 in Kommunikation und Marketing beschäftigt, sowohl in Agenturen als auch auf Unternehmensseite. Im Franke Marketing ist sie seit 2015 tätig, unter anderem als Projektleiterin Marketing. Zuletzt verantwortete sie als Marketingspezialistin DACH auch die Medienarbeit für die Schweiz. Die 41-jährige arbeitet in ihrer neuen Position für Deutschland, Österreich und die Schweiz von Aarburg sowie Bad Säckingen aus.

Marta Botey

Deborah Stucki

Tobias Homberger, Teamleiter Marketing & Kommunikation DACH, hat sich entschieden das Unternehmen zu verlassen, um eine neue Herausforderung außerhalb der Franke Gruppe anzunehmen.

www.franke.de

elektrabregenz spendet wieder Geräte an Pro Juventute

Es handelt sich dabei um eine Herzensangelegenheit, wie das Unternehmen verkündet. Immerhin verfolgt elektrabregenz bereits seit zwölf Jahren die intensive Zusammenarbeit und Partnerschaft mit Pro Juventute. Bei Renovierungen oder dem Neubau einzelner Wohngemeinschaften kommen alle Geräte von elektrabregenz.
Aber auch sonst gehen in den 31 Häusern durch die regelmäßige Benutzung immer wieder Elektrogeräte kaputt oder alte Geräte müssen ausgetauscht werden. Das Unternehmen stellt so jährlich zwischen 50 und 60 Geräte kostenfrei zur Verfügung. Auch 2022 sind es insgesamt 57 Haushaltsgeräte, die so an die Pro Juventute Einrichtungen gehen. Somit werden dieses Jahr Sachspenden im Wert von 39.441,93 Euro zur Verfügung gestellt.

GF Christian Schimkowitsch, Pro Juventute Pressesprecherin Claudia Geiger

www.elektrabregenz.com

Beko Grundig Österreich AG: Margit Anglmaier an Bord

Mit Margit Anglmaier hat sich die Beko Grundig Österreich AG eine erfahrene Spezialistin geholt. Seit Mitte Juni ist sie Marketing und Communications Managerin und für unter anderem das umfangreiche Rebranding bei elektrabregenz oder die zweite Kampagne bei Beko zuständig.
Die 42-Jährige blickt auf über 20 Jahre Erfahrung im Bereich Marketing und Kommunikation zurück – und das vor allem in der Digitalisierungs- und Technologie-Branche. In ihrer bisherigen beruflichen Management-Laufbahn lagen ihre Schwerpunkte besonders in der integrierten Marketing-Kommunikation und im Leadership. So wird Margit Anglmaier auch bei der Beko Grundig Österreich AG Teil des lokalen Management-Teams sein sowie Team-Verantwortung übernehmen.
Anglmaier, die selbst Europäische Wirtschaft und Unternehmensführung an der FH des BFI Wiens studierte, ist zudem Marketing-Gastlektorin am FH Campus 02 in Graz.

www.beko.com/at-de

Geschäftsführerwechsel bei Gorenje Österreich

Mag. (FH) Andreas Kuzmits (46) übernahm mit 1. Juli die Geschäftsführung der Gorenje Austria HandelsGmbh von Irena Pečnik. Pečnik kehrt nach erfolgreicher einjähriger Konsolidierungsarbeit wie geplant in die Unternehmenszentrale von Gorenje in Slowenien zurück um dort als „Deputy Executive Vice President Sales West Europe“ den Geschäftserfolg mehrerer Länder zu verantworten. Kuzmits wird in seiner neuen Position direkt an sie berichten.
Der neue Gorenje-Geschäftsführer kann auf fundierte Vertriebs- und Produkterfahrung im österreichischen Handelsmarkt verweisen. Sein Werdegang konzentrierte sich vorwiegend auf die Branchen Unterhaltungselektronik, IT und Haushaltsgeräte. Berufliche Stationen von Kuzmits waren internationale Unternehmen wie Samsung und zuletzt LG Electronics.

www.gorenje.at

Folgen Sie uns:

/wohninsider

/Gerhard Habliczek

Fotos: Beko Grundig Österreich AG, Franke, Gorenje, Pro Juventute

Ortweinschule initiiert Stipendium für Tischlermeister:innen

V.l.: DI Erich Zotter, AV Mag. Martin Hörl, LIM Stv. Martin Kahr, Mag. Doris Stiksl, Nationalratsabgeordneter BM Joachim Schnabl, Christin Lederhaas, AV Dr. Manfred Zellinger, Dir. DI Dr. techn. Manfred Kniepeiss

Gute News für zukünftige Profis: An der Ortweinschule wird ab dem kommenden Schuljahr die Ausbildung an der Meisterschule für Tischlereitechnik und Raumgestaltung mit einem Fachkräftestipendium gefördert. Das Stipendium ist ein starkes Investment in die Zukunft, indem es jungen Erwachsenen ermöglicht, für die Karriere von der Werk- zurück auf die Schulbank zu wechseln. Ein Schulterschluss zwischen Schulleitung, Politik und Interessensvertretung hat diese monatliche finanzielle Unterstützung möglich gemacht. Unter der Devise „leichter leben, leichter lernen" können dank dieses Fachkräftestipendiums, das die angehenden Schüler:innen der Meisterschule für Tischlereitechnik und Raumgestaltung der HTBLVA Graz-Ortweinschule ab dem Schuljahr 2022/23 erhalten, mehr junge Tischler:innen das österreichweit einzigartige zweijährige Bildungsangebot der Ortweinschule nutzen und es garantiert top-qualifizierte Absolvent:innen der Meisterschule, was wiederum dem Tischlerhandwerk, Branche und Wirtschaft zugute kommt.
Federführend waren und besonderer Dank gilt Mag. Doris Stiksl von ProHolz, den beiden LIM Stv. TM Martina Kahr und TM Harald Almer von der Landesinnung der Tischler, dem Nationalratsabgeordneten BM Joachim Schnabl, und MinR. Wolfgang Kern vom Bildungsministerium, sowie der Schulleitung der Ortweinschule, Dir. Manfred Kniepeiss, AV Martin Hörl und AV Manfred Zellinger.

www.ortweinschule.at

SieMatic: Michael Kersting und Axel Maek übernehmen

Axel Maek und Michael Kersting

Änderungen in der Geschäftsführung von SieMatic: Daniel Griehl wechselt in die Geschäftsführung zu WARENDORF. Die erfahrenen, langjährigen SieMatic Manager und Geschäftsführer Michael Kersting und Axel Maek übernehmen zum 30. Juni die Gesamtverantwortung bei SieMatic.
Die internationale Bestätigung der Strategie und Konzepte in Mailand geht einher mit der für SieMatic weiterhin guten Geschäftsentwicklung, gefüllten Auftragsbüchern, der dynamischen Neuausrichtung des Unternehmens und auch mit den für die Branche anhaltenden Herausforderungen internationaler Zuliefermärkte. Ende des Jahres wird die Integration umfangreicher neuer Maschinen in die Fertigung abgeschlossen sein, die neue Factory22 in Betrieb genommen und die hohe strategische Investition in den Standort Löhne wird beginnen, Früchte zu tragen.
Aktuell arbeitet das SieMatic Team mit Hochdruck daran, die Mailänder Neuheiten und weitere neue Produkte zur Hausmesse im September in die Löhner Ausstellung zu integrieren, damit auch die internationalen Partner, die nicht nach Mailand kommen konnten, bestens informiert und motiviert sind, um die SieMatic Wachstumsstrategie erfolgreich für sich selbst umzusetzen.

www.siematic.com

Fotos: Innenarchitektur – Ortweinschule Graz, SieMatic

AEG strasser nobilia® ADA premium FRANKE

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

Wir freuen uns auf Sie:

DER KREIS Küche und Wohnen
Marketing- u. BeratungsgmbH OG

Bachfeldstraße 3
5102 Anthering

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

info@derkreis.at · www.derkreis.at

ELECTROLUX SUCHT MITARBEITER

Electrolux AEG

Als Betreuer:in (m/w/d) für den Schauraum in Brunn am Gebirge wird eine Vollzeitkraft gesucht

DIE AUFGABEN:

- Eigenverantwortlich kümmern Sie sich proaktiv um Ihren Aufgabenbereich und betreuen selbständig den Schauraum
- Kundenorientiert schaffen Sie stets die besten Kundenerlebnisse, ob vor Ort oder über andere Medien
- Auch telefonisch oder per E-Mail beantworten Sie Kundenanfragen und führen Produktberatungen durch
- Sie beraten Händler und Endkunden auf Messen und verwalten die Teilnehmeranmeldungen bei Kochevents
- Zudem führen Sie halbjährig die Inventur der im Schauraum ausgestellten Geräte durch

ERFAHRUNG UND QUALIFIKATION:

- Erfolgreich abgeschlossene kaufmännische Schulausbildung
- Einschlägige Berufserfahrung im Küchen- / Elektrohandel sind von Vorteil
- Hervorragende kommunikative Fähigkeiten und rhetorisches Geschick
- Affinität zu Technik im Bereich Kochen, Waschen und Pflege
- Ausgeprägte Dienstleistungsorientierung
- Gute MS Office (Excel & Word) Kenntnisse
- Fließende Deutsch- und gute Englischkenntnisse

Für diese Vollzeitanstellung (auf Basis 38,5 Wochen-stunden) bieten wir Ihnen je nach individueller Qualifikation ein Mindestbruttogehalt ab EUR 2.500,00 pro Monat, bei entsprechender Qualifikation und Berufserfahrung können Sie mit Überzahlung rechnen.

Angesichts des schnelllebigen Wandels und den Erwartungen an uns als Arbeitgeber verlassen wir uns mehr denn je auf unsere Mitarbeiter:innen. Unser Ziel ist es „Employer of Choice" zu sein, das Unternehmen, in dem Menschen gerne arbeiten und in dem sie wachsen wollen. Deswegen arbeiten wir ständig daran, für unsere Mitarbeiter:innen eine Umgebung zu schaffen, in der sie ihr ganzes Potenzial entfalten können.

MEHR UNTER: BIT.LY/3U9LELD oder BIT.LY/3NN6HH9

NATUZZI Italia-Store-Opening in Wien

V.l.: Viktor Hájiček (GF NATUZZI Austria), Pasquale Junior Natuzzi (NATUZZI Italia Chief Brand Manager & Chief Creative Officer), Francesco Amendola (EE,SEM,Turkey Sales Regional Manager) und Robert Pražák (Retail+Wholesale Trade Manager Austria,CZ,Slovakia).

NATUZZI Italia hat den Store in Wien eröffnet. Im Rahmen der Eröffnungsfeier am 19. Mai 2022 empfingen Pasquale Junior Natuzzi und das NATUZZI Italia Team Designinteressierte im neuen Store in der Mahlerstrasse 7, die den apulischen Lifestyle der Marke erleben konnten. Nach einer charmanten Ansprache des Creative Directors konnte bei italienischer Livemusik in die Welt der Lifestylemarke eingetaucht und die Inspirationen, welche hinter jedem einzelnen Möbelstück und Designobjekt stecken, kennengelernt werden, garniert von apulischen Spezialitäten und eigens entworfenen Cocktailkreationen, inspiriert von Geschichte und Design bekannter NATUZZI-Klassiker. Ein weiteres Highlight bot die anschauliche Inszenierung von NATUZZI-Craftman Raffaele Valentino, der live vor Ort den Revive Chair fertigstellte und dessen Funktionsmechanismen publikumswirksam veranschaulichte. Schon am Vorabend hatte Pasquale Junior Natuzzi zu einem exklusiven Dinner in die Ernst-Fuchs-Villa geladen, um die Ankunft des traditionsreichen italienischen Unternehmens und deren Circle of Harmony in Wien gebührend zu feiern.

www.natuzzi.com

TEAM 7 räumt bei Lehrlingswettbewerb ab

V.l.: Alois Meingassner/Lehrlingsausbilder TEAM 7, Daniel Schiffecker, Simon Weiermann, Julia Goldmann/Leiterin Lehrlingsausbildung TEAM 7

Beim heurigen Landeslehrlingswettbewerb der Tischler am 29. April konnte TEAM 7 gleich zwei erste Plätze im 1. und 3. Lehrjahr für sich beanspruchen.
Erstmals fand der Landeslehrlingswettbewerb mit insgesamt rund 70 Teil- »

Fotos: © thomashabr/NATUZZI, TEAM 7 © www.cityfoto.at

nehmern in den Werkstätten der Berufsschule Kremsmünster statt. Die Aufgabenstellungen erforderten sowohl handwerkliches Geschick als auch umfangreiches Wissen rund um den Werkstoff Holz. Die sechs TEAM 7 Lehrlinge stellten sich mit hohem Engagement der Herausforderung und zeigten großen Ehrgeiz im Wettbewerb gegen die anderen Lehrlinge aus Oberösterreich.
Simon Weiermann holte für das 1. Lehrjahr und Daniel Schiffecker für das 3. Lehrjahr mit hohem Punktevorsprung den jeweils ersten Platz. Die Siegerehrung fand am 9. Mai in der WKO Linz statt. Für ihren Erfolg erhielten sie eine Siegerprämie von 500 Euro. Zudem wurden sie für ihre Reise zum Bundeswettbewerb mit einem TEAM 7 Koffer ausgestattet. Und bei der jährlichen Freisprechfeier im September wird es noch ein Überraschungsgeschenk für die beiden geben.

www.team7.at

IFN wählte Vorstand

Die Mitglieder der Initiative Furnier + Natur e.V. (IFN) wählten im Rahmen einer Versammlung am 2. Juni einen neuen Vorstand. Mit einem bekannten Namen: Axel Groh, Inhaber des gleichnamigen Furnierunternehmens Schorn & Groh, wurde zum vierten Mal einstimmig als Vorsitzender für weitere drei Jahre wiedergewählt. Als weitere Mitglieder des Vorstands wurden Florian Koch (Wilfried Koch KG), Edmund Smolarek (BaltiSpoon/Möhring Gruppe), Heinrich Wehmeyer (Furnierwerk Wehmeyer), Tobias Scherg (Roser AG), Marina Röhr (europlac/Röhr GmbH) und Klaus Mittmasser (frischeis) ebenfalls einstimmig wiedergewählt. Roland Reigbert (furwa Furnierkanten GmbH) verabschiedet sich nach vielen Jahren tatkräftiger und erfolgreicher Vorstandstätigkeit in den wohlverdienten Ruhestand. Neu in den IFN-Vorstand gewählt wurde Frank D. Loebel, Eigentümer der HWB-Furiere & Holzwerkstoffe GmbH aus Bad Salzuflen.

Die Mitglieder des Vorstandes.

Weitere Themen der Sitzung waren die angespannte Lage am Weltmarkt, der regionale Waldanbau, die Holznutzung unter dem Blickwinkel der Klimastrategie sowie die fortschreitende Materialverknappung.

www.furnier.de

Daniel Griehl kommt zu WARENDORF

Die Position des Geschäftsführers bei WARENDORF ist neu besetzt. Mit Anfang Juli übernimmt Daniel Griehl den Posten des Geschäftsführers und geschäftsführenden Gesellschafters.
Griehl startete seine Karriere in unterschiedlichen Führungspositionen bei Philip Morris International. Seit sieben Jahren ist er in der Küchenbranche tätig, davon war er bis September 2021 für Lechner tätig, dem Spezialisten für Arbeitsflächen und Nischenrückwände. Als Geschäftsführer Vertrieb und Marketing gehörte die Entwicklung und Implementierung der internationalen Markenstrategie in seine Zuständigkeit. Darauf folgte die Position des CEO bei SieMatic, wo er als Mitglied der Geschäftsführung die Neuausrichtung und Umsetzung der internationalen Unternehmensstrategie mit verantwortete.
Gemeinsam mit dem WARENDORF Team wird Griehl den Weg zur Festigung der Marken-Positionierung mit internationaler Ausrichtung und einem Fokus auf den Heimatmarkt in Deutschland weiterverfolgen. WARENDORF konnte zuletzt mit der neuen Gesellschafterstruktur die Entwicklung der Marke im herausragenden Premiumsegment, sowie den Ausbau der Markenpositionierung in Deutschland und den Aufbau weiterer internationaler Märkte erfolgreich vorantreiben.

www.warendorf.com

ALC Award: Speedmaster holt die Silbermedaille

Gesucht wurden auch heuer wieder Austria's Leading Companies (ALC), also Unternehmen, die den heimischen Wirtschaftsstandort nachhaltig prägen. Die Tageszeitung Die Presse, KSV1870 und PwC Österreich kürten dabei Unternehmen, die im Rahmen einer feierlichen Gala in der Marx-Halle in Wien am Dienstag, den 31. Mai 2022 die Preise für die Nationalwertung entgegennehmen konnten. Nach dem 2. Platz in Oberösterreich hat es Speedmaster auch österreichweit auf den hervorragenden 2. Platz geschafft.
Gestartet als klassische Tischlerei hat sich das Unternehmen zu einem hochmodernen Produzenten von Möbelteilen mit zwei Produktionsstandorten in der Firmenzentrale in Eberstalzell sowie im deutschen Steinsfeld mit rund 300 Mitarbeitern entwickelt. Mit dem Konzept „Möbelteile in 48 Stunden" konnte die Speedmaster GmbH in den vergangenen 20 Jahren mehr als 21.000 Betriebe der Möbelbranche in Österreich, der Schweiz und Südtirol überzeugen und als Kunden gewinnen. Das Angebot reicht vom einfachen Zuschnitt bis zum kompletten Möbel – individuell nach Kundenwunsch und millimetergenau ab Losgröße 1.

www.speedmaster.at

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

Fotos: Griehl © www.economy-business.de, IFN, Speedmaster © Peroutka/Die Presse

SELECT-PRO | BRIGITTE KÜCHEN

select-pro vermarktet fortan Brigitte Küchen

Ein rundes Jubiläum begleitet die neue Vertriebsschiene von Brigitte Küchen in Österreich. Das select-pro-Team rund um Ing. Martin Sams sorgt zudem ab sofort für die professionelle Abwicklung aller Anliegen.

100 Jahre Brigitte Küchen gibt's heuer zu feiern und für (künftige) Handelspartner wird's jetzt noch einfacher: Unter der Führung von BmSt. Ing. Martin Sams ist die B2B-Vertriebsmannschaft seit 1. Mai 2022 nun auch für Brigitte-Küchen in Österreich zuständig. Landesweit kümmert sich ein bewährtes 5-köpfiges Vertriebsteam um die Partner. Auch ein Innendienst für die Anliegen der Händler wurde installiert, sogar eine Kundendienstabteilung eingerichtet. Es werden auf Wunsch auch Planungen und Montagen für Händler organisiert.

Seit dem 16. Mai 2022 ist alles für eine Gebietsbetreuung auf Schiene, die neue Homepage geht Mitte Juli online. Für besonderes Interesse dürfte dabei etwa die selektive Vertriebsmarke "select-pro" sorgen, welche auch seitens der Industriepartner unterstützt wird. Unter dem Motto Händlerbetreuung V2.0 hat man zudem mit viel Grips ein ausgeklügeltes Waren-Spektrum mit vielversprechendem Potential für Händler initiiert.

www.select-pro.at
office@select-pro.at
select-PRO Hotline: +43 676 9312476
Mo bis Fr 9:00-13:00 und 14:00-18:00 Uhr

Folgende Marken gibt's jetzt aus einer Hand:

1. BrigitteKüchen
2. Vogt
3. SP-Maßmöbel B2B
4. SP-Granit & CO
5. Led-Project
6. select-pro

Baumeister Ing. Martin Sams – Geschäftsführer

Günther Edlmayer – Gebiet Österreich Ost und Österreich Süd

Thomas Karl Wimmer – Gebiet Österreich Mitte und Spanien

Roman Schopper – B2B Gebiet Österreich West und Südtirol

Nicole Koytek – Kommunikation, Kundendienst

Fotos: select-pro

Mehr Informationen

REVEGO – Pocketsysteme für neue Raumkonzepte

Vergessen Sie die konventionelle Vorstellung von Raum und erweitern Sie Ihre Perspektive: mit REVEGO. Wir verschieben für Sie die Grenzen des Machbaren und schaffen neue Möglichkeiten, Räumen ein Gesicht zu geben. Damit Sie Ihre Kunden ins Staunen versetzen.

Sind Sie bereit für eine Veränderung?
blum.com/rev801

blum®

Blaue Lagune

BAUZENTRUM BLAUE LAGUNE

Hoch hinaus und weit nach vorne

Am 29. Juni lud Blaue Lagune-GF und Eigentümer Erich Benischek Aussteller, Interessierte und Partner zum Baustellen-BBQ.

Die Stimmung war ebenso strahlend wie die Sonne, als das neue Bauzentrum als beeindruckende Kulisse für ein Baustellen BBQ in der Blauen Lagune diente. Und so ist es wenig verwunderlich, dass sich die Top-Riege der Aussteller und viele Interessierte einfanden um nicht nur kulinarischen Genüssen zu frönen, sondern auch den aktuellen Stand der Bauarbeiten zu besichtigen.

Erich Benischek, Eigentümer und Geschäftsführer der Blauen Lagune, freut sich über die große Begeisterung der Aussteller und Interessierten: „Durch den Besuch der Baustelle wurden die Dimension und die zukünftige Bedeutung des neuen Bauzentrums nun so richtig bewusst!“

#BlaueLagune #Bauzentrum #BaustellenBBQ #bepartofournetwork

Familie Grimme, Fliesendorf, Aussteller im neuen Bauzentrum. Christine Eva Maria Maise von Service & More. Für den (auch symbolischen) Blick von oben sorgte sogar die Möglichkeit einer Fahrt mit dem Baustellenkran ...

Die fünf Ausstellungsgebäude mit Showrooms und Themenzentren werden schon bald zum Treffpunkt für alle Anbieter und Nachfrager, die mit Architektur und Bauplanung, Bau, Sanierung, Modernisierung, Ausstattung, Einrichten und Immobilien im weitesten Sinn zu tun haben. Als Europas einzigartige Ganzjahres-Plattform für Ausstellung, Information, Beratung, Service und neue Event-Formate an einem der besten Standorte Österreichs wird das Bauzentrum sowohl im B2B- als auch B2C-Bereich den Vertrieb aller beteiligten Branchen nachhaltig verändern.

Unter den Gästen gesichtet:
Martin Sautner (ABB), Stephan Messner (ALU KÖNIG STAHL), Demirhan Büyükataman (Bosch), Martin Breitschopf (Breitschopf Küchen), Michael Freiler (EKU Fenster), Familie Grimme (Fliesendorf), Günter Kindermann (Intertechno), Franz Strobl (Kammel Fertigkeller/Kirchdorfer Gruppe), Reinhard Kaindl (Legrand), Andreas Wolf (Mapei), Hanspeter Petschenig (Petschenig Glas), Thomas Petershofer (Rehau), Helmut Sumann (RIKA Innovative Ofentechnik), Rene Kalmary (Rowalt Gebäudereinigung), Thomas Effenberger (Sanitär Heinze), Christine Maise (Service & More), Tobias Soraperra (Soraperra Farben und Malerei), Thomas Wiesnegger (Wiesnegger Bau), Johann Standl (Windhager) uvm.

www.blauelagune.at/r/bauzentrum

Fotos: Bill Lorenz

WETSCHER

Welcome-Party am Rooftop bei Wetscher

Die Stimmung war großartig und die Besucher kamen zahlreich, als Martin Wetscher zur Eröffnung seines Rooftop Pavillon Mitte Mai lud.

◂◂ Hausherr Martin Wetscher, Magdalena Bortolotti (Wetscher) und Maria Rauscher (Engel&Völkers)
◂ Rechtsanwalt Martin Salcher mit Sohn Lorenz sah nach dem Rechten.

Die, wie es heißt, größte Premium-Gartenmöbel-Ausstellung Österreichs eröffnete Hausherr Martin Wetscher im idyllischen Rahmen seines Rooftop Pavillon. Und das musste freilich standesgemäß gefeiert werden. So lud Wetscher Promis, Kunden und Geschäftspartner am 14. Mai auf die spektakuläre Event Location. Mit dem ganz neu errichteten Wetscher Rooftop Pavillon erschuf er eine fantastische Event Location sowie eine spektakuläre neue Präsentationsfläche. Zahlreiche Gäste folgten der Einladung und frönten der Musik von DJ Judge und den kulinarischen Köstlichkeiten von Haubenkoch Thomas Grander und Zuckerbäcker Phillip Sigwart.

Plastik ist out

Hausherr Martin Wetscher unterstrich dabei die Hochwertigkeit der aktuellen Outdoor-Kollektion. Martin Wetscher: „Plastik ist out – Gartenmöbel heutigen Formats sind von besonderer Herkunft, von besonderer Qualität. Das Draußen ist in dieser unsicheren Zeit der Ort zum Entspannen, der Garten bzw. die Terrasse sind der perfekte Platz, um der Hektik des Alltags zu entfliehen. Natürlich muss auch diese Art von Erholungsraum sorgfältig geplant werden – und ausgestattet mit gleichermaßen ästhetisch ansprechendem wie widerstandsfähigem Mobiliar."

Unter den zahlreichen Gästen waren etwa Silvia Lieb (Moser Holding), Reinhard und Christina Binder-Egger (Binderholz, Malis-Garten), Gerald und Belinda Unterberger (Unterberger Gruppe), Verena Wieser (Papeterie Ernst Schmid), Eva Maria Gintsberg (Schauspielerin und Autorin) mit Tochter Sophia Höretzeder (himmel), Dr. Josef und Sonja Zech (Kinderwunsch-Clinic).

www.wetscher.at

V.l.: DJ Judge sorgte für Stimmung (Christopher Richter). TIROLERIN Chefredakteurin Katharina Zirl und Martin Wetscher im Talk. Haubenkoch Thomas Grander und Rechtsanwältin Christina Lindner

Fotos: Birgit Pichler/TIROLERIN

Extraform

AGENTUR BELADA | EXTRAFORM

Agentur Belada vermarktet fortan auch Extraform

Extraform Polstermöbel werden ab sofort auch über die Agentur Belada von Stefan Belada und seinem Mitarbeiter Jaros Sahinovic vermarktet. Von Lilly Unterrader

Harry Grössing, der die Vertretung der Marke Extraform in Österreich schon vor einigen Jahren übernommen hat, hat Anfang Mai eine zusätzliche Handelsagentur für seine Marke präsentiert. Fortan wird neben ihm und Volker Schrutka auch die Agentur Belada die feinen Polstermöbel aus Serbien vermarkten. Für Harry Grössing eine Win-win-Situation. „Ich kenne Stefan schon sehr lange und er hat mit seiner Vertretung der Sachenküchen sehr viele gute Kontakte."

Belada AGENTUR

Harry Grössing und Stefan Belada – zwei Männer, eine Mission und Handschlagqualität!

Auch Stefan Belada ist begeistert von der neuen, eben begründeten Zusammenarbeit: „Harry ist ein toller Typ und die Firma Extraform ist wirklich ein Wahnsinn. Ich habe mir das Unternehmen in Serbien angesehen, die Motivation der Mitarbeiter, die Geschäftsführung und die Möglichkeiten, die wir mit den Produkten haben, sind einfach top!" Zudem ergänzen die Produkte der Marke Extraform das Portfolio von Sachsenküchen, die schon seit längerem auch in den Wohnbereich gehen, perfekt, wie Belada anmerkt. Mit seiner Agentur zählt Belada aktuell 166 kaufende Kunden, dementsprechend hoch sind auch die Erwartungen. Belada: „Wir haben den Vertrag erst kürzlich unterschrieben, die Arbeit schon begonnen und bereits die ersten Kunden gewonnen."

EXTRAFORM

Rondo ist nun verfeinert, weicher und auch als Einzelschläfer verfügbar.

Extraform entwickelt sich weiter

Auch bei Extraform tut sich indes viel. Grössing: „Wir haben mittlerweile 30 Modelle und sind eine echte Ergänzung am Markt, weil wir eine komplett eigene Formensprache etabliert haben." So wurde etwa das Modell Rondo verfeinert und zusätzlich als Einzelschläfer entwickelt. Das beliebte Modell Hoover erfuhr eine Erweiterung, die Website erstrahlt ab sofort in komplett neuem Glanz.

office@agentur-belada.at
www.extraform.at

Fotos: Extraform, Harald Grössing

Willkommen in der Wohlfühlzone

Ein Weinkühlschrank von Siemens gibt deinen edlen Weinen ein edles Zuhause. Auch dein Gaumen wird Augen machen: Mit den zwei separat gesteuerten Temperaturzonen kannst du jeden Tropfen perfekt lagern und jederzeit genießen. Für deinen schönsten Feierabend.

Siemens Hausgeräte

SIEMENS

Die BSH Gruppe ist eine Markenlizenznehmerin der Siemens AG

WEGE INS ERFOLG-REICH

„Der einzige Ort an dem Erfolg vor Fleiß (Arbeit) steht, ist im Wörterbuch.“

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

Wege ins Erfolg-Reich? Was ist das denn? Das ist eine wunderbare Wortschöpfung, die in einem kreativen Gespräch mit Hall of Fame Mitglied Dr. Roman Szeliga entstanden ist. Ein höchst kompetenter Kollege, den ich sehr schätze. Mich brachte der Begriff zum Schmunzeln. Und gerade in Zeiten wie diesen: Pandemie seit zwei Jahren, Krieg in der Nähe, Inflation und drohende Wirtschaftskrise, Preissteigerungen ungeahnten Ausmaßes brauchen wir Humor und Resilienz und eine positive Grundhaltung (Mindset) mehr denn je, wenn wir nicht in die kollektive Depression verfallen wollen. Wie geht das konkret?

„Erfolg-Reich“. Ein Reich kennen wir, aber das „Erfolg-Reich“? Ja, warum nicht? Wir, zumindest die meisten von uns, wollen dort hin. Reich an Erfolg, als Ziel. Ein schönes, motivierendes und vor allem branchenübergreifendes Ziel. Wo wären wir ohne Ziele? Aktuell zeigen immer mehr selbsternannte oder auch echte Experten Wege dorthin. Und machen damit gutes Geld. Was die meisten von ihnen allerdings nicht dazu sagen, sind die Hürden, die Rückschläge, die Hindernisse, die uns zwangsläufig auf dem Weg dorthin begegnen werden. Oder schon begegnet sind. Der Traum vom schnellen Geld, großen Ruhm und hallenfüllenden Erfolg zieht viele an. Leider geben auch wieder viele auf, weil sie merken, so schnell und einfach geht das dann doch nicht.

„War der Tag nicht dein Freund, so war er dein Lehrer.“

Der Hauptdarsteller in einer meiner Lieblingsserien namens „Suits“, Harvey Specter, ist höchst erfolgreicher Anwalt in New York. 1.000,- Dollar Stundenlohn, Millionen auf dem privaten Konto. Aber auch er sagt: „The only time success comes before work is in the dictionary.“ Was sinngemäß soviel bedeutet wie: „Der einzige Ort an dem Erfolg vor Fleiß (Arbeit) steht, ist im Wörterbuch.“

Gabriel Schandl, Seminarleiter, Speaker und Coach.

Ich liebe Rückschläge. Aber meistens erst später. Weshalb? Sie stärken mich. Uns. Viele kennen den Satz: „War der Tag nicht dein Freund, so war er dein Lehrer.“ Jawohl. Das nennt man Persönlichkeitsentwicklung, vorausgesetzt, man will dazulernen. Diese Fähigkeit könnte man bei Menschen, die in der Weiterbildung tätig sind, ja zurecht voraussetzen. Ein neueres Wort für die Fähigkeit, immer wieder aufzustehen, nach Rückschlägen, setbacks, Misserfolgen, heißt Resilienz. Es ist die innere Stärke, die durch Schwierigkeiten nicht ab sondern zunimmt. Gleichzeitig braucht es danek, CSP, würde jetzt sagen: „Jo eh!“ Dieses österreichische Wort bedeutet soviel wie „Ich stimme deiner Ausführungen grundsätzlich zu, setze sie aber trotzdem nicht um.“ Wir wissen ja (eigentlich), was uns gut tut. Warum gibt es dann immer mehr Kollegen, Menschen, die ausbrennen, depressiv werden/sind oder generell krank? Oder frustriert aufhören? Das ist eine Entwicklung, die gefällt mir nicht, sie macht mich traurig, denn das müsste so nicht sein. Zuallererst beginnt „es“ in unserem Kopf. Es geht um das Mindset. Wie bewerten wir das, was uns passiert?

Das Leben, unser Beruf biegt uns manchmal ganz schön, zwingt uns in die Knie. für einen Rahmen, ein wiederholtes Tun von Dingen und ein wiederholtes Aufhören mit Dingen. Was meine ich mit Dingen? All das, was uns gut tut, öfter zu tun, all das, was uns schwächt, seltener. Mein geschätzter Kollege und Präsentations-Coach Georg Wawschi-

Fotos: © Gabriel Schandl/Fotografin Eva-Maria Wöckl

Aber so gut wie nie zwingt es uns, unten zu bleiben. Mal dauert es länger, mal kürzer, im Endeffekt ist es unsere Entscheidung, wie wir mit den „Rahmenbedingungen“ umgehen und die sind bei jedem von uns sowohl unterschiedlich als auch oft genug gefühlt und tatsächlich schwer.

Im Zusammenhang mit der Resilienz-Forschung wird gerne Viktor Frankl zitiert. Er hat als einer der wenigen das Konzentrationslager der Nazis überlebt und danach mehrere Bücher geschrieben, als Psychotherapeut gearbeitet und die Grundlage der Logotherapie gelegt. Frankls Ansatz ist und war, dass wir nicht bestimmen können, was uns passiert, aber sehr wohl, wie wir damit umgehen wollen. Diese (letzte) Freiheit kann uns keiner nehmen. Alles andere schon. Das ist großes Kino, von der Einstellung her, denn wir alle müssen an dieser Stelle zugeben: Er hat Recht. Es liegt an uns, ob wir uns als Opfer der Umstände betrachten oder zum Gestalter mutieren. Wir müssen uns ja nicht gleich theatralisch wie der Phönix aus der Asche erheben, oft sind es die kleinen Entscheidungen des Alltags, die uns auf dem Weg vorwärts oder auch rückwärts bringen und zwar unsere eigenen. Und diese Treffen wir – zwangsläufig, bewusst oder unbewusst – auf dem Weg ins Erfolg-Reich täglich. Dieser ist gepflastert mit Schwierigkeiten aber auch mit schönen Momenten. Die Aussicht, oben angekommen, belohnt für viele Stunden voller Schweiß und Tränen, voller Arbeit. Diesen Weg gemeinsam zu gehen, auch das macht Sinn. Wenn einer stolpert, hilft ihm der Andere auf. Und auch wenn wir alleine auf den Bühnen des Lebens stehen, wir Menschen sind soziale Wesen, auf Hilfe angewiesen und in der Lage, selbst Hilfe zu geben. Wie gut ist es, das zu wissen. Und wieviel besser, es zu leben.

Wie können wir unsere ganz persönliche Resilienz stärken? Ein paar „Joeh“ Vorschläge:

- Entscheiden, Entscheidungen zu treffen (ja, das klingt komisch, ist aber ernst gemeint), egal wann, egal wo.
- Vom Opfer zum Gestalter werden und Rückschläge als Lernerfahrung definieren.
- Schwierige Ereignisse des Lebens annehmen, uns eingestehen, was es mit einem macht und dann um Hilfe fragen.
- Die „richtigen“ Fragen stellen, um gestärkt aus der Situation hervorzugehen, lösungsorientierte, ressourcenorientierte, zukunftsorientierte Fragen.
- Verantwortung für unser Tun übernehmen und aufhören zu jammern.
- Kraft schöpfen aus unterschiedlichen Quellen, die uns gut tun: Glauben, Familie, Freunde, Literatur, Kunst, Schönes, Reisen, Hobbies, Sport, bei manchen kann das sogar die Arbeit sein.
- Uns Ziele setzen und so die Selbstbestimmung erhöhen, Energiefresser reduzieren und vermeiden.
- Uns Auszeiten und Pausen gönnen, diese bewusst und mit allen Sinnen genießen.
- In einem Beruf arbeiten, der uns Spaß macht, uns fordert und uns Sinn gibt.
- Viel für unsere Gesundheit tun, die besten Dinge kosten nichts und sind in der Nähe: Wasser, Natur und Bewegung.

„Sei du die Veränderung, die du dir in der Welt wünschst.“

Mahatma Gandhi

- Anderen geben und anderen helfen. „Sei du die Veränderung, die du dir in der Welt wünschst.“(Mahatma Gandhi)
- Ständig dazulernen, von jedem und überall.
- Deine Beziehungen pflegen, sie sind wertvoll. (Keiner der am Sterbebett liegt, hätte rückblickend gerne mehr Zeit im Büro verbracht.)

Ihnen, mir und uns allen wünsche ich noch viel Durchhaltevermögen, wir werden es brauchen! Ich werde nicht aufhören, mich und andere auf diesem Weg zu ermutigen. Dazu gibt es demnächst auch mehrere Veranstaltungen, z.B. das Greator Festival Ende Juli in Köln, wenn Sie mich und weitere Top-Speaker mal live erleben wollen. Oder das Wissensforum in Graz im November. **Sehen wir uns? Ich würde mich freuen.**

Herzlichst!
Ihr Gabriel Schandl

Gabriel Schandl

Gabriel Schandl ist Wirtschaftswissenschafter (Linz, Siena) und Leistungsforscher. Als leidenschaftlicher Keynote-Speaker und engagierter Coach unterstützt er Menschen, Unternehmen und Teams, ihr Bestes zu geben. Der Constantinus Kategorie Sieger ist Buchautor und wurde von der National Speakers Association mit dem CSP geehrt, dem „Certified Speaking Professional“, der höchsten Auszeichnung in der Redner-Branche. Das Magazin „Erfolg“ zählt ihn zu den Top 100 Erfolgstrainern im deutschsprachigen Raum. Von ihm stammt der Begriff und das Konzept des „Leistungsglücks“, welches er in seinen Vorträgen weltweit eindrucksvoll darstellt.

>> Gabriels Online-Kurs für dich:
Dramatisch besser wirken!
In 9 Kapiteln mehr Sicherheit und weniger Nervosität bei deinen Vorträgen, in Besprechungen und auf der Bühne:
bit.ly/dramatischbesserwirken

JULI 2022:
>> Gabriel live auf der Bühne von Greator, dem größten Weiterbildungs-Festival Europas: 29.-30. Juli 2022
Noch kurze Zeit zum Early-Bird-Tarif!
Hol dir dein Ticket: ***bit.ly/3HAzJmq***

AUGUST 2022:
>> Jetzt eine der besten Trainer-Ausbildungen des Landes buchen, nur noch 2 Plätze frei!
bit.ly/ISOTrainer

NOVEMBER 2022:
>> Erlebe Gabriel Schandl und 7 weitere Top-Speaker am 10. November 2022 in Graz:
www.speakers-excellence.de/veranstaltungen/primus-wissensforum-steiermark/

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

MÖBEL AUSTRIA UND KÜCHENWOHNTRENDS SALZBURG 2023

EIN NACHGEFRAGTES MESSEDOPPEL

Bereits zum 6. Mal findet das Messedoppel möbel austria und küchenwohntrends vom 3. bis 5. Mai 2023 im österreichischen Salzburg statt. Wir blicken gemeinsam mit Michael Rambach und Erich Gaffal hinter die Kulissen und erfahren, welche neuen Akzente und welche Highlights in der Vorbereitung sind. Die Planungen laufen bereits auf Hochtouren, wie Gerhard Habliczek im Interview herausgefunden hat. möbel austria und küchenwohntrends sind für die ausstellenden Unternehmen und die Besucher aus der Wohn- und Einrichtungsbranche, bzw. für das gesamte Marktsegment Küche, nicht mehr wegzudenken.

wohninsider: Was gibt's Alt-Bewährtes über das Messedoppel zu erfahren?
Erich Gaffal: In der ersten Mai-Woche des kommenden Jahres präsentieren auf dem Salzburger Messegelände wieder bedeutende Akteure der Küchenmöbelindustrie, Hausgerätehersteller sowie zahlreiche Anbieter von Wohn-, Polster- und Schlafmöbeln, von Zubehör und Accessoires ihre Neuheiten für den österreichischen Markt und für den Süden. Schwerpunkte liegen dabei auf dem Verschmelzen von Wohn- und Lebenssphären, offenen Räumen sowie der „Hoffice" genannten smarten Einraumwohnung zum Schlafen, Wohnen, Speisen, Arbeiten und Relaxen.

„Wir gehen davon aus, dass auf der möbel austria und küchenwohntrends alle relevanten Unternehmen der Branche vertreten sind."

Michael Rambach, Gesellschafter der trendfairs GmbH/ küchenwohntrends

Michael Rambach: Für starken Zustrom zu den Veranstaltungen 2023 werden vor allem die österreichischen Fachbesucher (2021: Anteil 68 %) und die Messegäste aus dem kaufkräftigen Süden Deutschlands plus angrenzende Länder u.a. Slowenien, Kroatien und Südtirol sorgen. möbel austria und küchenwohntrends – die Messen der kurzen Wege, der perfekten Infrastruktur und der außergewöhnlichen Vernetzung – entfalten ihre Anziehungskraft insbesondere auf die Entscheider aus der ersten Reihe: So waren zuletzt mit gut einem Drittel aller Besucher Geschäftsführer und Firmeninhaber die am stärksten vertretene Gruppe.

Was hören Sie von den Ausstellern – können Sie schon was zum Buchungsstand sagen?
E. Gaffal: Wir fokussieren uns auf das große Segment Wohnen & Einrichten: Das sind Polster, Schlafen, Kastenmöbel und Sitzen. Wir erfahren in unseren Gesprächen mit unseren Ausstellern, dass diese genau diese Ausrichtung schätzen.

M. Rambach: Wir können jetzt schon verkünden, dass wir einige Rückkehrer und Neuaussteller gewonnen haben. Auch die Gespräche mit unseren Stammausstellern laufen erfolgreich. Wir gehen davon aus, dass auf der möbel austria und küchenwohntrends in 2023 alle relevanten Unternehmen der Branche vertreten sind.

Was steht Neues auf der Agenda?
E. Gaffal: Seit dem Start der möbel austria und küchenwohntrends ist unser Messedoppel nicht nur ein Ort wo Anbieter und Kunden aufeinandertreffen, sondern es ist auch das Netzwerkevent der Einrichtungsszene wo wir den Austausch unter den Ausstellern gezielt fördern und die heißen Fragen der Branche diskutiert werden. Ein brennendes Dauerthema ist der Fachkräftemangel, denn auch wenn sich für das nächste Jahr eine Normalisierung der Auftragslage abzeichnet, bleibt der Mitarbeitermangel ein limitierender Wachstumsfaktor in der Einrichtungsbranche. Offene Stellen in Produktion, Planung und Verkauf gibt es viele. Trotzdem ist es für frische Absolventen von Ausbildungseinrichtungen nicht einfach auf Anhieb den passenden Arbeitgeber zu identifizieren. Hier wollen wir ansetzen und

„Wir konnten durch das hybride Konzept eine erweiterte Zielgruppe erreichen und neue Besucher gewinnen."

Erich Gaffal

Portrait Rambach: © SaschaBartel_SashMedia, Portrait Gaffal: © Business Upper Austria

unter Einbeziehung der Bildungseinrichtungen, zwischen Ausstellern und Absolventen ein Matchmaking konzipieren.

Nehmen Sie uns mit in Ihre Planungen – was macht dieses Messedoppel so besonders?
M. Rambach: Was uns unsere Aussteller rückmelden ist die Fokussierung auf das Segment. Ein intensives Netzwerken in der Branche ist so möglich. Mit einer gelungenen Mischung Kommunikationsplattform, Neuheiten-Präsentation und Wissensaustausch treffen wir den Puls der Zeit. Wir sind überzeugt, dass sich unterstützt von zahlreichen Services im angenehmen Ambiente die besten Geschäfte tätigen lassen. In jener „Wohlfühlatmosphäre" wirken die Präsentationen der Aussteller ansprechender, die Neuheitenvielfalt aus allen denkbaren Produktbereichen rund um die moderne Küche ist für den Besucher entspannt und doch konzentriert erlebbar. Die Messebesucher schätzen besonders das kostenfreie Catering und die optimale Anreise zum Messestandort Salzburg mit dem Auto oder Zug – die Verbindung aus Wien ist nahezu ideal mit der ÖBB.

„Mit einer gelungenen Mischung Kommunikationsplattform, Neuheiten-Präsentation und Wissensaustausch treffen wir den Puls der Zeit."

Michael Rambach

E. Gaffal: Selbstverständlich steht bei den Ausstellern der geschäftliche Erfolg im Vordergrund, nichtsdestotrotz ist ein Zusammenspiel von Business, Services und Wohlfühlen das besondere Quäntchen, welches das Messedoppel ausmacht. Die Aussteller erreichen ihr Fachpublikum aus Fachhandel, Handwerk, Immobilienausstatter und Projektentwickler, Architekten und Designer zielsicher. Ein Business-Event ausgerichtet auf die Zielgruppe.

Wird es ein Rahmenprogramm auf der möbel austria und küchenwohntrends geben?
E. Gaffal: Ein wichtiger Baustein werden 2023 die auf branchenrelevante Themen ausgelegten „Podium Events" sein. Die

„Ein Dauerthema ist der Fachkräftemangel. Der Mitarbeitermangel bleibt ein limitierender Wachstumsfaktor in der Einrichtungsbranche. "

Erich Gaffal, Clustermanager des BIC/möbel austria

jetzt zu planenden Fachvorträge, Best-Practice-Beispiele und Diskussionsrunden widmen sich den Themen Beschaffung und Lieferketten, dem Fachkräftemangel sowie Design- und Wohntrends. In 2023 werden wir eine größere Vielzahl an Vorträgen haben, dafür kurz und knackig. Wir sprechen bereits mit erstklassigen Referenten, die es zu gewinnen gilt und möchten auch den Bildungseinrichtungen wieder eine Bühne bieten.

Gerne würde ich noch etwas über die Online Plattform der küchenwohntrends erfahren.
M. Rambach: Die Online-Edition führen wir zu jeder physischen Messe weiter, so dass jedes unserer Events hybrid ausgetragen wird. Und natürlich geht nichts über Live-Messen. Online ist ergänzend, informativ, 24 Stunden, weltweit sowie weit über die Messezeit hinaus erreichbar. Sie startet bereits 2 Tage vorab und stellt einen Mehrwert für Aussteller und den Besucher dar. Das Publikum kann sich bereits vor seiner Reise nach Salzburg ein Bild der Vielfalt verschaffen und passend zu seinen Besuchswünschen planen. Während der laufenden Präsenzmessen optimiert der Besucher jederzeit von seinem Smartphone seine Besuchsplanung. Nach seiner Reise kann er einfach die Termine Revue passieren lassen oder auch seinen zu Hause gebliebenen Kollegen die Messeneuheiten zeigen. Wir konnten durch das hybride Konzept eine erweiterte Zielgruppe erreichen und neue Besucher gewinnen. Besonders Architekten scheinen diese Plattform zu schätzen. Präsenzveranstaltungen sind nicht zu ersetzen, jedoch gut zu ergänzen.

Müssen wir das Thema „Corona" noch besprechen?
E. Gaffal: Wir erhoffen uns bis ins Frühjahr 2023 eine Normalität bei Veranstaltungen. Jedoch werden wir – wie bereits in 2021 – dafür sorgen, dass das Risiko für die Aussteller und Besucher möglichst gering bleibt.

M. Rambach: Trendfairs GmbH konnte in 2021 und wird in 2022 mehrere Messen unter Corona-Bedingungen sicher durchführen. Wir sorgen mit Hygienekonzept, Online-Registrierung und Testmöglichkeiten für eine sichere Interaktion nach allen gesetzlichen Parametern. Aussteller erfahren eine zusätzliche Absicherung durch eine erweiterte Stornierungsmöglichkeit. Sollte aus wichtigem Grund die Messe abgesagt werden, so können die Aussteller aus den vertraglichen Verpflichtungen befreit werden. Dies gibt Unternehmen eine zusätzliche Sicherheit.

Lassen Sie uns noch kurz auf die weiteren Trendfairs-Veranstaltungen im Küchenbereich blicken: Wie ist der Stand der area30 in Löhne und gibt es Neuigkeiten zur küchenwohntrends München?
M. Rambach: In 2022 findet die größte area30, die wir jemals hatten, vom 17. bis 22. September in Löhne statt. Die area30 ist seit ihrer Premiere 2011 in der herbstlichen Messelandschaft rund um Küche und Einrichten nicht mehr wegzudenken. Wir können schon jetzt verkünden, dass die elfte Ausgabe der Messe zusammen mit dem cube30 und der Online-Erweiterung auf der Plattform kuechenherbst.online alle Vorgänger-Veranstaltungen toppen wird. Der Buchungsstand liegt aktuell weit vor allen bisherigen. Insgesamt sind jetzt über 130 Aussteller und Marken fix.

Die küchenwohntrends München befindet sich in „Parkposition" und war trotz positiver Rückmeldungen aus der Branche aufgrund der terminlichen Situation sowie interner Herausforderungen leider nicht realisierbar. Wir planen aber bereits jetzt die küchenwohntrends München 2024.

www.moebel-austria.at
www.kuechenwohntrends.at

KREUTZER FISCHER & PARTNER

WOFÜR DIE ÖSTERREICHER 2021 IHR GELD AUSGABEN

Im zweiten Coronajahr stiegen die privaten Haushaltsausgaben wieder kräftig. Die meisten davon sind drei Kategorien zuzuordnen, wie KREUTZER FISCHER & PARTNER aktuell erhoben hat.

Das Jahr 2020 brachte wenig überraschend einen deutlichen Rückgang an Haushaltsausgaben. 2021 sah die Sache wieder anders aus, 202,45 Mrd. Euro gaben die Österreicher*innen in diesem Zeitraum aus. Das entsprach einem Plus von 5,2 Prozent gegenüber Vorjahr oder knapp zehn Milliarden Euro. Nichtsdestotrotz lagen die Haushaltsausgaben nach wie vor unter dem Vorkrisenniveau. Im Jahr 2019 gaben die privaten Haushalte insgesamt 206,45 Milliarden Euro aus.

„Dass diese Marke nicht erreicht oder überschritten werden konnte, lag daran, dass der Freizeit- und Unterhaltungssektor sowie die Gastronomie monatelang pandemiebedingt behördlich geschlossen blieben."

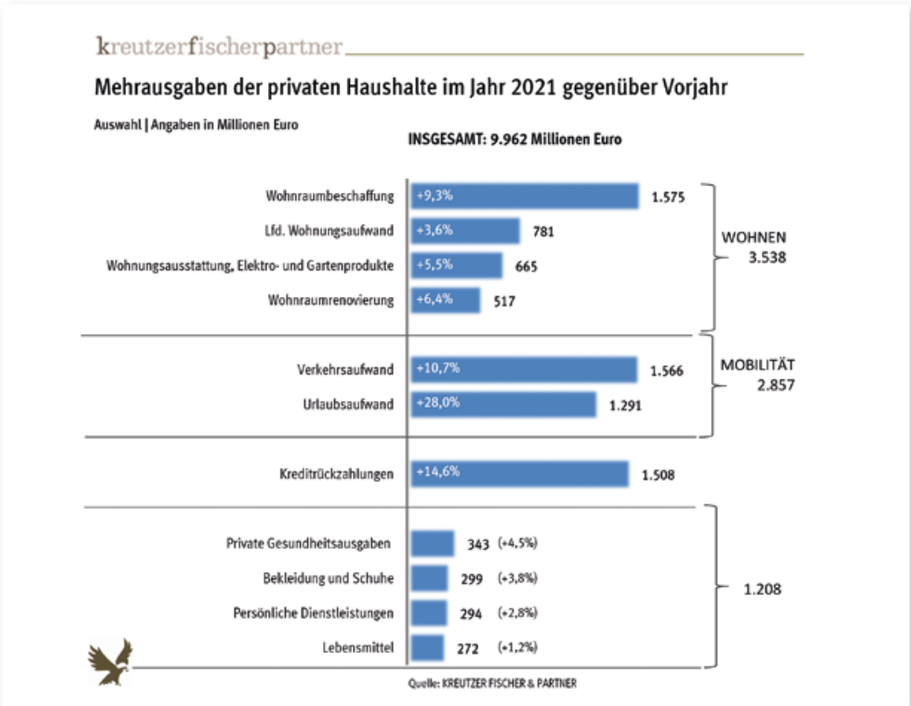
Mag. Andreas Kreutzer, Studienautor

Wofür wurde das Geld aufgewendet?

Wie die Analysten von KREUTZER FISCHER & PARTNER herausfanden, wurde das Geld in erster Linie (zu knapp 80 %) für drei Kategorien aufgewendet: Urlaub und Mobilität, Wohnen sowie Kreditrückzahlungen. Als Gründe dafür ortet Studienautor Mag. Andreas Kreutzer folgende: „Dass diese Marke nicht erreicht oder überschritten werden konnte, lag im Wesentlichen daran, dass der Freizeit- und Unterhaltungssektor sowie die Gastronomie monatelang pandemiebedingt behördlich geschlossen blieben."

Freizeit und Gastro verloren

Die Ausgaben für Freizeitaktivitäten gingen demnach um 4,4 Prozent zurück, jene für Gastronomieleistungen um 1,9 Prozent gegenüber Vorjahr. Zwar lag auch der Urlaubsaufwand mit rund 5,90 Milliarden Euro lediglich bei 55 Prozent der Ausgaben von 2019, im Gegensatz zu Freizeit und Gastronomie waren jedoch erste Reboundeffekte klar erkennbar. Im Vergleich zu 2020 erhöhten sich die Aufwendungen für Urlaubsreisen um 28,0 Prozent oder 1,29 Milliarden Euro. Auch die Ausgaben für den privaten und öffentlichen Verkehr stiegen kräftig um 1,57 Milliarden Euro (+10,7%) auf insgesamt 11,83 Milliarden Euro. Grund dafür waren primär die rasch anziehenden Spritpreise. Alleine die Ausgaben für Treibstoff und Schmiermittel wuchsen um 1,22 Milliarden Euro (+22,4 %). Damit trugen Urlaub und Mobilität entscheidend zu den wachsenden Haushaltsausgaben bei. Mehr als jeder vierte Euro der Mehrausgaben entfiel auf eine der beiden Ausgabenkategorien.



Schöner Wohnen ist gefragt

Unangefochten an Platz eins der Begehrlichkeit rangierte jedoch das Wohnen. Insgesamt wurde dafür um 6,9 Prozent mehr ausgegeben als im Jahr davor, alles in allem 61,59 Milliarden Euro. Die Investitionen in die Wohnraumbeschaffung erhöhten sich um 1,58 Milliarden Euro (+9,3 %); der Aufwand für die laufenden Wohnungskosten stieg um 781 Millionen Euro (+3,6%). Hier mussten die privaten Haushalte nur für Energie um 444 Millionen Euro (+6,1 %) mehr aufwenden als im Jahr davor. Ferner wuchsen die Ausgaben für Wohnungsausstattung, Elektro- und Gartenprodukte um 665 Millionen (+5,5 %) und für Wohnraumrenovierungen um 517 Millionen Euro (+6,4 %). Mit einem Wachstumsbeitrag von in Summe € 3,54 Milliarden Euro war Wohnen für 35 Prozent der Mehrausgaben verantwortlich.

Augenscheinliche Mehrausgaben gab es im vergangenen Jahr zudem bei Kreditrückzahlungen. Im Vergleich zu 2020 erhöhten sich die Tilgungen um 1,51 Milliarden Euro (+14,6 %). Ebenfalls nennenswert: Die privaten Gesundheitsausgaben stiegen um 343 Millionen Euro (+4,5 %), der Aufwand für persönliche Dienstleistungen um 294 Millionen Euro (+2,8 %).

www.kfp.at

Foto: SI.MA.pix, Grafik: KREUTZER FISCHER & PARTNER

Der Wasserhahn, der alles kann

Quooker®

INTERVIEW MIT TEAM 7 HEAD OF DESIGN SEBASTIAN DESCH

DESIGNPROZESS KÜCHE – WORAUF KOMMT ES AN?

Die Küche ist das Herz des Zuhauses – zugleich familiärer Treffpunkt und hochfunktionaler Arbeitsraum. Viele verschiedene Ansprüche von wohnlich bis ergonomisch fließen deshalb in den Designprozess mit ein. TEAM 7 Head of Design Sebastian Desch weiß, worauf es dabei ankommt. Als erfahrener Designer und leidenschaftlicher Hobbykoch kreiert er das perfekte Zusammenspiel aus formschöner Gestaltung und funktionaler Ausstattung – und macht so Lust auf die Zubereitung frischer Zutaten in einer behaglichen Atmosphäre.

wohninsider: Spielen aktuelle Trends für Ihre Entwürfe eine Rolle?
Sebastian Desch: Bei der Einrichtung und der Küche im Besonderen kommt es vor allem auf persönliche Vorlieben an und die Bedürfnisse, die sie erfüllen sollen. Kurzlebige Trends sind da weniger gefragt. Aber natürlich lasse ich mich von aktuellen Tendenzen inspirieren, die das Wohnen und die Gesellschaft langfristig beeinflussen. So sind Küchen in ihrem Design vielfältiger denn je, von puristisch cleanen Fronten mit filigranen Materialstärken bis zum betont wohnlichen Landhausstil mit expressiver Materialität.

Ein allgemeiner Trend geht aber hin zu natürlichen Materialien, allen voran Holz, ebenso wie Keramik, Stein und Glas, der die Entwicklung eines natürlicheren, nachhaltigeren Lebensstils unterstreicht. Ob helle Hölzer wie Eiche oder dunkle wie Nussbaum – mit seinem frischen Duft, der sinnlichen Haptik und der lebendigen Maserung bringt Holz die Natur nach Hause und erfüllt die Sehnsucht nach Ursprünglichkeit und Geborgenheit. Handwerkliche Details geben der Küche einen eigenen Charakter und kommen dem Wunsch nach Qualität und manueller Fertigung nach. Mit der Rückbesinnung auf das Handwerk sind auch hohe Ansprüche an die Funktionalität der Küche verbunden. Ergonomisch untergliederte Arbeitsbereiche, durchdachte Inneneinteilungen für leichtes Handling und intelligente Funktionen verbinden den Spaß am Selbstgemachten mit modernem Komfort.

„Holz ist ein facettenreiches und lebendiges Material."

Gutes Design ist für mich nur im Einklang mit der Natur möglich.

Sebastian Desch, TEAM 7 Head of Design

Welchen Anspruch haben Sie an gutes Küchendesign?
Gutes Design ist für mich nur im Einklang mit der Natur möglich – es muss nachhaltig sein, in der Gestaltung wie auch in der Fertigung. Gerade Küchen begleiten uns über viele Jahre, daher ist es entscheidend, dass Qualität und Design gleichermaßen langlebig sind. Meine Entwürfe zeichnen sich deshalb durch eine klare Formensprache aus, die die Aufmerksamkeit auf die einzigartige, zeitlose Ästhetik von natürlichem Holz lenkt. In der Küche zählt aber nicht nur die optische Gestaltung, die gefällt, sondern vor allem auch das Vergnügen am Kochen und eine durchdachte funktionale Ausstattung. So entstehen Entwürfe, die die Bedürfnisse des Menschen in den Mittelpunkt stellen und das Leben auf vielfältige Weise bereichern.

Was macht Ihre Küchen aus?
Jeder Mensch kocht auf ganz persönliche Art. Und das spiegeln unsere Küchen bei TEAM 7 wider. Jedes Projekt wird individuell bis ins Detail geplant: vom perfekten Ar-

Fotos: TEAM 7

beitsablauf über die richtigen Geräte bis hin zur idealen Einteilung der Schubladen. Die maßgefertigten Küchen sind Unikate, die genau zu den jeweiligen Räumlichkeiten und den Bewohnern passen. Und ebenso wertvoll wie die Zutaten, die in der Küche verarbeitet werden, sind auch die Zutaten, aus denen die Küche selbst besteht. Innen wie außen hochwertige Hölzer aus nachhaltiger Forstwirtschaft, feine Verarbeitungsdetails und stabile Holzverbindungen sorgen für Langlebigkeit und Qualität. Auf diese Weise wird die Küche zu einem Teil des Zuhauses, in dem über viele Jahre gearbeitet, gewohnt, gefeiert und gelebt wird.

Ihr aktueller Entwurf, die echt.zeit Küche, wurde mit dem Red Dot Award 2022 ausgezeichnet. Was ist hier die Inspiration gewesen und was macht diese Küche aus?
Die echt.zeit Küche ist ein Ort der Begegnung und des gemeinschaftlichen Erlebens, eine Rückbesinnung auf das Handwerk und die wirklich wichtigen Dinge im Leben. Meine Inspiration war es, Naturholz in expressiver Materialstärke und durchdachte Funktionalität mit einem ökologischen Lebensstil zu verbinden. Neben der natürlichen Ästhetik und der betonten Materialität zeichnen auch feine Details und eine moderne Interpretation von Naturholz das Design der Küche aus.

„Jeder Mensch kocht auf ganz persönliche Art."

Welche Vorteile bietet Naturholz im Gegensatz zu anderen Materialien?
Holz ist ein facettenreiches und lebendiges Material, das vielseitig verarbeitet werden kann und mit positiven Eigenschaften ausgestattet ist. Bei TEAM 7 behandeln wir Hölzer ausschließlich mit Naturöl. So bleibt die offenporige Oberfläche erhalten und das Holz kann „atmen". Je nach Bedarf nimmt es Feuchtigkeit auf oder gibt sie wieder ab. Holz arbeitet dadurch wie eine natürliche Klimaanlage, absorbiert Gerüche und sorgt für eine angenehme, gesunde Raumluft. Außerdem wird durch seine antistatische Eigenschaft Hausstaub reduziert und die offene Oberfläche wirkt antibakteriell. Das heißt, Holz ist von Natur aus hygienisch und Lebensmittel bleiben in diesem Umfeld länger frisch.

Die Haptik des Holzes, der Duft selbstgezogener Kräuter und der Geschmack frischer Zutaten – in der echt.zeit Küche kann man mit allen Sinnen genießen. Hier wird das Kochen zu einem besonderen Erlebnis. Beispielsweise ist die Kochinsel in drei ergonomisch gestaltete Arbeitsbereiche mit unterschiedlichen Höhen aufgeteilt. Gesunde Ernährung und Nachhaltigkeit sind zentrale Elemente der Küche. Deshalb gibt es einen Spülenschrank, in den ein Wasseraufbereitungssystem integriert werden kann, und belüftete Aufbewahrungsboxen, in denen Lebensmittel lange und hygienisch gelagert werden können. Zugleich dekorativ und durchdacht ist die Lichtbrücke, unter der man frische Kräuter ziehen kann. Traditionelles Handwerk, sich Zeit nehmen und Dinge wachsen zu sehen, machen die echt.zeit Philosophie aus.

www.team7.at
www.team7-home.com/at/de/kueche/

MZE
NETZWERK WOHNKULTUR

MEHR SERVICE.
MEHR ERFOLG.

„Die MZE-Jahrestagung war der Startschuss in eine spannende Phase! Die freigesetzte Energie war sensationell. Fachhandel und Industrie sind bereit für Konzepte mit #Weitblick!"

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

www.mze.at

MARTIN WETSCHER AUS MAILAND

MILANO COME SEMPRE

Zum sechzigsten Mal jährt sich die größte Möbelmesse der Welt: der Salone del Mobile in Mailand ist im wahrsten Sinne wieder da – mit vollen Hallen, mit großen Emotionen und wie immer voller neuer Einrichtungsideen und innovativer Möbelkonzepte. Martin Wetscher berichtet von seinen Eindrücken und zeigt die aktuellsten Trends auf.

Neuer Termin, alte Liebe: Von 07. bis 12. Juni fand in Mailand der Salone del Mobile statt. Nach dem beschaulichen Interimsevent im Herbst des vergangenen Jahres zeigten sich I Saloni wieder im gewohnten Glanz und zugleich selbstbewusster denn je. Die schöne Jahreszeit trug zur Hochstimmung bei – italienisches Lebensgefühl an allen Ecken. Es ist, als hätte es nie eine Pandemie gegeben. Der Salone ist strukturiert wie vor dem Cut 2020. Über zweitausend Aussteller füllen die Hallen, man freut sich über persönliche Gespräche. Die Internationalität ist greifbar, der Salone eine Messe für die ganze Welt – das spürt man in den Modellen sowie in der Farb- und Materialwahl. Die Messe hat Schwung geholt und die ganze Stadt begeistert mit jenem Flair, auf das wir drei Jahre lang verzichten mussten.

DIE BEDEUTUNG DER WERTBESTÄNDIGKEIT

Die großen Brands haben die Zeit genützt, ihre besten Produkte weiter zu perfektionieren und sich auf ihre Stärken zu konzentrieren. Modelle, die seit Jahrzehnten formalen Bestand haben, werden ins Heute geholt. Nach der kurvigen „Camaleonda“ erlebt nun auch „Bambole“ von B&B Italia ein fulminantes Comeback. Bei Wetscher erstmals in seinem Entstehungsjahr 1972 zu sehen, feierte das unverwechselbare Sofa von Mario Bellini in Mailand seinen Fünfziger und war – in leicht veränderter Form – der Magnet im B&B Italia-Schauraum.

ZUHAUSE EIN MENSCH SEIN

Weich und kissenartig laden die neuen Sofamodelle zu einem entspannteren Blick auf die Welt ein. Die Sitzgruppe „Saint-Germain“ von Poliform schmiegt sich organisch fließend nicht nur an den Körper, sondern an den Raum. Eine wichtige Eigenschaft, wenn man bedenkt, dass man mit wenigen Alltagsgegenständen

Fotos: Martin Wetscher

eine so persönliche und langjährige Beziehung eingeht wie mit einem Möbelstück. Darum macht es auch Sinn, Möbel nicht als modische Accessoires zu betrachten, sondern als verlässliche Begleiter, die uns – wie in einer guten Partnerschaft – Halt und Zuversicht geben. Die Premiumhersteller reagieren auf diese Sehnsucht mit der fast vollständigen Reduktion von Ecken und Kanten. Der Trend ist eindeutig das Runde, sehr Ergonomische. Zu sehen sind auch wieder legere und faltige Polsterungen, gefüllt mit hochmodernen, sich selbst aufrichtenden Materialien, damit das Knautschige nicht zur Last fällt. Den weitläufigen Sitzlandschaften stellen sich schlichte Einzelmöbel zur Seite. Hier dominiert der skandinavische Stil: ehrlich und authentisch, von unheimlich selbstbewusster Eleganz und ungeschminkter Ästhetik bringen die sauberen und klaren Linien – mit viel Sitzmöbelkompetenz und Verständnis für Handarbeit ausgeführt – Wärme und Gemütlichkeit in den Raum.

PERFEKTION IM DETAIL

Auffälliger denn je: die immens hochwertige Verarbeitung aller kleinsten Details. Es macht Freude wie nie, in Nähte und Strukturen zu zoomen. Fast wie ein Uhrwerk, das nicht nur gut funktioniert, sondern auch schön aussieht, präsentiert sich ein Griff, eine akkurat gelegte Falte, die Oberfläche eines Tisches. Fantastisch ist die Qualität aller Materialien, auf höchstem Niveau ihre Funktionalität. Diese Detailverliebtheit hat sich auch auf die Gestaltung der Ausstellungsflächen ausgeweitet: Waren Messestände vor einigen Jahren noch als solche erkennbar, sind sie jetzt fix und fertig gebaute Wohnsituationen, Pavillons, Atrien, durchgestaltete Innenräume mit Decken, Wänden, Böden und eingebauten Möbeln. Wie zum Beispiel bei Poliform – einem unserer Premiumpartner, der mittlerweile vom Schrankmöbel über Polstermöbel bis Küchen alle Wohnbereiche abdeckt. Jeder Millimeter dieses Messestandes ist gestaltet, man nimmt keine technischen Strukturen wahr, nur noch Raumhöhen, Schränke, in die Türen integriert sind, die lautlos bündig in die Wände gleiten. Die nackte weiße Wand war gestern. Heute plant man Räume wieder als Gesamtkunstwerke. Dreidimensionale Schattenfugen – ästhetische »

Metallwinkel – rahmen das Ganze, geben dem Blick Halt und dem Geist Ordnung, sorgen dafür, dass die verschiedenen Oberflächen nicht direkt zusammenkommen und Boden und Wand nicht übergangslos aufeinandertreffen. Die Strenge dieser exakten Wandabwicklung wird abgefedert durch die erwähnten sehr weichen und femininen Möbel – ein großartiger Kontrast entsteht.

FARBEN UND MATERIALIEN

Das fehlende Feuerwerk an Neuheiten wird durch eine beeindruckende Vielfalt an Materialien und Farben ausgeglichen. Stein, Travertin, Marmor, Metall in allerhöchster Qualität werden gemixt und von der materialisierten Schattenfuge im Zaum gehalten. Sie haben Haptik und Dreidimensionalität. Wände sind sowohl grob- als auch feingespachtelt, Furniere bekommen eine Rippenstruktur, Bouclé-Stoffe erheben sich von Sitzflächen. Die Farben sind blass, aber variantenreich: Petrol, Rostbraun, Terrakotta sind zu sehen, ebenso alle Braun-, Beige und Gelbtöne sowie Aubergine und Berry. Königlich über allen anderen Farben erhebt sich die tatsächlich warme Farbe Blau in all ihren Schattierungen. Dieses Blau gibt Überblick, Weite und Sicherheit, beruhigt Geist und Seele wie im Urlaub der erste Blick aufs Meer.

DIE NEUERFINDUNG DES LICHTS

Besonders hervorzugeben ist hier die Firma Occhio, die technisch wie skulptural das Licht neu erfunden zu haben scheint. Ringleuchten kommen auf Knopfdruck aus der Decke. Dann Mito Gioia – eine neue Tischleuchte, die der Hit der Messe ist. Futuristisch, funktional, fast magisch und in üblicher Occhio-Qualität. Licht, das auf Handbewegungen reagiert, nach oben oder nach unten leuchtet, dimmbar und steuerbar. Generell ist die LED-Technologie mittlerweile überall integriert, es gibt keinen Schrank mehr, der nicht beleuchtet ist, keine Fuge, die nicht mit indirektem Licht hinterlegt ist. Der große technische Fortschritt besteht darin, dass wir die Nacht zum Tag machen können und umgekehrt, alle Lichtfarben einstellen können. Parallel zur omnipräsenten, indirekten Beleuch-

tung gibt es wieder mehr dekorative Leuchten, die neben der funktionalen auch eine wichtige formale Aufgabe im Raum erfüllen.

DIE KÜCHE – ZENTRUM DES RAUMS

Auch die Aussteller der Eurocucina schwingen sich in immer höhere Ebenen in Sachen Materialperfektion, Ästhetik und Funktionalität. Die braven Hängekästchen sind Opfer der Pandemie geworden und endgültig von der Bildfläche verschwunden. Küchen bestehen aus großzügigen und kommunikativen Kochinseln mit Steinarbeitsplatte, integriertem Waschbecken und völlig fugenfreien Kochfeldern, die womöglich sogar vollständig in den Arbeitsplatten verschwinden und nicht mehr als Herd erkennbar sind. Ergänzt wird der skulpturale Küchenblock um raumhohe Schränke, hinter denen sich Regale, zusätzliche Arbeitsflächen, glitzernde Boards für Weingläser und – sehr wichtig – der Zugang zur Hinterküche verbergen. Diese geschlossenen, wunderschön anzusehenden und aufgeräumten Flächen schaffen Gemütlichkeit und Ruhe im Raum. Im alpinen Raum ergänzen wir dieses Setting um eine Essgelegenheit mit Hochtisch und Barhockern – die Kochinsel als neue Version der Stube. In Kürze wird eine Poliform-Küche bei Wetscher zu sehen sein, die all diese Parameter wiedergibt: außen wohnliche Ästhetik, im Verborgenen die funktionale Hinterküche. Es ist die italienischste aller Küchen und zugleich richtungsweisend für jedes Zuhause.

UND IMMER WIEDER DER GARTEN

Outdoor ist indoor, innen ist gleich wichtig wie außen. Jetzt haben auch die letzten Brands hochwertigste Gartenmöbel. Die Gestaltung des Außenraums ist maßgeblich geworden. Dem Leben im Freien wird höchste Aufmerksamkeit geschenkt. Der Trend zur Outdoorküche nimmt noch mehr Fahrt auf. ■

Das Fazit nach einigen Tagen geballter Mailand-Emotion

Erneut bestätigt sich die Wetscher Wohnphilosophie. Wer sich bis jetzt gut eingerichtet und in bleibende Werte investiert hat, hat alles richtig gemacht. Das außergewöhnlich hohe Niveau der Messeauftritte beweist zudem, dass nichts wichtiger ist als die reflektierte Innenraumgestaltung. Möbel in einen Raum zu stellen reicht nicht für das Schaffen des persönlichen Raumgefühls. Unsere Wetscher Wohnstilberatung bildet den Menschen ab, unsere Innenarchitektur spiegelt die Bewohner und macht sie sichtbar.

Wetscher

Seit mehr als 100 Jahren richtet Wetscher stilvolle Wohnräume ein. Als kleine Tischlerei gegründet und in fünfter Generation am Standort Tirol in Familienhand, ist Wetscher heute ein Planungs- und Einrichtungshaus mit internationalem Format. Die konsequente Hinwendung zu herausragendem Design sowie die stringente Kooperation mit namhaften Premiummarken machten Wetscher zu einem führenden Experten für gehobene Wohnkultur. Eine zentrale Rolle spielen bis heute die Wetscher Werkstätten, die ihrem Anspruch an meisterliche Handwerksqualität treu geblieben sind. Sie sind heute eine der modernsten und innovativsten Tischlereien Tirols und einer der gefragtesten Ausbildungsbetriebe. Das zentrale Ziel der Innenarchitekturentwicklung bei Wetscher ist es, die Werthaltungen und das Lebensgefühl der Bewohner widerzuspiegeln. Maßgeschneiderte Lösungen und sensible Kundenbegleitung sind Eckpfeiler in der Philosophie des Unternehmens.

www.wetscher.com

HTBLVA GRAZ – ORTWEINSCHULE

Eine Meister-Klasse für sich

14 frisch gebackene Tischlermeister bereichern die Branche: Die Absolventen der Meisterschule für Tischlereitechnik und Raumgestaltung an der HTBLVA Graz – Ortweinschule haben ihre Ausbildung mit Bravour und spannenden Abschluss- und Meisterstücken abgeschlossen.

Die Bandbreite der Abschluss- und Meisterstücke, mit denen die 14 Absolventen der einzigen zweijährigen und damit auch umfassendsten Meisterschulausbildung für Tischler:innen in Österreich zum großen Finale glänzen, ist groß und zieht sich durch verschiedenste Möbel- und Wohnbereiche, beginnend beim Entrée. Als hängendes Wandmöbel ist das Vorraummöbel *„Pulchritudo" von Severin Chum* konzipiert, bietet so darunter Platz zum Abstellen von Schuhen, neben seinem fein gegliederten Stauraum im Inneren zudem eine mit Lodenstoff bezogene Sitzmöglichkeit und raffinierte Details wie einen halboffenen Ablageplatz, hinter dem sich ein verborgener Raum befindet.

„Pulchritudo" – Ein Vorraummöbel von Severin Chum.

In unaufdringlich gutem Design kommt *„gång" – Ein Aufräumer im Flur von Lukas Edelsbrunner* daher, ein Vorraummöbel, dem die Idee eines persönlichen Portiers und treuen Begleiters zugrunde liegt, das sich dank seiner Dimensionen zudem an veränderte Wohnsituationen anpasst, alltäglichen Gegenständen ein Zuhause gibt und durch Pflanzmöglichkeiten Leben in triste Flurbereiche bringt.

„CHESTnut" – Eine Herrentruhe von Julian Fink.

STAURAUM MIT GEWISSEM EXTRA

ist auch die Devise bei *„CHESTnut" – Eine Herrentruhe von Julian Fink*, der mit seinem Meisterstück die Truhe neu interpretiert und eine „Herrentruhe" für Kleidung, Uhren & Co in faszinierender Form und Materialienkombination geschaffen hat, die als Sonderfunktion zudem eine Medaille unter einer Glasscheibe präsentieren soll.

(Re-)Präsentation liegt *„OTTO" – Ein zeitgenössisches Vertiko von Tobias Studnicka* in der Möbel-DNA. Der frisch gebackene Meister interpretiert mit der Kreation den historischen Möbeltypus des Vertiko des 19. und frühen 20. Jahrhunderts zeitgemäß neu, wobei formal und funktionell viele Parallelen gezogen, gleichzeitig jedoch ganz bewusst starke Kontraste angestrebt werden, und sich hinter dem zurückhaltenden Äußeren ein aufregendes Inneres verbirgt.

„OTTO" – Eine zeitgenössisches Vertiko von Tobias Studnicka.

„ERWIN“ – Eine Vitrine für Snooker-Utensilien von Alexander Jantscher.

„ERWIN“ – Eine Vitrine für Snooker-Utensilien von Alexander Jantscher überrascht, überzeugt und inszeniert in gleicher Weise. Optisch an der Form der Queues orientiert, verweist die optimal an die zu verstauenden Snooker-Utensilien angepasste Vitrine auf ihre Funktion, wird vertikal in mehrere Bereiche gegliedert und bietet zudem eine raffiniert integrierte Präsentationsfläche.

MÖBEL- UND SOUND-ERLEBNIS

Ein Präsentationsmöbel für einen Schallplattenspieler und die zugehörigen Schallplatten zu fertigen war Idee für *„Nostalgia“ – Ein Plattenspielermöbel von Alexander Konrad*, dessen Meisterstück stilistisch an die 50er bis 70er Jahre angelehnt ist, dessen Aufbewahrung der Tonträger an einen klassischen Plattenladen erinnern soll und nicht zuletzt mit geschwungener Formgebung und spannenden Akzenten Lust macht, aufzulegen.

Für Musik in bestem Möbeldesign-Rahmen steht auch *„Harmonia“ – Ein Plattenspielermöbel von Simon Ebner*, das – aus heimischem Birnenholz gefertigt – sowohl einen Plattenspieler wie auch die dazu passenden Musikboxen stimmig integriert, genügend Stauraum für Schallplatten inkludiert sowie coolen Look und Sounderlebnis kombiniert.

„VOICES of Light“ – Ein Sideboard von Christoph Mitterlehner vereint vielfältige Inspirationen. Das geradlinige Möbel mit filigranem Abschluss offeriert nicht nur Stauraum für Alltags- und andere Objekte, sondern erweist sich dank eines intelligenten LED-Streifens, der die Metadaten von beispielsweise jedem beliebigen Song erfassen und diese durch Farb- und Helligkeitsvariationen untermalen kann, auch als echter Stimmungsmacher.

GENUSS UND OFFICE MIT PLUS

Ambiente mit Stil serviert auch *„InGINious“ – Ein Barmöbel von Sebastian Payerhofer*. Soll das Meisterstück zwar die Funktion einer Bar haben, aber nicht wie eine Bar aussehen, verstecken sich hinter ihrem schlichten, klaren, zeitlosen Design und Look alle Funktionen für genussvolle Momente.

Genießen und Arbeiten bringt *„After works“ – Ein Home Office Möbel von Christoph Drebers* zusammen. Nomen est omen, ist der multifunktionale, in klarer Formensprache gehaltene Schreibplatz für Office und After Work-Drink gemacht, indem er sowohl viel Arbeitsfläche wie Stauraum für Arbeitsutensilien und ein kleines Bar-Fach bietet.

Im Zeichen des Komforts am Arbeitsplatz steht *„Ergonomie“ – Ein Schreibtisch von Martin Handl* in schlichtem, lockeren Design und Eiche in Grau und Schwarz, der sitzenden und stehenden Arbeitsplatz kombiniert und mit grifflosen Fronten sowie clever integrierter Stromversorgung daher kommt.

MOBILITÄT UND KREATIVITÄT INKLUSIVE

Ein Hingucker ist *„Schwalbe“ – Ein Couchtisch von Andreas Hanschitz*, der aus jedem Blickwinkel wie ein Schwalbenschwanz aussehen soll. Das Möbel mit ausziehbarer und hochschwenkbarer Tischplatte, großer Schublade für Snacks und kleiner Innenlade für Kleinteile imitiert zudem durch die fahrbare Gestaltung die Mobilität des Vogels.

Bewegung bringt auch *„Werkstatt Mobil“ – Ein fahrbares Werkzeugmöbel von Sebastian Zehetbauer* rein, der mit seinem Meisterstück, dessen Seitenhäupter Radachse und Griffstange in ihre Form integrieren, auch CO_2-freundliche Mobilität und Regionalität mehr in den Mittelpunkt rückt.

„Nostalgia“ – Ein Plattenspielermöbel von Alexander Konrad.

Schlicht und minimalistisch im Design ist *„Laventura“ – Ein Badezimmermöbel von Paul Stallbaumer*, birgt innen viel Platz für alle alltäglichen Utensilien und nimmt dabei die baulichen Gegebenheiten in Funktion wie Design auf. Den Korpus mit zwei Schubladen aus Amerikanischer Nuss toppen eine Mineralstoffplatte in Marmor-Optik und ein abgerundetes Aufsatzwaschbecken, der Siphon bleibt unsichtbar und Handtuchhalter an beiden Seiten flankieren an der Wand angebracht das Meisterstück.

www.ortweinschule.at

Alle Projekte online auf www.wohninsider.at
Link zur Story: bit.ly/3NFZnax

Fotos: © Florian Lierzer

STAATSPREIS DESIGN

Österreichs top Designprojekte gekürt

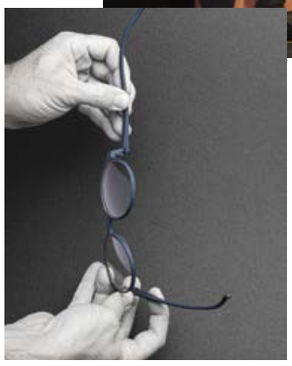
Der Staatspreis Design 2022 ist verliehen. Die Preisträger:innen wurden in drei Kategorien geadelt und zudem zwei Sonderpreise vergeben.

Zum bereits 49. Mal hieß es heuer: „Der Staatpreis Design geht an…“. Das Bundesministerium für Digitalisierung und Wirtschaftsstandort hat den renommierten Preis am 25. Mai 2022 in der Arena21 im MuseumsQuartier Wien verliehen, für den heuer insgesamt 205 Einreichungen von 171 Gestalter:innen eintrafen.

Staatspreis Design 2022 in der Kategorie „Konsumgüter“: ROLF – Roland Wolf GmbH mit „ROLF Bohnenbrille“. © Matthias Silveri / © ROLF – Roland Wolf GmbH

Staatspreis Design 2022 goes to ...

Der Staatspreis Design 2022 in der Kategorie „Konsumgüter“ ging an die ROLF – Roland Wolf GmbH für ihr Projekt „ROLF Bohnenbrille“ (Design: Johannes Wacker, Bernhard Wolf, Roland Wolf; Auftraggeber und Hersteller: ROLF – Roland Wolf GmbH), der Staatspreis Design 2022 in der Kategorie „Investitionsgüter“ an das Designprojekt „Tondach V11 | Tondachziegel“ von der Wienerberger Österreich GmbH (Design: Studio F. A. Porsche; Auftraggeber und Hersteller: Wienerberger Österreich GmbH) und der Staatspreis Design 2022 in der Kategorie „Produktgestaltung Interior“ an Preciosa Lighting mit ihrem Projekt „Fractal Light System |Lichtsystem“ (Design: Thomas Feichtner; Auftraggeber und Hersteller: Preciosa Lighting). Die Verleihung wurde von Gruppenleiter Gerhard Sieber in Vertretung für das Wirtschaftsressort vorgenommen.



Nominierungen

Zudem wurden top Projekte für den Staatspreis nominiert und ausgezeichnet. Die Nominierungen in der Kategorie Konsumgüter holten sich „NOW | Kinder- und Jugendfahrrad“ (Design, Auftraggeber , Hersteller: woom GmbH), „PLAYmake – 4 in 1 Workshop for kids +5“ (Design: Manfred Heindl. Auftraggeber & Hersteller: The cool tool GmbH) und „Redster Gen S | XC Ski“ (Design: Daniel Gappmaier, Michael Reiter, Herbert Modelhart. Auftraggeber & Hersteller: Atomic Austria GmbH).

Staatspreis Design 2022 in der Kategorie „Investitionsgüter“: „Tondach V11 | Tondachziegel“ von der Wienerberger Österreich GmbH. © Matthias Silveri / © Studio F. A. Porsche, Wienerberger Österreich GmbH

Die Nominierungen in der Kategorie Investitionsgüter ergingen an „HEROS H30 | Feuerwehrhelm“ (Design: formquadrat Gmbh - Stefan Degn, Julian Pröll. Auftraggeber & Hersteller: Rosenbauer International AG), „PHANTOR | mobiler atmosphärischer Wassergenerator“ (Design: DO:IT Solutions GmbH - Florian Nimmervoll, Michael Hofbauer, Dominik Diensthuber, Thomas Pfaffenbauer, Erwin Klinglhuber. Auftraggeberin: Neoom Group. Hersteller: Imhotep. Industries) und „RT – Revolutionary Technology | vollelektrisches Feuerwehrfahrzeug“ (Design: moodley industrial design gmbH - Daniel Huber, Raimund Klausegger. Auftraggeber & Hersteller: Rosenbauer International AG).

Die Nominierungen in der Kategorie Produktgestaltung Interior wurden verliehen an „Kubatur | Multifunktionswand“ (Design: Agathe Descamps. Hersteller: Herbert Bisovsky), „Massivholzsitz-

Einen umfangreichen Bericht finden Sie online auf www.wohninsider.at | Link zur Story: bit.ly/3xYaq9e

Staatspreis Design 2022 in der Kategorie „Produktgestaltung Interior“: „Fractal Light System |Lichtsystem“ von Preciosa Lighting. © Matthias Silveri / © Preciosa Lighting

Sonderpreis Spaces & Environment 2022 für „Weinmanufaktur Clemens Strobl | Weinmanufaktur“ von Weinmanufaktur Clemens Strobl. © Matthias Silveri / © Monika Nguyen

möbel Schule | Stuhlsystem“ (Design: Anton Mohr, Auftraggeber: Bildungszentrum Frastanz Hofen. Hersteller: Tischlerei Mohr Andelsbuch) und „STUDIO Workbench“ - „Ein multifunktionales Arbeitstisch-System“ (Design: Thomas Feichtner. Auftraggeber und Hersteller: Bene GmbH).

Sonderpreise

Im Rahmen der Preisverleihung wurden diesmal der Sonderpreis Spaces & Environment 2022 für ein Projekt im öffentlichen Raum und Stadtmöblierung, Innenraum- und Ausstellungsgestaltungen sowie für Signaletik vergeben und erging an „Weinmanufaktur Clemens Strobl | Weinmanufaktur“ (Design: destilat Design Studio GmbH - Harald Hatschenberger, Sophie Pfeffer, Henning Weimer. Auftraggeber: Weinmanufaktur Clemens Strobl).

Der Sonderpreis DesignImpact-Concepts 2022 wurde für drei innovative Designkonzepte auf ihrem Weg zur Marktreife – „3D Tufting“ Produktionsmethode“ (Design und Herstellung: Bettina Löger. Ausbildungsstätte: Universität für angewandte Kunst), „Gravel Fußballschuh aus Ghana“ (Design und Herstellung: Ruben Asuo. Ausbildungsstätte: FH Joanneum), „KADAM Beinprothese für den Alpinsport“ (Design und Hersteller: Yasmin Hashw. Ausbildungsstätte: FH Joanneum) – von der Austria Wirtschaftsservice GmbH (aws) verliehen und mit je 2.000 Euro gewürdigt.

www.staatspreis-design.at

Gewinner:innen Sonderpreis „DesignImpact-Concepts“: Bettina Löger (2.v.l), Yasmin Hashw (3.v.l.) und Ruben Asuo (r.) © Matthias Silveri / Produktbilder von oben © Bettina Löger, Yasmin Hashw, Ruben Asuo

SIEMATIC

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

„Mailand ist weltweit als Zentrum für Mode und Design bekannt und der Salone del Mobile ist die Plattform, um Menschen nach all der Zeit und den besonderen Herausforderungen wieder live zusammenzubringen. Für uns war es schön, die nächsten Schritte unserer Marken- und Produktentwicklung hier international vorzustellen. Mit einer überraschenden Formensprache aus der Opulenz expressiver Materialien und der Simplizität geometrischer Formen gaben wir gerne einen inspirierenden Einblick in die Zukunft von SieMatic."

André Backemeier, SieMatic Creative Director

Parallel zur internationalen Leitmesse Salone del Mobile / Eurocucina in Mailand nahm SieMatic Küchenspezialisten, Journalisten und Freunde des Interior Design im SieMatic Monte Santo Showroom mit auf eine emotionale Reise in die neue Stilwelt SieMatic Mondial. Eine Welt, die mit ihrer visionären Formensprache einen inspirierenden Einblick in die Zukunft der Premium- und Luxusküchen von SieMatic gibt. Zentrumsnah und in bester Lage in Porta Nuova wurde SieMatic Monte Santo in eine globale Bühne für die Premiere innovativer Produkt- und Planungsneuheiten verwandelt. Eine überwältigende Resonanz der Fachbesucher während der gesamten Messewoche und insbesondere an den beiden Eventabenden für geladene Gäste bestätigt den eingeschlagenen Weg und lässt SieMatic freudig in die Zukunft blicken.

Die Auffassung von Luxus hat sich in den letzten Jahren grundlegend geändert. Da die heutigen Luxuskonsumenten in ihrer Wahl immer anspruchsvoller werden, erleben wir ein neues und sich entwickelndes Verständnis von Luxus. Bei diesem Konzept von Luxus geht es weniger um oberflächliche Statussymbole, die die Kunden besitzen wollen, sondern vielmehr darum, wer sie sein wollen. Sie wollen von Marken inspiriert und emotional angesprochen werden. Marken, die ihnen helfen, ihre eigene Individualität zum Ausdruck zu bringen. Aber das ist noch nicht alles: Vor allem Luxuskunden gleichen ihr eigenes Werteverständnis mit den Werten von Marken ab, bevor sie in einen authentischen Dialog mit einer Marke treten.

SieMatic nimmt die Beweggründe dieser sich wandelnden Luxus- und Lebenswelt zum Anlass, ein zeitgemäßes Konzept von Luxusküchen zu entwickeln, welches den Kunden die Möglichkeit bietet, sich größtmöglich individuell zum Ausdruck zu bringen. Die neue Stilwelt SieMatic Mondial mit ihrer visionären Designsprache verbindet die Schlichtheit geometrischer Formen mit der Opulenz ausdrucksstarker Materialien zu einem Erlebnis, bei dem alle menschlichen Sinne angesprochen werden. Das faszinierende Zusammenspiel von Material, Form und Farbe verleiht der Küche eine erstaunliche Präsenz und lässt sie gleichzeitig mit der umgebenden Architektur verschmelzen.

Ein neues SieMatic Showroom-Konzept wiederum, welches konsequent den Menschen in den Mittelpunkt stellt und in Mailand internationale Premiere feierte, schuf ein ebenso faszinierendes Erlebnis und gab einen multisensorischen Einblick in die Zukunft der Premium- und Luxusküchen von SieMatic.

Fotos: © SieMatic

SIEMATIC

Ausdrucksstarke Raumplanung

Minimalistisch und gleichermaßen einladend-wohnlich zeigt sich diese ausdrucksstarke Raumplanung mit expressiver Material- und Farbkomposition. Geometrische Grundformen finden eine gelungene Balance mit feinen, filigranen und wuchtigen, dominanten Elementen. Der glatte, ausdrucksstarke Kalkstein Grigio Carnico der Kochinsel und der großzügigen Wandvertäfelung betont die besondere Geometrie der neuen Rahmenfronten in Eiche Travertin geflammt. Zentral platziert besticht der SteinDesign-Monoblock, vierseitig umhüllt mit 30 mm Naturstein. Asymmetrisch auskragend ruht ein runder Bartisch in Sandwichbauweise auf der Insel. Stützfuß und 70 mm Unterkonstruktion in Eiche Travertin gestreift tragen eine 12 mm Auflage in Quarzit White Fantasy. Die 80 mm starke Arbeitsplatte der Spülenzeile, die Nischenauskleidung und das neue 140 mm starke Küchenboard im selben Quarzit bilden einen prägnanten Kontrast zum dunklen Kalkstein. Raumhoch geplante Hochschränke links und rechts der Unterschrankzeile setzen einen frischen Akzent in edlem Lack in Grau-Violett samtmatt – einem von 1.950 Farbtönen des SieMatic Individual Colour Systems – und bieten viel Stauraum, ohne den Raum zu dominieren. Zentral vor der Kopfwand platziert betont die neue SLX Vitrine mit Reliefglas und schwarzmatt eloxierten Rahmen die Längsachse. Ihre an der Vitrinen-Rückwand eingehängten Auszugkuben und die Aufsatzschränke nehmen den Schwarzton in Mattlack auf. In Gänze komponiert das Raumplanungskonzept nicht nur frisch und zeitgemäß mit edlen Materialien, Tönen und Kontrasten, es spielt auch – typisch SieMatic Mondial – mit den Proportionen und in Form von Tiefenversprüngen gekonnt mit dem Verschieben von Volumina.

SIEMATIC

Architektonische Formensprache

Typisch für SieMatic Mondial ist die minimalistische Planung mit architektonischer Formensprache, die Verwendung einfacher Formen und Geometrien sowie das Verschieben von Volumina in Form von Tiefenversprüngen. Die Küche findet die Balance zwischen feinen, filigranen und monumentalen Elementen sowie in expressiven und natürlichen Materialien. Eindrucksvoll bietet die voluminöse Insel reichlich Raum zur Entfaltung.

Auf der einen Seite transparente Vitrinen für Liebgewonnenes, auf der Arbeitsseite ergonomisch strukturiert Kochfeld, Spüle, Spülmaschine und reichlich Stauraum für Küchenutensilien. Beide Kopfseiten der über 4 Meter langen, optisch fugenlosen Arbeitsplatte schließen mit deutlich auskragenden Thekenbereichen und Barhockern in den Grundgeometrien Halbkreis und Quader ab. Die Sandwichkonstruktion in massiver Stärke verbindet die Unterkonstruktion aus Eiche Schwarzmatt mit der 12 mm Auflage in lebhaftem Quarzit Negresco.

Die Unterschränke, Vitrinenrückwände und Hochschränke sind in einem von 1.950 SieMatic Sonderfarbtönen in Blaugrau mit Antifingerprint-Beschichtung lackiert. Zwischen den äußeren Hochschränken in Blaugrau samtmatt, mit einstellbarem LED-Leuchtband in der Schattenfuge der gleichfarbigen SLX-Griffmulden, zitiert der mittlere Hochschrank – mit auflockerndem Tiefenversprung – die Eiche schwarzmatt der Arbeitsplatte. Integriert sind die Hochschränke in eine gläserne Raumskulptur, deren LED-Farbkonzept je nach Tageszeit und -stimmung gewählt werden kann.

www.siematic.com

Perfektion, die Sie fühlen können.

Die Excellence Line von V-ZUG.

GLOBAL KITCHEN DESIGN AWARD

Wanted: Die schönste Küche der Welt

Der Global Kitchen Design Award geht 2022 in die nächste Runde. Bei dem von LEICHT ausgelobten, internationalen Wettbewerb werden innovative und inspirierende Küchenplanungen gesucht und geadelt.

Der Global Kitchen Design Award ist wieder gestartet und in diesem Jahr heißt es erneut „Wer hat die schönste Küche der Welt?“. Bis zum 15. August sind die weltweiten LEICHT-Partner:innen, Architekt:innen sowie Interior-Designer:innen herzlich eingeladen, ihre neuesten LEICHT-Projekte online auf der Global Kitchen Design Award-Website einzureichen. Gesucht werden innovative und inspirierende Küchenplanungen, die in ihrer Umsetzung das Potenzial von LEICHT-Gestaltungsmöglichkeiten, Materialien und Funktionen widerspiegeln. Neu in diesem Jahr ist, dass im Vorfeld zum finalen Einreichungstermin auf der Website regelmäßig Küchenhighlights veröffentlicht werden, die Preisverleihung findet am 15. Oktober 2022 in der LEICHT | WELT in Waldstetten statt.

Der „Global Kitchen Design Award“ läuft. Die Gewinnerküche 2021: Gestaltet von dem Schweinfurter Küchenplanungsstudio La Cucina Küchenspezialist GmbH & Co KG.

Hochkarätige Küchenprojekte

stehen mit dem vom Küchenhersteller LEICHT ausgelobten, internationalen und in der Küchenbranche einzigartigen Wettbewerb „Global Kitchen Design“ im Fokus. Die eingereichten Küchenprojekte treten im direkten Vergleich gegeneinander an und werden danach bewertet, ob Planung und Ausstattung in besonderer Weise und im Sinne der gestalterisch hochwertigen, zeitlos modernen LEICHT-Stilistik überzeugen. Dabei durchläuft die Bewertung der Projekte zwei Phasen: Mit Ablauf der Bewerbungsfrist Mitte August, kann für die teilnehmende Küchenplanungen gestimmt werden. Im Anschluss kürt eine Expert:innenjury das Gewinnerprojekt aus den Küchen, für die vorher online am meisten abgestimmt worden ist.

Kreativ & außergewöhnlich

Weltweit beschäftigen sich täglich über 1.000 Küchenplanerinnen und -planer mit den LEICHT-Produkten. Aus dem darin liegenden und unschätzbar großen, kreativen Potenzial entstehen Planungsszenarien, die im Sinne der Markenidentität klar reduziert genauso wie emotional gedacht sind. LEICHT folgt der Überzeugung, dass sich außergewöhnliche Projekte aus einer Schnittstelle von Qualität und gestalterischem Anspruch entwickeln und der „Global Kitchen Design Award“ genau die richtige Plattform ist, um diese zu fördern. „Wir suchen nach Partnerinnen und Partnern, die diese Überzeugung mit uns teilen und neu interpretieren. Die Idee hinter dem Award ist die internationale Küchenwelt zu vernetzen sowie Handelspartnerinnen und -partnern und Endkundinnen und -kunden Inspiration für kreative Einrichtungsideen von und mit LEICHT zugänglich zu machen“, so Stefan Waldenmaier, Vorstandsvorsitzender der LEICHT Küchen AG. Die Website www.global-kitchen-design.com stellt neben einer Plattform für das Voting auch besonders spannende Projekte aus den letzten Jahren vor, die für unterschiedlichste Raumsituationen geeignet sind und als Inspiration und Ideenfindung dienen.

www.global-kitchen-design.com
www.leicht.de

Foto: LEICHT/R. Borgmann

Setzen Sie ein ästhetisches Statement.

Geräte von Gaggenau: jedes für sich ein Meisterwerk, zusammen ein Kunstwerk.

Der Unterschied heißt Gaggenau.

gaggenau.com/at

GAGGENAU

MZE

Mit der Jahrestagung 2022 zum Benchmark für den Branchentreff

Mit 250 TeilnehmerInnen und über 30 Ausstellern aus der Industrie setzte MZE bei der Jahrestagung Mitte Mai ein starkes Signal. Der Gestaltungswille der gesamten Einrichtungsbranche war im Schloss Mondsee förmlich greifbar.

Schulterschluss zwischen Industrie & Fachhandel

Das neue Ausstellungskonzept in den Säulenhallen von Schloss Mondsee symbolisierte den Schulterschluss zwischen Herstellern und Fachhändlern. Mit großem Engagement gestalteten die Aussteller gemeinsam mit MZE inspirierende Wohnwelten. Ganz im Sinne des Trends zum Komplett-Einrichter verschmolzen die einzelnen Produktgruppen zu exklusiven Interior-Lösungen. „Das Engagement unserer Lieferanten im Rahmen der MZE-Jahrestagung 2022 war absolute Spitzenklasse– so konnten wir gemeinsam neue Impulse für #Weitblick setzen. Die freigesetzte Energie an beiden Tagen war sensationell. Wohin man blickte, wurden Ideen ausgetauscht, neue Kontakte geknüpft und Produkte geordert“, zeigt sich Andreas Hemetsberger (Geschäftsleiter MZE Österreich & Südtirol) begeistert.

Premiere der MZE-Awards für innovative Mitglieder

Im Rahmen der Jahrestagung 2022 wurden erstmals die MZE-Awards in den Kategorien „Jungunternehmer des Jahres“, „Digital-Pionier des Jahres“ und „Einrichter des Jahres“ verliehen. Ein besonderer Moment für die gesamte MZE-Familie, welche die Preisträger 2022 gebührend feierte. „Wir wollen Engagement und Erfolgsgeschichten sichtbar machen. Als Inspiration, als Blaupause für Erfolg und als Ausdruck unserer besonderen Wertschätzung“, erklärt Hemetsberger die neuen MZE-Awards.

Jungunternehmer des Jahres, Alexander Lechner (Living by Lechner) zum Award: *„Das Event war sehr gelungen. Die Auszeichnung mit dem MZE-Award war toll und ein Zeichen, dass das Produkt, welches man geschaffen hat, stimmt und wertgeschätzt wird.“*

„Für mich war die Auszeichnung sehr überraschend und eine große Ehre. Dass

Fotos: MZE

die Arbeit dahinter in Form einer Ehrung geschätzt wird, ist eine große Freude und zusätzliche Motivation weiterzumachen", erklärt Philipp Baumgartner (DiePlanbar – Digital-Pionier 2022).

Einrichter des Jahres, Lukas Kirchmair (Kirchmair Wohnen) zur Auszeichnung: *„Für mich persönlich ist die Auszeichnung eine große Ehre, vor allem, dass wir uns bei den vielen Firmen, die dem Verband angehören durchsetzen konnten, bedeutet mir sehr viel."*

Impulsvorträge renommierter Speaker

Die Speaker der MZE-Jahrestagung 2022 hielten spannende Impulsvorträge für Weitblick in der heiß umkämpften Einrichtungsbranche. Marken- und Nachhaltigkeitsexperte Mag. Andreas Poimer gab Einblicke in das Erfolgspotenzial einer klaren Markenpositionierung. Speaker Roland Schraut stellte die Frage: „Weiter wie bisher – oder weiter als je zuvor"? Innenarchitektin Ing. Christa Greisinger skizzierte in ihrem Vortrag: „Das Einrichtungsstudio der Zukunft". „Für uns zählt bei der Wahl der Speaker stets der Mehrwert. Echte Denkanstöße für die Entwicklung des eigenen Unternehmens zeichnen das Vortragsprogramm bei der MZE-Jahrestagung aus", unterstreicht Andreas Hemetsberger die Qualität des Programms.

Aufbruchstimmung in Mondsee

Die gemeinsame Lust, etwas zu bewegen war das verbindende Element des Events. Nach fast drei Jahren ohne Live-Events war die Energie des persönlichen Austauschs auf der Jahrestagung 2022 spürbar. Aussteller und TeilnehmerInnen zeigten sich begeistert. Der Schulterschluss zwischen Industrie und Fachhandel war in Mondsee 2022 gelebte Realität. Die MZE-Familie zeigte sich gewohnt facettenreich und innovativ. „Das ist unsere MZE-Familie – offen und kommunikativ. Gemeinsam immer am Tüfteln zu neuen Ansätzen und Erfolgskonzepten. Und genau das zeichnet uns aus – bei uns bewegt sich was", bringt Hemetsberger die Stimmung auf den Punkt.

Präsentation der exklusiven MZE-Konzepte

Ein Highlight bildete die Präsentation der neuen MZE Markenkonzepte: Mit KENO KENT Home 4.0 und KENO KENT Outdoor Living präsentierte MZE erstmals sein Konzept für komplette Interior-Designs. Auch die Schlafkultur-Kollektionen CARUS und TYPUS by KENO KENT wurden von den Fachbesuchern ausgiebig getestet. Ein starker Fokus lag auf der Vorstellung der zahlreichen digitalen Tools von MZE für seine Mitgliedsbetriebe. Mit der MZE Smart Lounge und dem MZE Online-Shop gelingt das Hybrid-Konzept aus stationärem Fachhandel und digitaler Sichtbarkeit ohne astronomische Investitionen. „Jetzt heißt es wirklich umsetzen! Wir geben unseren Mitgliedern ausgereifte Lösungen für die Digitalisierung an die Hand, denn es muss jetzt aus dem Nachdenken ins Handeln gewechselt werden – bei allen Fachhändlern", betont Hemetsberger den Handlungsbedarf.

Der Sektempfang im historischen Schlosshof und genussvolles Fine Dining im Schloss Restaurant Culinaro bildeten den gelungenen Ausklang facettenreicher Tage auf der MZE-Jahrestagung 2022.

www.mze.at

Kommentar

von Andreas Hemetsberger, Geschäftsleiter MZE Österreich & Südtirol

Aufstehen und sichtbar werden – entscheidend für die Zukunft!
Der Einrichtungsfachhandel muss aktiv werden und sich positionieren, meint Andreas Hemetsberger: „Die Kundenströme ändern sich. Viele Traditionskunden kehren der Großfläche den Rücken und suchen neue Einrichtungspartner. Die Tendenz zur Regionalität eröffnet dem Fachhandel völlig neue Kundengruppen, die man bisher nicht erreichen konnte."

Kunden, die hochpreisige Marken auf der Großfläche kauften, werden anspruchsvoller und wollen einen persönlichen Ansprech- und Planungspartner. „Dieses für den Fachhandel neue Klientel wünscht sich mehr Individualität und Wohnkonzepte mit einer persönlichen Handschrift. Das kann die Großfläche nicht und Kunden suchen deshalb nach Alternativen in ihrer Region", erklärt Hemetsberger das Potenzial.

„Wer jetzt sichtbar ist, hat die besten Chancen neue Kundengruppen zu erschließen", führt der Geschäftsleiter von MZE Österreich & Südtirol aus. Die Kombination aus digitaler Präsenz, einem perfekten Außenauftritt und einer inspirierenden Schauraumgestaltung schaffe hohe Markenbekanntheit in der eigenen Region. „Selbstbewusst die eigene Marke zu positionieren und auf allen Kanälen bekannt zu machen – das ist eine wichtige Aufgabe, zu der ich jeden Fachhändler unbedingt ermutigen möchte! Es wird Zeit aufzustehen und sichtbar zu werden", unterstreicht Andreas Hemetsberger die Hausaufgaben für den Einrichtungsfachhandel.

Neue Kundengruppe recherchiert online
„Wenn wir darüber sprechen, dass neue Kundenströme für den Wechsel zum Fachhändler offen sind, dann müssen wir diese auch abholen! Man muss sich bewusstmachen, dass 75 Prozent der Kunden mittlerweile im Web recherchieren, bevor sie Beratungstermine vereinbaren. Häufig vertrauen die Konsumenten Online-Bewertungen mehr als der klassischen Mundpropaganda.

Hier fällen 50 Prozent bereits eine Vorentscheidung für ihren Kauf. – Wer dieses riesige Potenzial nicht nutzt ist buchstäblich unsichtbar und schafft sich selbst ab. Ich werde nicht müde das offensiv in unserer Branche zu verbreiten, denn es ist essenziell", bekräftigt Hemetsberger die Bedeutung.

MZE hat mit einem 14-köpfigen Marketingteam auf diese Tendenzen frühzeitig reagiert und bietet seinen Mitgliedern heute alle wichtigen Tools, um sich in der eigenen Region optimal zu positionieren und Neukunden zu gewinnen. Hemetsberger dazu: „Jeder sollte seine Stammkunden schätzen und pflegen. Es ist aber auch an der Zeit neue Kundenpools zu erschließen, denn nur so wird man als Fachhändler dauerhaft erfolgreich bleiben und gutes Geld verdienen."

Kundenerwartungen in allen Aspekten gerecht werden
Der zweite wichtige Punkt: Wie können Kundenerwartungen auf kleiner Ausstellungsfläche voll erfüllt werden? Mit einer professionellen Schauraumoptimierung durch Innenarchitekten und digitalen Lösungen für den Point-of-Sale verbindet MZE für seine Mitglieder das Beste aus der alten und der neuen Welt. Der Schauraumoptimierung und Produktpräsentation sollte großes Augenmerk geschenkt werden. „Anspruchsvolle Endverbraucher sind weniger preissensibel, sie erwarten im Gegenzug aber Inspiration und kompetente Einrichtungsberatung – wer diese beiden Punkte in seinem Unternehmen vereint und in individuelle Interior-Konzepte übersetzt, hat bereits gewonnen", erklärt Hemetsberger die Erwartungshaltung beim Endverbraucher.

„Wenn ich diesen Standpunkt vertrete, dann tue ich das völlig unabhängig von Verbandsmitgliedschaften, sondern als überzeugter Vertreter des Einrichtungs- und Bettenfachhandels. Seit 2018 diskutieren viele Kollegen digitale Konzepte und Trends, aber nur wer ins Machen kommt, wird de facto in vier Jahren noch erfolgreich am Markt vertreten sein. Wenn wir Fachhandel leben wollen, müssen wir diesen auch nach außen tragen und ihn aktiv gestalten", bekräftigt Hemetsberger.

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

Foto: MZE

IDEENFORUM HOLZAUSBILDUNG NÖ

Holzberufe machen happy

Auszubildende in Holzberufen sind mit ihrer Ausbildung zufrieden. Dies unterstreicht eine Studie des Ideenforums Holzausbildung NÖ.

Das Ideenforum Holzausbildung NÖ fragt und die Auszubildenden antworten – und das Ergebnis einer Umfrage unter Jugendlichen, die in den unterschiedlichen Bereichen eine Holzausbildung absolvieren, wie es um die allgemeine Zufriedenheit in Bezug auf die Ausbildung steht, sind durchweg zufriedene Worte. Ein überzeugendes „Wohlfühlprojekt" und top Beispiel für geniale Projekte aus Holz zeigt sich an der Neuen Mittelschule Rappottenstein in NÖ, wo ein engagiertes Lehrerteam, Bürgermeister Josef Wagner und Studierende der TU Wien die FEHRA-Musterklasse realisierten. Der Wunsch der Schüler:innen nach einem Baumhaus im Klassenzimmer wurde umgesetzt, viele Betriebe aus der Region arbeiteten mit, das Thema Holz und Wald steht im Mittelpunkt.

Stark: Ideenforum Holzausbildung NÖ.

Holz, Ausbildung, Ideen

Zeigt das Projekt, wie schön und erfüllend der Umgang mit dem natürlichen Material ist, suchen in NÖ, einem Bundesland mit starker Holzwirtschaft, Betriebe qualifiziertes Personal und haben manchmal Schwierigkeiten, passende Mitarbeiter:innen zu finden. Dabei bilden viele Institutionen Arbeitskräfte für die Holzindustrie aus – von der Lehre bis zu FHs und Unis, auch die Forschung am Werkstoff Holz hat einen prominenten Standort. Wie sich die NÖ Holzausbildung attraktiv darstellen und die Zahl der Absolvent:innen erhöhen lässt war eine der Fragen, die sich die Teilnehmer:innen des Ideenforums „Holzausbildung NÖ" stellten. Dieses wurde 2021 ins Leben gerufen. Im Mittelpunkt stand dabei vor allem die Zusammenarbeit aller Institutionen entlang der Wertschöpfungskette Holz mit den Ausbildungsstätten. In einem zweitägigen Workshop wurde herausgearbeitet, was in NÖ schon sehr gut gelingt, und viele neue Projektideen geschaffen.

Klare Ergebnisse und starke Kombi

Und das Ergebnis der Umfrage? Wenn es um die Entscheidung geht, welche Ausbildung gestartet wird, wird zunächst bei Eltern und allgemein in der Verwandtschaft Rat eingeholt. Als Informationsquelle vor der Entscheidung werden zudem auch Tage der offenen Tür, Jobmessen, Infoabende sowie die Internetauftritte der Betriebe und Ausbildungsstätten genannt. Das Ideenforum sieht dies als Aufforderung, diese Bereiche der Jobmessen und Infoabende zu stärken, aber auch die Digitalisierung nicht außer Acht zu lassen.

Ein starker Trend in der Ausbildung geht, wenn es nach den Befragten ginge, ganz klar in die Richtung Holz und Technik. Die Möglichkeiten, die Digitalisierung und Technik auf der einen Seite und das Material Holz auf der anderen Seite bieten, begeistern, die Technik wurde auf die Frage, was den Befragten am besten an der Ausbildung gefällt, besonders häufig genannt, die „abwechslungsreiche Ausbildung" an anderer Stelle ebenso. Die spannende Ausbildung sowie die facettenreichen und vor allem sicheren Jobaussichten sind Gründe, warum sie ihre Entscheidung nicht bereuen, und sie würden – in den meisten Fällen – die gewählte Ausbildung uneingeschränkt weiterempfehlen. Die Kombi aus Technik und Holz war ebenso ein häufig genannter Grund für die Holzausbildung. Gibt es für jeden Typen die Möglichkeit, einen Berufsweg im Bereich Holz einzuschlagen – Studium, Schule oder Lehre – sind sich, egal von der gewählten Richtung, alle einig: die Ausbildung gefällt ihnen! Auf Basis der Umfrage können nun die Protagonist:innen des Ideenforums Niederösterreich aufbauen und ihre Arbeit verfeinern – immer im Wohle der Auszubildenden.

www.wko.at

Fotos: Peter Sattler

FH WIENER NEUSTADT

„Next generation“ für Nachhaltigkeit und Kreislaufwirtschaft

Am Campus Wieselburg der FH Wiener Neustadt startet im Herbst der neue Studiengang „Nachhaltige Produktion & Kreislaufwirtschaft“. Mit ihm werden Profis ausgebildet, die nachhaltige Produktion aktiv gestalten. „Unsere Absolvent:innen sind Motoren für Nachhaltigkeit und Kreislaufwirtschaft in Unternehmen“, so Studiengangsleiter Dipl.-Ing. Dr. Emmerich Haimer. Von Sylvia Pilar

„Absolvent:innen dieses Studiengangs sind aktive Lösungsfinder, die die Produktion ehrlich und glaubwürdig vorantreiben und ökologisieren.“

Dipl.-Ing. Dr. Emmerich Haimer, Leiter Bachelorstudiengang Nachhaltige Produktion & Kreislaufwirtschaft an der FH Wiener Neustadt.

wohninsider: Wann fällt der Startschuss für den neuen Studiengang, wer wird angesprochen und was steckt dahinter?

Dipl.-Ing. Dr. Emmerich Haimer: Die FH Wiener Neustadt treibt am Campus Wieselburg schon länger das Thema Nachhaltigkeit voran. Die zwei technisch-ökologischen Masterstudiengänge zu regenerativen Energiesystemen und Eco Design werden jetzt um den technischen Bachelorstudiengang Nachhaltige Produktion & Kreislaufwirtschaft ergänzt, der Ingenieurwissenschaften und Nachhaltigkeitsthemen kombiniert. Er startet im September 2022 und bietet 25 Studienplätze. Wir sprechen alle mit Hochschulreife an, die sich für Umweltschutz im Bereich Produktion und Technik interessieren und sich dafür engagieren. Der Studiengang ist als sechssemestriges Vollzeitstudium angelegt, allerdings ab dem dritten Semester berufsermöglichend konzipiert.

„Kreislaufwirtschaft ist nichts Neues, es wurde nur in den letzten Jahrzehnten verlernt, wie mit Produkten und Rohstoffen umgegangen werden sollte.“

Was sieht der Stundenplan vor?

Kreislaufwirtschaft ist nichts Neues, es wurde nur in den letzten Jahrzehnten verlernt, wie mit Produkten und Rohstoffen umgegangen werden sollte. Das Wissen wollen wir fundiert vermitteln. Wir leben aktuell in einer Wegwerf- und Linearwirtschaft, es ist aber für alle besser, Rohstoffe im Kreislauf zu führen. Circular Economy, also Kreislaufwirtschaft, sieht vor, Kreisläufe zu schließen, Produkte aus regenerativen Ressourcen zu fertigen und diese in einer Menge herzustellen, die für unseren Planeten verträglich ist. Dafür gibt es mehrere Hierarchien, wie beispielsweise das Butterfly-Diagramm der Ellen McArthur Foundation zeigt. Auf Seite des technischen Kreislaufes für Gebrauchsgüter stehen zum Beispiel das Teilen und Weiterverkaufen nicht mehr gebrauchter Produkte. Wartung und Wiederverwendung, auch von Produktelementen, bilden die nächstgrößeren Kreisläufe, darunter fallen beispielsweise auch Vermarktungskonzepte wie „product as a service“, also dass Hersteller langlebige Produkte fertigen und nur Umsatz erzielen, wenn das Produkt im Umlauf ist. Erst darauf folgt Recycling, in das Produktdesign insofern hinein spielt, als Produkte möglichst umfangreich zerlegbar gestaltet werden. Auf der biologischen Seite ist die Kaskadennutzung ähnlich und Konsument:innen können sie selbst umsetzen, z.B. aus einem Produkt einen neuen Gegenstand zu fertigen, bis hin zur Kompostierung.

Der neue Studiengang, der Ingenieurwissenschaften und Nachhaltigkeitsthemen kombiniert, startet im September 2022.

Fotos diese Seite: © FHWN

„Circular Economy, also Kreislaufwirtschaft, sieht vor, Kreisläufe zu schließen, Produkte aus regenerativen Ressourcen zu fertigen und diese in einer Menge herzustellen, die für unseren Planeten verträglich ist."

Nachhaltige Produktion & Kreislaufwirtschaft – der Name des Studiengangs ist Programm. Der Studiengang vermittelt fundiertes Know-how und umfangreiche Kompetenzen.

Greift der neue Studiengang beide Seiten auf? Welche Themen und Inhalte umfasst er?
Wir widmen uns beiden Seiten und wollen den Studiengang möglichst breit aufstellen, sodass die Studierenden viele Produktionsprozesse kennenlernen, Potenziale erkennen und Konzepte wissen, wie Kreisläufe geschlossen werden können. Dafür umfasst der Studiengang ingenieurwissenschaftliche und technische Grundlagen sowie Themenblöcke von Produktionstechnik über Rohstoffe und alternative, nachwachsende Rohstoffe, betriebliche und überbetriebliche Kreislaufwirtschaft, wo es um mögliche Symbiosen zwischen den Branchen geht, bis zu Grundlagen der Ökobilanzierung, Prozessoptimierung, begleitet von Recht, Anlagen- und Prozessdesign, Managementthemen und Englisch. Im fünften Semester ist ein dreimonatiges Berufspraktikum angesetzt, für das wir schon zahlreiche Partner:innen haben. Im sechsten Semester beschäftigen wir uns dann mit dem Thema Kommunikation zu Nachhaltigkeit, die essenziell für die Umsetzung von Konzepten ist. Die Studierenden schließen den Studiengang mit der Bachelorarbeit und dem akademischen Grad „Bachelor of Science in Engineering (Bsc)" ab.

Wie ist die Resonanz?
Die Industrie findet in diesem Bereich kaum Fachpersonal und wartet schon auf die Profis, die wir jetzt ausbilden. Auch in der Möbelbranche gibt es durchaus Ansätze und Möglichkeiten, z.B. startet im Winter am FB Industrial Management ein FFG-gefördertes Qualifizierungsprojekt der FH Wiener Neustadt für die Möbelindustrie. Die Interessierten an dem Studiengang sind junge, engagierte Personen und ich freue mich auf einen bunten Mix spannender Persönlichkeiten.

Welchen Input, welchen „Mehrwert" bringen die Absolvent:innen einem Unternehmen?
Unsere Absolvent:innen bringen ein umfassendes Verständnis dafür mit, was in ein Produkt einfließt und wie Ungewolltes, beispielsweise ein unnötig hoher CO_2-Fußabdruck oder auch Mängel im Produktionsprozess, verhindert werden können. Sie sind darauf geschult, Potenziale zu finden und auszuschöpfen, Ökobilanzen zu erstellen, und vor allem konkrete Lösungsansätze auch umzusetzen. Absolvent:innen dieses Studiengangs sind aktive Lösungsfinder, die die Produktion ehrlich und glaubwürdig vorantreiben und ökologisieren. Unsere Absolvent:innen sind Motoren für Nachhaltigkeit und Kreislaufwirtschaft in Unternehmen, damit diese auch in vielen Jahren noch gut aufgestellt sind, weil wichtige, zukunftsentscheidende Punkte nicht übersehen werden.

Welche Hoffnungen hegen Sie?
Die Hoffnung ist, mit einer guten Schnittmenge interessierter Studierender zu starten, auch viele weibliche Studierende mit dieser ökologischen Sichtweise in der Technik anzusprechen, und dass sich der Studiengang gut entwickelt. Langfristig hoffe ich, dass möglichst schnell viele Unternehmen die Chance von Nachhaltigkeit und Kreislaufwirtschaft erkennen und sich eine nachhaltige Wirtschaft etablieren kann, die alle Akteur:innen zufrieden stellt und eine lebenswerte Zukunft ermöglicht.

fhwn.ac.at/studiengang/nachhaltige-produktion-kreislaufwirtschaft

Fotos diese Seite: © FHWN, Jürgen Pletterbauer I Fotografie

ORTWEINSCHULE

Mit Seele und Kreativität

„Psyche – ein vergessenes Möbel“ – unter diesem Thema haben die Absolvent:innen der Höheren Lehranstalt für Innenarchitektur, Raum- und Objektgestaltung der Ortweinschule ihre Abschlussmöbel gestaltet und mit kreativem Spirit und handwerklichem Können realisiert.

Auf eine ebenso kreative wie handwerkliche Spurensuche begab sich die diesjährige 5AHIHR der Höheren Lehranstalt für Innenarchitektur, Raum- und Objektgestaltung der HTBLVA Graz-Ortweinschule im Rahmen ihrer Abschlussarbeiten zum Thema „Psyche – ein vergessenes Möbel“. Fixe Vorgabe war ein Volumenkörper mit dem Abmessungen 120 x 90 x 40 cm, der individuell gestaltet werden, die Form des Grundkörpers gleichzeitig aber spürbar bleiben sollte. So entstanden nach dem Entwurf, der Erstellung der Konstruktionspläne und der Arbeitsvorbereitung die vielfältigen, im Werkstättenunterricht gefertigten Abschlussmöbel.

Große Inspiration

Für ***„D-VINGT“*** ließ sich ***Dania-Dumitrita Berinde*** von Walter Gropius Stil und dessen F51 Sessel inspirieren, und gestaltete ein geradliniges, einfaches und modernes Abschlussmöbel, das mit Spiegel, Schubladen, Drehtüre und Abstellplatten vom Ankleidemöbel über Dekorelement bis zur Garderobe vielfältige Funktionen und Einsatzmöglichkeiten in sich trägt.

Ebenfalls von einer bekannten Größe, nämlich Philippe Starck, ist ***„Louis Ghost II“ von Katharina Kapfenberger*** inspiriert, ein kleiner Schminktisch mit aus einem oberen, aus einem weiterverarbeiteten Designerstuhl gefertigtem Teil, der mit seinem Materialmix die Psyche gut widerspiegelt und trendig, ausgefallen und praktisch in einem überrascht.

Le Corbusier war für die Planung von ***„masa de machiat“ von Alex Cornea*** Anhaltspunkt, der unter dem klingenden Namen einen raffinierten Schreib- und Schminktisch mit zwei clever verbauten Laden und großem Spiegel gestaltete.

Alvar Aalto war wiederum Impulsgeber für ***„AROUND THE RING“ von Lea Feichtner***, einen Couchtisch mit drei verschieden großen Kreisen und einem aus Massivholz gefertigten Ring mit eingelegtem Glaselement.

Inspiriert von Peter Zumthor, gestaltete ***Cora Posch mit „Surroundings“*** ein Abschlussmöbel, das sich ganz dem Namen getreu der Umgebung anpasst und Verstaumöglichkeiten sowie eine Tischfläche zum Abstellen bietet.

Mit Tiefgang

Stauraum sowie eine besondere Idee steckt hinter und in ***„Galaxy Soho“ von Elena Huber***, inspiriert von der Formensprache Zaha Hadids: Die schwarzen Platten zeigen die Charaktereigenschaften des Menschen, die auf den ersten Blick ersichtlich sind, je besser die Person kennengelernt wird, desto mehr offenbart sich das Innere – wie das Innenleben der Kommode mit ihren zwei Laden.

Ein Sideboard mit diversen Verstaumöglichkeiten und spannendem Hintergedanken entfloss Kopf und Hand von ***Fabian Perchthold mit „Manglares“***. Sein Abschlussstück soll Nutzer:innen „durch den tiefliegenden Spiegel „in die Knie zwingen“ und somit ein kritisches Portrait der modernen, von

Dania-Dumitrita Berinde mit „D-VINGT“

Alex Cornea mit „masa de machiat“

Fotos: Johannes Baumann – Innenarchitektur – Ortweinschule Graz

Gegenständen bestimmten Welt sein“, wie er beschreibt.

Ein schlichter Korpus, der die Gelassenheit und Ruhe eines Menschen widerspiegeln soll, ein schräger weißer Rahmen, der die Wegabweichungen des Lebens symbolisiert, und eine markante, mit bronzefärbigem Epoxidharz ausgegossene und sich zudem durch ihre polierte Oberfläche abhebende Front sowie Ausfräsung, die Höhen und die Tiefen der menschlichen Psyche veranschaulichen, charakterisieren das Fernseh-/Wohnzimmermöbel ***„Mountain“ von Michelle Schwaiger*** mit viel Platz für DVD’s und CD’s in der Lade sowie weitere Utensilien in einem offenen Fach.

Stefanie Feiertag mit „CONNECT.“

Ungewöhliches Design

Ein ausgeklügeltes Fernsehmöbel präsentiert ***Michaela Kampel mit „last glance“***. Der TV findet auf dem Möbel oder über der freien Regalfläche seinen Platz, während die seitlichen Regale zur Präsentation von Deko dient, die Lamellen für Licht-Schatten-Spiele und Eyecatcher-Momente sorgen und im Korpus mit Drehtür Kleinigkeiten unterkommen.

Mehr als nur ein Möbel ist auch ***„Blanca Aceituna“ von Barbara Leopold***, ein Sitz- und Arbeitsmöbel in durchdachtem Design, mit markanter Stange und cleverem Farbmix der geradlinig gehaltenen Holzelemente.

Gregor Schachinger mit „It´s Complicated…“

Ein einzigartiges Möbel zu gestalten hatte ***Gregor Schachinger*** im Sinn und schuf ***mit „It´s Complicated…“*** einen (Arbeits-)tisch mit optisch die Tischplatte durchbrechendem Metallgestell, der mit seiner ungewöhnlichen Form den Blick auf sich zieht und mit einer Schublade überrascht, die sich auch entfernen lässt, um noch mehr Platz zu gewähren.

Ganz schön individuell

ist der Zugang von ***Anna Schmieder bei „καθρεφτίζω“*** (widerspiegeln auf Griechisch), die als Abschlussmöbel einen Schreibtisch gestaltete, der an der Wand unter dem Fenster, welches das Stück als Umrahmung betont, auf individueller Höhe montiert wird und in dessen Glasplatte sich das Fenster mit dem Fensterglas (wider)spiegelt.

Individuelle Einflüsse mit Entwurfsmerkmalen von Richard Neutra kombiniert ***Timea Jarabek bei „I-Cubist“***, einem praktischen Vorraummöbel das drei Funktionen – Kleiderschrank mit verstellbaren Fachböden, ein offenes Regal mit vier Ablagefächern sowie einen großen Spiegel – vereint.

Ein von Leichtigkeit und Transparenz geprägtes Möbel zu gestalten, das jederzeit wandelbar durch austauschbare Schnüre in jeder beliebigen Farbe ist, war die Intention und ist das Abschlussmöbel von ***Stefanie Feiertag mit „CONNECT.“*** in ihrem Abschlussstück aus Esche Massiv und Nylon Paracord Schnüren, das Ablagemöglichkeiten offeriert und als Deko-Regal beste Figur macht.

Mit Beauty-Effekt

Angesichts des Themas war für ***Filiz Kumpas*** schnell sonnenklar, dass ihr Abschlussstück ein Schminktisch werden würde, der sich mit ***„Matrjoschka“*** und inspiriert von Nils Holger Moormann in Form, Design und Name materialisiert, schlicht und auffällig unauffällig daher kommt sowie trotz der zugewiesenen primären Funktion vielseitig einsetzbar, flexibel und wandelbar ist.
Einen Frisier- und Schminktisch mit Ablagemöglichkeit zauberte ***Verena Schindler mit „Linea Blu“***, die mit ihrer Farb- und Materialwahl an den Strand erinnert und durch die klaren Linien zart und zurückhaltend wirkt.

Der Name ist Abschlussmöbel bei ***„Ein Schminktisch“ von Lisa Ferstl***, bei dem ein kreisrunder Spiegel auf dem formschönen Korpus mit zwei Laden und einem offenen Fach thront.

Mit simplem Name und umso raffinierterem Look tritt auch ***„Ein Hängespiegel“ von Markus Schatzmayr*** ins Rampenlicht und erweist sich mit formschön umrandetem Spiegelelement in der Mitte als Spiegel und dekorativer Hingucker.

www.ortweinschule.at

GFMTREND

Menschen, Marken und große Momente – wichtige Weichenstellung

Dass auf der ersten Jahreshauptversammlung seit dem Ausbruch der Pandemie gute Stimmung herrschte, lag nicht nur daran, dass sich die Mitglieder des GfMTrend-Möbeleinkaufsverbunds endlich wieder persönlich treffen konnten. Denn auch in strategischer und wirtschaftlicher Hinsicht liegt der Verband aus Neustadt an der Donau weiter auf Kurs.

GfMTrend-Geschäftsführer Joachim Herrmann berichtete: Um 9,1 Prozent sind die Umsätze 2021 gestiegen. Der Ertrag (+10,5 %) und die Rückvergütung (+12,2 %) liegen sogar zweistellig über dem Vorjahr. Auch 2022 ist für die GfMTrend-Mitglieder bisher ein außerordentlich gutes Jahr und die geopolitische Lage bildet sich bisher erfreulicherweise nicht in den Umsatzzahlen ab, die bis einschließlich Mai 9,1 Prozent über dem Vorjahr liegen.

Volles Haus bei der Tagung. Links: *GfMTrend Geschäftsführer Joachim Herrmann (l.) und der bayrische Staatsminister Dr. Florian Herrmann.*

Marc Harris

Der wirtschaftliche Erfolg liegt nicht zuletzt an der effizienten Kollektionsarbeit, die im Verband geleistet wird. Die Lifestyle-Polstermarke Marc Harris steht für Kreativität und Eigenständigkeit und vereint echte Handwerkskunst mit Individualität. Unter Federführung von Monika Simon, Geschäftsführerin von Adorani Living, ist das Label am aktuellen Zeitgeist ausgerichtet worden – „back to nature". Natürliche Farben und Materialien laden zum Cocooning ein: „Wenn es draußen laut und hektisch wird, bietet Marc Harris eine Oase der Ruhe", sagt Monika Simon über den Charakter des Labels. Zudem strahlt Marc Harris große Beratungskompetenz aus: Tipps zu Farben, Formen und Kombinationsmöglichkeiten sind ein echter Mehrwert für alle Kunden, die sich gern helfen lassen, um zu einer harmonischen Einrichtung zu kommen. Das Produktportfolio von Marc Harris wächst dementsprechend und wurde um Massivholztische, Teppiche, Couchtische und Leuchten erweitert. Die Markenidentität wird über alle Kommunikationskanäle gespielt werden, die dafür nun upgedatet werden.

Angelo Divani

Ebenfalls geschärft wurde das Profil der Marke Angelo Divani. Das Label, das für italienisches Design und ein Gefühl von Dolce Vita steht, hat im wahrsten Sinne des Wortes ein (neues) Gesicht bekommen: Ein modischer, eleganter und stilvoller Mann, der werblich als Head of Creation in Erscheinung tritt. Auch das Brand-Logo wurde zeitgemäß überarbeitet und die Website mobil optimiert. Eine Imagebroschüre, ein virtueller Showroom und verschiedene Social-Media-Accounts gehören ebenfalls zu dem umfassenden Marken-Set-up, das Monika Simon von Grund auf erneuert hat. „Wir wissen, wie wichtig Eigenmarken heute für den Mittelstand sind. In Zeiten, in denen der Preis nun wieder eine größere Rolle im Möbelhandel spielen wird, bieten Marc Harris und Angelo Divani Exklusivität und eine sichere Vermarktung. Umso wichtiger ist es, dass wir die Markenprofile für die kommende Einrichtungssaison mit frischen Kräften und neuen Ideen geschärft haben", erklärt GfMTrend-Geschäftsführer Joachim Herrmann.

Pixxio

Für eine Vermarktung der GfM-Trend-Marken auf allen Kanälen steht mit Pixxio nun einen neues Medienportal zu Verfügung, auf dem sich Bilder, Videos und andere Media-Dateien mit einfacher Suchfunktion schnell finden lassen. Damit einhergehend stellt die Zentrale den Händlern nun leistungsstarke Werbepakete zur Verfügung – ein optimaler

Fotos: GfM-Trend Verband

Mix aus aufmerksamkeitsstarken Print- und Online-Formaten. Die Händler können aus Anzeigen, Postkarten, individualisierten Mailings und Social-Media-Postings ihre Auswahl treffen. Alle Medien verweisen über einen QR-Code oder einer Verlinkung zu einer händlerspezifischen, modernen Landingpage. So funktioniert zeitgemäße Lead-Generierung.

Programm

Der ausgeprägt familiäre Charakter des GfMTrend-Verbands kam in München – der passende offizielle Stadt-Slogan lautet „die Weltstadt mit Herz" – deutlich zum Vorschein. Denn die Geselligkeit war der wichtigste Programmpunkt sowohl beim Abend im Augustiner-Keller als auch während des Galaabends im Hotel Bayerischer Hof.

Die Wertschätzung untereinander drückte sich auch in zahlreichen Auszeichnungen aus, die bei GfMTrend traditionell eine große Bedeutung haben. Darum ging es auch im hochkarätig besetzten Vortragsprogramm. Die beiden Top-Speaker, der Ökonom Prof. Dr. Dr. h.c. mult. Hans-Werner Sinn, der über Auswege aus der Inflation sprach, und der bayrische Staatsminister Dr. Florian Herrmann, dessen Vortrag mit „Sicherheit durch Stärke" überschrieben war, gaben den GfMTrend-Gesellschaftern wertvolle Impulse. So wird die diesjährige Jahreshauptversammlung aus unterschiedlichen Gründen noch lange nachhallen.

www.gfm-trend.de

Traditionell gab es wieder zahlreiche Auszeichnungen bei der diesjährigen Jahreshauptversammlung. Der Verbandsabend fand im Augustiner-Keller statt.

KÜCHE&CO

Digitaler Vorreiter der Küchenbranche

Die Entwicklung der digitalen Welt verändert sich rasant: Nachdem im Jahr 2007 das erste iPhone den digitalen Markt revolutionierte, ist es heutzutage dank fortwährender Weiterentwicklung des digitalen Know-Hows möglich, mit Hilfe von Sprachassistenten per Sprachbefehl den gesamten Hausstand zu steuern oder virtuelle Welten mit VR-Brillen live zu „betreten".

Die Zukunft ist digital – und genau das hat der Franchisegeber Küche&Co schon früh erkannt. Der Experte für Einbauküchen punktet bereits seit Jahren mit innovativen Konzepten und hat es in der Branche zum digitalen Vorreiter gebracht.

Am Puls der Zeit: Das 120 m² Konzept

Der hohe Digitalisierungsgrad von Küche&Co zeigt sich beispielsweise in den Studiokonzepten. Neben dem klassischen Studio mit einer durchschnittlichen Größe von 200-300 m² gibt es das 120 m² Konzept. „Mit diesem Konzept kommen wir dem Wunsch unserer Franchisepartner nach Studios in flexiblen Größen nach", erzählt Michael Stangl, Geschäftsführer von Küche&Co Austria. „Durch die geringere Größe ist es Franchisepartnern nun auch möglich kleinere Studios beispielweise in preisintensiveren Umgebungen zu eröffnen und gerade in kleineren Städten auch die Nähe zum Kücheninteressenten zu wahren." In den kleinen Hybridstudios werden vier Musterküchen gezeigt, die sich die Kunden vor Ort anschauen können. Durch den Einsatz einer Fläche für Virtual Reality können die Kücheninteressenten aber die ganze Vielfalt der Küche&Co Welt bestaunen. „Neben Küchen können sich die Interessenten über VR auch virtuelle Ausstellungsräume mit Hauswirtschaftsräumen und Bädern anschauen, die von unseren Beratern passend zur Küche geplant werden können", betont Michael Stangl. „Das 120 m² Konzept deckt auf kleiner Fläche alles ab, was der Kunde zum Küchenkauf braucht." Für den Franchisepartner bieten sich weitere Vorteile: Durch die kleinere Fläche ergibt sich durch eine geringere Anfangsinvestition sowie niedrige laufende Betriebskosten eine gute Kostenstruktur.

„Digitalisierung ist für uns bereits seit Jahren selbstverständlich."

Kai Giersch, Geschäftsführer von Küche&Co Austria

Digitales Know-how weiterentwickeln und vermitteln

„Uns ist es wichtig, dass wir mit unseren Partnern auf Augenhöhe arbeiten. Unsere Services

Fotos: Küche&Co

Franchisepartner werden

Möchten Sie auch Franchisepartner von Küche&Co werden und die Vorteile beim digitalen Vorreiter der Küchenbranche nutzen?

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

passen wir regelmäßig den Bedürfnissen unserer Franchisepartner und den Kunden an", erklärt Kai Giersch, ebenfalls Geschäftsführer von Küche&Co Austria. „Digitalisierung ist für uns bereits seit Jahren selbstverständlich. Wir haben unseren Partnern die Arbeit durch digitale Tools erleichtert, lange bevor die Pandemie eine Umstellung auf digitale Services nötig gemacht hat. Darüber hinaus bieten wir regelmäßige Weiterbildungen in unserer hauseigenen Akademie an. So bleiben alle auf dem neuesten Stand." Hier wird sowohl Basiswissen für Neueinsteiger vermittelt als auch spezielles Wissen zu neuen digitalen Services oder anderen Themen weitergegeben.

„Das 120 m² Konzept deckt auf kleiner Fläche alles ab, was der Kunde zum Küchenkauf braucht."

Michael Stangl, Geschäftsführer von Küche&Co Austria

Digitale Services sind Standard

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 Kauferlebnis 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. Beispielsweise wurde die in der Corona-Pandemie eingeführte Videochat-Beratung in das Küche&Co Service-Portfolio aufgenommen. Auch für die Franchisepartner gibt es extra zugeschnittene digitale Services: So gibt es schon seit Markteintritt ein CRM-System, über das zentralgewonnene Kaufinteressenten an das Küchenstudio ausgesteuert werden sowie eine Zentralregulierung. Außerdem stellt Küche&Co eine Montage-App zur Verfügung, um die optimale Abwicklung und Dokumentation für Kunde, Monteur und Küchenstudio bei der Küchenauslieferung zu gewährleisten. „Wir sind eben kein klassischer Einkaufsverband", betont Kai Giersch. „Unsere Franchisepartner profitieren nicht nur von unseren sehr guten Einkaufskonditionen bei unseren Lieferanten, sondern auch von unserem digitalen Know-How und der Digitalisierung vieler Prozesse."

Mit 360°-Erfolgskonzept in die Selbstständigkeit

Wer den Sprung in die Selbstständigkeit wagen möchte, profitiert von Franchising, wie es Küche&Co anbietet, in vielerlei Hinsicht. Mit dem 360°-Erfolgskonzept wird dem Franchisepartner dabei ideale Unterstützung ab Minute 1 gewährleistet. Das Erfolgskonzept beginnt mit dem Starthilfekonzept, bei dem unter anderem eine betriebswirtschaftliche Vorplanung sowie ein Finanzierungsplan erarbeitet werden. Zudem unterstützt Küche&Co bei Bankgesprächen und mit Expertenwissen rund um Steuerfachfragen. Durch die professionelle Unterstützung stehen die Chancen auf einen erfolgreichen Start in die Selbstständigkeit gleich viel höher.

Generell erfreut sich Franchising in Österreich großer Beliebtheit: Laut dem Österreichischen Franchiseverband (ÖFV) führen hierzulande mittlerweile 9.100 Menschen ein erfolgreiches Franchise. Küche&Co, das zur deutschen Otto Group gehört, hat erst kürzlich seine ÖFV-Zertifizierung verlängert und dabei überragende Ergebnisse bei der Partnerzufriedenheit eingefahren: 100 % der befragten Partner würden sich erneut für Küche&Co entscheiden. Und genauso viele würden Küche&Co weiterempfehlen. „Diese Werte zeigen das große Vertrauen, das unsere Franchisepartner in uns setzen. Und es spornt uns natürlich an uns kontinuierlich weiterzuentwickeln", erzählt Michael Stangl. „Mit dem 120 m² Konzept haben wir bereits ein Studiokonzept erarbeitet, was sich für die österreichische Städtestruktur als sehr passend erwiesen hat. Aber darauf ruhen wir uns nicht aus!"

www.kuecheco.at

DER KREIS

DER KREIS traf sich im Burgenland

Endlich wieder zusammenkommen. Das feierten die Küchenspezialisten von DER KREIS Anfang Mai beim Kongress im burgenländischen Frauenkirchen.

Alles begann mit einer Seewinkel-Safari, es folgte abends das gemeinsame BBQ mit Weinbegleitung im Weingut Tschida Apetlon. Man plauderte, tauschte sich aus, blickte gemeinsam zurück auf ein bewegtes, jedoch nicht weniger erfolgreiches Jahr 2021 und begrüßte im Zuge dessen sogleich sieben neue Lieferanten sowie zehn neue Mitgliedsbetriebe.

Sicher ist sicher

Neben dem äußerst angenehmen Freizeitprogramm gab es auch einige inhaltliche Programmschwerpunkte. Etwa das allgegenwärtige Thema der Cyber Security: In einer Bühnentalkrunde mit den IT-Experten Daniela Barkhau und Günther Wirrer wurde die Vielfalt der Bedrohungen aus dem Netz thematisiert und das Publikum dafür sensibilisiert. Man bot grundlegende Tipps sowie ein gutes Tool zur Verbesserung der Cyber-Sicherheit.

Branchenkennzahlen and more

Klaus Speck, Geschäftsführer von Euroteam, präsentierte die Branchenkennzahlen und gab einen kompakten Leitfaden für die Geschäfts- und Unternehmensplanung für die eigene Performance an die Hand. Und man blickte in die Sterne: Gernot Grömer, Direktor des Österreichischen Weltraum Forums, Astrophysiker und TV-Moderator gab äußerst spannende und kurzweilige Einblicke in verschiedene Aspekte der Weltraumforschung und die Herausforderungen der Alltagsbewältigung in einer Raumstation. Er zeichnete ein Zukunftsbild einer möglichen menschlichen Besiedelung des Mars, der vermutlich jedoch noch Jahrzehnte an Forschung voraus gehen.

Neu dabei oder schon richtig routiniert

Manuel Klauda und Partnerin Stefanie Haslehner, Inhaber des Studios Raumwunda in Peuerbach, wurden im Rahmen des Galaabends als Neumitglied in der Gemeinschaft für Küchenspezialisten von DER KREIS willkommen geheißen. Für die bereits 10-jährige Mitgliedschaft wurden zwei Betriebe ausgezeichnet: Alfred Cerny von ALLES KÜCHE (mit Niederlassungen in Groß Enzersdorf, Wien und Guntramsdorf) mit Tochter Christina, die als begeisterte DER KREIS Juniorin aktiv und aus voller Überzeugung die Werbetrommel für die Junioren-Treffen rührte. Ebenfalls bereits seit zehn Jahren Mitglied in der Gemeinschaft für Küchenspezialisten ist Harald Haring, Inhaber vom GenussRaum in Leibnitz.

www.derkreis.at

Auszeichnung für Alfred und Christina Cerny von ALLES KÜCHE.

„Wir freuen uns riesig, dass wir uns nach der langen Abstinenz wieder zu einem traditionellen DER KREIS Kongress treffen und informative Tage gemeinsam verbringen konnten. Was sich in der vergangenen, herausfordernden Zeit aber herausgestellt hat ist, dass man Krisenzeiten in einer starken Gemeinschaft besser überstehen kann."

Martin Oberwallner

Radsafari und Birdwatching am Zicksee.

Fotos: DER KREIS

Schöne Landpartie!

Landhausküchen sind die heimlichen Trendsetter aktueller Küchenplanungen. Mit einem Schuss Nostalgie, reduzierter Profilierung und in den schönsten Farben der Natur wird die individuelle und fast grenzenlose Küchenplanung zum Erlebnis. Kreieren Sie Ihre ganz persönliche Wohlfühloase und gönnen Sie sich den Luxus modernster Innenausstattung.

Mehr unter www.sachsenkuechen.de

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

SACHSENKÜCHEN H.-J. Ebert GmbH · Deutschland
Dresdner Straße 78 · 01744 Dippoldiswalde · www.sachsenkuechen.de

SACHSEN KÜCHEN

INTERIOR DESIGN SCHOOL KUCHL

Diplomierte Einrichtungsprofis bereichern die Branche

Die Interior Design School Kuchl freut sich mit ihren diesjährigen Absolvent:innen. Mit starken Abschlussprojekten und der Diplomübergabe schlossen die Einrichtungsberater:innen ihre Ausbildung ab und starten nun durch.

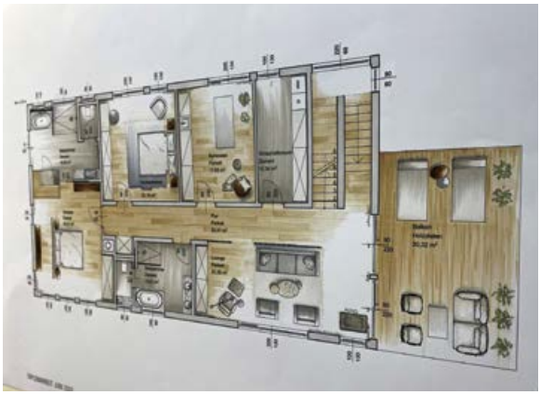
Die feierliche Diplomübergabe an der Interior Design School Kuchl hat schon Tradition. Nach den pandemiebedingten abschließenden Highlights in kleinerem Kreise war es am 15. Juni 2022 nun soweit und das Finale der Ausbildung konnte wieder in großem Stile begangen werden. Zahlreiche Lehrkräfte, Vertreter:innen der österreichischen Einrichtungsbranche und Sponsoren der Einrichtungsberaterschule Kuchl, der Kuchler Bürgermeister Dr. Thomas Freylinger sowie natürlich Familien und Freude der frisch gebackenen Profis waren gekommen und machten gemeinsam mit den Absolvent:innen an diesem Tag die Schule und die Gemeinde im Bezirk Hallein, Salzburg, zum Hotspot der heimischen Einrichtungsszene.

Umfassendes Gesamtpaket

Der Applaus war und ist wohlverdient. In einem erneut herausfordernden Schuljahr haben Ausbildende und Absolvent:innen die Herausforderungen gemeistert und in nur zwei Semestern wurden aus interessierten, engagierten Schüler:innen an der EBS Einrichtungsberaterschule mit fundierter, breitgefächerter und praxisnaher Ausbildung kompetente Interior Designer:innen. „Wir bieten ein Gesamtpackage“, so Rudolf Berger, Direktor und Lehrender an der Interior Design School, die Jahr für Jahr Interessierte aus Österreich und benachbarten Ländern ausbildet. Einzigartig in Österreich, von der Branche für die Branche, und dies umfassend quer über alle Bereiche der Innenraumgestaltung. Ein Teilgebiet ist nicht genug, von der Küche über Wohn- und Schlafzimmer bis zum Bad, vom Boden über die Wand bis zur Decke und Beleuchtung, vielfältige Materialien und Produkte, von allgemeinen und kaufmännischen Fächern über die fachliche Ausbildung inklusive Entwurf- und Freihandzeichnen sowie EDV und CAD reicht die geballte Ladung Know-how und Können, das den zukünftigen Einrichtungsprofis in kürzester Zeit – einem einzigen Schuljahr – vermittelt wird. Bereichert wird das Spektrum durch Messe- und Firmenbesuche bei Unternehmen aus der Branche sowie ein Berufspraktikum.

Abschlussprojekte & Präsentationen

All dies haben auch die diesjährigen Absolvent:innen genossen und ihr erworbenes



Ihr Wissen und Können zeigten die diesjährigen Absolvent:innen der Interior Design School Kuchl bei ihren Abschlussprojekten und deren Präsentationen.

Fotos: Interior Design School Kuchl

Applaus für die frisch gebackenen Einrichtungsberater:innen, denen Direktor Rudolf Berger (r.) herzlich gratulierte.

Andreas Berger, Johann Klein (v.l.) und Barbara Eckereder (r.) überreichten den frisch gebackenen Interior Designer:innen ihre Diplome und die exklusive Anstecknadel.

Wissen in die Abschlussprojekte einfließen lassen, bei denen die komplette Wohnraumgestaltung unter Berücksichtigung der individuellen Wünsche und Bedürfnisse der (fiktiven) Bewohner:innen zu absolvieren und diese dann zudem zu präsentieren war – genau so, wie es eben auch im Einrichtungsberateralltag der Fall ist. Im Rahmen der Verleihung der Diplome am letzten Schultag zeigten drei Präsentationen von Abschlussprojekten eindrucksvoll die Leistungen und Kompetenzen der angehenden Interior Designer:innen, deren Schuljahr neben zahlreichen Highlights auch einen spannenden Wettbewerb zur Gestaltung der Büroräume eines Unternehmens umfasste und deren Gewinner anschließend bekannt gegeben wurden.

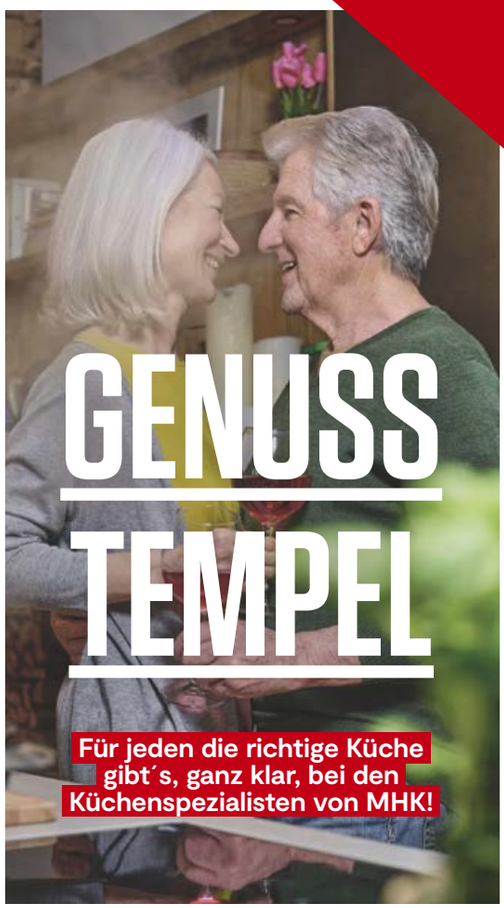
Feierliche Diplomverleihung

Dann war es endlich soweit und die Einrichtungsberater:innen erhielten ihre Diplome aus den Händen von KommR Ing. Johann Klein, Obmann des Landesgremium Wien des Elektro- und Einrichtungsfachhandels, und die ausschließlich den Kuchler Absolvent:innen vorbehaltene Anstecknadel von Barbara Eckereder, Präsidentin der Interior Design School Kuchl, sowie mit lobenden Worten von Geschäftsführer Andreas Berger und Direktor Rudolf Berger. Die Freude ohnehin riesengroß, schlossen die meisten der frisch gebackenen und freudestrahlenden Einrichtungsberater:innen die Ausbildung nicht nur ab, sondern sogar mit sehr gutem oder gutem Erfolg – eine Tatsache, die das hohe Qualitätslevel dieses 42. Jahrgangs wie auch der Ausbildungsstätte einmal mehr beweist.

Willkommen in der Kuchler Familie

hieß es damit erneut für eine Schulklasse voller kompetenter Interior Designer:innen, die mehr als nur bestens gerüstet für ihre Aufgaben und Karrieren in der Einrichtungsbranche sind. Und diese besondere Familie wächst kontinuierlich weiter, sowohl durch die Ausbildung an der Interior Design Academy, andererseits weil auch an der Interior Design School Kuchl das kommende Schuljahr 2022/2023 mit interessierten Einrichtungsberater:innen in spe schon in den Startlöchern steht.

www.ebs-kuchl.at



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

DER KÜCHENRING

Sattes Plus der Rheinbacher

Nach Leipzig lud DER KÜCHENRING zur diesjährigen Jahreshauptversammlung Mitte Mai.

DER KÜCHENRING traf sich in Leipzig.

Besonders das Jahr 2021 war von der Corona Pandemie und der Hochwasserkatastrophe in der Region um den Verbandssitz in Rheinbach geprägt. Umso erfreulicher war es, dass sich, aus den verschiedensten Verbundgruppen kommend, mehr als 60 neue Gesellschafter aus Deutschland und Österreich begrüßen konnten. Damit verbunden war auch eine sehr positive Umsatzentwicklung mit einem Plus von fast 9,6 Prozent.

Wie gewohnt blieben die Verbandskosten dabei, vor allem im personellen Bereich, auf sehr niedrigem Niveau. Im Bereich der Dienstleistungen hat sich der Verband noch breiter aufgestellt und das Leistungsportfolio unter anderem mit der App Follow Me, dem Regio Panel und dem Happy Home Prämienshop ausgebaut. Als besondere Highlights sind das neue Business-Tool Lieblingsküchen zur Kundengewinnung und der Erfolg des Studio Konzepts System Plus1 zu erwähnen. Somit bietet DER KÜCHENRING vom Ladenbau bis zur Leadgenerierung alles aus einer Hand. Die digitale Präsenz wurde auf den Social-Media-Kanälen weiter optimiert. Durch gezielte Online-Marketingkampagnen konnten eine deutlich höhere Reichweite erzielt und mehr Traffic generiert werden. DER KÜCHENRING schaut hochmotiviert in die Zukunft und setzt auf eine gemeinsame, profitable Zusammenarbeit im laufenden Jahr 2022.

Auszeichnung für Ing. Alois Hechinger von JOHAN Küchen

Der Inhaber und Küchenspezialist aus dem oberösterreichischen Thalheim bei Wels ist Mitglied bei DER KÜCHENRING und wurde anläßlich der Jahreshauptversammlung für seine Küchenplanung ausgezeichnet. In dem jährlichen Design- & Planungs-Wettbewerb kann jeder der über 650 Gesellschafter des Verbandes seine ganz besonderen Küchenplanungen einreichen und bewerten lassen. Im Jahr 2021 konnte JOHAN Küchen mit einer Küchenplanung bis 12 m² überzeugen und wurde im feierlichen Rahmen von den Verbands-Geschäftsführern Bernhard Achleitner (Österreich), Jürgen Feldmann (Deutschland & Österreich) sowie Marko Steinmeier (Deutschland) mit dem Titel „Küchenplaner des Jahres 2021" ausgezeichnet.

www.kuechenring.de

Auszeichnung mit dem Titel „Küchenplaner des Jahres 2021" für Ing. Alois Hechinger (2. v.l.) mit den Verbands-Geschäftsführern Bernhard Achleitner (Österreich, r.), Jürgen Feldmann (Deutschland & Österreich, 2. v.r.) sowie Marko Steinmeier (Deutschland, l.) .

Einige Daten

Umsätze und Erträge
– was unterm Strich bleibt
(Beispielrechnung auf Basis eines Gesellschafters):
Jahresumsatz (brutto): € 550.000,-
Jahresumsatz (netto): € 462.000,-
Wareneinsatz: € 254.800,-
Rohertrag: € 207.200,-

Entwicklung der Mitglieder:
2011: 438
2021: 670

Umsatzentwicklung:
(zentralregulierter Umsatz – Einkaufsumsatz inkl. Mehrwertsteuer/kein Außenumsatz)
2011: 289 Mill. Euro
2021: 660 Mill. Euro

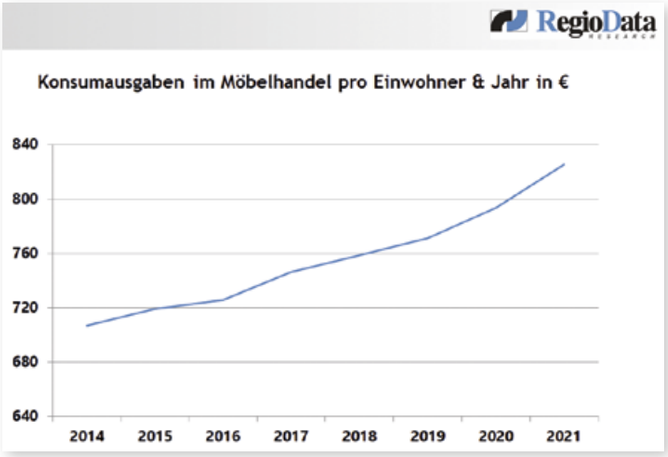
Foto Auszeichnung: © Philip Kistner, weitere Fotos: DER KÜCHENRING

REGIODATA RESEARCH

Konsumausgaben Möbelhandel

Der Gesamtmarkt Möbelhandel lag im aktuellen Beobachtungsjahr 2021 bei rund 5,9 Mrd. brutto, was einer nominellen Steigerung von 4,4 % zum Vorjahr entspricht.

Von einer positiven Entwicklung ist auch weiterhin auszugehen – nicht zuletzt aufgrund der neuerdings gelockerten Corona Maßnahmen. Die jährlichen Ausgaben der privaten Haushalte für die im Möbelhandel relevanten Produktgruppen sind im letzten Jahr sogar trotz regelmäßig verhängter Lockdowns



um 3,9 % gestiegen und betragen derzeit 825,1 € pro Einwohner. Als Reaktion auf die Pandemie könnte unter anderem das sogenannte Cocooning Grund für den „Möbel-Boom" sein.

Die Österreicher investierten dabei insbesondere in die Wohnungseinrichtung. Innerhalb von fünf Jahren steigerten sich die Konsumausgaben für Küchen- und Schlafzimmermöbel sowie Sitz- und Polstermöbel um etwa 15 %. Auch bei der Raumausstattung samt Dekoration, Tapeten, Vorhängen oder auch Teppichen konnte ein Zuwachs von 10 % verzeichnet werden. Vergleichsweise wenig getan hat sich bei Hausratsartikeln, welche etwa Geschirr, Töpfe und sämtliche Heimtextilien umfassen. Hier konnte ein minimaler Zuwachs von gerade einmal 1,5 % beobachtet werden. Die steigenden Ausgaben betreffen insbesondere den Onlineanteil, welcher derzeit bei etwa 19 % am Gesamtmarkt liegt. Inkludiert sind dabei Umsätze von in- und ausländischen Onlineshops, der Pure-Player sowie Multi-Channel-Umsätze der stationären Händler. Durch die einfache und rasche Abwicklung erfreut sich der Online-Möbelhandel immer größerer Beliebtheit. Vom Onlineboom profitieren können allen voran jene Händler, welche Multi-Channel-Lösungen rechtzeitig anvisiert haben. Die Big Player am stationären Markt verfügen bereits über etablierte Onlineshops. Die starken Online-Zuwachsraten der letzten Jahre sind daher besonders auf die verstärkten Aktivitäten seitens der Top 2 am Markt, XXXLutz und IKEA, aber auch der Pure Player wie Amazon und Unito zurückzuführen. Speziell IKEA ist im Online-Möbelhandel mit Abstand am erfolgreichsten und kann sich damit heuer auch erstmals auf den zweiten Platz des gesamten österreichischen Möbelmarktes katapultieren. Es ist daher auch weiterhin mit einer Zunahme der Onlineanteile zu rechnen.

Zwar ist der Möbelhandel ein heiß umkämpfter Markt, doch ist die Kluft zwischen den Marktteilnehmern auch sehr groß. So decken die drei Marktführer (XXXLutz, IKEA und Kika/Leiner) zusammen rund 65,0 % des Umsatzes im österreichischen Möbeleinzelhandel ab. Trotz positiver Prognosen könnte sich die gesamtwirtschaftliche Situation aufgrund noch immer ungewiss verlaufender Pandemie, belasteten Lieferketten und der gewaltigen Preissteigerung schnell verändern und ökonomisch negativ entwickeln, was das Wachstum und den privaten Konsum durchaus bremsen könnte.

www.regiodata.com

Grafik: © Regio Data

Eine charismatische Persönlichkeit

Das Portofino Kochzentrum

Inspiriert von den kräftigen Farben der italienischen Riviera setzen die Geräte der Portofino-Designlinie selbstbewusste Farb-Akzente in jeder Küche.

Mit ihrem enormen Volumen von 115 Litern und EEK A+ zeigen sich die Standherde auf dem modernsten Stand der Technik.

KOCHZENTRUM **CPF9IPYW**

90 cm breit, Multizonen-Induktionskochfeld, 20 Automatikprogramme, Backofen mit 5 Garebenen, Pyrolyse und LCD Display

smeg
tecnologia che arreda

Ein Familienunternehmen seit 1948

Mehr Informationen zur gesamten Designlinie Portofino erhalten Sie bei Ihrem SMEG Verkaufsbeauftragten oder unter:

www.smeg.de

EUROPA MÖBEL JAHRESHAUPTVERSAMMLUNG

Die Zukunft des Einzelhandels

Zur Jahreshauptversammlung am 20. und 21. Mai 2022 begrüßte Europa Möbel seine Handelspartner, inmitten der wunderschönen Salzburger Alpen, im Sporthotel Wagrain.

Auf die Mischung kommt es an

Im Rahmen der zweitägigen Veranstaltung wurde ein hochkarätiges Programm an Fachvorträgen und Produktvorstellungen präsentiert. Der Bogen spannte sich vom digitalen Marketing, vorgestellt von der in Europa marktführenden Agentur im Bereich Virtual Reality Advertising, über Zusatzdienstleistungen, wie der attraktiven Europa Möbel 5-Jahres-Garantie, bis hin zu ressourcenschonenden Logistik- und Montage-Konzepten. Zusätzliche ausgewählte Aussteller rundeten mit der Präsentation ihrer Neuheiten das Programm perfekt ab.

Die Stimmung der Teilnehmer zur aktuellen Europa Möbel Jahreshauptversammlung war sensationell. In entspannter Atmosphäre genossen die Mitglieder das Programm und nutzten die Möglichkeit zur weiteren Vernetzung und zum offenen Erfahrungsaustausch mit Kollegen und Freunden.

Nicht das Anfangen wird belohnt, sondern das Durchhalten

Marc Gassert begeisterte die Teilnehmer mit seinem Impulsvortrag über Ausdauer und Disziplin. Der Kommunikationswissenschaftler und Kampfkunstmeister verbrachte einen Großteil seines Lebens in unterschiedlichen Kulturen auf verschieden Kontinenten und erlernte bei namenhaften Großmeistern die asiatischen Kampfkünste Karate, Taekwondo und Kung Fu. Authentisch vermittelte er den Teilnehmern in seinem lebhaften Vortrag einen unverstellten Blick auf asiatische Weisheiten: tiefgründig, spannend und voller Inspiration. Die klare Botschaft: Jeder kann sein mentales Potenzial entfalten – und in seinem Leben das umsetzen, was er sich vornimmt!

Europa Möbel Gruppe mit 23 % Wachstum

Die EM-Gruppe konnte auch im zweiten Jahr der Pandemie, im Berichtsjahr 2021, ein beachtliches Wachstum erzielen. Das zentralregulierte Einkaufsvolumen konnte insgesamt um 23 Prozent gesteigert werden und liegt damit deutlich über dem Branchendurchschnitt mit einem Plus von 2,8 Prozent. Die Europa Möbel Gruppe setzt mit diesem Ergebnis das erfolgreiche Wachstum im fünfzehnten Jahr in Folge weiter fort!

www.europamoebel.at

Marc Gassert

Foto: TAO Communication

made in Germany

ritterwerk entwickelt und fertigt Haushaltsgeräte, die den Küchenalltag erleichtern
und Freude am Kochen bringen - und das schon seit über 115 Jahren.

ritter
made in Germany

www.ritterwerk.de

Become a PIZZA LEGEND

MaestroPizza-Backofen - der Backofen mit professioneller Pizza-Funktion

340°C

Perfekte Pizzatemperatur für beste Ergebnisse

Pyrolyse Selbstreinigungs-system

Professionelles Zubehör: Pizzastein & Heber für knusprige Ergebnisse

Jetzt bei Ihrem Fachhändler!

TEKA

BOSCH CONCEPT PARTNER

Die Pfeile zeigen nach oben

In Großarl (Sbg.) trafen sich die Bosch Concept Partner Ende Juni zur diesjährigen Generalversammlung. KR Ing. Hubert Kastinger (Vorsitzender) konnte über 200 Mitglieder im Hotel „Das Edelweiß“ begrüßen.

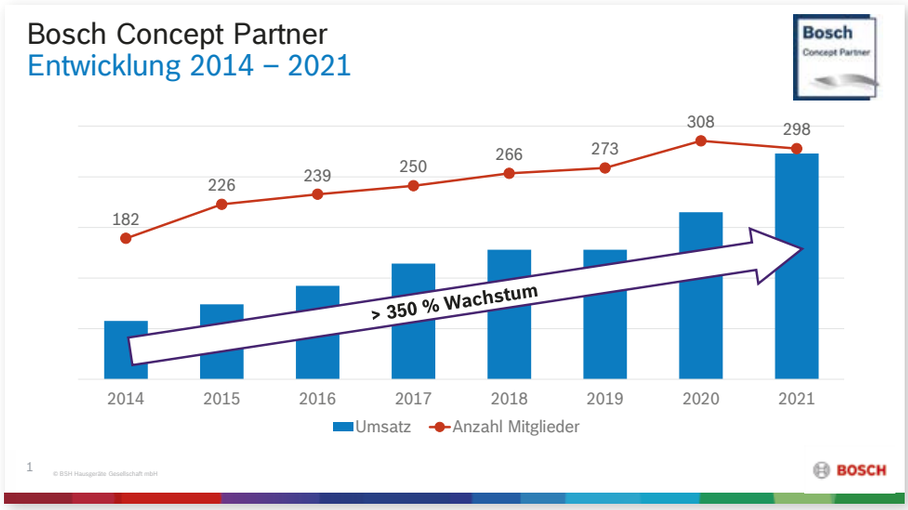
Die Veranstaltung dauerte zwei Tage (25./26.06.) und umfasste neben der eigentlichen Generalversammlung vier Produktschulungsworkshops. Seit zehn Jahren arbeiten die Concept Partner mit der eigens für sie kreierten Bosch Linie accent/line. Die accent/line macht bei den Bosch Concept Partnern mittlerweile rund 70 Prozent ihres Geräteumsatzes aus. Sie ist geprägt durch eigenes Design und bei Bosch führt man den Erfolg auf die ansprechenden und laufenden Innovationen zurück. Für diesen Herbst sind weitere Neuheiten geplant. Ein Vortrag der Muttrainerin Edith Karl und ein Galadiner bildeten das Rahmenprogramm des Meetings.

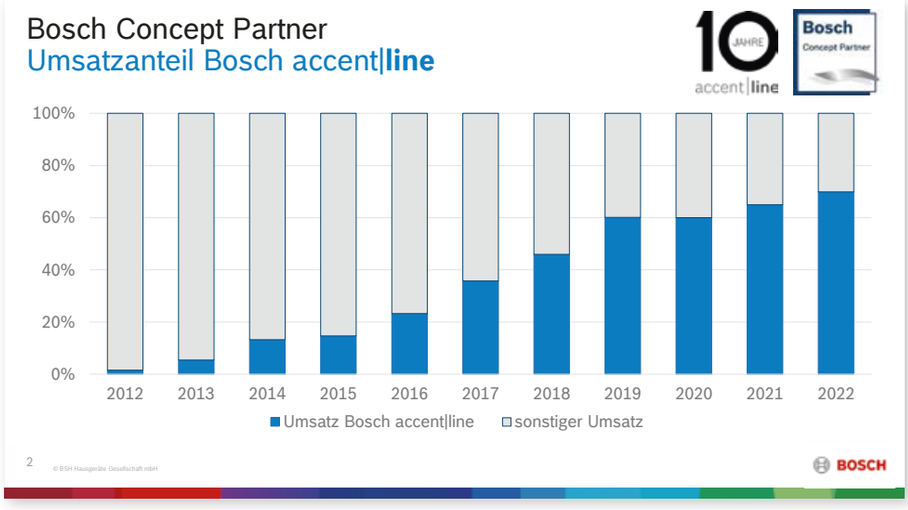
Vorsitzender KR Ing. Hubert Kastinger

Bei den Bosch Concept Partnern zeigen alle Pfeile nach oben *(siehe Grafiken)*. Der leichte Rückgang bei den Mitgliedern ist darauf zurückzuführen, dass gewisse Anforderungen an die Mitglieder gestellt werden und nicht alle diese erfüllen. Aktuell zählen die Concept Partner 298 Mitglieder und sind damit in Österreich die größte Vereinigung dieser Art. Ing. Hubert Kastinger fasste in seiner Ansprache kurz die Aktivitäten der letzten Monate zusammen: Der Verein hat ein eigenes Kochbuch als Give-away für die Mitglieder entwickelt und dieses werde sehr gut angenommen. Die erste Auflage, rund 3.000 Stück, sei mehr oder weniger ausverkauft. Ein Nachdruck werde angedacht. Der eigene Newsletter wurde aktiviert und einzelne Marketingaktivitäten kurbelten zusätzlich die Geschäfte an. Mittlerweile verfügt der Verein über eine eigene UID-Nummer und ist somit vorsteuerabzugsberechtigt. Für die nahe Zukunft ist die Anstellung von einem oder zwei Profiköche:innen im Verein vorgesehen. Für Kochvorführungen bzw. Hausmessen habe man dann entsprechende Fachleute unkompliziert zur Hand, erklärte Kastinger.

Was auf die Branche zukommt

Als Bundesobmann des Einrichtungsfachhandels sprach Ing. Kastinger auch kommende Verordnungen und Gesetze an, die auf den Einrichtungsfachhandel zukommen oder zukommen könnten. Zum Beispiel die zukünftige Preisauszeichnung: Werden etwa 55 % Rabatt angeboten, dann muss der reale Preis mindestens 30 Tage vorher nachweislich gegolten haben. Auch auf das Thema Nachhaltigkeit wies Kastinger hin und auf den von der Bundeswirtschaftskammer dazu erstellten Leitfaden. „Die kleinen Dinge machen es aus und wir müssen hier Vorbildwirkung zeigen“,





Fotos: wohninsider, Grafiken: Bosch

sagte Kastinger. Schwierig werde es, den von der EU in Arbeit befindlichen digitalen Produktpass umzusetzen. Dabei soll mehr oder weniger die gesamte Wertschöpfungskette eines Produktes dokumentiert werden und das in allen Einzelteilen. Weiters soll in einer sogenannten Entwaldungsverordnung nachgewiesen werden, wo der Baum stand aus dem das bestimmte Möbelstück gebaut wurde. Problematisch werden auch die kommenden KV-Verhandlungen im Handel werden. Kastinger schätzt, dass in etwa bei 8 Prozent (berechnet von der Durchschnittsinflation) abgeschlossen werden wird. Kastinger: „Das wird viele kleine Betriebe hart treffen und richtig weh tun!“

Heinz Schedlbauer bedankte sich bei den Bosch Concept Partnern für die zehnjährige Erfolgsgeschichte. Die Bosch-Spitze, v.l.: Vertriebsleitung Heinz Schedlbauer, Geschäftsführung Stefan Regel und Ulrike Pesta.

Die aktuelle Situation

Generell betonte Kastinger aber, dass in der Pandemie die Einrichtungsbranche profitierte: „Wir zählen zu den Gewinnern. Wir, die kleinen und mittleren Fachhändler und nicht die Großen!“ Zurzeit sieht er aber in der Branche einen leichten Rückgang und man werde sich wieder auf das Niveau von 2019 hin bewegen. Seine Empfehlung für die Praxis: „Unbedingt die Liquidität aufrecht erhalten!“ Einen dringenden Appell richtete der Vorsitzende zum Schluss an die Mitglieder in Richtung Lehrlingsausbildung und Fachpersonal: „Nehmt Lehrlinge in eure Betriebe und bildet sie aus. Wir brauchen jede Fachkraft. Schickt Leute nach Kuchl in die Interior Design School und gebt ihnen auch in einem zweiten Bildungsweg über die Akademie in Kuchl die Möglichkeit einer Weiterbildung. Gute Fachkräfte werden immer wichtiger.“

www.boschconceptpartner.at

AUSSCHUSSSITZUNG EINRICHTUNGSFACHHANDEL

Es wird ruhiger in den Geschäften

In der Wachau im Schloss Luberegg (Emmersdorf) traf sich der Fachausschuss des Einrichtungsfachhandels Ende Mai.

Die Sitzung startete mit einem Bericht der Referenten zur aktuellen Situation am Markt:

Gremialvorsteher KR Ing. Hubert Kastinger berichtete, dass das Jahr bis März bezüglich Auftragslage in der Einrichtungsbranche gut begonnen habe, dass allerdings seit Ende März die Kundenfrequenz in den Geschäften abnehme. Dies bekomme er auch von Vertretern der Großfläche bestätigt. Die Küchenbranche sei im letzten Jahr um 11 Prozent gewachsen, allerdings seien hier Vorkäufe inkludiert. Kastinger gehe von einem ruhigen Sommer aus.

Meicl Wittenhagen (Steiermark):
Bei Teppichen sehe Wittenhagen Probleme in den Knüpfländern. Die Auswirkungen der Ukraine-Krise spüre man deutlich bei den Energiepreisen und es wirke sich auch auf die Baubranche aus. Es gebe weniger Neuaufträge.

Roman Eberharter (Tirol):
Der Fremdenverkehr befinde sich im Aufwind und in der Hotelerie gebe es entsprechenden Aufschwung.

Harald Künzle (Vorarlberg):
Die Bauträger haben seiner Ansicht nach noch gut zu tun und es kommen wieder vermehrt Kunden aus der Schweiz und Liechtenstein seit die Grenzen wieder offen sind. In Vorarlberg erwartet man eher weiteres Wachstum und spürt das auch bezüglich Neuanfragen.

Omar Besim (Orientteppichhandel):
Für Besim lief alles perfekt, bis zur Ukraine Krise. Hohe Kosten, Unsicherheit und weitere Verunsicherung durch die Medien dämpfen aber aktuell die Kauflust der Konsumenten.

Daniel Moser (Wien):
Laut Moser haben die Konsumenten andere Priorisierungen (Urlaub, Reisen...). Mit Hinweis auf die Tullner Messe sprach er von regem Besuch, dies habe sich jedoch nicht in Aufträgen widergespiegelt. Die Konsumenten seien wegen der Ukraine-Krise besorgt.

Christian Huainigg (Kärnten):
Huainigg bestätigte die Aussage Kastingers bezüglich Frequenzrückgang. Beim Hausbau sei es schwierig Handwerker, Angebote und Finanzierungen zu bekommen. Im oberen Preissegment sei die Auftragslage noch gut, der Objektbereich sei schwierig und der Sommer scheint schwer zu werden.

Manfred Arnauer (Niederösterreich):
Termine werden abgesagt, das sei auch schon während der Pandemie gewesen und es sei schwer (auch schon während der Pandemie) wieder anzuknüpfen. Konsumenten schließen wegen Kostensteigerungen nicht ab, für die Sommerferien sei aber genug Arbeit vorhanden.

Josef Gloss (Niederösterreich):
Die Überhitzung sei vorbei. Aktuell gebe es aber genug Aufträge und viele Angebote. Im öffentlichen Bereich (z.B. Kindergärten) sei die Lage gut, Private trauen sich aktuell oft nicht zu bauen, viele Artikel seien vergriffen.

Ludwig Krenn (Niederösterreich):
Trotz vieler fertiggestellter Wohnungen, fehlen Aufträge zur Einrichtung. Vermutung: Viele Investwohnungen, die nicht bezogen werden. Projektplanung laufe gut.

Barbara Eckereder Oberösterreich:
Eine Prognose sei schwierig – einerseits junge Leute, die sich nicht trauen zu bauen, andererseits kaufen andere unverändert gut ein. Ukraine hat sich anders auf's Gemüt ausgewirkt als die Pandemie. Eckereder glaubt, dass der Sektor Einrichtung eher stabil sei.

Gerald Gurdet (Burgenland):
Im Burgenland ist man gut ausgelastet. Die Großfläche sei rückgängig, Genossenschaften ziehen teilweise Aufträge zurück.

Andreas Packy (Oberösterreich):
Packy merke einen Rückgang bei Wohnaccessoires, die Auftragslage sonst sei noch gut.

Johann Klein (Wien):
Zur Zeit habe man noch eine gute Auslastung, da ein langer Vorlauf mit Lieferung besteht. Problematisch sieht Klein die negative Berichterstattung in den Zeitungen, wo die Wirtschaft gebremst werde. Die Mittelschicht sei großteils weggebrochen. Klein macht sich aber um die Branche keine Sorgen, da es immer Leute geben wird, die sich schön einrichten wollen. Eher schwierig sieht er die Situation für die Großfläche.

Bezüglich FENA teilte Roman Eberharter mit, dass es viele Branchenthemen gebe, bei welchen eine Interessensvertretung auf europäischer Ebene wichtiger denn je sei. Argumente der Branche können durch den Branchenausgleich innerhalb der WKO nicht direkt eingemeldet werden. Laut Eberharter sei die FENA auf einem guten Weg

Foto: wohninsider, Grafiken: WKÖ

www.wohninsider.at
» Ihr direkter Draht in die Einrichtungsbranche

☑ **Tägliche TOP-NEWS** aus und für die Branche
☑ Die aktuelle **PRINTAUSGABE** immer und überall **als eBook** lesen
☑ **NEWSLETTER:** Wöchentlich an rund 4.200 digitale Abonnenten aus der Einrichtungsszene.
Gleich anmelden unter: www.wohninsider.at/anmeldung/newsletter.html

und Deutschland habe Interesse ihn zu unterstützen. Der Fahrplan der FENA stehe. Der Fachausschuss beschloss eine befristete Verlängerung der Mitgliedschaft.

Ausbildung

Bei einer Lehrlingsbefragung in Niederösterreich kam zu tage, dass die Entscheidung zu einer Lehre hauptsächlich von den Eltern und durch Informationen der Betriebe beeinflusst wird.

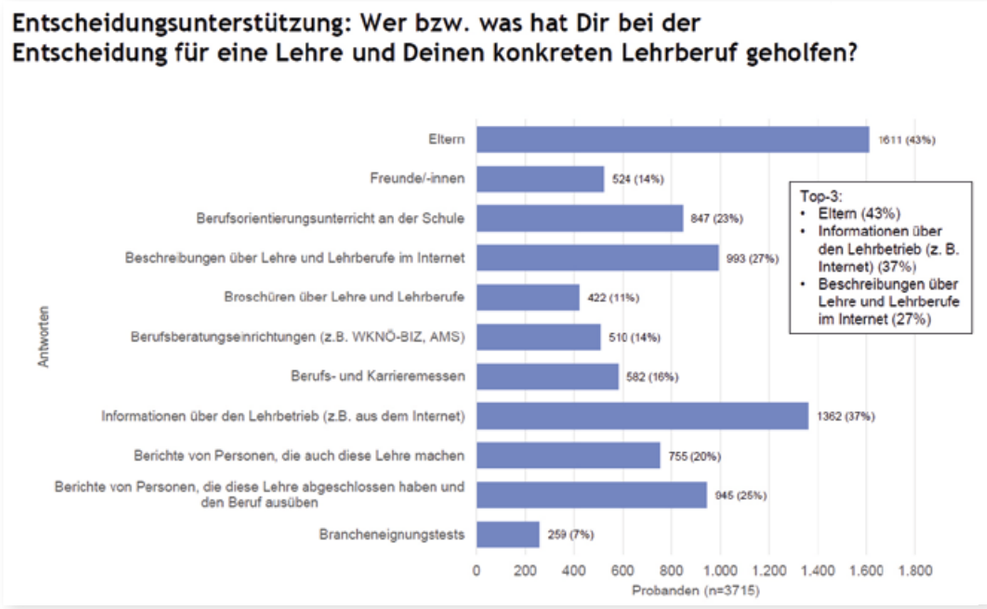
EBS Kuchl:

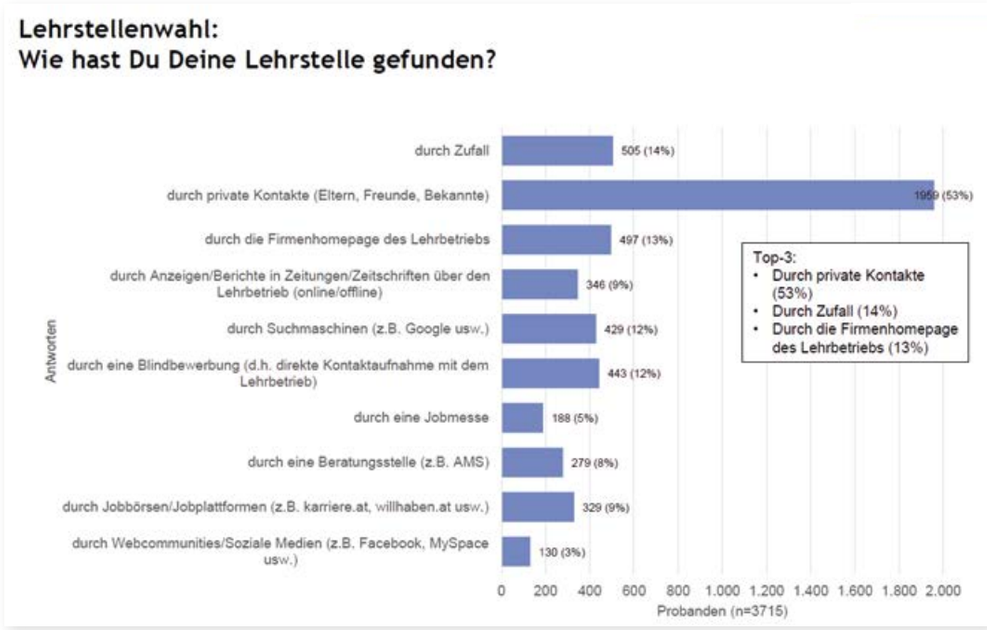
Barbara Eckereder berichtete über erfreuliche Schülerzahlen in Kuchl – 30 Schüler:innen in einjähriger Ausbildung und ebenfalls 30 Schüler:innen in der Akademie. Die Weiterführung der Schule dürfte aufgrund des Fachkräftemangels und der Verantwortung für die Ausbildung der eigenen Fachkräfte keine Frage sein. Da die Finanzierung bis 2025 beschlossen ist, soll rechtzeitig für 2026 ein Budget erstellt werden. Sobald das Standortproblem der Schule gelöst ist, kann realistisch kalkuliert werden.

Vorgestellt wurden Georgi Tenev, ein neuer Referent des Bundesgremiums sowie Christian Huainigg, der Erwin Taurer in Kärnten nachfolgt. Als Stellvertreter für Gremialobmann Hubert Kastinger wurden Meicl Wittenhagen und Josef Gloss einstimmig gewählt.

Die nächste Fachausschusssitzung ist für 17. und 18.10.2022 geplant.

www.wko.at





Auszüge aus der Lehrlingsbefragung in Niederösterreich der WKO NÖ (Datenbasis 2021, Dr. Angerer Marketing Research & Consulting).

Im Rahmen der Sitzung wurden der ehemalige Bundesgremialobmann KR Ing. Wolfgang Krejcik (l.) und der ehemalige Bundesgremialgeschäftsführer Dr. Manfred Kandelhart (r.) vom Bundesgremialobmann des Elektro- und Einrichtungsfachhandels KR J. Robert Pfarrwaller verabschiedet.

MHK

Endlich wieder TV-Werbung

Bühne frei für das rote Dreieck. Seit Ende April wird wieder für Küche, Planung und Lifestyle aus der professionellen Hand der MHK Küchenspezialisten in ORF 1 und 2, Servus TV, Puls 4, Sat1 Österreich und Pro 7 Austria geworben. Im Fokus: Die beste Beratung.

Für Günter Schwarzlmüller, Geschäftsführer MHK Österreich ist klar: „Das rote Dreieck ist bei Kücheninteressierten schon heute das Qualitätssiegel für Top Beratung. Mit der aktuellen TV-Kampagne wollen wir die MHK Küchenspezialisten noch bekannter machen." Zudem ist auch die Botschaft eindeutig: „Die beste Beratung gibt es bei den Küchenspezialisten von MHK!"

In Kooperation mit ewe

Zum Startschuss Ende April holte man sich mit ewe auch gleich einen zugkräftigen Kooperationspartner an die Seite. Silvia Rieschl, Kommunikationschefin von MHK Österreich, erläutert: „Flankiert wird die TV-Werbung durch eine gezielte Onlinekampagne auf Facebook, LinkedIn und Instagram." Auch hier ist die Richtung klar: Awareness schaffen steht im Fokus.

Neue Website für B2B und B2C

Um das Bild komplett zu machen, wurde zudem die Website komplett neu aufgesetzt. Das Besondere: Sie ist sowohl B2C- als auch als B2B-Kanal. Was nach einem Spagat klingt, haben die Salzburger clever gelöst: „Die Homepage soll natürlich erst einmal Kücheninteressierte abholen. Deshalb bildet sie mit den drei Menüpunkten Kücheninspiration, Planung und Umsetzung sowie Händlersuche die komplette Customer Journey ab", so Rieschl weiter. Ein Blog mit spannenden Hintergrundinfos sowie Tipps und Tricks rund um die Küche ergänzt den Auftritt. Mit einem Klick auf das markante rote Dreieck am rechten oberen Rand wird die Seite schließlich zur Plattform für interessierte Unternehmer und bietet einen umfassenden Überblick über die Leistungen und Vermarktungskonzepte von MHK Österreich. Wichtig war dabei, potentiellen neuen Handelspartnern den Mehrwert einer Partnerschaft mit MHK Österreich aufzuzeigen.

Lage gut, der Weg ist vorgezeichnet

Was jetzt schon klar ist, die Handelspartner stehen hinter den Neuerungen, die Resonanz war durchwegs positiv. Und Schwarzmüller ergänzt: „Aktuell sind die Auftragsbücher unserer Anschlusshäuser gut gefüllt, doch vor der sich eintrübenden Wirtschaftslage, die ganz Europa betrifft, ist es wichtiger denn je, frühzeitig für eine hohe Bekanntheit und Akzeptanz in den Zielgruppen und damit für nachhaltige Frequenz in den Fachgeschäften unserer Partner vor Ort zu sorgen."

ww.mhk-kuechenspezialist.at

Fotos: MHK

Der neue Auftritt zieht sich durch wie ein rotes Dreieck … vom Webauftritt bis zur TV-Präsenz.

ALL-IN

PERFEKTER GENUSS, OHNE UNTERBRECHUNGEN

MIT ALL-IN IN EINEN ENTSPANNTEN KÜCHENALLTAG

Verwandeln Sie Ihre Spüle in einen stilvollen und spielerischen Arbeitsplatz. ALL-IN ist ein flexibles System für die Zubereitung von Speisen, welches mehr Dynamik in Ihre Küche und Ihr Leben bringt.

Das flexible Zubehörsystem ALL-IN für jede Küchenspüle* wurde entwickelt, um Zeit und Platz zu sparen und ermöglicht es Ihnen, Ihren Arbeitsbereich perfekt auf Ihre Bedürfnisse abzustimmen. So ist es noch einfacher, nahtlos zwischen verschiedenen Aufgaben zu wechseln.

Erfahren Sie mehr unter: www.franke.at/all-in

Kitchen Innovation Award 2022
BEST OF THE BEST
Category: Kitchen equipment
CONSUMERS' CHOICE
✓ Functionality
✓ Innovation
✓ Product benefit
✓ Design
✓ Ergonomics
kitcheninnovationaward.de

reddot winner 2022

*bei einer Beckengröße bis zu 540 mm

FRANKE

KOMMENTAR

von Gerhard Habliczek, Herausgeber wohninsider

Die Branche boomt(e)

Man braucht nicht um den heißen Brei herumzureden, die Einrichtungsbranche gehörte in den letzten zwei Jahren 2020 und 2021 klar zu den wirtschaftlichen Gewinnern in der Pandemie. Mehr oder weniger wurden in allen Möbelsegmenten starke Zuwächse verzeichnet. Branchenkenner prognostizieren aber, dass es nicht so weitergeht.

Das Jahr 2021 sprengte in der Küchenbranche in Österreich alle Rekorde. Noch nie wurden so viele Küchen verkauft, laut BRANCHENRADAR.com 210.000. Im Schnitt waren es in den Jahren davor immer so um die 180.000 (mehr oder weniger). 2021 erzielte man jetzt eine Steigerung von 11,6 %. Also durchaus ein stolzer Wert. Natürlich profitierte dabei auch das Umfeld der Küchenmöbel – Küchenarbeitsplatten, Küchenspülen, Küchenarmaturen und die Weißware *(siehe Tabelle)*.

Speziell am Umfeld der Küchenmöbel misst sich immer stärker der Wert einer Küche. Immer mehr Küchen sind mit hochwertigen Arbeitsplatten ausgestattet, wobei hier vor allem Naturstein immer beliebter wird. Ein ähnliches Bild zeigt sich auch bei Spülen und Armaturen. Hochwert gewinnt. Mag. Kreutzer (BRANCHENRADAR.com) zum wohninsider: „Was die Möbelhersteller scheinbar nicht verstehen ist, dass jene Komponenten einer Küche, die man früher 'mitgeliefert' hat, ihnen nun den Rang ablaufen." Diese Entwicklung merkt man auch in den Studios. Die Fachberater haben die Umsatzmöglichkeiten zu den Möbeln erkannt, die Ausstellungen werden exklusiver bestückt und genau in diesem Bereich kann man sich mit ausgewählten Sortimenten vom Mitbewerb differenzieren.

Auch bei unseren Nachbarn funktioniert (nicht nur) die Küchenszene: Nahezu alle Sparten verzeichneten von Januar bis März dieses Jahres zweistellige Umsatzzuwächse. Kräftig zulegen konnten die Produzenten von Küchenmöbeln (plus 16,8 Prozent). Aber auch die Polstermöbel (plus 20,8 Prozent) sowie Büro- und Ladenmöbel (plus 12,2 Prozent). Bei den sonstigen Möbeln, zu denen auch die Wohn-, Ess- und Schlafzimmermöbel gezählt werden, gelang ein Umsatzanstieg von 19,3 Prozent. Für den Monat März 2022 ermittelte die amtliche Statistik für die deutsche Möbelindustrie einen Umsatz von 1,8 Milliarden Euro und damit ein Plus von 17,3 Prozent gegenüber dem Vorjahr.

Auch der Auftragseingang liege derzeit immer noch über dem Vorjahresniveau, habe sich aber im Jahresverlauf abgeschwächt, heißt es aus Deutschland. Die Rahmenbedingungen für das zweite Halbjahr werden als herausfordernd bezeichnet: „Neben den Auswirkungen der Pandemie und des Ukraine-Kriegs auf Lieferketten, Material- und Energiepreise und Logistik sorgen Inflationsängste und das abgeschwächte Konsumklima für Unsicherheit," sagt Jan Kurth, Geschäftsführer der deutschen Möbelverbände (VDM/VHK). Und das dürfte auch bei uns so kommen.

gh@wohninsider.at

KÜCHEN | Österreich

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

Quellen:
BRANCHENRADAR Küchenmöbel in Österreich 2022
BRANCHENRADAR Küchenarbeitsplatten in Österreich 2022
BRANCHENRADAR Küchenspülen in Österreich 2022

Grafik: BRANCHENRADAR

NOLTE KÜCHEN

nolteneo überzeugt Messebesucher in Mailand

Eine 500 Quadratmeter große Fläche, die nicht nur Küchen zeigte, sondern in neun verschiedenen Planungen auch angrenzende Räume einbezog: Der Auftritt von Nolte Küchen auf der EuroCucina legte den Fokus auf Wohnlichkeit.

Unzählige Besucher strömten im Juni auf den Stand in Halle 9, um sich von den Innovationen inspirieren zu lassen. Die Lust auf Messe und persönlichen Austausch nach der langen Pandemiepause war groß. Ebenso wie der Erfolg der Ausstattungslinie nolteneo, die hier in beeindruckender Weise inszeniert wurde.

Wer auf der EuroCucina die Präsentation moderner, wohnlicher Küchen erwartete, war bei Nolte Küchen genau richtig. Gezeigt wurden nicht nur Planungen aus dem Kernsortiment, sondern auch das exklusive Designkonzept von nolteneo. So können Planungen aufgewertet werden um im hochwertigen Bereich äußerst flexibel agieren zu können. Die Kombination von Eleganz und Vielseitigkeit, die sich nahtlos an das Kernsortiment anschließt und für ein hohes Maß an Individualität sorgt, eröffnet neue Wege im Verkauf.

Alles aus einer Hand

Beides – das Kernsortiment wie die neu konzipierte Ausstattungslinie – kam bei den Besuchern sehr gut an. Dabei wurde auch immer wieder das Standkonzept selbst hervorgehoben, wie Geschäftsführer Eckhard Wefing berichtet: „Wir haben nicht einfach nur Küche an Küche präsentiert, sondern immer auch den Übergang in den Wohnbereich aufgezeigt. So wurde schnell klar: Nolte Küchen kann mehr als Küchen. Spätestens beim Hauswirtschaftsraum, dem Ankleidezimmer und dem sich daran anschließenden Bad von Nolte SPA war unseren Gästen bewusst: Hier bekommt man alles aus einer Hand. Dieser ganzheitliche Ansatz und die authentische und zugleich stilvolle Präsentation haben dafür gesorgt, dass unser Stand während der gesamten Messe sehr gut besucht war und aus allen Bereichen positives Feedback kam."

Messe hat sich gelohnt

Das internationale Publikum, der große Zustrom, der Erfolg des schlüssig aufeinander aufbauenden Sortiments – bei Nolte Küchen ist man mehr als zufrieden mit dem Auftritt in Mailand. Schon jetzt steht fest: Nach vierjähriger Pause hat sich die EuroCucina absolut gelohnt.

www.nolte-kuechen.de

Fotos: Nolte Küchen

BALLERINA-KÜCHEN

Die Familien-Küche mit dem Familien-Funktionsraum

Ein Durchgangsraum von der Garage zur Küche erweist sich im Alltag als überaus praktisch.

Schmutzige Pfoten und Gummistiefel bleiben draußen. Der Raum ist vom Boden bis zur Decke mit Ideen und Komfort ausgestattet: Waschmaschine und Wäschetrockner auf bequemer Bedienhöhe. Gleich darunter erleichtern stabile Tischauszüge die Wäschepflege.

Der Wäscheschrank mit den Wäschekörben für schmutzige sowie saubere Wäsche. In den deckenhohen Schränken ist Platz für Wasch- und Reinigungsmittel, für Staubsauger, Bügelbrett und die vielen Vorräte eines Familienhaushalts. Mit dem durchdachten Recyclingzentrum ist die Abfalltrennung kinderleicht. Der gut sortierte Werkzeugschrank lässt das Herz von Heimwerkern höher schlagen.

Weitere Funktionselemente sind der Schuhschrank, der Getränkekistenschrank sowie die Koffernischen. Herausnehmbare Türregalkörbe und stabile Innenorganisationen sorgen dafür, dass der zur Verfügung stehende Platz voll ausgenutzt wird.

Natürlich sind Küche und Familien-Funktionsraum im Design aufeinander abgestimmt – in der pflegeleichten Oberfläche Titansteel kombiniert mit Diamond Oak. Die Durchgangstür von der Küche in den Funktionsraum ist nicht sichtbar in die Hochschrankwand integriert. Die Küche ist groß und dient der Familie als Kommunikationsmittelpunkt. Ihren besonderen Designausdruck erhält Sie durch den Einsatz der Glas-Designfronten der Glasrückwand von RITZENHOFF im Glasdesign des Jahres 2022 von Sabine Röhse, das im eleganten Tupfendesign in Pudertönen Akzente setzt.

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

Fotos: Ballerina-Küchen

BAUMANN GROUP: BAUFORMAT

Der sichere Weg zum Küchendesign

Eine hochwertige Einbauküche, perfekt geplant bis ins Detail. Für Designliebhaber ein Traum. Für Planer oft auch eine Herausforderung. Was passt zusammen? In welcher Liste steht das nochmal, und wo kann ich mich über die vielen Gestaltungsmöglichkeiten informieren?

Das exklusive Programm TreeTime.

Die Lösung: ein Sortiment, ein Handbuch, eine Familie. Als Teil der kitchen family unter dem Dach der baumann group bietet BAUFORMAT Fachhändlern gehobenes Design mit vielen reizvollen Komponenten, die sich individuell kombinieren lassen. Wir zeigen Ihnen drei Highlights und Wege, sich die Planung ein bisschen leichter zu machen.

BAUFORMAT steht für elegante Küchen „Made in Germany", ist berühmt für seine Lackkompetenz und macht Furore mit ausgefallenen Fronten. ENIGMA zum Beispiel. In Handarbeit verbinden sich hier Glas und Lack zu Unikaten, die Herzen von Kunden aus aller Welt höherschlagen lassen. Zuletzt sorgte GLASGOW für Aufsehen. Mit einer antibakteriellen, kratzfesten Oberfläche aus Acrylglas ist die Front 10 Mal bruchfester und 50 % leichter im Vergleich zu echtem Glas. Designliebhaber greifen dafür auch gerne tiefer in die Tasche. Doch sollte die Planung einer Traumküche nicht zum Albtraum werden.

6 x 6 mit TreeTime

Je einfacher, desto besser. Deshalb gliederte das Unternehmen auch das exklusive Programm TreeTime vor zwei Jahren kurzerhand ins Standardsortiment ein. Sechs verschiedene Fronten gibt es hier. Sie zeigen Holz von seiner besten Seite und setzen dabei optisch wie ökologisch ein nachhaltiges Statement.

TreeTime glänzt mit sechs starken Furnieren und verschiedenen Maserungen. Das Naturmaterial macht jede Front einzigartig. Doch es kommt noch besser: Sechs Farben stehen zur Wahl. Somit gibt es nicht weniger als 36 Möglichkeiten der individuellen Oberflächengestaltung, die immer wieder anders, aber jedes Mal stimmig ist. Als Teil des

Fotos: BAUFORMAT

Standardsortiments lassen sich die charakterstarken Furnierfronten leicht mit anderen Oberflächen kombinieren. Ein mattes Finish steht dabei derzeit hoch im Kurs. Und für die Planung haben BAUFORMAT-Partner ein Ass im Ärmel: ein ganz einfach zu handhabendes Farbkonzept.

Der Kompass für seidenmatte Oberflächen

Je nach Material stehen bis zu 13 Farben zur Wahl. Die Palette umfasst kühle und warme Töne. Budgetorientierte können mit einer robusten Melaminharzfront in Preisgruppe 1 aus dem Vollen schöpfen. Als Alternativen gibt es in Preisgruppe 4 eine wertige HPL-Schichtstofffront oder aber diverse Optionen für mattlackierte Oberflächen in Preisgruppe 5. So ist für jeden etwas dabei – und alles macht mit Holz, aber auch mit Keramik, Glas oder Stein eine gute Figur. Damit jede Planung einfach perfekt ist, zeigt das seidenmatte Farbkonzept Möglichkeiten für treffsichere Kombinationen auf. Mit der Übersicht bekommen Planer einen Kompass an die Hand, mit dem sie sicher durch die vielen Gestaltungsmöglichkeiten navigieren und das Umfeld im Handumdrehen anpassen können. Wangen, Sichtseiten, Sockel oder Regale: Jeder Winkel wird berücksichtigt.

Varianten für die Griffloslösküche

Zu den abgestimmten Details gehören bei BAUFORMAT deshalb auch Griffleisten.

CP 35 – Preisgekrönt mit dem BMK-Innovationspreis 2019.

Es gibt in der baumann adacemy jede Menge Schulungen, und zwar nicht nur in Präsenz, sondern auch online.

Ob Ton in Ton oder als attraktiver Kontrast: Eine kleine Variation mit großer Wirkung ist schnell umgesetzt. Passend zum Farbkompass steht eine seidenmatte Palette zur Verfügung, plus Edelstahl- und Messingoptik. Das Ganze ist anwendbar auf die Modelle CP und CP ONE – die Cucina Purista, eine Küche von purer Eleganz.

Bei CP gibt es zwei waagerechte Griffprofile, bei CP ONE nur eines, direkt unter der Arbeitsplatte. Die Profile können auch mit Licht ausgestattet werden. Die LED-Beleuchtung ist dann fest integriert, nicht bloß eingeklebt, und kann nach Belieben heller oder dunkler, kalt oder warm variiert werden.

Bei CP ONE sind die Auszüge in der zweiten Reihe serienmäßig mit TIP-ON ausgestattet. Dabei handelt es sich um eine mechanische Öffnungsunterstützung. TIP-ON ist die dritte Variante bei den Grifflosküchen.

CP 35 macht die Reihe komplett. Hier ist die Front im 35°-Winkel abgeschrägt. Die Schnittkante ist mit einer Griffleiste aus gebürstetem Edelstahl versehen und schließt bündig mit der Vorderkante des Schrankes ab. So scheint sie optisch mit dem Korpus zu verschmelzen. Dieses Design ist sogar preisgekrönt!

Schulungen in der baumann academy

Wer tiefer in die Materie eintauchen möchte, kann sich freuen: Es gibt zum Thema Grifflosküchen einen eigenen Workshop der baumann academy. Denn natürlich lässt die kitchen family niemanden mit dem Verkaufshandbuch allein im Regen stehen. Es gibt jede Menge Schulungen, und zwar nicht nur in Präsenz, sondern auch online. Das umfangreiche digitale Angebot umfasst terminlich flexible Online-Kurse, kompakte Live-Vorträge und mehrstündige Live-Workshops mit vorab versendeten Lernmaterialien. Für jeden abgeschlossenen Kurs in der persönlichen Lernwelt erhalten die Teilnehmer Punkte. Ab einer gewissen Anzahl qualifizieren sie sich damit zum Beispiel für den Status als zertifizierter BAUFORMAT expert.

Das ganze Bild zur Hausmesse

Neugierig geworden? Dann empfehlen wir einen Besuch der Hausmesse, die vom 16. bis 23. September unter dem Motto „Bleibt alles anders!“ im alten Rittergut Haus Beck in Löhne stattfindet. Hier können Sie auch Ihren persönlichen Ansprechpartner kennenlernen, denn die kitchen family legt großen Wert auf den direkten, unkomplizierten Kontakt. Auf der Messe finden Sie übrigens auch die weiteren Marken der baumann group. Da ist zum einen burger mit Küchen im mittleren Preissegment – ideal für junge Paare und Familien, die sich ihr Nest bauen. Die E-Geräte der Hausmarke BURG passen hier perfekt. Badea liefert die Bäder und stellt 2022 eine neue Kollektion vor. Es gibt also viel zu sehen!

Bitte registrieren Sie sich vorab unter *https://hausmesse.bauformat.de/2022/de/* für Ihren Besuch. Die Messe ist täglich von 9 bis 19 Uhr für Rundgänge geöffnet. Ab 18 Uhr sind reine Bistro-Termine buchbar, die ein lockeres Beisammensein bis 22 Uhr ermöglichen. Die kitchen family freut sich auf Sie!

www.bauformat.de

HÄCKER KÜCHEN IN MAILAND

Produkt-Highlights im Vordergrund

Nach pandemiebedingten Verschiebungen stellte Häcker Küchen auf der EuroCucina aus. Im Fokus standen dabei die Highlights der beiden Produktlinien systemat und concept130. Letztere wurde erst im September 2021 während der Häcker Hausmesse vorgestellt.

Von exklusiver Eleganz bis zur skandinavischen Wohnlichkeit. Beginnend mit concept130 zeigt Häcker, was heutzutage eine leichte und durchgängige Küchenplanung ausmacht. Charakteristisch für die Systemküche, die wie systemat auf dem 130er Raster aufgebaut ist, sind die drei Säulen „Intelligente Vielfalt", „Technik & Design" und „Nachhaltigkeit". Die Durchgängigkeit wird dabei im ganzheitlichen Farbkonzept für Fronten, Korpus und Kehlleiste deutlich. Ausgehend von elf Korpusaußenfarben und der einheitlichen Korpusinnenfarbe Kristallweiß entstehen viele Planungs- und Kombinationsmöglichkeiten. 20 Frontenfamilien mit zahlreichen Farb- und Dekorvarianten bilden facettenreiche Optionen für jeden Geschmack. Optisch eindrucksvoll sind dabei die neuen Selection Farbtöne Eukalyptus, Umbranatur, Ocean und Burgund. Diese sorgen für eine große Behaglichkeit und passen durch einen geringen Grauanteil in der Farbe sehr gut zu individuellen Wohnumfeldern. Die innere Technik mit dem Auszugssystem Metro in der Farbe Platin ist hochwertig und durch den Edelmetall-Look sehr ästhetisch.

Nachhaltigkeit

Ein besonderes Merkmal von systemat und concept130 ist die Nachhaltigkeit. Häcker verwendet Lacke auf Wasserbasis, formaldehydreduzierte Holzwerkstoffe (Firmenbe-

Fotos: Häcker Küchen

zeichnung PURemission) und bei den neuen Frontprogrammen Roma und Ravenna ein Lacklaminat mit hohem Recycling-Anteil. Zudem werden bei Häcker alle Küchen nachweislich klimaneutral produziert und sind zertifiziert wohngesund.

systemat

Mit der Produktlinie systemat zeigt Häcker in Mailand attraktive und hochwertige Küchen für eine anspruchsvolle Kundschaft. Beim Designkorpus können Kunden zwischen den drei Farben Kristallweiß, Lichtgrau und Lavagrau wählen, die zudem außen und innen farbgleich sind. Innerhalb des Sichtseitenkonzeptes präsentiert Häcker dem Fachhandel kostenneutral hochwertige UV matt bzw. hochglänzende Lack Außenseiten in insgesamt 13 Farbausführungen. Apropos Farbe. Häcker bietet zum Herbst 2022 auch Farbkreationen aus dem NCS Natural Colour System®©. Der NCS Index enthält eine umfangreiche Farbmusterkollektion mit über 1950 verschiedenen Farben, die auf dem natürlichen Farbempfinden des Menschen beruhen. Ein Spektrum, das so manch einen Küchentraum zur Wirklichkeit werden lässt. Natürlich gibt es weiterhin das RAL Farbsystem mit seinen 190 Farben.

Mit den drei Korpushöhen 71,5 cm, 78 cm und 84,5 cm bietet Häcker eine rückenschonende Ergonomie mit einem maximalen Grad an Bewegungsfreiheit. Das Interieur der systemat Küchen besteht aus einem edlen Titan-Look und dem Auszugssystem SLD (Slim Line Drawer) mit Unterflurführung und filigraner 8 mm Doppelwand-Zarge aus hochwertigem Stahl.

Insgesamt sahen die Besucher*innen des Häcker Messestands sechs Küchen. Darunter großzügige systemat und konsumige concept130 Planungen. Wer keine Gelegenheit hatte, die Küchen von Häcker in Mailand zu erleben, dem bietet sich im September anlässlich der Husmesse im ostwestfälischen Rödinghausen die nächste Chance.

www.haecker-kuechen.de

Häcker Küchen

Das Traditionsunternehmen Häcker Küchen wurde 1898 als Tischlerei von Hermann Häcker gegründet und von Friedrich Häcker in der nächsten Generation weitergeführt. Der Grundstein für den heutigen wirtschaftlichen Erfolg wurde von seinem Schwiegersohn Horst Finkemeier und seiner Frau Renate im Jahre 1965, durch die Serienfertigung von Küchenmöbeln, gelegt.

Als inhabergeführtes Familienunternehmen produziert Häcker Einbauküchen mit einem hohen Qualitätsstandard und dem Fokus auf Funktion, Design und Technik. Häcker Küchen steht dabei synonym für Zuverlässigkeit, Fairness, Engagement und nachhaltiges Handeln. Gemeinsam mit den Mitarbeitern und Partnern werden innovative Lösungen für die Küchen von morgen entwickelt. Im Zentrum des Handelns steht seit jeher der Kunde. Die Begeisterung für die Arbeit und die Liebe zum Detail sind dabei der Schlüssel, der die Küchen vom weltweiten Markt abhebt. Mit den Produktlinien classic, concept130 und systemat sowie der Marke Blaupunkt für Kücheneinbaugeräte bietet Häcker ein umfangreiches Produktportfolio.

Die Häcker Unternehmenszentrale mit vier Werken ist in Rödinghausen. Ein weiteres Werk befindet sich in Ostercappeln-Venne im Landkreis Osnabrück.

SCHÜLLER MÖBELWERK KG

Das Neue: Die Collection 2022/2023

2022 ist ein besonderes Jahr für next125. Entsprechend des zweijährigen Entwicklungszyklus hat next125 eine Reihe von Produktneuheiten entwickelt. Auf der diesjährigen Eurocucina hatten die Besucher die Möglichkeit die Neuheiten hautnah zu erleben.

Die neuen Produkte repräsentieren die Werte, die next125 als internationale Premiummarke seit jeher prägen: die Symbiose aus ausgezeichnetem Bauhaus-Design, präziser Verarbeitung und hochwertigen Materialien. „next125 steht für kontinuierliche Entwicklung. Es war schön, unsere Innovationen in Mailand erstmals wieder persönlich einem internationalen Publikum zu präsentieren. Denn Qualität „Made in Germany" verbunden mit der Kompetenz des neuen deutschen Designs bietet weltweit nach wie vor großes Potential", so Markus Schüller, Geschäftsführer der Schüller Möbelwerk KG.

Die Collection 2022/2023 präsentiert lösungsorientierte wie sinnstiftende Entwicklungen, die sich nahtlos in die next125 Designphilosophie fügen – ganz nach dem Prinzip „Vielfalt durch Durchgängigkeit". In diesem Jahr hat die Familie der Sideboards Zuwachs bekommen: Glasfronten in Ultragrey sorgen für Coolness. Sorgfältig abgestimmt auf die next125 Vitrine überzeugen die Oberflächen durch zeitlose Eleganz, die durch die dunkle Farbgebung unterstrichen wird. Je nach Geschmack kann das Sideboard zusätzlich mit einer Auflage aus veganem Leder, einem neuen Fußgestell sowie englischen Auszügen – jetzt auch in Walnuss erhältlich – veredelt werden.

Je mehr sich die Küche öffnet und zum Zentrum des Lebens wird, desto vielfältiger sind die Funktionen, die sie übernimmt. Hierfür bietet das Pocketsystem, ein multifunktionaler Schrank mit Einschubtüren, eine passende Lösung. Je nach Bedarf deckt es verschiedene Funktionen ab: ob als zusätzliche Staufläche oder vollausgestattete Büroküche. Ab sofort komplettiert eine umfangreiche Bareinteilung das Angebot. Mit der verspiegelten Rückwand, dem filigranen Frame Nischenregal aus Aluminium und dem beleuchteten Wandsteckbord wird das Pocket so zur eleganten Home-Bar. Für Küche oder Vorratsraum ist für Stand-Weinkühler übrigens auch ein Frontelement mit Ausschnitt erhältlich. So integriert sich das Gerät wohnlich in die Küche.

Farben und Lacke spielen bei next125 schon immer eine große Rolle. Für noch mehr Planungsfreiheit wurde das Colour Concept umfangreich überarbeitet. Die 18 Satin- und Samtmattlacktöne des neuen Konzepts feiern die Kunst der Kombination sowohl innerhalb der drei neuen Farbkategorien – essentiell, elegant, außergewöhnlich – als auch untereinander: den farblichen Gestaltungs- und Kombinationsmöglichkeiten sind nun keine Grenzen mehr gesetzt. Bei den essentiellen Farben sorgt die Planungsoption Griffmuldenprofile, Griffschalen und Arbeitsplatten von Systemo auf die Front abzustimmen für Ruhe im Raum.

Im Bereich der Fronten wird das Spektrum der authentischen Oberflächen um das elegante Ceramicdekor nx950/nx960 Bianco beige sowie die Holzfronten nx660 und nx670 in Rahmen- oder Rillenoptik ergänzt. Liebhaber des Besonderen werden von dem neuen Metallicton Basalt metallic in gleich mehreren Glasausführungen begeistert sein: Mit seinen reflektierenden Effekten sorgt

Fotos: Schüller

er für eine Extraportion Glamour in der Küche.

Das Thema Nachhaltigkeit fand ebenfalls Eingang in die neue Collection. Mit seiner dunklen Farbgebung und reduzierten Formensprache verleiht der Griff OceaniX Plastic nicht nur der Küche eine zeitgemäße Note, sondern ist gleichzeitig ein Beispiel für die innovative Verwertung von Plastikabfällen aus den Meeren. Das verwendete Material wird unter anderem aus alten Fischernetzen gewonnen, die gesammelt und anschließend zu wertvollem Kunststoff recycelt werden: ein kleiner, erster Schritt auf dem Weg zu einer nachhaltigen Kreislaufwirtschaft.

Auch in Sachen Planung und Ergonomie bietet die Collection eine Neuheit. Zusätzlich zu den bestehenden Höhen 75 cm und 87,5 cm sorgt das Maß 81,25 cm ab sofort für noch mehr Freiraum bei der Gestaltung. Erhältlich für Planungen mit Griffmulde (NXL) und für die Kombination aus Griffmulde und TIP-ON (SL) können dadurch noch mehr individuelle Ansprüche und räumliche Gegebenheiten abgebildet werden. Durch das einheitliche Raster der Front bleibt das homogene Erscheinungsbild erhalten.

Wie lässt sich eine Küche zum Schweben bringen? Indem man sie einfach auf ein filigranes Fußgestell „hebt“, auf dem sie ihre volle Wirkung entfalten kann. Die dunkle Farbgebung in Onyxschwarz betont dabei den leichten Charakter der Konstruktion. Dies nimmt der Küche die Schwere, wodurch sie umso minimalistischer und kubischer daherkommt. Bisher erhältlich für die Insel, sorgt die Option mit Füßen nun auch für Eleganz und Leichtigkeit in der Zeile.

www.schueller.de

Mega „cool"

Sorbet, Frozen Yogurt oder klassisches Eis – mit der KitchenAid Speiseeismaschine können unendlich viele Leckereien hergestellt werden. Dank der überarbeiteten Schüssel mit Aluminumkern, die mit der Küchenmaschine kompatibel ist, kann das Lieblingsdessert in weniger als 30 Minuten zubereitet werden. Durch das ständige Rühren mit dem dazugehörigem Antriebsadapter bei optimaler Gefriertemperatur bekommt die Masse eine cremige und fluffige Konsistenz. Dabei ist die Speiseeismaschine ist nicht nur funktional, sondern auch optisch ein Hingucker auf dem Küchentresen.

www.kitchenaid.eu

EYE-CATCHER IN DER KÜCHE

Die Kochgeschirr-Serie Iconic von WMF kombiniert hervorragend Design mit der bestmöglichen Qualität. Eine elegant konische Form, ein ultraflacher Deckel und architektonische Griffe sind die herausragenden Designmerkmale der neuen Serie. Hergestellt aus satiniertem Cromargan®, ist die Serie langlebig, robust und optimal wärmeleitend. Zudem bietet Iconic eine hohe Funktionalität: ergonomisch ausgelegten Hohlgriffen sorgen dafür, dass die Griffe auch bei längerer Kochdauer nicht heiß werden, und jeder Deckel verfügt über eine Dämpföffnung für einen kontrollierten Dampfaustritt.

www.wmf.com

SERIE MIT GLAS UND KARAFFE

Ihre geschwungenen Formen erinnern an antike Amphoren, daher auch der Name AMP. Das Design ist so auf den Punkt gebracht, dass sich die Serie harmonisch in jede gedeckte Tafel, aber auch in jede Schreibtischsituation im Büro einfügt und gleichzeitig die Blicke auf sich zieht. AMP gibt es in zwei verschiedenen Ausführungen: in Klarglas und in einem strahlenden, bernsteingelben Amber-Ton, mit im Glasofen erhitzten Hafenfarben. Wie stets bei den Entwicklungen der Designerin Stefanie Hering wurde auch hier auf die Herstellung in Handarbeit Wert gelegt.

www.heringberlin.com

Zauberhafte Opernnächte

Zauberflöte" von Rosenthal ist ein Operntraum in Porzellan, eine fantasievolle und einzigartige Synthese von Musik und Tischkultur. Das Service „Zauberflöte" besitzt etwas ganz Besonderes, das man auf den ersten Blick gar nicht sieht: einen Dekor auf der Unterseite des Porzellans! Sogar in der weißen Ausführung tragen alle Serviceteile auf der Unterseite den Text des Opernlibrettos der Szene, die im jeweiligen Porzellanrelief gezeigt wird. Geschrieben in Bjørn Wiinblads ornamentaler Handschrift und in Gold dekoriert.

www.rosenthal.de

Fotos: Hersteller

Freiheit Nummer sieben

Mit dem Stabmixer stilo7 Plus schenkt ritter völlig neue Freiheiten in der Küche. Denn die Geräte sind kabellos, der Akku verspricht eine Laufzeit von bis zu 20 Minuten, beim Zerkleinern von rohem Gemüse oder der Herstellung von Teigen ca. bis zu 15 Minuten. Aufbewahrt wird der Stabmixer in der Ladestation – so ist er stets griffbereit und lädt nach jedem Gebrauch automatisch wieder auf. Dank der intelligenten Ladetechnik wird der Akku dabei schonend und langsam aufgeladen, ohne zu überladen. Sollte der Akku doch einmal einen Defekt haben, muss nicht der gesamte Stabmixer entsorgt werden, sondern im Sinne der Nachhaltigkeit kann ein Ersatz-Akku nachbestellt und mit wenigen Handgriffen vom Kunden selbst gewechselt werden.

www.ritterwerk.de

Healthy BBQ for everyone

Gorenje bringt mit dem neuen Elektrogrill TG2000LCB eine extra große Grillfläche (37 x 27 cm) auf den Familientisch. Und dass dabei auch Gesundheitsbewusste auf ihre Rechnung kommen, dafür sorgt ein Fettablauf, der das Fett von der Grillplatte in einem Behälter sammelt. Dieses Feature macht das Grillgut nicht nur gesünder, sondern das Gerät im Anschluss auch einfacher zu reinigen. Die variable Wärmesteuerung sorgt für präzise Kochtemperaturen zwischen 60 und 250 Grad und die spezielle Antihaftbeschichtung verhindert das Anhaften der Lebensmittel an der Grillplatte.

www.gorenje.at

Raffinierte Leichtigkeit

Plissierte Stoffe haben in der Haute Couture Kultstatus, und Michele De Lucchi schmückt seine kleinen Haushaltsgeräte mit eben diesem Kleid. Der Faltenwurf von Plissé kleidet nun ein neues Objekt für den Tisch: die Thermoskanne. Der Krug folgt den prägnanten geometrischen Linien und der sorgfältigen Komposition dieser Serie und vereint technische Anforderungen und Eleganz. Die leichte und einfach zu handhabende Thermoskanne Plissé besticht durch ihre hohe Funktionalität und ergänzt diese mit einer ikonischen und zeitlosen Form.

www.alessi.com

Bye Bye Plastikverpackung

Unverpackte trockene Lebensmittel halten immer mehr Einzug in Supermärkten und lassen sich zero-waste in mitgebrachte Behälter abfüllen, zum Beispiel in die Vorratsdosen von WESCO. Zudem sind sie ein schöner Anblick im Vorratsschrank und schützen die Lebensmittel vor Feuchtigkeit und Schädlingen. Die Modelle lassen sich geschickt in den Schubladen aufbewahren, der durchsichtige Acryl-Deckel gewährt einen sofortigen Einblick von oben. Die Dosen aus pulverbeschichtetem Edelstahl sind stapelbar und in drei Größen erhältlich: 1 Liter, 2,2, Liter und 3 Liter.

www.wesco.de

Weitere Produktanregungen finden Sie auf www.wohninsider.at

Link zu Ambiente und Tischkultur: bit.ly/2v4f064

Link zu Elektrokleingeräte: bit.ly/3u2KyZ0

ROTPUNKT KÜCHEN

Nachhaltig und trotzdem variantenreich

Rotpunkt Küchen produziert moderne und qualitativ hochwertige Küchen, die von Deutschland aus weltweit exportiert werden. Das Unternehmen beschäftigt am Hauptsitz Bünde und im Werk Getmold über 300 qualifizierte Mitarbeiter in den Bereichen Produktion, Logistik und Verwaltung.

Bei Rotpunkt Küchen steht das Thema Nachhaltigkeit an vorderster Stelle und das in allen Bereichen. Tagtäglich arbeitet man daran, die Küchen noch ein Stückchen besser zu machen. Die Frontenvielfalt auf jeden Geschmack auszurichten. Die Technik zu optimieren.

Wie schafft man eine nachhaltige Produktionsumgebung?

Es geht darum sich kontinuierlich damit auseinander zu setzen, wie sich altbekannte Prozesse und Strukturen optimieren lassen, wie man den Anteil von genutztem Frischholz in Spanplatten reduzieren kann, wie Produktionsabfälle genutzt werden können und wie Mitarbeitenden eine gesunde Arbeitsumgebung geboten werden kann. Nachhaltigkeit hat viele Gesichter. Bei Rotpunkt Küchen schaut man heute genau(er) hin als noch vor einigen Jahren: Überlegen, wie sich die Materialeffizienz verbessern lässt. Nachdenken, wie das Team in Produktion und Verwaltung dabei unterstützen werden kann, gesünder zu arbeiten u.v.m.

Diese Veränderung hat bereits viele gute Ideen zutage befördert – darunter einige technische Innovationen. So kann am Standort Getmold beispielsweise in Losgröße 1 gefertigt und dadurch die Menge an Materialverschnitt erheblich reduziert werden. Weiterhin haben die Mitarbeitenden im Versand die Möglichkeit, ein passives robotisches Exoskelett zu nutzen, das die körperliche Belastung beim Ausführen schwerer Wiederholungs- oder Überkopftätigkeiten verringert. Für das gesamte Team gibt es zahlreiche Angebote im Rahmen eines betrieblichen Gesundheitsmanagements. Denn Nachhaltigkeit? Bezieht sich nicht nur auf Technik, sondern auch auf das tägliche Miteinander.

Wenn bei Rotpunkt Küchen an das Klima gedacht wird, dann sind zuerst Kundinnen und Kunden, im Sinn. Warum? Weil jedes Möbelstück durch die verwendeten Materialien Einfluss auf das Raumluftklima des Zuhauses hat. Um dieses zu optimieren und um eine erhöhte Wohngesundheit zu schaffen, sind die Produkte nach JIS F**** (F4Star) zertifiziert. Dabei handelt es sich um die Emissionsklasse des Japan Industrial Standard (als Äquivalent zur DIN-Norm), der die weltweit höchsten Anforderungen an die Formaldehyd-Emissionen stellt. Ganz praktisch bedeutet das: Produkte, die wie die Rotpunkt greenline BioBoard Gen2-Spanplatte nach F4Star zertifiziert sind, geben rund 50 Prozent weniger Formaldehyd an die Raumluft ab als herkömmliche Produkte. Die Greenline Bioboard Gen2 ist die Lösung für alle, die sich eine nachhaltige und klimafreundliche Küche wünschen. Während konventionell hergestellte Spanplatten überwiegend aus Frischholz bestehen, wird für das Greenline Bioboard Gen2 bis zu 90 Prozent Recyclingholz verwendet. Warum das von Vorteil ist? Der hohe Anteil von Recyclingholz unterstützt die Kohlenstoffbindung und entlastet als natürlicher CO_2-Speicher die Atmosphäre. Durch den Einsatz der greenline-Spanplatten wird jährlich eine Waldfläche von ca. 50 Fußballfeldern erhalten.

Schon jetzt sind 95 % des Rotpunkt Küchen-Produktsortiments FSC-zertifiziert. Die Abkürzung FSC steht für „Forest Stewardship Council" – also für eine internationale Organisation, die sich für die Erhaltung und die verantwortungsvolle Bewirtschaftung von Wäldern weltweit einsetzt. Das bedeutet nicht nur, dass bei Rotpunkt Küchen für die Produkte Holz aus Wäldern in Deutschland, Österreich und Frankreich verwendet wird – sondern auch, dass dabei auf nachhaltige Forstwirtschaft, die Einhaltung von Menschenrechten und faire Arbeitsbedingungen geachtet wird.

www.rotpunktkuechen.de

Kontakt Österreich:
Dietmar Walter
T: +43 664 2564049
rotpunkt@dietmarwalter.at

Fotos: Rotpunkt Küchen, www.wolfganghummer.com

QUOOKER

Der Wasserhahn, der alles kann!

Quooker Infovideo: bit.ly/3AhyiHU

Video im eBook

Bereits 1970 wurde der Kochend-Wasserhahn Quooker von Henri Peteri erfunden und avancierte seitdem weltweit in zahlreichen Küchen zum unverzichtbaren Hilfsmittel mit hohem funktionalem Mehrwert.

Als eigenständiger und gewachsener Familienbetrieb entwickelt und produziert Quooker in Ridderkerk (NL) seit mehr als 20 Jahren Kochend-Wasserhähne. Die Kombination aus innovativen Funktionen, gereifter Qualität und zeitgemäßem Design kennzeichnen jeden Quooker – sicher, komfortabel, energieeffizient, wassersparend, zeitsparend, raumsparend und dabei in zeitgemäßem Design von modern bis klassisch.

Die Vorteile sind schnell aufgezählt:

- Sofort kochendes Wasser
- Sofort gekühltes prickelndes Wasser
- Sofort gekühltes stilles Wasser
- Alles aus einem Hahn
- Qualitativ hochwertig, aus europäischer Produktion
- Passt in einen 60 cm Spülenunterschrank trotz Mülltrennsystem
- Leise
- Einfach zu installieren

„Wer einen Quooker hat, möchte ihn nicht mehr missen."

Quooker-Erfinder Henri Peteri

WARUM EIN QUOOKER?

> ***Innovativ:*** Ob für Tee, Kaffee, Kartoffeln, Reis, Nudeln, Gemüse oder zum Reinigen hartnäckiger Verschmutzungen: der Quooker liefert mit einem Dreh kochendes Wasser. Mit dem Quooker CUBE kommt zusätzlich auch gekühltes prickelndes und gekühltes stilles Wasser aus dem Quooker-Hahn.

COUNTRY MANAGER Helge Oberleithner leitet von Klagenfurt aus das Österreich-Geschäft von Quooker.

> ***Komfortabel:*** Nie wieder einen Topf oder den Wasserkocher aufstellen und warten, bis das Wasser kocht – einfach den Hahn aufdrehen, der innerhalb einer Sekunde kochendes Wasser liefert.

> ***Energieeffizient:*** Dank der perfekten Isolierung kostet die ständige Bereithaltung von kochendem Wasser gerade einmal fünf Cent pro Tag – und damit so wenig wie ein W-Lan Router.

> ***Wassersparend:*** Im Wasserkocher wird meist mehr Wasser erhitzt als benötigt. Mit dem Quooker entnimmt man genau jene Menge Wasser, die man braucht. Auch das Reinigen von Pfannen gelingt so wassersparender.

> ***Zeitsparend:*** Ohne Quooker dauert es zehn Minuten, um einen Topf Nudelwasser zum Kochen zu bringen. Mit dem Quooker blanchiert man in dieser Zeit außerdem Gemüse, kocht Eier und/oder bereitet ein Babyfläschchen vor.

> ***Raumsparend:*** Der Quooker schafft Platz auf der Arbeitsplatte, da er Geräte wie Teekessel und Wassersprudler überflüssig macht. Mit dem Quooker Flex oder Fusion entscheidet man sich für warmes, kaltes, kochendes, stilles und prickelndes Wasser – alles aus einem Hahn!

> ***Sicher:*** Der Hahn des Quookers ist fest an der Spüle installiert und mit einem kindersicheren Bedienknopf und einem doppelwandigen Auslauf, der nicht heiß wird, ausgestattet.

www.quooker.at

Fotos: Quooker

OZONOS®

Smart Living meets OZONOS®

Das Frischluft-Wunder macht einen großen Schritt in die smarte Zukunft.

Bereits seit über fünf Jahren ist er der Hero am Hygiene-Himmel: OZONOS® wurde von einem erfolgreichen Salzburger Startup erfunden und beseitigt mit Hilfe eines mehrfach patentierten Verfahrens schlechte Gerüche, Allergene, Aerosolfette, Bakterien, Viren und Keime. Mit seinen extrem leisen 37 Dezibel, die einem sanften Blätterrascheln gleichkommen, und seinem geringen Stromverbrauch von 14 Watt ist das Frischluftwunder daher besonders gefragt in Küche und Wohnbereichen, um die Räume geruchsneutral, Allergiker-freundlich und hygienisch zu bekommen. Der TÜV-zertifizierte Aircleaner muss dazu nur oben im Raum (z.B. auf dem Küchenschrank) aufgestellt und eingeschaltet werden, und schon kann es losgehen. Ganz nach dem Motto „PUSH THE BUTTON" sorgt OZONOS® für Hygiene, saubere Luft und Lebensqualität: Besonders Allergiker, die endlich wieder durchschlafen wollen, wissen die Power von OZONOS® zu schätzen – ebenso wie Hobbyköche, die am nächsten Tag Wert auf eine geruchsfreie Küche legen.

OZONOS® wird smart.

Trotz des enormen Erfolgs bleibt das Unternehmen OZONOS GmbH nicht rastlos. Gründer und Inhaber Fredy Scheucher enthüllt das OZONOS-Geheimnis 2022.

OZONOS® AC-II smarte Luftreinigung

„Wir befinden uns in der Endphase der Entwicklung und freuen uns bereits jetzt sehr auf den Moment, wenn wir in Kürze unseren OZONOS® AC-II präsentieren dürfen", so Fredy Scheucher. „Der AC-II wird das Handling von OZONOS® revolutionieren, denn künftig setzen wir auf Touch-Display, WLAN-Verbindung und App-Steuerung."

Moment mal, ein Aircleaner mit App-Steuerung? Richtig gelesen. Das Erfinderteam rund um OZONOS® hat in den letzten Jahren die Wünsche und Bedürfnisse der User in die Weiterentwicklung aufgenommen und daraus eine smarte Version des Aircleaners entwickelt. Der AC-II kann künftig ganz einfach direkt ins WLAN eingebunden werden, um dann via App und Online-Plattform gesteuert zu werden.

Die Vorteile liegen auf der Hand: Es können feste Zeiten programmiert werden, in denen die Luftreinigung dann ganz von alleine stattfindet. Feste Kochzeiten? Kein Problem. Ein frisch gereinigtes und Allergen-freies Schlafzimmer pünktlich zum Bettgehen? Eine frische Wohnung direkt nach dem Urlaub, in denen der OZONOS® beispielsweise jeden Tag zwei Stunden die Luft gereinigt hat? Alles kein Problem mehr mit dem OZONOS® AC-II und der OZONOS® Online-Plattform, in der jeder seinen individuellen und smarten Reinigungsplan für alle OZONOS®-Produkte im Haus von überall erstellen kann.

Fußballtrainer Nico Kovac (l.) und Starkoch Roland Trettl.

Gute Nachrichten für alle Fans der Fernbedienung: Selbstverständlich wird der OZONOS® AC-II auch weiterhin mit Fernbedienung ausgeliefert, um den Aircleaner auch ganz schnell mal spontan ein- und auszuschalten. Das Design der Fernbedienung wurde grundlegend überarbeitet und stellt einen stilvollen Eyecatcher im Wohnraum dar.

Wer seinen OZONOS® lieber klassisch direkt am Gerät steuern möchte, muss ebenfalls nicht auf Komfort verzichten. Der ehemalige Button wurde durch ein interaktives Touch-Display ersetzt, das unter anderem die verbleibende Restlaufzeit anzeigt.

Fotos: OZONOS®

Jetzt schon überzeugte Fans: Roland Trettl und Nico Kovac

Wer kennt ihn nicht? Starkoch und TV-Ikone Roland Trettl liebt es, ausgefallene Gerichte zu kochen – aber das Schlimmste für ihn sind die Gerüche, die sich beim Kochen entfalten. Gewöhnliche Dunstabzugshauben kommen da meist nicht hinterher und sind oftmals auch ein optischer Störfaktor über dem Kochfeld. Als Roland zum ersten Mal die Power von OZONOS® erlebt hat, war er sofort begeistert. Seitdem ist der TV-Koch ein echter Fan von OZONOS® und inzwischen sogar Gesellschafter des Salzburger Unternehmens. Er freut sich besonders auf das neue Handling, um seine OZONOS®-Aircleaner zu seinen festen Kochzeiten vollautomatisch laufen zu lassen. Aber auch die Automatisierung im Schlafzimmer haben den Pollen-Allergiker sofort begeistert.

Fußballtrainer Nico Kovac ist ebenfalls überzeugter Fan der Marke OZONOS® und genauso wie Roland Trettl inzwischen Gesellschafter der OZONOS GmbH. Nico sieht die großen Vorteile der Automatisierung nicht nur im Wohnbereich und in der Küche, sondern als Profi natürlich auch im Sport und vielen anderen Einsatzbereichen. Denn wer möchte nicht pünktlich zur Halbzeit eine frisch duftende Umkleidekabine, die auch nach der Halbzeit immer noch duftet?

Weitere OZONOS® Produkte für jeden Raum

Der mobile Aircleaner OZONOS® AC-II ist vor allem auch aufgrund seiner Größe enorm praktisch: Das Luftreinigungsgerät ist klein, handlich und schnell in jedem Raum aufgestellt. Damit ist es sogar spielend leicht möglich, mit nur einem Gerät mehrere Räume oder auch Fahrzeuge und Mobile Homes zu reinigen, da der OZONOS® Aircleaner in wenigen Sekunden den Ort wechseln kann.

OZONOS® HAILEY, die Designer-Stehleuchte mit integriertem AC-I.

Wer Wert auf noch mehr Design legt und den OZONOS® als richtiges Wohn-Accessoire in sein Heim integrieren möchte, kann zusätzlich zum mobilen Aircleaner auch noch auf zwei weitere tolle Produkte vertrauen: OZONOS® HAILEY ist eine Designer-Stehleuchte, in die der Aircleaner eingebaut wurde und die sogar den Red Dot Design-Award gewonnen hat. Sie eignet sich insbesondere für Wohnräume, in denen eine Stehleuchte weitaus mehr können soll als nur schönes Licht zu spenden. Und das betrifft schließlich jeden Wohnraum, in dem Gerüche, Bakterien, Viren und Allergene nicht erwünscht sind.

Wer in der Küche seine Dunstabzugshaube komplett ersetzen möchte, kann sich mit OZONOS® STELLA ein richtiges Highlight über den Herd zaubern: STELLA ist eine stilvolle Designer-Deckenleuchte, in die der OZONOS® eingebaut ist und die Kochgerüchen und Aerosolfetten den Kampf ansagt. Der große Vorteil: Eine Deckenleuchte benötigt man in der Küche sowieso – warum also nicht direkt die Dunstabzugshaube darin integrieren? Da OZONOS® komplett filterlos arbeitet, ist die Luftreinigung sogar effektiver und komfortabler als bei herkömmlichen Dunstabzugshauben.

Geprüft und zertifiziert

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

Made in Austria und sofort verfügbar

OZONOS® wird komplett in Österreich produziert und ist damit sofort lieferbar. Im Gegensatz zu anderen Produkten, die aktuell extrem lange Lieferzeiten von bis zu einem Jahr aufweisen, ist OZONOS® in nur wenigen Tagen bei Ihnen. Auf den OZONOS® AC-II muss man sich jedoch leider noch ein wenig gedulden. Der Launch des smarten Aircleaners ist für Herbst 2022 vorgesehen. Vorbestellungen können jedoch in Kürze bereits vorgenommen werden, um zu den ersten zu gehören, die mit dem neuen OZONOS® AC-II ihre Räume cleanen.

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

www.ozonos.com

STELLA, eine stilvolle Designer-Deckenleuchte mit integriertem AC-I.

V-ZUG

In Österreich angekommen

Seit 1. Februar dieses Jahres ist V-ZUG in Österreich angekommen. Thomas Felber, langjähriger Branchenkenner im hochwertigen Weißwarenbereich, hat für den Schweizer Premiumhersteller für Hausgeräte die lokale Verantwortung übernommen.

Im Kochamt im Palais Ferstl im 1. Wiener Gemeindebezirk hat sich V-ZUG prominent platziert. Hier hat man als zukünftiger Partner die Möglichkeit die Top Geräte zu besichtigen und in speziellen Events – auch mit Kunden – zu testen bzw. sich bekochen und inspirieren zu lassen. Bei V-ZUG ist man bestrebt die internationale Präsenz fokussiert auszubauen und ein Schritt dazu war der Start in Österreich. Ziel ist es, in hochwertigen Küchenstudios Fuß zu fassen.

1913 gegründet, also fast 110 Jahre am Markt, ist V-ZUG in Österreich natürlich kein Unbekannter. Es gibt mittlerweile einige Handelspartner, die V-ZUG Geräte in ihren Schauräumen ausgestellt haben und es sollen mehr werden. V-ZUG bietet handfeste Vorteile für den Fachhändler: Die Geräte sind im Internet kaum verfügbar und es gibt absolut keinen Direktverkauf. Die Marke selbst ist exklusiv und bietet eine klare Differenzierung gegenüber dem Mitbewerb. Sieben Service Center sind über das gesamte Bundesgebiet verteilt und die Betreuung der bestehenden und kommenden Handelspartner ist gegeben. Mit V-ZUG Geräten spricht man den hochwertigen Kunden an.

V.l.: Dieter Elmiger (Managing Director Europe Region), Koch und V-ZUG Markenbotschafter Alexander Popp und Thomas Felber (Sales Director Österreich).

Der CircleSlider eingebettet im eleganten Touchdisplay als einzigartiges Benutzererlebnis.

Die Hardware

Die TopLine von V-ZUG ist die Excellence Line. Diese Geräte erkennt man auf den ersten Blick und sie heben sich deutlich von Marktbegleitern ab. Grund dafür ist der CircleSlider. Der CircleSlider ist als Ersatz für den Bedienungsknopf weich ins Glas eingeschliffen und bietet ein neues Benutzererlebnis. Icons auf dem Display werden so leicht wie auf einem Handy verschoben. Das Design zeichnet sich durch die Besinnung auf das Wesentliche sowie durch intuitive Bedienung aus. Die Geräte sind schlicht und puristisch. Sie haben ihren eigenen Charakter und ihre Einfachheit spiegelt die feine Kunst von ikonischem Design wieder. Die Geräte fügen sich nahtlos in jede Küchenarchitektur ein. Es ist zeitlos und wird auch nach zehn Jahren genauso beeindrucken wie heute.

Bahnbrechender Standard

2021 feierte der V-ZUG Steamer sein zwanzigjähriges Jubiläum. Er sollte in jeder Hinsicht der beste Steamer werden, deshalb fragte man sich: wie kochen Profiköche und was ist für sie wichtig, damit Gourmetmenüs perfekt gelingen? Durch die enge Zusammenarbeit mit Chefköchen wurde eine Technologie entwickelt, die es den Konsumenten ermöglicht, in ihrer Küche zu Hause wie ein Profi zu kochen. Die Dampferzeugung der V-ZUG Steamer erfolgt außerhalb des Garraums in einem externen Boiler. Dies ermöglicht die Erzeugung des perfekten Klimas innerhalb von Sekunden sowie einen extrem präzisen Wechsel zwischen Dampf und heißer Luft. Für ein hervorragendes Ergebnis durch schonende Zubereitungsverfahren sind präzise Dampftemperaturen von großer Wichtigkeit und in dieser Hinsicht setzt der CombiSteamer einen bahnbrechenden Standard in Bezug auf Temperaturgenauigkeit. Die Temperatur des Dampfs kann von 30 bis 100°C auf das Grad genau eingestellt werden. Klimasensoren sorgen für eine optimale Verteilung des Dampfes im Garraum.

Backofen, CombiSteamer, Schublade, Vakuumierschublade, WineCooler ... alle Produkte sind in verschiedenen Optionen erhältlich, was eine große Flexibilität bei der individuellen Gestaltung einer ganz persönlichen Küche ermöglicht. Die neue SupremeLine der Luxuskühlschränke war noch das fehlende Element für eine komplett mit V-ZUG Geräten ausgestattete Designküche. Die SupremeLine zeichnet sich durch die Verbindung der Massivität gro-

Fotos: V-ZUG, wohninsider

V-ZUG Küchenimpressionen

ßer Kühlschränke mit dem dezenten V-ZUG Design aus. An der Außenseite bildet der lange und schlanke Griff eine perfekte Kombination mit dem Griff der Excellence Line.

Investitionen in die Zukunft

Trotz der sich fortsetzenden Covid-19-Pandemie, der sich verschärfenden Matrialknappheit und Engpässen in den Logistikkapazitäten konnten Produktionsstillstände in 2021 weitgehend vermieden werden. Die Lieferfähigkeit vor dem Hintergrund der widrigen Rahmenbedingungen konnte auf einem akzeptablen guten Niveu gehalten werden. Die V-ZUG Gruppe investiert weterhin erheblich in den Denk- und Werkplatz Schweiz. Mit der laufenden Standorttransformation und Modernisierung der Produktionsanlagen in Zug sowie dem neuen Standort der Kühlschrankproduktion in Sulgen, in der Nähe des Bodensees, wird die betriebliche Effizienz und Produktivität gesteigert, um eine nachhaltige und konkurrenzfähige Produktion in der Schweiz sicherzustellen. Die damit einhergehende Automatisierung dient als Basis für ein substantielles und profitables Wachstum der V-ZUG Gruppe in der Schweiz wie auch im Ausland.

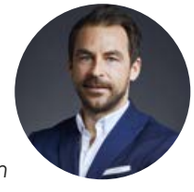
Nachhaltigkeit

Bei V-ZUG will man zu einer zukunftsfähigen Gesellschaft beitragen und deshalb versteht man Nachhaltigkeit als ein ganzheitliches Konzept, das die gesamte Wertschöpfungskette einschließt – gesellschaftlich, ökologisch und unternehmerisch. Im Kampf gegen den Klimawandel gibt es, vereinfacht ausgedrückt, nur eine Herangehensweise: CO_2 vermeiden, reduzieren und kompensieren. Mit diesem Dreischritt arbeitet V-ZUG seit 2020 an allen drei Produktionsstandorten CO_2-neutral (Scope 1 und 2 nach Greenhouse Gas Protocel), die innerbetriebliche Logistik sowie Flugreisen inbegriffen. Mit anderen Worten: Sämtliche CO_2-Emissionen die durch die Produktion der Swiss-Made-Geräte entstehen und trotz Vermeidung und Reduktionsbestrebungen immer noch anfallen, werden im eigenen Wald, dem „V-Forest“ in Schottland, kompensiert.

www.vzug.com

Alle Produktionsstandorte von V-ZUG arbeiten CO_2-neutral.

Kontakt:
Thomas Felber
Sales Director Österreich
T: +43 660 6302007
thomas.felber@vzug.com



V-ZUG

Vorstellung der Kollektion 2022

In Mailand anlässlich der Eurocucina, wie auch in den Showrooms der Partnermarken rund um Mailand, präsentierte V-ZUG die Kollektion 2022. Sie umfasst einzigartige Produkte, die innovative Funktionalität mit eleganten Linien, aber auch mit vernetzten Technologien und intuitiven Bedienelementen verbinden.

Neben bestehenden Highlight-Produkten wie dem Refresh-Butler, ein innovatives Gerät, das auch die feinsten Fasern wie Kaschmir und Seide nur mit natürlichen Elementen wie Wasser, Luft und Licht auffrischt und hygienisiert, rückte V-ZUG die herausragenden Produkte der neuen Excellence Line von Backöfen und Steamern sowie die Kühlgeräte der Supreme Line ins Rampenlicht.

Excellence Line für Dämpfen, Backen und Kochen

CombiSteamer V6000 Grand
Ein verblüffendes Gerät, das Dämpfen und Backen eine neue Dimension verleiht. Es kombiniert die Vorteile des Dampfs mit einer perfekten Heißluftverteilung – eine innovative Technologie, die den Weg für kulinarische Ergebnisse auf höchster Ebene bereitet. Seine Größe ist beeindruckend, aber sein Design zurückhaltend, mit dezenten Griffen und qualitativ hochstehenden Materialien für eine einzigartige Eleganz.

CombiSteamer V6000 PowerSteam
Ein vollwertiger Combi-Steamer, der Mikrowellen intelligent einsetzt. Er bietet eine Vielzahl an Zubereitungsarten in einem Gerät. Er dämpft und backt schneller als ein herkömmlicher Combi-Steamer, was zu einer schonenderen Zubereitung führt, wobei das Lebensmittel Qualität, Farbe, Textur und Geschmack perfekt beibehält.

CombiCookTop V4000
Mit dem neuen CombiCookTop V4000 bringt V-ZUG ein Kochfeld auf den Markt, das über einen Dunstabzug verfügt, der ins Glas des Kochfelds eingelassen ist. Der Dunst wird somit direkt dort abgezogen, wo er entsteht. Die Kochzonen des CombiCookTop V4000 sind mit jeweils vier ZoneFlex Induktionsspulen ausgestattet. Diese erkennen Topfgröße und -position automatisch und verbinden sich ohne manuelles Eingreifen zu einer Brücke. Die beiden Kochzonen links und rechts vom Dunstabzug können dann als ein großes Feld für einen Bräter oder wie gewohnt von zwei Töpfen genutzt werden.

Supreme Line für die Aufbewahrung von Lebensmitteln und Wein

CombiCooler V6000 Supreme
Höchste Funktionalität und Ästhetik dank Topmaterialien wie Edelstahl, Aluminium und Glas. Dank der SoftTelescope-Auszüge können die Schubladen vollständig ausgezogen werden, sodass Sie leicht zu Ihren gelagerten Waren gelangen. Die stufenlos einstellbaren Tablare bieten volle Flexibilität. Das Gefrierfach lässt sich dank der Funktion MonoFridge leicht in einen normalen Kühlraum (und wieder zurück) verwandeln.

WineCooler V6000 Supreme

Freezer V6000 Supreme
Die großzügigen Platzverhältnisse des Supreme Freezer V6000 ermöglichen die einfache Lagerung von frischen Lebensmitteln und gegarten Speisen, die im Combi-Steamer einfach regeneriert werden können, und schaffen perfekte Bedingungen für Komfort, gute Essensqualität zu Hause und das Vermeiden von Lebensmittelabfällen.

WineCooler V6000 Supreme
Die neue WineCooler-Generation bietet eine neu konzipierte Klimaautomatik. Die Dreifachverglasung der Tür schirmt den Inhalt perfekt vor UV-Strahlen ab. Neue Designmöglichkeiten wie die Farben der Holzoberfläche bieten ganz neue Chancen für die Inneneinrichtung.

www.vzug.com

CombiSteamer V6000 Grand und CombiCookTop

Fotos: V-ZUG

HKT

Komfortables Kochen mit intelligenten Kochfeldabzügen

Kochfeldabzüge vereinen viele Vorteile, daher sind sie für die Küchenplanung so interessant. Nicht nur im urbanen Bereich sind diese platzsparenden Dunstabzüge beliebt, durch das 2 in 1 Design bleibt mehr Raum für die Küchenplanung.

Ein weiterer Vorteil ist die Kopffreiheit und das angenehmere Kochen, da sich der Dunstabzug nicht mehr in Kopfhöhe befindet und der Motor verbaut ist. Auch die Arbeitsplatte dient hier als Schalldämpfer. Generell ist auch anzumerken, dass Kochfeldabzüge und andere Dunstabzüge durch ihre Arbeitsweise nach unten den Energieaufwand senken. Bei dem Kochfeldabzug Nikolatesla Switch

„Für mich ist dieses Kochfeld mit Muldenlüfter eines der Besten, das es zurzeit am heimischen Markt gibt, und wir können auch liefern."

Roland Kaser, Vertriebsleiter

Das Modell Nikolatesla Switch besticht mit einer durchgängigen Oberfläche. Wird gekocht und damit der Abzug benötigt, kann der runde Glaseinsatz flexibel in die richtige Position gedreht werden.

ist der Muldenlüfter im Kochfeld beinahe unsichtbar. Dieses moderne Kochfeld versteckt klug einen leistungsstarken Wrasenabzug. Die lineare Oberfläche garantiert die Freiheit im Hantieren mit den Töpfen und bewahrt die Vorteile der einfachen Reinigung von Induktionskochfeldern.

Nikolatesla Produktlinie

Bei der Nikolatesla Produktlinie – Nikolatesla Switch, Nikolatesla Libra und Nikolatesla Fit – unterscheidet das „Smart Sensor System" der Kochfeldabzüge Dämpfe und Kocharten und wählt selbstständig die passende Absaugkraft. So werden Gerüche und Dämpfe eingefangen, bevor sie sich im Raum ausbreiten können. Erstklassig in Hinblick auf Technik und Design ist auch das intuitive Bedienfeld, mit dem sich die Kochfelder und der Abzug separat steuern lassen. Im Stand-by-Modus verschwindet die rote Anzeige und hinterlässt eine makellose Oberfläche. Wird gekocht und damit der Abzug benötigt, kann der runde Glaseinsatz flexibel in die richtige Position gedreht werden.

www.hkt.at

Bei der Nikolatesla Produktlinie unterscheidet das „Smart Sensor System" der Kochfeldabzüge Dämpfe und Kocharten und wählt selbstständig die passende Absaugkraft.

„Wir stehen schon immer für Qualität, Innovation, Kundenfreundlichkeit und Zuverlässigkeit. Ein HKT Wert der aktuell besonders an Bedeutung gewonnen hat, ist unsere Lieferfähigkeit, die uns auch in diesen fordernden Zeiten zu einem verlässlichen Partner macht."

Roland Kaser

Fotos: HKT

BLANCO

Perfekt organisiert am Wasserplatz in der Küche

Der Wasserplatz besteht nicht nur aus der Spüle. Der Wasserplatz ist das Zentrum im Arbeitsablauf Küche. Das Thema wird im Küchenfachhandel aber oft vernachlässigt. Fehlendes Fachwissen oder das Nichterkennen eines möglichen Mehrwertes könnten die Ursachen sein. Von Gerhard Habliczek

Der Wasserplatz wird im Küchengeschäft gerne unterschätzt. Man hört es immer wieder: „Spüle, Armatur und Abfalltrennsystem sind im Preis mit dabei." Die Küche wird „geschrieben" und der Rest geht mit, weil er eben dazugehört.

„Als Küchenspezialist:in kann man mit Tipps und Tricks begeistern und den Konsumenten:innen echte Vorteile bieten. Im österreichischen Küchenfachhandel wird sehr gut beraten, aber es gibt durchaus Verbesserungsbedarf. Ein perfekt organisierter Wasserplatz mit dem entsprechenden Zubehör erspart Hausfrau und Hausmann viele Handgriffe und Zeit", erklärt Thomas Hafner.

„Als Küchenspezialist kann man mit Tipps und Tricks begeistern!"

Thomas Hafner,
Geschäftsführer BLANCO Österreich

„60 Prozent der Küchenarbeit spielt sich an der BLANCO UNIT ab", sagt Thomas Hafner, BLANCO Geschäftsführer in Österreich. „Die Bedeutung davon für die Küche wird vom Fachhandel oft unterschätzt obwohl es natürlich laufend Entwicklungen und Neuheiten gibt." Der Wasserplatz besteht eben längst nicht mehr „nur" aus der Spüle, sondern bildet das Zentrum der Tätigkeiten in der Küche. Dieser Mehrwert muss den Küchenverkäufern näher gebracht werden. Abgesehen von den Materialien und vom Design tut sich in diesem Bereich auch sonst sehr viel. Die Arbeitsabläufe werden genau analysiert und individualisiert. Jeder „Koch", jede „Köchin" arbeitet anders und braucht sein bzw. ihr eigenes Ding.

Das Zubehör

Das Zubehör ist eigentlich das Tüpfelchen auf dem i in der perfekten Organisation – die Heinzelmännchen am Wasserplatz sozusagen. BLANCO bietet Zubehör, das perfekt auf das jeweilige Spülenmodell abgestimmt ist, vor allem Schneidbretter mit Führung oder einhängbare Schalen.

Die vielseitige Schale wird in vier Farben angeboten.

Besonders geeignet ist die Klappmatte als Abtropfgitter oder zum Befüllen von Töpfen und Vasen.

Fotos: BLANCO

Es gibt aber auch universell einsetzbare Zubehöre, die Spülen und Becken unabhängig vom jeweiligen Design ergänzen. Zum Beispiel: Die neue universell einsetzbare Klappmatte bietet Sicherheit und Komfort beim Abtropfen und Trocknen, oder beim Befüllen und Abstellen von Töpfen und Kochgeschirr. Auf der Arbeitsplatte sowie Tropffläche von Spülen dient sie auch als Kratz- und Hitzeschutz. Sie besteht aus hochwertigen Edelstahl-Streben, verbunden mit biegsamen Silikon-Leisten. Wird die Klappmatte nicht gebraucht, so lässt sie sich platzsparend durch einfaches Zusammenklappen verstauen.

Schneidbretter mit Führung.

„60 Prozent der Küchenarbeit spielt sich am Wasserplatz ab!“

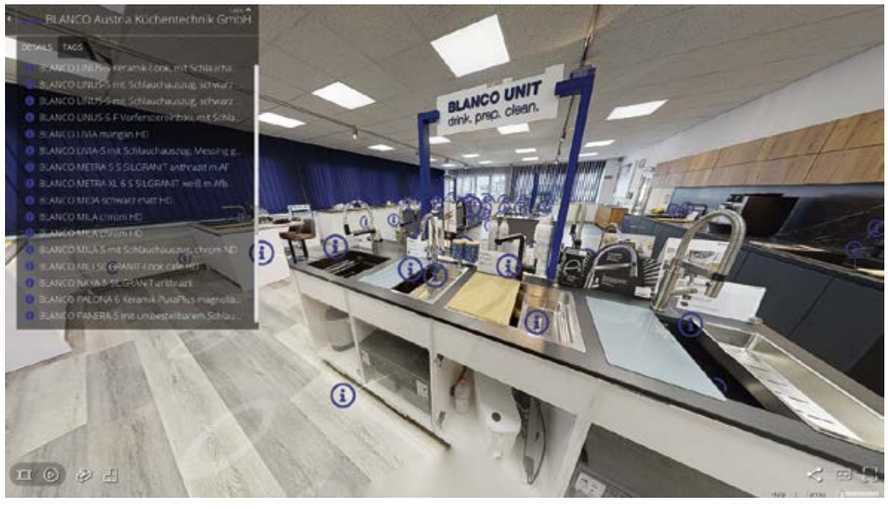
Ein allseits bekannter Helfer wird zum neuen Allrounder. Die vielseitige Schale, eigentlich speziell für das junge Spülenmodell BLANCO SITY XL 6 S entwickelt, erfreut sich bei Kunden großer Beliebtheit. Sie wird nun auch einzeln in vier Farben für andere Spülenmodelle angeboten. Sie eignet sich zum Einhängen für alle SILGRANIT-Spülen mit einem Rand von 35 mm.

www.blanco.at

Einsetzbares Zubehör zur Erleichterung der Küchenarbeit.

BLANCO – Schauraum live und digital

Die Themen Spüle, Armatur, Abfalltrennsystem und Zubehör kann man im neuen BLANCO Schauraum in Wien Floridsdorf erleben. Ganz im Sinne der BLANCO UNIT am Wasserplatz in der Küche ausgerichtet, befinden sich im neuen Schauraum vier verschiedene Küchen in unterschiedlichen Stilrichtungen. Kunden und Besucher können so perfekt in die Welt von BLANCO eintauchen. Zum Beispiel die BLANCO UNIT: bestehend aus einer Spüle, Armatur oder einem Wassersystem, dem Abfalltrennsystem und dem dazupassenden Zubehör. Alle Produkte sind dabei ideal aufeinander abgestimmt. Neben den verschiedenen einzelnen BLANCO UNITs gibt’s auch aktiv angeschlossene BLANCO drink. systems auf Inseln zu testen.



Zusätzlich gibt’s rund um die Uhr einen digitalen Schauraum-Rundgang unter:
blanco.com/at-de/unternehmen/schauraum-blanco-wien/

STRASSER STEINE

Rundum durchdacht

Nichts weniger als eine Weltneuheit präsentierte STRASSER Steine Mitte Juni am Standort St. Martin i.M. seinen Handelspartnern. Beim wohninsider-Lokalaugenschein Ende Mai bestätigte sich bereits, es bleibt auch darüber hinaus kaum ein Stein auf dem anderen ...

Von Gerhard Habliczek und Lilly Unterrader

Ende Mai gehen wir durch die gerade im Umbau befindliche, 14 Meter hohe und 120 Meter lange, in Summe 9000 m² großen Fabrikhalle von STRASSER Steine im oberösterreichischen St. Martin im Mühlkreis. Alles wird im Rahmen einer Investition von rund 23 Mio. Euro modernisiert, erweitert, die Produktionskapazität verdoppelt, infrastrukturelle Maßnahmen, wie zum Beispiel die Verlegung und Verbreiterung von Straßen auf dem bestehenden Firmengelände, umgesetzt. Jedoch, wie Inhaber und GF KommR Johannes Artmayr anmerkt, nahezu ohne dafür zusätzlichen Boden versiegeln zu müssen. Denn generell schwingt der grüne Gedanke bei jeder Entscheidung mit im Betrieb STRASSER: Der Fokus auf regionale Steine wird immer stärker, Massenware aus China schon lange nicht mehr zugekauft, die Energieversorgung schon früh auf Biomasse umgestellt u.v.m.

Die neue Halle soll im Jänner/Februar 2023 fertiggestellt sein, die ersten Maschinen – sie entsprechen dem neuesten Stand, der am Maschinensektor möglich ist – kommen bereits im August. „Wir warten schon sehnsüchtig darauf, dass wir diese neue Halle auch bespielen können, denn wir liegen mit unseren Auftragseingängen sehr gut, die Nachfrage steigt ständig“, erzählt Artmayr.

Mit Alpinova möchte STRASSER-Inhaber KommR. Johannes Artmayr auch in neue Kundenschichten vorstoßen – durch den Kreislauf-Gedanken und die Preispositionierung.

Im Anschluss folgt das STONEUM

Doch das ist nicht die einzige „Baustelle“ bei STRASSER. In einem nächsten Schritt wird die Erlebniswelt STONEUM direkt angeschlossen am bestehenden Verwaltungsgebäude errichtet *(wohninsider berichtete in Ausgabe 02/2012, Link: bit.ly/3QMKB4L)*. Die Fertigstellung ist für 2024/25 geplant. Artmayr führt aus: „Ursprünglich war der Plan, zuerst das STONEUM zu bauen, nun haben wir das allerdings umgedreht, weil wir so viele Bestellungen hatten und der Nachfrage nicht mehr adäquat gerecht werden konnten.“ Ein Blick auf die Zahlen bestätigt das: So konnte STRASSER Steine im Vorjahr einen Umsatz von 44,1 Mio Euro verbuchen und damit den Rekord-Umsatz von 2020 (38 Mio. Euro) nochmals um 16 % steigern. Vor drei Jahren lag man noch bei rund 30 Mio. Euro. Tendenz weiter steigend.

Neue Kundensegmente erschließen

Für einen weiteren Nachfrage-Schub dürfte indes auch die im Zuge eines Händlerevents unter dem Motto „A Green Change“ von 13. Juni bis zum 1. Juli 2022 am Unternehmens-

Das STONEUM – Eine große Investition, stets im Hinblick auf Umweltverträglichkeit und Ressourcenschonung. STRASSER rüstet sich für die nächsten Jahrzehnte.

Foto: Portrait Artmayr © Günther Peroutka, weitere Fotos: STRASSER Steine

standort präsentierte Weltneuheit Alpinova sorgen. Der Clou an dem Produkt ist der Zirkel-Gedanke: Alpinova wird nicht nur aus recyceltem Material und Abschnitten hergestellt, mit ihr wird auch das sogenannte Re-Stoning-System etabliert. Heißt: Nach dem Austausch der Küche *(die durchschnittliche Lebensdauer einer Küche hierzulande beträgt 20 Jahre, Anm. der Red.)* wird diese Platte von einem teilnehmenden STRASSER-Handelspartner auf Wunsch zurückgenommen und wieder zu einer Alpinova-Arbeitsplatte verarbeitet.

Die neue Arbeitsplatte Alpinova besticht durch ihre Umweltverträglichkeit und den Nachhaltigkeitsgedanken, aber auch durch ihre Anwendungseigenschaften: Sie ist sehr stabil, weitgehend kratz- und schnittfest, hitzebeständig bis 200° C und full body. Letzteres ermöglicht auch eine 1mm Mikrofase, welche wiederum für Eleganz in der Küche sorgt, wie Artmayr anmerkt. Dass zudem die Produktion gegenüber anderen Arbeitsplatten-Materialien sehr umweltfreundlich, da bei geringer Temperatur gepresst, ist, sei hier ebenfalls erwähnt. Genauso wie, dass durch das vergleichsweise geringe Gewicht (eine 240 x 60 cm Platte mit Ausschnitt wiegt beispielsweise nur 31 kg) der Transport leichter und damit umweltschonender vonstatten geht.

Mit einer Preisgestaltung im unteren Drittel des STRASSER-Sortiments will man damit zudem auch neue Kundengruppen erschließen, etwa weniger kaufkräftige Kunden, die zuvor vielleicht zu einer Resopal- oder Spanplatte gegriffen hätten. Und so können künftig wohl noch weitere Kunden die hochwertigen Arbeitsplatten von STRASSER ihr Eigen nennen und das oberösterreichische Vorzeige-Unternehmen zeigt einmal mehr, wie man sich für eine nachhaltige und erfolgversprechende Zukunft rüstet.

www.strasser-steine.at

Über Alpinova

- *Herstellung:* umweltschonend gepresst bei unter 100 Grad aus recyceltem Material und zerkleinertem Naturstein (Abschnitt-Material aus der aktuellen Produktion, aus Steinbrüchen und nicht mehr benötigte Natursteinarbeitsplatten)
- *Entsorgung:* zu 100 % recyclebar
- *Materialstärke:* 12 mm, 1 mm Mikrofase
- *Farben:* Nero (Schwarz), Verde (Grün), Grigio (Grau), Fango (Schlamm) und Bianco (Naturweiß) Oberflächen: poliert und Leather Look
- *Preislage:* Unteres Drittel des STRASSER-Sortiments
- *Eigenschaften:* hitzebeständig bis 200°C, weitgehend kratz- und schnittfest, stoßfest, hygienisch

HANSGROHE

Das „Water Studio“ der Superlative

Hansgrohe präsentiert sich seit kurzem in Wiener Neudorf mit einem neuen Schauraum für Vertriebspartner und Endkunden. In einem hochmodernen „Water Studio“ finden sich Highlights wie das multisensorische Duschsystem „RainTunes“, ausgewählte Armaturen- und Brausekollektionen der Designmarke AXOR und viele weitere Produkte für Küche und Bad.

Speziell das Thema „Küche“ wird beim Wasserspezialisten mit einem umfangreichen, funktions- und designstarken Sortiment groß geschrieben. Ein wohninsider-Aufruf also, nicht nur für Bad- und Objektplaner sondern speziell auch für die Küchenfachleute eine Topmarke unter die Lupe zu nehmen. Hansgrohe steht seit mehr als 120 Jahren für Wasser als zentrales Element des Unternehmens. Die Mission: „Wir übernehmen Verantwortung für Mensch und Umwelt. Wir haben den Anspruch, der beste Arbeitgeber in der Region und unserer Branche zu sein. Wir begeistern Kunden durch Innovation, Design und Qualität. Wir haben den Anspruch, profitables Wachstum als die Nummer 1 in der Branche zu generieren“, heißt es bei Hansgrohe. Und die Verantwortung eines Unternehmens, das sich mit dem Element Wasser beschäftigt wird von Tag zu Tag größer.

Eine weitsichtige Unternehmenspolitik ist die Grundlage für den wirtschaftlichen Erfolg der Hansgrohe Group. Man steht für drei zentrale Themen: ressourcenschonendes Wirtschaften, soziales Handeln und ökologisches Bewusstsein. Die Philosophie Verantwortung für die Natur, für die Gesellschaft und für die Mitarbeiter:innen zu tragen, wird an allen Produktions-, Logistik- und Vertriebsstandorten weltweit gelebt. Als eines der ersten Unternehmen der Sanitärbranche produziert Hansgrohe seit den 1980er Jahren Wasser und Energie sparende Produkte. Die Effizienztechnologien, wie beispielsweise EcoSmart, AirPower oder CoolStart, senken den Verbrauch und sparen dabei Wasser und Energie beim täglichen Gebrauch – ohne dabei auf Design oder Bedienkomfort zu verzichten.

In Österreich zeichnet Christian Tröger als Geschäftsführer verantwortlich. Die Organisation steht landesweit und die Partner werden über das gesamte Bundesgebiet beliefert und servisiert. Mit der Eröffnung des neuen Schauraums erhalten die Besucher:innen die Möglichkeit, in die Welt von Hansgrohe einzutauchen. „Ein großer Vorteil ist natürlich die Produktberatung, die wir hier in persönlichen Gesprächen bieten können. Beratung für den Fachmann, aber auch für dessen Kunden oder Endverbraucher. Direkt wird hier nicht verkauft“, sagt Ludwig Flitter, Channel Management DIY Austria. „Individualisierung ist einer der wichtigsten Megatrends unserer Zeit. Viele Menschen erleben aufgrund standardisierter Produkte und Einheitslösungen ein gewisses Gefühl der Gleichartigkeit, dem sie entgegenwirken wollen. Sie suchen nach persönlichen Ausdrucksformen von Luxus, Stil und Wohlbefinden. Diesem Wunsch können wir hier optimal nachkommen“, sagt Christian Tröger.

Für den Küchenbereich hat das neue Water Studio einiges zu bieten. Unter anderem die neuartige Hansgrohe „sBox“, die zum Lieferumfang zahlreicher Küchenarmaturen mit Ausziehbrause oder Ausziehauslauf gehört. Das innovative Schlauch-Aufrollsystem sorgt für Ordnung und Funktionssicherheit im Unterschrank und garantiert ein bequemes, leichtgängiges und leises Arbeiten.

RainTunes – viel mehr als eine Dusche

Zu einem der größten Highlights des neu eröffneten Schauraums zählt das digitale Duschsystem RainTunes, das Wasser, Licht, Ton und Duft zu einem ganzheitlichen Wassererlebnis vernetzt. „Im Mittelpunkt stehen hier der Mensch und seine individuellen Bedürfnisse“, erklärt Markus Kreismayr Hansgrohe Smart Living-Spezialist für Österreich, das Prinzip der Hightech-Dusche. Diese verbindet sich über die eigens dafür entwickelte hansgrohe home app mit dem hauseignen Wlan-Netzwerk, um auf digital gesteuerte Duschszenarien zurückzugreifen, die dann

Der neue Schauraum in Wiener Neudorf.

Fotos: Hansgrohe

Clevere Lösung: Der Wasserstrahl zum Gemüsewaschen bleibt in der Spüle.

Lizz Görgl bei Produkt Highlight RainTunes zur Water Studio Eröffnung.

während des Duschvorgangs automatisch ablaufen. „Die Duschszenarien wurden mit Dermatologen, Sportmedizinern, Physiotherapeuten und Aromatherapie-Spezialisten entwickelt und holen den Nutzer in seiner jeweiligen Tagesstimmung ab. Mit einem Fingertipp auf die App wird eines von sieben Szenarien in die Dusche übertragen und sorgt dort für eine vollkommen neue und multisensorische Dimension des Duschens," erläutert Kreismayr.

Produkthighlights zum Anfassen

Neben der einzigartigen Hansgrohe RainTunes Dusche finden sich im Water Studio eine Reihe weiterer Produktinnovationen wie etwa die farbigen Armaturen aus der Kollektion „AXOR One", die von dem britischen Designer-Duo Edward Barber und Jay Osgerby kuratiert wurden.

Bei der Auswahl der Farben ließen sich die IMP Designer von der natürlich vorkommenden Wechselwirkung zwischen Licht, Farbe und Wasser inspirieren. Die insgesamt sechs Farbvarianten, die dabei entstanden, sind über den „AXOR Signature Service" für den Privatbereich erhältlich. Das Besondere dabei: Auf Anfrage kann nahezu jedes Produkt der Designmarke AXOR weiter personalisiert, kundenspezifisch angepasst und adaptiert werden.

Ebenso im Schauraum zu besichtigen ist das neue Ablauf-Sortiment Hansgrohe „RainDrain" für bodengleiche Duschen, das in Design und Finish auf das komplette Hansgrohe Brausen-Sortiment abgestimmt ist und zu allen gängigen Baddesigns passt. Die lineare Ablaufrinne passt sich perfekt in jede bodengleiche Dusche ein und wirkt aufgrund ihrer hochwertigen Optik besonders luxuriös. Erhebliche Vorteile bringt dabei die Hansgrohe Ablauftechnologie „Dryphon" durch minimalen Reinigungsaufwand und höhere Ablaufleistung.

www.hansgrohe.at

Hier erreichen Sie das Hansgrohe Team in Österreich:

Hansgrohe Handelsges.m.b.H.
Industriezentrum NÖ Süd, Straße 2d/
Objekt M18, A-2355 Wiener Neudorf
T: +43 2236 62830
info@hansgrohe.at

Die Hansgrohe „sBox" - das innovative Schlauch- Aufrollsystem.

Über die Hansgrohe Group – Taktgeber des Wassers. Seit 1901.

Die Hansgrohe Group mit Sitz in Schiltach/Baden-Württemberg ist mit ihren Marken AXOR und hansgrohe ein in Innovation, Design und Qualität führendes Unternehmen der Bad- und Küchenbranche. Mit seinen Armaturen, Brausen und Duschsystemen gibt das 1901 im Schwarzwald gegründete Unternehmen dem Wasser Form und Funktion. Einzigartige Erfindungen wie die erste Handbrause mit unterschiedlichen Strahlarten, die erste ausziehbare Küchenarmatur oder gar die erste Duschstange prägen die 120-jährige Firmengeschichte. Das Unternehmen hält über 18.500 aktive Schutzrechte. Die Hansgrohe Group steht für langlebige Qualitätsprodukte und für Verantwortung gegenüber Menschen und Umwelt.Die nachhaltige Herstellung ressourcenschonender Produkte ist international im unternehmerischen Handeln verankert.

Mit 34 Gesellschaften, 20 Verkaufsbüros und Vertrieb in 152 Ländern ist das global agierende Unternehmen der Sanitärbranche seinen Kunden in allen Regionen der Erde ein verlässlicher Partner. Die Hansgrohe Group, ihre Marken und Produkte wurden mit zahlreichen Auszeichnungen prämiert, darunter über 700 Designpreise seit 1974.

Die Produkte der Hansgrohe Group sind weltweit präsent, auf namhaften Kreuzfahrtschiffen, in luxuriösen 5-Sterne- und Boutique-Hotels internationaler Metropolen, in außergewöhnlichen Spas, exklusiven Bädern von Lodges und Luxusvillen, öffentlichen Einrichtungen sowie in unzähligen Privathäusern. Ihre hohen Qualitätsstandards gewährleistet die Hansgrohe Group durch die Produktion an sieben eigenen Produktionsstandorten, von denen sich vier in Deutschland, sowie je einer in Frankreich, in den USA und in China befinden. 2021 erwirtschaftete die Hansgrohe Group einen Umsatz von 1,365 Milliarden Euro. Weltweit beschäftigt das Unternehmen rund 5.400 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, davon über 60 Prozent in Deutschland.

FRANKE

Für den perfekten Workflow

Das flexible ALL-IN Zubehörsystem von Franke verwandelt die Spüle in einen stilvollen Arbeitsplatz. Es ermöglicht intelligente und fließende Abläufe in der Küche, vom Vorbereiten übers Kochen bis hin zum Reinigen und Aufräumen.

Das moderne Zuhause ist zunehmend geprägt von zwei Welten: der Digitalisierung auf Basis smarter Geräte und der „menschlichen Dimension“, die unsere emotionalen und praktischen Bedürfnisse widerspiegelt. Auch in der Küche treffen sie aufeinander: Smarte Lösungen nehmen inzwischen einen festen Platz ein, zugleich ist die Küche der Ort zum Kochen und zum geselligen Beisammensein. Mehr als die Hälfte der Europäer, nämlich 51 %, kocht seit dem Ausbruch von Covid19 mehr und will dies auch in naher Zukunft beibehalten (Acosta report 2020).

Entspannter Küchenalltag und harmonischer Workflow mit dem neuen ALL-IN Zubehörsystem von Franke.

ALL-IN: das flexible Zubehörsystem

Das veränderte Kochverhalten verlangt nach intelligenten und flexiblen Lösungen. Mit ALL-IN hat Franke Home Solutions ein Zubehörsystem entwickelt, das die Küchenroutinen neu denkt und clever organisiert. Es ermöglicht fließende Abläufe und maximale Flexibilität im Küchenalltag. Dank teleskopierbarer Schienen passt das modular aufgebaute System in alle Spülen und Becken mit einer Breite von bis zu 540 mm. Fünf Sets unterschiedlichen Umfangs beinhalten bis zu acht Komponenten mit vielseitigen Verwendungsmöglichkeiten. Dazu gehören etwa ein Bambus Schneidebrett, ein großes und ein kleines Abtropfbecken, Restebehälter, eine Auffangschale oder eine mobile Abtropfmatte aus Silikon.

In die teleskopierbaren Schienen lassen sich je nach Bedarf die einzelnen Elemente einhängen – etwa Abtropfbecken oder die Auffangschalen aus schwarzem, mit Sanitized® ausgestattetem Kunststoff. Auch das Schneidebrett lässt sich dort fixieren. So verwandeln sich Spülen und Becken im Handumdrehen in multifunktionale Arbeitsplätze: ideal zum Vorbereiten und Schneiden, zum Abgießen und Abstellen beim Kochen, zum Abwaschen und Abtropfen. Und zum Schluss finden alle Accessoires Platz in der Aufbewahrungsschale, die sich ordentlich im Küchenschrank verstauen lässt.

Ausgezeichnetes Design

Das clevere Zubehörsystem hat bereits renommierte internationale Auszeichnungen erhalten. Es wurde mit dem begehrten Red Dot Design Award 2022 ausgezeichnet und trägt den „Kitchen Innovation Award 2022“ für Funktionalität, Innovation, Produktnutzen, Design und Ergonomie sowie den „Kitchen Innovation Award 2022 – Best of the Best“.

www.franke.at

Heiße Töpfe und Pfannen lassen sich auf der Abtropfmatte abstellen, Nudeln und Gemüse im Abtropfbecken abgießen. Alle Accessoires finden Platz in der Aufbewahrungsschale und lassen sich einfach im Küchenschrank verstauen.

Fotos: Franke GmbH

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

AEG.AT/NACHHALTIGKEIT

NABER

Alle Wege führen zu smartem Licht

LUMICA® LIC LED-System – Link zum Video: bit.ly/3t75u0q

Video im eBook

Je präziser und einleuchtender die Informationen, desto einfacher die Installation: Lichttechnik-Produkte mit all ihren faszinierenden Möglichkeiten erläutert Naber auf einer neuen Web-Seite, mit neuen Broschüren und einem Video.

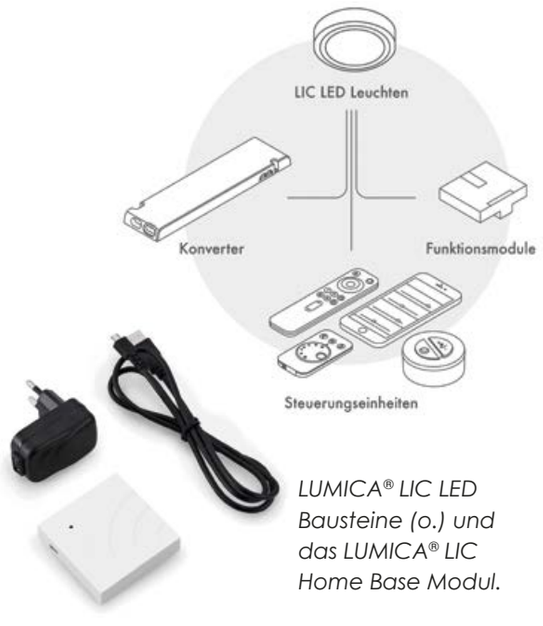
Im Zentrum steht das LUMICA® LIC LED-System als technische Plattform für individuell smartes Licht in der Küche und weiteren Wohnbereichen. Verschiedene LED-Leuchten und Leuchtenarten können kombiniert und gesteuert werden. Wie Licht das Wohlbefinden steigern kann, wenn es richtig eingesetzt wird, zeigt der Film mit Verweis auf die Lichtfarben: Kaltweißem Licht wird ein aktivierender Effekt zugesprochen, warmweißes Licht sorgt für eine Atmosphäre der Entspannung. Die Lichttemperatur „neutralweiß" eignet sich hervorragend als Grundbeleuchtung, denn sie wird für längere Zeit als sehr angenehm empfunden.

Planungs- und Installations-Tipps

Neben den Aspekt der Lichtstimmung tritt jener des praktischen Nutzens: Statt sie nacheinander einzuschalten, werden unterschiedliche Leuchten gleichzeitig per Tastendruck auf der Fernbedienung, mit dem Smartphone oder per Sprachbefehl aktiviert und gesteuert. Mit welchen technischen Bausteinen das gelingt, konkretisiert Küchenzubehör-Spezialist Naber sehr anschaulich in Wort und Bild auf der Internetseite *naber.com/lic* – hier stehen auch die Broschüren zum Download bereit. Küchenplaner und Fachhändler bekommen mit der 30-seitigen Produkt-Broschüre detaillierte Fachinformationen an die Hand. Beispielhafte Lichtszenarien sind ebenso enthalten wie Planungs- und Installations-Tipps. Küchennutzern gelingt der perfekte Einstieg ins Thema Lichttechnik mit der achtseitigen Broschüre zum LUMICA® LIC LED-System: Kompakt und fundiert wird gezeigt, was „intelligentes" Licht zu leisten vermag und wie einfach sich individuell gewünschte Beleuchtungs-Szenarien realisieren lassen.

www.naber.com

Detaillierte Fachinformationen bietet die 30-seitige Produktbroschüre.



LUMICA® LIC LED Bausteine (o.) und das LUMICA® LIC Home Base Modul.

Fotos: Naber GmbH

BLUM „REVEGO“

Lösung zur flexiblen Raumnutzung

Große Möbelfronten verbergen bei Bedarf Küchenzeilen oder ganze Wohnbereiche: „Revego“, die neuen Pocketsysteme von Blum, ermöglichen völlig neue Gestaltungsmöglichkeiten bei hohem Bewegungskomfort und simpler Planung sowie Montage.

Küche sowie Ess-, Wohn- und Arbeitsbereiche wachsen in der modernen Wohnraumnutzung immer mehr zusammen. Durch zunehmende Urbanisierung und Verdichtung in Ballungszentren fallen die Wohnräume in Zukunft zudem kleiner aus. Die Pocketsysteme von Blum eröffnen völlig neue Perspektiven: Schnelles Öffnen kompletter Wohnbereiche zur Nutzung und einfaches Verschließen fördert ein rundum wohnliches Ambiente. Das bietet neue Gestaltungsmöglichkeiten für kleine, aber auch große Räume.

Die neue Produktkategorie Pocketsysteme zeichnet sich durch den von Blum gewohnten Bewegungskomfort aus: Dank der Bewegungstechnologie „TIP-ON“ öffnet der Möbelnutzer die Türen durch sanftes Antippen und schiebt sie komplett in das Pocket. Der Arbeitsbereich der Küche, das Homeoffice oder der Hauswirtschaftsraum ist nun bequem zugänglich. Zum Schließen reicht ein kurzes Drücken auf die Tür, diese wird aus dem Pocket ausgeworfen und der Nutzer kann mit einem weiteren Druck den kompletten Bereich elegant verbergen. Die vollaufschlagenden Türen verdecken im geschlossenen Zustand die Möbelzeile inklusive der Pockets, somit ist „Revego“ die ideale Lösung zur multifunktionalen Raumnutzung.

„Revego“ überzeugt als Einzel- und Doppeltüranwendung und ist mit unterschiedlichen Sockelvarianten realisierbar.

Das Geheimnis: Einfache Herstellung und Montage

Was macht die Pocketsysteme zur Innovation? Das einzigartige Einschiebetürsystem für Einzel- und Doppeltüranwendungen überzeugt mit vollständig integrierter Technik und bequemer Integration in das Küchenlayout oder die Möbelzeile. Die durchdachte Schranklösung mit fixen Breiten kann auch leicht mit Standardkorpussen verplant werden: die Einzeltür „Revego“ uno mit 100 mm und die Doppeltür „Revego“ duo mit 150 mm breiten Pockets. In der Gestaltung bietet die Lösung den notwendigen Spielraum: Die Einzeltüren können 450 bis 900 mm und Doppeltüren 450 bis 750 mm breit sowie von 1800 bis zu 2500 mm hoch sein. Außerdem können die Pocketsysteme bereits beim Hersteller produziert und vormontiert zum Aufstellort geliefert werden. Die Endmontage vor Ort ist ebenso einfach: Pockets aufstellen, ausrichten und befestigen, Türen und Laufträger installieren, einstellen – fertig!

www.blum.com

Die durchdachte Schranklösung mit fixen Pocketbreiten kann mit Standardkorpussen geplant und entsprechend einfach verarbeitet werden. Das Pocketsystem kann bereits beim Hersteller produziert und vormontiert zum Aufstellort geliefert werden.

Fotos: Julius Blum GmbH

SYSTEMCERAM

Küchenkeramik mit dem Härteplus

Echte und nachhaltige Materialien sind in der Küche angesagter denn je. Kein Wunder also, dass sich immer mehr Küchenkäufer für eine Keramikspüle entscheiden. Doch Keramik ist nicht gleich Keramik.

Besonders robust und hitzeresistent sind die Spülen von systemceram. Sie bestehen aus Feinsteinzeug. Dabei handelt es sich um die höchste Güteklasse der keramischen Qualitätsskala. Die KeraDomo-Küchenkeramik von systemceram wurde aus der hauseigenen Laborkeramik entwickelt und erfüllt die strengen Anforderungen dieses Einsatzgebietes. Das dichte Material verfügt dank der bei 1240 Grad eingebrannten Glasur über eine besonders harte und glatte Oberfläche, an der Verschmutzungen nur schwer anhaften. Das fördert die Pflegefreundlichkeit und prädestiniert das Material für die vielfältigen Anforderungen in der Küche. Spülen aus Feinsteinzeug sind schlag-, schnitt- und stoßfest, hygienisch, kälte- und hitzeresistent sowie geschmacks- und geruchsneutral. Es gibt sie von systemceram in einer großen Farb- und Formvielfalt in diversen Maßen für den klassischen Einbau von oben, den flächenbündigen Einbau und für den Unterbau. Auf Wunsch auch mit der farblich abgestimmten Armatur und weiterem Zubehör wie der praktischen Medio-Matte. In puncto Nachhaltigkeit setzt systemceram Maßstäbe: Denn der natürliche Werkstoff Feinsteinzeug ist zu 100 % recyclingfähig.

„Mit umfangreichen Investitionen stellen wir systemceram zukunftssicher auf."

Kevin Göbel (l.) und Felix Engel, geschäftsführende Gesellschafter

Investitionen in die Zukunft

Der Keramikspezialist aus dem Westerwald punktet nicht nur mit Produktinnovationen, sondern investiert bereits jetzt in die Zukunft. In den nächsten drei Jahren wird das Unternehmen rund 30 Millionen Euro in die Hand nehmen: für ein neues Verwaltungsgebäude inklusive Ausstellung, die Neuaufstellung der Logistik sowie moderne Fertigungsanlagen und Maschinen.

Am Standort in Siershahn entsteht ein fünfgeschossiges Gebäude mit 2.220 qm Nutzfläche und modernster Gebäudetechnik.

Fokus auf den Küchenfachhandel

Möglich macht die umfangreichen Investitionen die positive Geschäftsentwicklung der vergangenen Jahre. Als entscheidenden Erfolgsfaktor sehen die Geschäftsführer die starke Konzentration auf den Küchenfachhandel. Hinzu kommt der hohe Anspruch an Design und Funktionalität der keramischen Produkte aus Feinsteinzeug sowie der Service in der partnerschaftlichen Zusammenarbeit mit den Kunden. Kern der vertrieblichen Aktivitäten der Fachhandelsmarke systemceram sind weiterhin die heimischen Märkte in Deutschland mit einem Anteil von 90 %. Parallel wuchs das Unternehmen auch international. Im Jahr 2021 um 10 % mit signifikanten Steigerungen vor allem in Frankreich sowie in osteuropäischen Ländern wie Polen und Tschechien. Auch Österreich entwickelt sich stabil aufwärts. „Im ersten Quartal des Jahres 2022 setzte sich die positive Entwicklung im In- und Ausland fort", berichtet Kevin Göbel.

www.systemceram.de

Kontakt Österreich:
Christian Taferner
T: +43 664 5255838
christian.taferner@systemceram.de

Fotos: systemceram

KANN DEINE KÜCHENMASCHINE

WIEGEN UND KOCHEN?

KENWOOD

CAN

Jetzt die **Cooking Chef XL** mit 3 Jahren Garantie inkl. Pick-Up Service sichern. Weitere Details unter kenwoodaustria.at.

BOXSPRINGBETT

Der Schlaf wird individueller

Die Boxspringbetten finden von den Hotels den Weg in die privaten Schlafzimmer. Diese Aussage stimmt natürlich nicht hundertprozentig, weil nicht alles Boxspring ist was sich Boxspring nennt.

Zumindest die Optik geht bei vielen Bettkonstruktionen in die Richtung Boxspring. Geschäftlich gesehen, hatten vor allem im Objektbereich die Boxspringbetten aufgrund der Corona Pandemie und dem Stillstand der Gastronomie einen Einbruch erlitten. Genaue Zahlen liegen diesbezüglich nicht vor, aber man hört es aus der Branche: „Der Fremdenverkehr nimmt jetzt wieder Fahrt auf und die Hotels rüsten nach“, sagt zum Beispiel Roman Eberharter, Betten- und Matratzenerzeuger aus dem Zillertal in Tirol, der die Zukunft wieder optimistischer sieht.

Vom Design her lassen sich Boxspringbetten heute nach allen Wünschen und Richtungen gestalten. Die Erzeuger sind durch die Eroberung des privaten Schlafraumes wesentlich flexibler geworden und jedes Boxspringbett kann völlig individuell gestaltet werden. Individualität ist ja längst ein Megatrend unserer Zeit und macht auch vor dem Schlafzimmer nicht Halt. Eine große Chance für den Fachhandel hier auf einen Zug aufzuspringen – auf einen Schnellzug. Das Boxspringbett spricht auch ganz klar den finanziell besser gestellten Bereich der Konsumenten an und mit dem Thema Schlaf, speziell „gesunder Schlaf“, agiert man in einem weiteren Trend. Das Thema Preis im Verkaufsgespräch steht nicht mehr an erster Stelle.

Das individuelle Boxspringbett beschreibt Roman Eberharter auch auf seiner Website:
„Boxspringbetten zeichnen sich durch ihre Höhe und ihr Aussehen aus. Dem aus Amerika stammenden Trend wird nachgesagt, dass er Schlafen auf eine neue Sphäre bringt. Mittlerweile gibt es tausende Anbieter am Markt die alle Preissegmente abdecken. So beginnen einzelne Hersteller bereits bei 700 €, während andere über 10.000 € für eine Komplettausstattung verlangen. Dass es sich dabei stets um standardisierte Produkte handelt, die den Körper des jeweiligen Nutzers, wie jede normale Matratze auch, unterschiedlich be- und entlasten wird dabei meist vergessen. Das Ergonomische Liegezentrum ermöglicht nun Suchenden sowohl optisch, als auch liegekomforttechnisch eine optimale Lösung. So wird mittels Test am Liege-Simulator eine körpergerechte Boxspringvariante ermittelt, die aus unterschiedlichen Materialien bestehen kann. Meist kommt dabei das klassische Taschenfederkernelement oder eine EMC-Kaltschaumvariation zum Einsatz. Naturlatex oder viscose elastische Stoffe ergänzen bei Menschen mit körperlichen Problemzonen das Boxspringbett um eine nachhaltige Lösung zu generieren. Schlussendlich wird nach Auswahl der Bettfüße und Bezugsmaterialien (auch Leder und Kunstledervariationen) das Bett individuell gefertigt.“ ■

Eine Übersicht über Boxspringbetten online auf www.wohninsider.at | Link zu den Produkten: bit.ly/3bHacfc

Fotos: Shutterstock.com

SEDDA

Schlafkomfort handmade in Austria

Der Volksmund weiß: Wie man sich bettet, so schläft man. Ein umfangreiches Bettensortiment hält für jedes Schlafzimmer die richtige Schlaflösung im passenden Design bereit.

Höchsten Komfort bieten die individuell planbaren Boxspringbetten von sedda. Dank mehreren Lagen hochwertigsten Tonnentaschen-Federkern im Bettkasten und der Boxspringmatratze entsteht ein punktelastisches Liegegefühl, welches den Körper optimal stützt und entlastet.

Boxspringbett Duke

Boxspringbett DUKE
– schlafen wie im Palast des Herzogs

Opulente Eleganz und traumhafter Schlafkomfort: Das neue Boxspringbett DUKE verbindet originelles Design mit einem perfekten Liegegefühl. Zum Blickfang wird neben dem großzügigen Kopfhaupt insbesondere der voluminöse Polsterrahmen. Auf Wunsch kann der vordere Teil als integrierte Polsterbank ausgeführt werden – für zusätzlichen Komfort im Schlafzimmer und ein Design wie aus einem Guss.

Betont wird die kubische, klare Formensprache durch die bodennahe Gestaltung ohne Füße. Zugleich entsteht dadurch eine geerdete, ruhige Anmutung. Die spezielle Nahtführung, wodurch sich an den Kanten keine Nähte finden, sorgt für elegante Rundungen in der sonst kubischen Formensprache. Die hohen Ansprüche von sedda zeigen sich auch im Inneren von DUKE: Eine Box mit unterfedertem Bonellfederkern kombiniert mit der Kingline-Boxspringmatratze sorgt für ein ausgezeichnetes punktelastisches Liegegefühl. Die Premium-Matratze basiert auf einem härtevergüteten Tonnentaschenfederkern und einer hochwertigen Schaumstoffauflage. Individuellen Vorlieben werden die beiden unterschiedlichen Härtegrade gerecht. Der Premium-Bezug ist aus Bisonleder in der Farbe Honig. So wird DUKE zur Wohlfühloase – in der Nacht und auch am Tag.

Boxspringbett King

Boxspringbett KING
– schlafen wie im siebten Himmel

Die Kombination von mehreren Federkernen garantiert höchsten Schlafkomfort. Genuss der Luxusklasse dank bequemer Liegehöhe und aufwendigem Innenleben im Bettkorpus. Dabei ein absolutes Dreamteam: Lattenrost plus Federkern, ummantelt mit Schaumstoff in Kombination mit den hochwertigen Premium-Matratzen. Darüber hinaus sorgt eine eingenähte Antirutsch-Matte auf der Oberseite des Bettkorpus für einen festen Halt der Matratzen. Das ist vor allem dann von Vorteil, wenn zwei Einzelbetten zum Doppel verschmelzen. Dank des besonderen „Dantes"-Beschlages avanciert diese Verbindung bei sedda zum Kinderspiel. Ganz nach Wunsch sind Breiten von 80, 90, 100, 120 und 140 cm erhältlich. Im Mix mit dem Dantes-Verbindungssystem sind darüber hinaus auch 160, 180 und 200 cm möglich. Das KING Boxspringbett kann nach eigenen individuellen Design- und Komfortansprüchen gestaltet werden!

www.sedda.at

Fotos: sedda

HÄSTENS

Die Philosophie des perfekten Schlafs

drēmər steht für eine Lebenseinstellung. drēmər soll ein Gefühl der Schwerelosigkeit und einen außergewöhnlichen Schlaf vermitteln. drēmər Bett und Kopfteil strahlen kompromisslose Qualität und Design aus. Sie sind eine Hommage an Pehr Adolf Janson, den drēmər, der Hästens 1852 gründete.

Perfektion bis ins kleinste Detail ist hier Selbstverständlichkeit.

Knapp zwei Jahre nach der Präsentation des Grand Vividus launchte Premium-Bettenhersteller Hästens just am 170. Jahrestag der ersten Eintragung in das Handelsregister das zweite Flaggschiff aus der Kollektion, in Kooperation mit Designer Ferris Rafauli, – das drēmər. Doch auch abseits dieses Schmuckstücks tut sich viel bei der schwedischen Edel-Traditionsmarke.

Von Lilly Unterrader

drēmər ist mehr als nur ein Bett. drēmər ist eine Philosophie, wird mir erklärt, als ich im Frühjahr dieses Jahres wieder durch die Manufaktur des Premium-Bettenherstellers Hästens im schwedischen Köping geführt werde. Und eines ist gleich klarzustellen: Manufaktur ist in diesem Fall der eindeutig richtige Ausdruck, denn jedes einzelne Hästens-Bett wird nicht nur auf Bestellung und nach genau den Bedürfnissen des Schläfers gefertigt, jeder einzelne Fertigungsschritt ist zudem echte Handarbeit. Handarbeit, getätigt von Mitarbeitern, die oft schon viele Jahre, manchmal sogar über mehrere Generationen

Foto Bett drēmər: Hästens, weitere Fotos: Lilly Unterrader/wohninsider

in dem Familienbetrieb arbeiten. Hästens ist also nicht nur für die Käufer, sondern auch viele Mitarbeiter eine Lebenseinstellung, die in drēmər eine neue Dimension erfährt.

Der Schlaf – ein Leben

Jan Ryde, CEO und Eigentümer des Unternehmens in fünfter Generation, drückt es so aus: "Das drēmər Bett ist eine physische Manifestation unserer Mission, unsere Welt zu einem besseren Ort zu machen." Nicht von ungefähr wurde das neueste Flaggschiff, das zweite Bett in Kooperation mit dem amerikanischen Innenarchitekten und Star-Designer Ferris Rafauli, nach zweijähriger Entwicklung exakt am 22. März 2022, dem 170. Jahrestag der Eintragung ins Handelsregister, präsentiert.

Doch was steckt dahinter und drinnen? Für Hästens sind drēmərs inspirierende Menschen, die mehr tun, als nur zu träumen und ein gewöhnliches Leben zu führen. drēmərs sind sich ihrer inneren Größe bewusst und verwirklichen ihre kleinen und großen Träume. Das drēmər Bett ist somit eine Klasse für sich und verkörpert sechs Generationen von Träumen, Leistungen, Exzellenz, Mission und Meisterschaft des Traditionsunternehmens Hästens. Nicht nur das Bett, auch der Webstoff wurde von Rafauli entworfen, der auf dem unverwechselbaren Pferdeinsignum der Marke basiert. Es ist derselbe Stoff wie beim Masterpiece Grand Vividus, es stehen vier Farben zur Auswahl: Traditional Blue, Black Shadow, Natural Shale und Phantom Charcoal. Jedes Karomuster ist nahtlos aneinandergereiht, ein Prozess, der den Handwerksmeistern äußerste Präzision abverlangt. Das drēmər Kopfteil ist ein Kunstwerk und setzt in jedem Schlafzimmer einen Akzent. Die Samtpaneele und Seitenflügel sind in denselben Farben wie das drēmər Bett gehalten, großzügig gepolstert und mit einer Paspel versehen, die die verführerische Form des Kopfteils unterstreicht. Die Beine aus lackiertem Holz wurden exklusiv für das drēmər Bett entworfen und sind in den Farben Schwarz und Blau erhältlich. Es werden nur feinste Wolle, Baumwolle, Flachs, hochwertiges schwedisches Kiefernholz und Rosshaar mit absoluter Präzision verarbeitet. Gefertigt werden die Betten grundsätzlich für ein Leben lang, die Garantie beläuft sich immerhin auf 25 Jahre. Das drēmər gibt's ab etwa 50.000 Euro.

General Manager Österreich und Schweiz, Markus Maurer, und Hästens Store Wien Betreiber Michael C. Frost am Wiener Standort in der Heinrichsgasse 4. Neben acht eigenen Hästens-Stores (z.B. in GB, NL und Belgien) gibt es weltweit etwa 300 Stores wie jenen in Wien unter der Hästens-Flagge, aber mit selbstständigen Unternehmern dahinter. Weitere sind gesucht!

Neue Stores, neuer Look

Mit diesem neuen Flaggschiff, das, wie man bei Hästens selbstbewusst verkündet, ein Bestseller zu werden vermag, demonstriert Hästens einmal mehr Größe. Größe, die in den vergangenen zwei Jahren nochmals zugenommen hat: So ist nicht nur die Mitarbeiterzahl auf etwa 250 gewachsen, auch der Umsatz (mehr als 100 Mio Euro 2021) und die Anzahl der Stores weltweit (man ist in nunmehr 46 Ländern präsent) konnten auf nunmehr rund 300 gesteigert werden, zuletzt mit neuen Shops in Dubai. Auch wurde das Store-Konzept im Sinne der Corporate ID in den vergangenen Monaten komplett überarbeitet und wird aktuell sukzessive auf die Stores ausgerollt. Neben regelmäßigen Schulungen sorgt auch eine künftig verfügbare Augmented Reality-Funktion für stets perfekte Präsentation in vielen Dimensionen. Zudem ist seit kurzem eine neue Mitarbeiterin für Hästens unterwegs und soll (im weiterer Folge mit einem Team) global für repräsentative Partnerhotels sorgen bzw. diese betreuen. Marketingseitig wird neben der klassischen Werbung mit Sponsoring, Influencern und Partnerhotels gearbeitet, um den Spirit der Marke möglichst authentisch und effizient weiterzutragen.

> „Wir wollen wachsen, aber sehr selektiv. Die Partner müssen zur Philosophie passen."
>
> *Markus Maurer, Country Manager Austria & Switzerland*

Passionierte Hästens-Partner gesucht!

Das Ende der Fahnenstange ist jedoch noch nicht erreicht, wie Markus Maurer, Country Manager Austria & Switzerland, im Gespräch mit wohninsider anmerkt. Nicht nur in den Shops ist die Nachfrage in den vergangenen Monaten wieder stark gestiegen. „Wir bemerken, dass die Leute jetzt konkreteres Interesse haben und im Durchschnitt sich für ein höherwertiges Bett entscheiden als in der Zeit vor Corona", so Maurer. Auch auf Unternehmer-Seite hat Hästens noch viel vor. Konkret sollen auch zu den aktuell vier österreichischen Stores (in Wien, Salzburg, Lienz und Dornbirn) noch drei bis vier weitere dazukommen. Sowohl Monobrand-Stores als auch die Option des Shop-in-Shops sind dabei möglich. Maurer spürt diesbezüglich auch ein wachsendes Interesse. Jedoch, hält er fest: „Wir wollen wachsen, aber sehr selektiv. Die Partner müssen zur Philosophie passen. Und die Region muss das auch hergeben." (Stichwort: hohe Kaufkraft). »

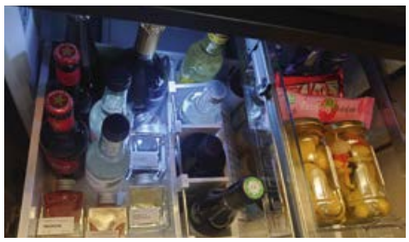
Künftige Partner können jedenfalls auf die Konzeption und Planung, sowie Möbel von Hästens zurückgreifen. Maurer weiter: „Wir unterstützen auch bei der Immobilien- und Personalsuche.“ Die Voraussetzungen, die ein künftiger Partner mitbringen sollte, sind neben einer echten Passion für Hästens eine Mindestausstellungsgröße von 180-200 m², um ein repräsentatives Sortiment und sowie Zubehör zeigen zu können. Vorerfahrung ist nicht zwingend notwendig. Vielmehr könne man ruhig out of the box denken, wie er anmerkt. So müssten künftige Partner nicht zwangsweise aus dem Möbel- oder Bettenbereich kommen, einige nehmen Hästens als sinnvolle Erweiterung des gegebenen Portfolios. Maurer: „In Dornbirn und Lienz haben wir große Tischlereien im Hintergrund, die ein Küchenstudio betreiben, wo das Thema Betten dann eine logische Ergänzung war.“ Regional stehen vor allem die Graz, Linz, der Wörthersee und Tirol, z.B. Innsbruck auf der Watchlist ganz oben. Interessierte können sich gerne an Markus Maurer *(markus.maurer@hastens.se)* wenden.

www.hastens.com

Hotel-Tipp bei Köping-Trip

Besuchern von Stockholm oder Köping sei an dieser Stelle das entzückende Hotel „Villa Dagmar“ in der Nybrogatan 25-27 empfohlen. Nicht nur die zentrale Lage und die exquisite Architektur ziehen einen sofort in den Bann, auch die Aufmerksamkeit des Personals und die detailverliebte Ausstattung machen den Besuch zur bleibenden Erinnerung. Ob Beautymaske auf dem Bett oder unglaublich dicht bepackte Minibar, das Leben ist ein Fest hier, und es findet seine Krönung im üppigen Frühstück.

hotelvilladagmar.com/en/



Werden Sie Bosch Concept Partner

- 2+3 Jahre Garantie auf Bosch Einbaugeräte
- All inklusiv Betreuung
- Spezielles Verkaufstraining über Bosch Akademie
- Informativer Erfahrungsaustausch
- Rechtliches Fachwissen und aktuelle Themen der Einrichtungsbranche

Bei Interesse kontaktieren Sie uns über die Vereinskoordinatorin Bettina Minihuber oder den Bosch Außendienst.

Bosch
Concept Partner

Verein Bosch Concept Partner
Vereinssitz: 4780 Schärding, Linzerstraße 37
Mail: info@boschconceptpartner.at

BOSCH
Technik fürs Leben

JOKA

Der Spezialist in Sachen Boxspringbett

JOKA hat nicht nur das traditionelle Boxspringbett mit Federkern oder Taschenfederkern im Programm – es wurden auch metallfreie Boxspringbetten entwickelt.

Grundlage ist dabei das patentierte JOKA FlexiNET® System, welches aus handgeflochtenen Kaltschaumstegen besteht. Durch diese Verflechtung ist nicht nur optimale Durchlüftung sichergestellt, sondern auch perfekte Anpassung durch die hohe Punktelastizität gewährleistet.

Modell ARTE

„MATTINA“
Dieses Boxspringbett besticht durch seine „Leichtfüßigkeit“, die formschönen Fußvarianten können entweder in Nuss, Eiche oder Buche gewählt werden bzw. stehen elegante schwarze Metallfüße zur Verfügung. Wie bei JOKA üblich, ist das Innenleben des Boxspring-Unterbettes in Federkern, Tonnentaschenfederkern oder FlexiNet® erhältlich und kann so mit der ausgewählten Matratze perfekt abgestimmt werden. Durch das FlexiNet®-System, das aus handverflochtenen Kaltschaumstegen hergestellt wird, kann das Boxspringbett als metallfreie Variante gewählt werden.

Modell MATTINA

„ARTE“
Bei der Entwicklung der Boxspring-Bettenserie „Arte“ wurden von JOKA komplett neue Maßstäbe angesetzt. Ein weiches Kopfhaupt, das aus losen Kissen mit wahlweise waschbaren Überzügen besteht, überzeugt durch seine Anschmiegsamkeit und seinen Variantenreichtum.

„PIAZZA“
Das Boxspringbett „Piazza“ bringt noble Eleganz in jedes Schlafzimmer, der sensationelle Liegekomfort übertrifft höchste Ansprüche. Das formschöne Kopfhaupt mit moderner, quadratischer Steppung macht das Bett zu einem wahren Blickfang. Die zusammenlaufende Form eines jeden Elementes und die Tiefheftung verleihen dem imposanten Kopfhaupt eine einzigartige Tiefenwirkung mit 3D-Effekt. In Kombination mit einfärbigen Stoffen entsteht so ein Spielraum für verschiedenste Gestaltungsmöglichkeiten. „Piazza“ ist in zahlreichen Breiten erhältlich. In die Konzeption von „Piazza“ ist all das Können und jahrzehntelange Know-how von JOKA eingeflossen und überzeugt dadurch sowohl in der Hotellerie als auch bei Ihnen zu Hause in Ihrem Schlafzimmer.

Modell PIAZZA

„CAPRI“
Das Doppelbett „Capri“ bringt gehobenen Lifestyle in das Schlafzimmer: Klassisches Design verbindet sich mit exquisitem Schlafkomfort. Das formschöne Kopfhaupt mit edler Steppung rundet das Gesamtbild ab. „Capri“ kann als Boxspring-Bett oder als Polsterbett mit Lattenrost gewählt werden: Beim Boxspring-Bett kann man aus drei Polsterungen (Federkern, Taschenfederkern und FlexiNet®) wählen, beim Polsterbett mit Lattenrost stehen ein geräumiger Stauraum sowie Kopf- und Fußhochsteller zur Verfügung.

www.joka.at

Modell CAPRI

Fotos: JOKA Kapsamer GmbH

DORMIENTE

Naturpolsterbetten in Boxspring-Optik

– dormientes nachhaltige Alternative mit mehr Komfort und Umweltplus

Der deutsche Naturbettenspezialist dormiente fertigt Polsterbetten in Boxspring-Optik aus schadstoffgeprüften Naturmaterialien und ersetzt die sonst üblichen Metallfedern durch ein hochflexibles, auch nachträglich noch verstellbares Liegesystem aus Naturlatex.

Boxspringbetten haben sich längst vom Geheimtipp aus dem Urlaub zum Dauerbrenner schlechthin gemausert. Kaum ein Bettenhaus kommt heute noch ohne aus. Doch für was steht der Hype eigentlich? Welche Bedürfnisse decken die dicken Betten mit der schwimmenden Oberfläche ab, die scheinbar keine „normale" Matratze befriedigen kann? Eines sticht sofort ins Auge: Boxspring bedeutet Üppigkeit, eine Lust auf Kuscheln, Polster, weiche Linien und Stoff. Dann die komfortable Höhe, die das Einsteigen erleichtert und das spezielle Liegegefühl, ein bisschen wie Wasserbett, aber irgendwie sicherer. Doch was sie dafür in Kauf nehmen, das wissen Verbraucher meistens nicht. Im Kern eines jeden Boxspringbettes sind Metallfedern verbaut, die „Springs" = Englisch für „Federn" in einem Kasten, der Box. Sie sollen für Elastizität sorgen. Genau das sehen Baubiologen aber kritisch. Der Federkern kommt im elektrischen Sinn einer Spule gleich, Spulen verstärken jedoch die natürlichen elektromagnetischen Felder und können als Antennen wirken. In einem Maß, das bei manchen Menschen Schlafstörungen oder gar ernsthafte Erkrankungen verursachen kann. Das vielbeschworene königliche Liegeerlebnis, so das Fazit der Stiftung Warentest in einer breit angelegten Untersuchung, erreicht dennoch kaum ein Hersteller. Von acht getesteten Modellen erhielt nur eines das Prädikat „Gut", nur zwei konnten mit „Befriedigend" abschneiden.

Individualisierbarer Schlafkomfort, nachhaltig, grün, schadstoffgetestet

„Diese Untersuchung ist zwar schon ein paar Jahre alt, aber im Prinzip hat sich daran nichts geändert", erklärt Erich Hölzl,

Clia_2, hier mit hoher Rückenlehne und Chesterfield Absteppung. In den Bettrahmen, der mit einem Basisbezug ausgestattet ist, lässt sich das dormiente Schlafsystem SYSTEM 7® oder SYSTEM 1 einlegen. Es wird so platziert, dass es mit der Oberkante des Bettrahmens bündig abschließt. Darauf wird die Abdeckung im Dekostoff nach Kundenwahl geklettet. Eine große Auswahl an Naturmatratzen und Topper macht das Bett komplett.

Fotos: dormiente

Clia_3 mit Polsterlehne und Massivholzrahmen.

Kontakt:
Erich Hölzl
Agentur für strategische Marktentwicklung

Steinholz 2a
A-4075 Breitenaich
T: +43 7249 45381 | M: +43 664 4556013
info@agentur-hoelzl.at
www.agentur-hoelzl.at

Vertriebsleiter Österreich bei dormiente. „Diese Systeme sind starr, man kann nichts individuell auf den jeweiligen Körper einstellen. Stellt man fest, dass man es hier und da doch gerne weicher oder fester hätte, lässt sich später nichts mehr korrigieren." Der Spezialist für grünes Schlafen aus dem hessischen Heuchelheim setzt mit seinem CLIA_2 Modell stattdessen auf ein fein justierbares Liegesystem ganz aus natürlichen Materialien, verpackt in ansprechend weicher Boxspring-Optik. Latexgebundene Kokosfasern und Schurwolle aus kontrolliert biologischer Tierhaltung für die Polsterung des hohen Betthauptes und der Bettbox, darauf das Natur-Schlafsystem und eine individuell auf den Schläfer angepasste Naturlatexmatratze – so generiert man höchsten Komfort ganz ohne Metallfedern, dafür aber mit ausschließlich nachwachsenden Rohstoffen. „Optisch kann das so einladend voluminös aussehen wie Kunden das möchten." Dem Gestaltungswillen sind mit einer großen Auswahl an Naturstoffen fast keine Grenzen gesetzt.

OHNE METALLFEDERN

Damit der Schlaf auch rundum gesund und verträglich für die Umwelt ist, lässt dormiente alle Matratzen- und Polstermaterialien streng und regelmäßig bei unabhängigen Instituten auf mögliche Schadstoffe testen. So können sich Handel und Verbraucher auf QUL-geprüfte, nachhaltige Qualität verlassen.

www.dormiente.com

Attraktiver Vorzugspreis: Komplettangebot Vega Sonderedition inklusive Naturlatexmatratze CLASSIC MEDIFORM mit Sonderbezug und zwei verschiedenen Dekobezügen in je 5 Farben zur Wahl.

Vega Sonderedition, Polsteraufbau: Massivholz, latexierter Kokos, 100%iger Naturlatex, Bio-Schafschurwolle.

ADA

65 Jahre Erfahrung – die Marke wird nach innen und außen gestärkt

ADA AUSTRIA premium Sofa Lyon | Link zum Video: bit.ly/3NE9xsB

Video im eBook

ADA AUSTRIA premium LYON

Ich gehe davon aus, dass noch schwierige Herausforderungen auf uns zukommen.

Gerhard Vorraber, Vorstand

ADA, das Familienunternehmen aus der Oststeiermark gehört zu den führenden Polstermöbel-, Betten- und Matratzenherstellern in Europa. Mit einem Marktanteil von rund 30 Prozent im Sofa- und Schlafen-Bereich ist ADA maßgeblich am österreichischen Markt vertreten. wohninsider traf Vorstand Gerhard Vorraber und Chief Marketing Officer Margot Wisiak anlässlich der Hausmesse zu einem Gespräch.

Von Gerhard und Anna Habliczek

wohninsider: Die Marktzahlen von Branchenradar.com zeigen, dass Polstermöbel in Österreich Steigerungsraten aufweisen, wie schon lange nicht. Es läuft also perfekt?

Gerhard Vorraber: Das kann ich für 2020 und 2021 unterschreiben, das ist aber zurzeit nicht der Fall. Insbesonders in den letzten zwei Monaten fehlt die Frequenz in den Möbelhäusern. Ich sehe eine gewisse Verunsicherung in der Bevölkerung – Krieg, Inflation, Energie, Pandemie – das sind so die Hauptgründe dafür. Es fehlt das Geld in der Geldbörse und wo es vorhanden ist, wird es für Urlaub ausgegeben. Ich

Fotos: ADA

gehe davon aus, dass in diesem Jahr noch schwierige Herausforderungen auf uns zukommen. Wir haben Gott sei Dank bei ADA einen guten Polster, die ersten Monate hatten wir sehr gute Auftragseingänge, aber zurzeit wird es weniger.

Margot Wisiak: Die Kunden überlegen es sich dreimal: Muss das neue Bett sein? Muss das neue Sofa sein? Oder warte ich noch ein bisschen? Man hört es auch vom Handel: Die Frequenz ist sehr niedrig, wenige Konsumenten sind in den Möbelhäusern und die Aussage eines Großkunden von uns bringt es auf den Punkt: Der Möbelhandel konkurriert mit der Kreuzfahrt.

Preissteigerungen in mehr oder weniger allen Bereichen machen es für die Konsumenten nicht einfacher. Wie geht es Ihnen mit den Preisen?

G. Vorraber: Es ist eine sehr schwierige Situation – nicht nur für uns, sondern für alle. Wir haben natürlich unsere Preise angehoben, aber in Wirklichkeit hätten wir sie noch höher ansetzen müssen. Man kann aber nicht alles einfach eins zu eins weitergeben. In gewissen Bereichen werden nur die Mindestkosten abgedeckt. In Ungarn zum Beispiel – dort haben wir auch Werke – wurden die Stromkosten um 400 Prozent erhöht … Und in dieser Situation müssen wir lieferfähig bleiben. Unsere Kunden schätzen das natürlich, aber alleine können wir das auf Dauer nicht stemmen. Da wird was passieren müssen. Bestenfalls gehen die Rohstoffpreise wieder nach unten. Ansonsten muss man sich über die Preise nochmal Gedanken machen.

ADA war in den letzten 65 Jahren sehr erfolgreich, wie sehen Sie die nächsten Jahre?

M. Wisiak: Wir sind felsenfest davon überzeugt, dass wir noch erfolgreicher werden. Und der Weg dazu heißt: Die eigene Marke stärken nach innen und nach außen. Nach innen, dass wir eine starke Arbeitgebermarke werden. Wir brauchen neue gute Leute und müssen gute Leute halten. Die neue Generation denkt anders und will in einem Unternehmen arbeiten, das Sinn stiftet, das einen guten Namen hat, wo man wertvolle Arbeit leistet. Und auch nach außen werden wir unsere Marke weiter stärken.

„Eine Marke soll sinnstiftend und authentisch sein. Das ist in der heutigen Zeit wichtiger denn je."

Margot Wisiak, Chief Marketing Officer

Wir betreiben aktuell Analysen um unsere Zielgruppe besser kennen zu lernen. Wir analysieren, auf welchen Kanälen sie unterwegs ist, um gezielt dort Marketing zu betreiben. Eine starke Marke aufzubauen, ist das Um und Auf. Wir wollen uns damit etwas unabhängiger machen, was so viel bedeutet, dass wir dann schwerer austauschbar sind. Das Ziel wäre, dass der Kunde ins Möbelhaus kommt und sagt: 'Ich will ein ADA-Sofa!' … oder ADA-Bett.

Wenn du eine starke Marke bist, dann steht der Preis nicht mehr im Vordergrund. Das bringt auch Vorteile für den Verkäufer am Point of Sale.

Haben Sie einen persönlichen Wunsch für die Zukunft?

G. Vorraber: Ich wünsche mir, dass Händler und Verbände mehr Verständnis für die Preiserhöhungen haben. Ich verstehe natürlich, dass auch sie Sorgen und steigende Kosten an allen Ecken und Enden haben, aber wenn ich meine Preiserhöhungen, die ich brauche, nicht umsetzen kann, dann ist irgendwann einmal Schluss. Es ist für die gesamte Branche nicht einfach. Wir sitzen alle im selben Boot. Wir bei ADA haben den Vorteil, dass wir ein gesundes Unternehmen sind. Oft ist es bei Verhandlungen schwierig, wenn das Verständnis fehlt und man um jeden Prozentpunkt feilschen muss.

Gibt es einen Startschuss – Starttermin – für die kommende Markenstrategie?

M. Wisiak: Einen exakten Starttermin gibt es noch nicht, aber es wird Ende dieses bzw. Anfang kommenden Jahres angepeilt. Wir haben unser Marketingteam ausgebaut und sind gerade dabei, die kommunikative Leitidee zu kreieren, d.h. mit welcher Message wir rausgehen.

www.ada.at

ADA AUSTRIA premium LETICIA

Neuheiten zur Hausmesse – ADA AUSTRIA premium

Relaxen neu gedacht

Für einen erholsamen Powernap wurde Leticia mit der elektrischen Relax-Funktion ausgestattet: hinsetzen, Knopf drücken, hinlegen – und genießen. Sehr bequem: Die Nackenstützen mit Klappfunktion stabilisieren dabei den Kopf. Gemütlich seitlich anlehnen und die Flügelohren tun ihr übriges. Mit drei Größen in small, medium und large passt sich der Relaxsessel jeder Situation an. Und sogar beim Aufstehen ist Leticia behilflich: Wenn einem nach der Me-Time der Schwung fehlt, unterstützt die Aufstehhilfe, wieder aktiv auf die Beine zu kommen.

Wallfree in Relaxposition

Flexible Lifestyles brauchen flexible Wohnräume: Ein Knopfdruck genügt und Lyon verwandelt sich in eine Chill-out-Liege. Sitzfläche und Rückenlehne gleiten nach vorne, wodurch aus dem ursprünglichen Sitzplatz in Sekundenschnelle eine Liegefläche entsteht. »

Und dank der Wallfree-Relaxfunktion kann die Couch dennoch an der Wand stehen – kein Verrücken oder Verschieben notwendig. Für das Nickerchen zwischendurch besitzt Lyon Nackenstützen mit Flügelohren, die sich seitlich nach vorne klappen lassen und so den Kopf stabilisieren. Einem entspannten Powernap, ohne dass der Kopf seitlich wegkippt, steht damit nichts mehr im Wege. Ein Möbel, viele Designs. Farbenfroher Eyecatcher oder lieber natürlich schön – ganz egal, Lyon sieht in jeder Kombination gut aus. Übrigens: Die Sichtholzelemente am Armteil zaubern Natürlichkeit in den Wohnraum – für die Holz- und Natur-Liebhaber unter uns.

ADA AUSTRIA premium NOVARA

Vom Homeoffice in den Relaxmodus

Die Grenzen zwischen Wohn- und Arbeitswelten verschwimmen immer mehr. Die eigenen vier Wände werden zum Workplace und mobiles Arbeiten zu einer Selbstverständlichkeit. Novara ist diskreter Arbeitsbereich und Blickfang zugleich. Mit dem Homeoffice-Beistelltisch auf der Sofarückseite oder seitlich am Armteil ergänzt, ist der Heimarbeitsplatz perfekt integriert. Im intelligenten Zuhause von heute denken auch die Möbel mit. Mit den zugehörigen USB- und Strom-Anschlüssen tanken auch die Akkus von Smartphone und Computer wieder neu auf. Wenn das letzte To-do des Tages erledigt ist, wechselt man in Sekunden vom Arbeitsalltag in den Entspannungsmodus.

Über sich hinausgewachsen

Mit Collossé hat ADA ein Bettsystem speziell für große und kräftige Schläfer entwickelt. Besonders wichtig für ein Bett dieser Art: Stabilität. Collossé verfügt über Überlängen und hält dank robuster Bauweise locker hohen Belastungen stand. Mit einer Länge von 220 cm müssen keine Kompromisse mehr in Sachen Bewegungsfreiheit eingegangen werden und man kann sich in der Nacht bedenkenlos langmachen. Kopf hoch, Füße hoch, einschlafen: Die Motorfunktion bringt genug Power für Personen mit, die für größeres gedacht sind. Auch die variable Liegehöhe ab 70 cm und höher wurde an die Hochgewachsenen unter uns angepasst. Wer gerne liest und das Kopfteil zum Anlehnen nützt, kann aus verschiedenen Höhen und Designs wählen. Vor der Nachtruhe das Magazin noch schnell in der Kopfteil-Tasche verstauen und schon genießt man eine erholsame Nacht – mit (un-)endlich viel Platz. ■

ADA AUSTRIA premium COLLOSSÉ

65 Jahre ADA

- Die ADA-Geschichte begann 1900 mit einer kleinen Seilerei in Anger in der Steiermark.
- 1952 wurde auf eine Matratzenproduktion umgestellt.
- 1957 war das Geburtsjahr von ADA: Die Produktion wurde als „Erste Steirische Matratzen- und Polstermöbelfabrik Alois Derler“ angemeldet. Der Firmenname ADA leitet sich davon ab: Alois Derler Anger.
- Von 1992 bis 2015 wurde expandiert. Es entstanden drei Produktionsstandorte in Ungarn und ein Werk in Rumänien.
- 2022 feiert ADA 65-jähriges Bestehen. Das Unternehmen gehört europaweit zu den führenden Möbelproduzenten und liefert seine Modelle weltweit aus. Mit rund 2.500 Mitarbeitenden und fünf Produktionsstandorten in Österreich, Ungarn sowie Rumänien ist ADA breit aufgestellt. Diese Vielseitigkeit spiegelt sich in den Marken ADA AUSTRIA premium und ADA trendline wider. Hinzu kommen Lizenz-Kooperationen mit BIRKENSTOCK, JOOP! und TOM TAILOR.

sembella®
SCHLAFKULTUR

BOXSPRING LILLEGREVE

Zeitlos-klassisch in der Gestaltung, höchste Qualität der verwendeten Materialien, sorgfältige Verarbeitung – das ist das Boxspringbett Lillegreve von sembella®. Doch nicht nur deshalb werden Sie an Lillegreve lange Freude haben: Mit dem perfekt abgestimmten Zusammenspiel von Box, Taschenfederkern-Matratze und GELTEX®-Topper erhalten Sie eine Extraportion Schlafkomfort; Sie genießen Nacht für Nacht wohltuende Entspannung!

Kurzfristig Lieferbar

Bevorzugen Sie die klassische Kombination von Matratze und Lattenrost?

Das Polsterbett Lillegreve von sembella® verwöhnt Sie gleichermaßen mit schickem Design und exzellentem Liegekomfort.

Gleich QR-Code scannen und mehr erfahren!

HAKA HOME

Die ganze Wohnung in 9 Tagen

Seit rund zehn Jahren gibt es HAKA Home – das komplette Einrichtungsprogramm des oberösterreichischen Küchenspezialisten. Anläßlich der diesjährigen Jahrestagung des MZE-Verbandes im Schloss Mondsee präsentierte HAKA erstmalig einen Relaunch seines Wohnprogrammes.

„Neue Materialien, neues Design, das ist der Relaunch von HAKA Home im Jahr 2022. Für den Konsumenten bedeutet das: Alles aus einer Hand“, sagt Mag. Mario Stifter, Geschäftsführer der Firma HAKA. „Der Möbelhändler sieht beim Thema Einrichten ja mehr als ausschließlich Küche. Der gesamte Wohnraum ist das Ziel und mit HAKA hat auch er alles aus einer Hand und das in neun Tagen.“ HAKA Home kann man sich aktuell life in allen HAKA Centers in Österreich Traun, Strasswalchen und Wien anschauen. In Wien in einer 73 m² großen Musterwohnung. „Wir sind bei den Wohnmöbeln genauso flexibel und individuell wie bei den Küchenmöbeln“, sagt Stifter. „Speziell bei Schrankmöbeln und im Bad verfügen wir gegenüber herkömmlichen Erzeugern über viele Vorteile, die wir im Küchenbau gelernt haben und maschinell sind wir in jede Richtung perfekt aufgestellt.“

www.haka.at

Vorraum

„Wir sind bei den Wohnmöbeln genauso flexibel und individuell wie bei den Küchenmöbeln.“

Mag. Mario Stifter, HAKA Geschäftsführer

Küche

Wohnwand

Die Musterwohnung | *Impressionen von HAKA Home aus der Musterwohnung im HAKA Center Wien*

Eine durchdachte Raumteilerlösung verbindet die Garderobe im Flur mit der Wohnwand im offenen Wohn-Essbereich. Das Möbel bietet eine optimale Raumausnützung und verfügt über zahlreiche Aufbewahrungsmöglichkeiten.

Die Wohnküche mit integrierter Beleuchtung ist das Herzstück der Musterwohnung. Die Farbwahl in Verbindung mit dem offenen Regal unterstützt das wohnliche Ambiente. Dank Tip On ist die Küche grifflos.

Eine hochgestellte Waschmaschine oder ein Wäschetrockner versteckt sich hinter der Front im Badezimmer. Die Erhöhung ermöglicht eine ergonomische Bedienung. Die Lade unter der Waschmaschine bietet Stauraum für einen Wäschekorb und die Regalböden dienen als Ablage für Reinigungsutensilien.

Ein Raumteiler als begehbarer Kleiderschrank ist ein Multitalent. Der offene Kleiderschrank mit seitlich eingefrästen Lichtleisten und Glasakzenten ist sowohl optisch als auch funktional ein Highlight. Der Schrank bietet Aufbewahrungslösungen wie offene Regale, Laden und Kleiderstangen. Auf der Bettseite über dem Betthaupt befindet sich ein offenes Regal, dieses dient als zusätzliche Ablagefläche.

Eine Schreibtischlösung als Homeoffice im Gästezimmer ist ein Wandboard mit drei großzügigen Laden. Die Fläche ist als Arbeitsplatz nutzbar, aber auch alternativ für Gäste als Anrichte. Der anschließende Kleiderschrank bietet genug Stauraum.

Gästezimmer

Badezimmer

Schlafzimmer

Kleiderschrank

Fotos: HAKA Küche

DIPL. ING. MANFRED ARNAUER

Ein Branchenblick ohne Jubelschrei

DI Manfred Arnauer, verantwortlich für den Handel bei den Arnauers, macht den Großteil seiner Umsätze im eigenen Geschäft mit Küche und (Zirben)Schlafzimmer. Er blickt aber über den Tellerrand seines Unternehmens hinaus.

Viel mit Kammerfunktionären in der Branche unterwegs, sieht er die Probleme der Kollegen.

Als Prüfer bei den Lehrabschlussprüfungen erlebt er das Thema Fachkräftemangel.

Als Nutzer und Leser der Sozialen Netzwerke weiß er um die Fehlinformationen und -interpretationen der Konsumenten.

wohninsider besuchte ihn in Sierndorf.

Von Gerhard Habliczek

Auf fast 50 Jahre Erfahrung in der Möbeltischlerei, Innenraumgestaltung und Bautischlerei kann der Familienbetrieb Arnauer in Sierndorf (NÖ) verweisen. Gegründet von KR Josef Arnauer sen. führen heute die Söhne DI Manfred Arnauer (Möbelhandel) und Josef Arnauer (Tischlerei) die Geschicke. Das Hauptgeschäft im Einrichtungsfachhandel läuft über die Produktgruppen Küche und Schlafzimmer. „Speziell im Bereich Schlafzimmer haben wir uns mit der Zirbe einen Namen gemacht“, sagt DI Manfred Arnauer im Gespräch mit wohninsider. „Bereits im Jahr 2000 haben wir mit unserer Zirbenduftsäule einen Zirbendesignwettbewerb gewonnen und setzen heute nach wie vor auf dieses Thema.“ Das zeigt sich auch unmittelbar in der Ausstellung des Unternehmens. Ganz klar dominiert hier die Zirbe bei Betten, Kästen, Klein- und Beimöbel.

Im Küchenbereich arbeitet Manfred Arnauer primär mit der Marke Schüller C. „Schüller ist bei den österreichischen Konsumenten keine bekannte Marke und daher sind wir auch nicht leicht vergleichbar“, sagt M. Arnauer. 80 Prozent der Firmenerträge werden im Bereich Küche erwirtschaftet. Seine Kunden hat Arnauer hauptsächlich in Stockerau, Korneuburg und Wien und rund 90 Prozent kommen auf Grund von Weiterempfehlungen. „Unsere Website wird zwar sehr gut besucht und wenn nur 10 Prozent der Besucher bestellen würden, müssten wir eine Fabrik bauen. Die meisten informieren sich aber nur oder holen sich Anregungen. Frequenz sehr gut – Effizienz könnte besser sein“, zeigt er sich nicht ganz zufrieden. Die Weiterempfehlung bleibt also Kundenbringer Nummer Eins. Im Jahr werden so an die 30 Küchen verkauft, Zielpublikum ist der Zweiteinrichter und der Durchschnittspreis der verkauften Küchen bewegt sich so um die 30.000,- Euro.

„Wir zählen zu den Gewinnern der Corona Krise, jetzt kann sich das Blatt wenden.“

Nicht ganz zufrieden ist Manfred Arnauer auch mit der derzeitigen Situation in der Branche. „Die Einrichtungsbranche zählt zwar zu den sogenannten Gewinnern der Corona Krise, jetzt kann es aber schon sein, dass sich das Blatt wendet. Vor allem seit dem Frühjahr spüren wir, dass Termine abgesagt werden, dass die Kunden teilweise sogar Angst haben. Da kommt natürlich auch noch der Ukrainekrieg hinzu und die stark steigenden Preise. Die Kunden sagen: ‘Das ist mir einfach zu teuer, ich warte lieber noch ein bisschen.’ Und das sagen finanziell durchaus potente Kunden. Wir arbeiten zurzeit auch an einigen Projekten mit Architekten, aber auch hier ist es schwierig, weil sich während der Planungsphase alles verteuert.“ Ähnliche Probleme erkennt er auch bei Branchenkollegen. Arnauer ist MHK Partner und arbeitet viel mit

Die Zirbe dominiert im Schauraum von Arnauer. Rechts ein Zirbenlüfter und ein Zirbenschlafzimmer.

Fotos: Arnauer, wohninsider

„Montagetipps von Facebook & Co können zum Teil gefährlich werden."

Dipl. Ing. Manfred Arnauer

80 Prozent des Unternehmens werden im Bereich der Küche erwirtschaftet.

den gelisteten Firmen Schösswender, Blanco, BSH und Miele sowie Anrei (nicht gelistet) zusammen. Die Lieferprobleme – hauptsächlich im Elektrobereich – kann er meistern. „Ich kaufe nicht immer direkt und im Großhandel gibt es einige mit entsprechenden Lagerkapazitäten, die lieferfähig sind. Also im Großen und Ganzen hab ich das im Griff."

Schwierigkeiten, die auf die Branche verstärkt zukommen werden sieht er auch bei den Lehrabschlussprüfungen, wo er als Prüfer aktiv tätig ist: „In der Berufsschule werden alle Fachbereiche in der Theorie gelehrt. Insgesamt 3 x 10 Wochen verbringen die Lehrlinge in der Berufsschule. Leider werden die Lehrlinge in der Großfläche nur in wenigen Abteilungen eingesetzt und können daher nicht überall das theoretische Wissen in der Praxis umsetzen. Kein Wunder, dass viele nach der Lehre die Branche verlassen, weil sie weitere Möglichkeiten und Chancen nicht erkennen. Auf Sicht wird sich das auf die Qualität der Fachberatung massiv auswirken und eigentlich brauchen wir da nicht weit in die Zukunft zu blicken, denn dieses Problem ist heute schon gegeben, siehe Fachkräftemangel."

Auch die sozialen Medien Facebook & Co beobachtet Arnauer genau. Er verfolgt mehrere Gruppen und sieht dabei, dass man durchaus für das eigene Geschäft Erkenntnisse gewinnen kann: „Die User posten Planungsideen, Preisvorstellungen und einiges mehr und bekommen die unterschiedlichsten Ratschläge. Diese persönlichen Ratschläge sind meist weit von irgendeiner Realität entfernt und haben mit fachmännischen Tipps absolut nichts zu tun. Bei Montagetipps kann das zum Teil sogar gefährlich werden. Es zeigt sich deutlich, dass bei vielen Endkunden kaum Wissen vorhanden ist. Das heißt, dass der Konsument, der fachmännische Hilfe haben wollte, noch mehr verunsichert wird. Ich persönlich kann von diesen Einträgen für meinen Betrieb schon gewisse Schlüsse ziehen. Man sieht, wie die Kunden denken, was gerade am meisten gefragt oder gesucht wird und man sieht auch oft, wie Kunden reagieren. Also durchaus lehrreich für das praktische Kundengespräch."

www.arnauer.at

In seinen Recherchen in den sozialen Netzwerken ist Manfred Arnauer auch bei Facebook auf eine Gruppe „Geschädigte Kunden von XXXLutz" gestoßen. Dort hat sich wohninsider einige Postings ausgesucht:

J. B. A. (Name der Redaktion bekannt) postete am 13. Juni um 21:44 … Sie fühlt sich traurig: „Angebot vom 4. Jänner 22 – Chefsessel wird noch immer vermisst – aber bezahlt".

R. M. N. (Name bekannt) postete am 5. Februar um 18:15 „Ich wurde auf Dauer von ihren Werbungen geschädigt."

M. Sch. (Name bekannt) postete am 30. Dezember um 17:54 „Möbelkauf bei XXXLutz? Ein Möbel von Dieter Knoll? Einmal und nie wieder!" … weitere Details wollen wir Ihnen hier ersparen – nachzulesen auf Facebook.

Ja und so könnten wir locker diese wohninsider Ausgabe mit weiteren Postings füllen, aber auch das wollen wir Ihnen ersparen...

Kreativität durch Farbe

Foto: www.shoof360.co.uk

Auf beeindruckende Weise zeigte Kriskadecor in Mailand auf und die neuesten Highlights wie die Luxe Edition, die bei jedem Projekt größtmögliche Personalisierung ermöglichen soll. Dieses neue Finish ist vollständig anpassbar, basierend auf den umfangreichen RAL- und Pantone-Farbpaletten. Die Qualität des verwendeten Verfahrens und die dünne Endlackschicht sorgen für einen soften Touch sowie große Haltbarkeit, und garantieren ein einzigartiges Finish mit unendlichen Farbmöglichkeiten.

www.kriskadecor.com

Formschönes Statement

Foto: © MAX ROMMEL_PH

In den Stühlen von Wittmann manifestiert sich eindrucksvoll die Polsterexpertise der Manufaktur. Sebastian Herkners neuer Stuhl MORTON ist eine gekonnte Mischung aus elegantem Polster- und Armlehnstuhl, der sowohl am Ess- als auch am Konferenztisch besticht. Markantes Merkmal des leichtgewichtigen Stuhls ist die präzise gezeichnete, zweiteilige Rückenpolsterung, die den Körper sanft umschließt. Die dezent federnde Rückenlehne trägt angenehm leicht schwingend die Bewegungen des Sitzenden mit. Im Sitzkissen findet sich der für Wittmann typische Taschenfederkern für einzigartigen Sitzkomfort.

www.wittmann.at

Flexibel wie das Leben

Ein Möbel, das sich flexibel jedem Lifestyle und Anlass anpasst, ist AMAi von Extremis. Zwei A-förmige seitliche Rahmen bilden ein stabiles Fundament für multifunktionelle Magie. Zwischen die Rahmen kann eine Tischplatte auf zwei verschiedenen Höhen – Standard oder hoch – eingesetzt werden, die dank des innovativen Designs von nur einer einzelnen Person kinderleicht in die gewünschte Höhe gebracht werden kann. Dazu gesellen sich revolutionäre justierbare Stühle und Bänke, die sich in der Höhe des Tisches anpassen lassen, sowie coole Features wie LED-Leuchten, integrierte Steckdosen und Schirm.

www.extremis.com

Vertikal genial

Falmec trumpft mit zahlreichen Weltneuheiten auf. Ein Highlight ist „Air Wall“, die eine ausgeklügelte Saugtechnologie in eine hinterleuchtete, weiße, vertikale Platte aus gehärtetem Glas integriert und die Küchenrückwand in eine multifunktionale Oberfläche verwandelt, die die Luft reinigt und gleichzeitig ein stimmungsvolles Umgebungslicht erzeugt. Die in Zusammenarbeit mit Magnetolab entwickelte Innovation von Falmec ist zudem mit einem Magnetsystem ausgestattet, wodurch das System mit zusätzlichem Zubehör bereichert werden kann, das sich frei auf der Oberfläche positionieren lässt.

www.falmec.de

Dynamisches Sitzen in schönster Form

Gleich drei innovative Sitzmöbel hat JORI auf dem „Salone“ erstmals der Weltöffentlichkeit vorgestellt. Mit Cosy Ghost feiert sowohl ein neuer Relaxsessel Premiere wie auch das Berliner Designerduo Murken + Hansen ihr Debüt bei der renommierten Marke und gießt die klassischen, strengen Relaxsessel-Konturen in eine organisch abgerundete Form. Durch die einladende Formgebung präsentiert sich der Cosy Ghost als praktischer ‚Passepartout‘, der mit klassischen und modernen Einrichtungsstilen kombiniert werden kann. Auffallend innovativ ist die fließende Integration der Armlehnen in die Gesamtsilhouette.

www.jori.com

Fotos: Hersteller, sofern nicht anders angegeben

Neue Dimension

OASI von ARAN Cucine fasziniert nun auch in einer neuen Variante. Von Stefano Boeri Architetti für das italienische Label kreiert, wird die „Vertikalität“ genutzt und auch in neuer Dimension besticht die Küche mit ihrer Einzigartigkeit mit natürlichen Elementen, in denen sich Pflanzen kultivieren lassen. Dem Prinzip der Zirkularität folgend, um das sich die freistehende quadratische Küche der Inselversion dreht und alle Phasen in der Küche – Lagerung, Zubereitung, Konsum, Recycling – umfasst, ist OASI in der einwandigen Küchenversion eine innovative und funktionale Lösung und auch bestens für kleine Wohnbereiche geeignet.

www.arancucine.it

WIE AUF WOLKEN

Die Perennials und Sutherland, LLC Unternehmen sind Ikonen in der internationalen Designbranche. Perennials Fabrics and Rugs präsentiert mit Cloud 9 eine neue Kollektion raffinierter, einzigartiger, zu 100 % lösungsgefärbter Acrylgewebe- und Teppichdesigns in knackigen Neutraltönen und dezenter Eleganz. Zehn neue Stoffqualitäten bieten zeitloses Flair, ergänzt um fünf neue Teppichdesigns, welche die erfrischende Frühjahrskollektion gekonnt abrunden.

www.perennialsfabrics.com
www.perennialsandsutherland.com

Foto: © Aaron Leitz

Luxuriös komfortabel

Artifort begeistert mit neuen Entwürfen. Mit Moon verleiht der Designer Patrick Norguet der Idee von Komfort, Kunst und einem fortschrittlichen Charakter Ausdruck. Der einladend hohe Sessel zieht alle Blicke auf sich, das Design spielt auf das Phänomen der Schwerelosigkeit an und punktet mit imposanter, attraktiver Formensprache auf einem filigranen, farbigen Gestell. Dank seines komfortablen, luxuriösen Looks in Kombination mit einem ergonomischen Sitzerlebnis macht das Sitzmöbel in verschiedenen Räumen beste Figur.

www.artifort.com

Klein, repräsentativ, gesellig

Falper erfindet Wohnküchen neu. Das auf die Herstellung hochwertiger Badmöbel der Luxusklasse spezialisierte Unternehmen präsentiert mit Small Living Kitchens™ ein neues, exklusiv von der Marke patentiertes Konzept, welches das Küchenerlebnis in kleinen, repräsentativen Wohnungen revolutioniert. Die hohen Standards und geselligen Grundrisse großer Küchen werden auf der kompakten Fläche von nur 2,5 m^2 beibehalten. Das Küchensystem besteht aus wenigen wesentlichen Elementen – Inseln, Aufbewahrungseinheiten und Hochschränken, entworfen von Andrea Federici –, die in unendlichen Kompositionen kombiniert werden können.

www.falper.it

creativ

Österreichs einzige Fachmesse für Geschenkideen, Wohnaccessoires & Lifestyleprodukte

26. – 28.8.2022

Messezentrum Salzburg

Frühjahrs Kollektion 2023

Nachorder Weihnachten 2022

Ganzjahres Sortiment

SIDEEVENTS

Nur für Fachbesucher

Freitag, 26. August
Sommerfest

Samstag, 27. August
Stadtführung
Social Media Workshop

Mehr auf:
www.creativsalzburg.at

Beeindruckender Look

Janua trumpfte auf dem „Salone“ mit vielen Highlights auf, die Teil der Basket-Series, entworfen vom Hamburger Designduo Birgit Hoffmann und Christoph Kahleyss, sind. Nomen est omen, liegt ein besonderes Augenmerk auf der Unterkonstruktion, die den Tischen durch die korbähnliche Form eine außergewöhnliche Erscheinung verleiht. Für die Tischplatten kommen natürliche Materialien wie Holz und Stein zum Einsatz. Ein stilvoller Klassiker aus der Indoor Basket-Series ist der bootsförmige BC 07 Basket® Tisch, dessen Tischplatte in Bootsform ein neuer Blickfang ziert: die Oberfläche Lärche geköhlt (Ton Braun) aus der Edition Stefan Knopp.

www.janua-moebel.com

Gut gepolstert

Elegant, stilvoll und komfortabel macht SUNRISE von Manutti, designed by Matthew Townsend, den Sommertag zum Outdoor-Genuss. Dafür sorgen insbesondere die reich gepolsterten Sitzflächen, die üppig ausgestatteten Rücken- und Seitenkissen, sowie die hohen, rundumlaufenden Arm- und Rückenlehnen. All das wird eingefasst und akzentuiert von einem massivanmutenden Teakholzrahmen, der dem Design eine kompakte, aber dennoch aparte Silhouette verleiht.

www.manutti.com

Raffiniert komfortabel

Die Kreativität feiert Potocco mit raffinierten Kreationen wie dem Sessel und Armstuhl „Hiru“, designed von Mario Ferrarini Studio, welche die Handwerkskunst des Unternehmens bei der Verarbeitung von Holz zeigen. Markantes Merkmal sind die formschönen Beine und nicht ebene Oberflächen. Es ist ein spannendes Zusammenspiel, bei dem Holz die Struktur bildet, auf der sich die Polsterung entwickelt, die aus jedem Winkel des Sitzes sichtbar ist. So erwächst eine feine Kreation mit Gestell aus massivem Eschenholz, mit Sitz und Rückenlehne, gepolstert mit feuerfestem Polyurethanschaum, für modernen Komfort mit edler Klasse.

www.potocco.it

DYNAMISCHES DESIGN

Moderne Wohnwelten enthüllt und gestaltet Porro. Ein innovatives Highlight sind die Glide-Schiebewände, die neue, dynamische Möglichkeiten eröffnen. Das von Piero Lissoni + Iaco Design Studio entworfene Schiebewandsystem ist in verschiedenen Designlösungen erhältlich, die sich miteinander kombinieren lassen. Mit ihrem schlichten, aber materialreichen Design bestehen Glide-Trennwände aus großen, nach Maß gefertigten Flügeln mit einem L-förmigen Metallprofil, das, in vier Farben lackiert, verschiedene transparente und nicht transparente Materialien einrahmt.

www.porro.com

Volle Designstärke

zeigt RS Barcelona. Mehr ist mehr ist das Credo bei RS Max und RS Max Dining. Der RS Max Kickertisch, entworfen von Rafael Rodríguez, beweist, dass 8 die ist perfekte Nummer ist, um zu spielen und genießen. Gekonnt verwandelt er sich selbst sowie die öffentlichen Bereiche in Hotels, Restaurants und Büros in spielerische Räume. Aus hochwertigen Materialien gefertigt, bietet RS Max noch mehr Platz für Spiel, Spaß und Genuss und ist nicht zuletzt mit einer Glasplatte „on top“ ein einzigartiger Eyecatcher – und eine geniale Idee, bei der Gastronomie, Spiel und Design Hand in Hand gehen.

www.rsbarcelona.com

Fotos: Hersteller, sofern nicht anders angegeben

LEUCHTENDES STATEMENT

Mit der Tisch- und Leseleuchtenserie Mito gioia schlägt Occhio ein neues Kapitel in der Design-Geschichte auf. Das Flaggschiff ist Mita gioia equilibrio, eine kinetische Skulptur, geschaffen für die Executive Schreibtische dieser Welt oder das anspruchsvolle Home Office. Der charakteristische Leuchtenkopf mit seinen edlen, individualisierbaren Materialien und dem charakteristischen „cut" ist frei beweglich – ganz ohne Anschlag. Die Leuchte kann in alle Richtungen rundum und in der Höhe frei bewegt werden, während der Kopf immer horizontal bleibt und das intuitiv per Handbewegung dirigierbare Licht immer genau dort ist, wo es gebraucht wird.

occhio.com

Imposantes Design

Die neue architektonisch stringent gestaltete Badewannen– und Waschbeckenserie Face à face von Jean Nouvel markiert den Beginn der Zusammenarbeit zwischen Agape und dem Architekten. Dank eines raffinierten Systems von unsichtbaren Fugen ist die Badewanne so konstruiert, dass zwei kantige Flächen einfach aufeinander zu liegen scheinen und dabei nahtlos ineinander verschmelzen, wodurch eine großflächige Rückenlehne entsteht. Die geometrische Präzision von zwei geradlinigen Flächen unterstreicht die natürliche Schönheit des Marmors und hebt sie hervor.

agapedesign.it

Rundherum top

Lodes hat den ersten Showroom in Mailand eröffnet und begeistert mit den neuesten Beleuchtungskollektionen wie Spring, einer neuartigen Leuchte mit Auslegerarm, welche die Linie Diesel Living with Lodes erweitert. Das charakteristische, gestaltende Element der Leuchte ist der Metallarm, der sich um sich selbst windet und so einen Kreis bildet, der an eine Feder erinnert. Der durch die Biegung des Stabes entstehende Kreis kann bei Bedarf zur besseren Ausrichtung der Leuchte genutzt werden, die sich an der Wand horizontal um fast 180° und in der Deckenversion vertikal um fast 360° drehen lässt. Der Leuchtenschirm ist um 360° drehbar.

www.lodes.com

Außergewöhnliche Premiere

Mit vier Auftritten hat KALDEWEI in Mailand moderne Badkultur zelebriert, u.a. als Gast der Ausstellung „Design Forever" von Elle Décor Italia beim Fuorisalone, wo der Premiumbadhersteller seine neue freistehende Badewanne OYO DUO aus der Feder von Designer Stefan Diez und damit das Modell erstmalig der Weltöffentlichkeit präsentierte. Der Designer hat mit der OYO DUO eine Designskulptur aus kreislauffähiger Stahl-Emaille geschaffen, die sich harmonisch fließend und fast schwebend in den Raum des Bades integriert. Der offizielle Launch des neuen Key Piece aus der LUXSTAINABILITY-Welt von Kaldewei ist für den Herbst geplant.

www.kaldewei.com

Cooler Style

pulpo präsentierte sich in Mailand eindrucksvoll und mit vielen Neuheiten. Natascha Madeiskis Keramik-Leuchtenserie „Flaming Stars" ist ein lebhaftes Mashup aus Memphis-Design und -Musik – daher die Produktnamen der größten Hits von Elvis. Die zweite Bedeutung von Memphis wird durch die Dekoration zitiert: Verschiedenfarbige Objekte oder zufällige Fundstücke repräsentieren die berüchtigte Designbewegung der Achtziger aus Mailand, jedes ein einzigartiges Findling kreativer Synergien.

www.pulpoproducts.com

Noch mehr Highlights aus Mailand online auf www.wohninsider.at | Link zu den Produkten: bit.ly/3OByNkt

WEISHÄUPL

Mit Liebe zu Tradition und Natur

Die langlebigen Schirme und die durchdachten Möbel von Weishäupl sprechen für sich. Der bayerische Familienbetrieb fertigt mit Passion zur Tradition und zu Nachhaltigkeit – das ist sicht- und spürbar.

Es ist die immer weiter lodernde Leidenschaft für höchste Qualität, die Weishäupl antreibt. Ein Finger streicht bedächtig über eine Metallplakette an einem Möbelstück aus Holz, das gerade fertiggestellt wurde und bald zum treuen Partner für viele zukünftige Sommer werden wird. Eine Geste, die von Stolz zeugt, und davon, dass die Mitarbeiter:innen Freude am Beruf haben und die mit Liebe zum Detail hergestellten Produkte schätzen. Vom Grundmaterial Holz über die Bespannung, die in der hauseigenen Näherei entsteht, bis hin zu eben dieser Plakette, die den Namen Weishäupl trägt und für Liebe zur Tradition und zur Natur steht.

Weishäupl vereint in Schirmen und Möbel Passion und Tradition, Design und Nachhaltigkeit.

Durch und durch nachhaltig

Nachhaltigkeit war beim Familienbetrieb von Beginn an Teil der DNA. Die Schirme werden in der eigenen Schreinerei in Stephanskirchen aus heimischen Hölzern liebevoll von Hand gefertigt, das Holz für den TEAK Schirm stammt aus zertifiziertem Plantagenanbau. Für den Schirmstamm und die Streben des KLASSIKER Schirms wird Esche verwendet, die nicht nur sehr elastisch, sondern mehrfach verleimt besonders standhaft ist. Die Schirmnaben werden in Bayern aus Birke gedrechselt und die Stoffe in all ihren leuchtenden Farben in Deutschland und Österreich gewebt. Hängt Nachhaltigkeit vor allem auch davon ab, wie langlebig Produkte sind, halten die Schirme von Weishäupl auch über Generationen – und sollte nach vielen Jahren doch einmal ein Teil ersetzt oder die Bespannung ausgetauscht werden müssen, wird der Schirm kurzerhand in den Werkstätten repariert, sodass er viele weitere Jahre eingesetzt werden kann.

Gelebte Qualität ...

Qualität wird bei Weishäupl nicht nur groß geschrieben. Sie wird gelebt. Dass sie hochwertige Produkte herstellen, wissen die Mitarbeiter:innen von Weishäupl ebenso, wie dass sie sich in der familiären Arbeitsatmosphäre des Unternehmens wohlfühlen. Teamwork wird hier groß geschrieben und jede Tätigkeit gleich geschätzt – vom Bestellvorgang über die Fertigung bis hin zum Verpacken und Liefern der Ware. Diese Wertschätzung spiegelt sich auch darin, dass die meisten Mitarbeiter:innen lange bei Weishäupl bleiben, und man hat das Gefühl, sie sind es, die gemeinsam mit den Geschäftsführern Stefanie Weishäupl-Ehrl, Philipp Weishäupl und Oskar F. Weishäupl die Identität des Betriebs prägen. Als würde hier bei dem bayerischen Familienunternehmen jeder Mitarbeiter und jede Mitarbeiterin gewissenhaft einen Strang halten, der dazu beiträgt, dass die Möbel so hochwertig sind und der Zusammenhalt so stark ist.

… für alle Generationen

Daran arbeiten sie auch mit Leidenschaft. Weishäupl und das Team wollen die Welt für kommende Generationen lebenswert erhalten, ökologisch Verantwortung übernehmen, kurz: achtsam sein. Miteinander und mit den Ressourcen, die uns gegeben sind.

www.weishaeupl.de

Das Team unter Ägide der GFs Stefanie Weishäupl-Ehrl, Philipp Weishäupl und Oskar F. Weishäupl ist mit Leidenschaft bei der Sache.

In den hauseigenen Werkstätten entstehen die raffinierten Partner für den Sommer – mit Weishäupl-Plakette, die für höchste Qualität und Liebe zu Tradition und Natur steht.

Fotos: WEISHÄUPL Möbelwerkstätten GmbH/Sascha Bartel

SONNHAUS PURLINE 2.1

Der Bodenbelag der nächsten Generation

Mit der neuen Kollektion PURLINE 2.1 werden die PURLINE Bioböden auf ein neues Qualitätslevel gehoben: Sie stellen eine völlig neue Evolutionsstufe dar und bilden die absolute Königsklasse der elastischen, natürlichen Bodenbeläge.

Mit der neuen Premium-Variante der Kollektion sind PURLINE Bioböden erstmalig mit authentischen synchron-gebürsteten Oberflächenstrukturen sowie mit ultramatten Dekoren erhältlich. Das Ergebnis ist ein Bioboden mit einer außergewöhnlichen Haptik und bestechend natürlichen Authentizität. Höhen und Tiefen in der Oberflächenstruktur betonen Holzmaserungen, Äste und Risse und sorgen damit für den perfekten, naturbelassenen Look. Ein zusätzliches Höchstmaß an natürlicher, realistischer Holzoptik in der fertig verlegten Fläche wird bei der Premium-Variante durch die neue Dekor-Wiederholung nach erst 21 Dielen je Dekor erzielt. Eine weitere Besonderheit der Premium-Serie der PURLINE 2.1 Bioböden ist zudem die neue umlaufend gefräste V-Fuge, die das Dielenformat unterstreicht.

PURLINE – für ein modernes Wohnen

Hergestellt aus natürlichen und nachwachsenden Rohstoffen, sind PURLINE Bioböden frei von petrochemischen Bestandteilen, Weichmachern, Chlor, PVC und anderen schädlichen Stoffen und werden zu 100 % in Deutschland produziert. Das in der Produktion eingesetzte Rizinusöl, stammt überwiegend aus der kleinstrukturierten Landwirtschaft, da diese alte Kulturpflanze v.a. als Schutzpflanze für Agrarflächen eingesetzt wird. Damit steht der Anbau nicht im Wettbewerb zum Lebensmittelanbau. Gerade in Zeiten der Verknappung von Rohstoffen und des Klimawandels, gewinnen PURLINE Bioböden zunehmend an Bedeutung. PURLINE 2.1 ergänzt die Produktpalette für nachhaltiges Wohnen, gekennzeichnet mit dem SONNHAUS FOR LIFE Label, ist wie gewohnt ausgezeichnet mit dem cradle-to-cradle® Bronze-Zertifikat, dem Blauen Engel sowie dem österreichischen Umweltzeichen. Zusätzlich erfüllt es sämtliche internationalen Standards für ökologisches und nachhaltiges Bauen und trägt daher Zertifikate wie: Greenguard, FloorScore®, LEED, Sentinel Haus Institut, uvm.

www.sonnhaus.eu

Fotos: Sonnhaus

PURLINE 2.1
Für ein modernes Wohnen

- Basic- und Premium-Variante mit angesagten XL-Formaten
- synchron-gebürstete Oberflächenstrukturen und ultramatte Dekore
- authentische, umlaufend gefräste V-Fuge
- Dekor-Wiederholung nach 21 Dielen (Premium)
- 26 Dekore in modernen Holz- oder Betondesigns zum Kleben, Klicken und als Multilayer
- unterschiedliche Aufbauhöhen: 2 mm, 5 mm sowie 9 mm

ANNE M. SCHÜLLER

SELBSTREFLEXION: MIT ADLERBLICK SICH SELBST OPTIMIEREN

Die kritische Selbstreflexion zählt zu den wichtigsten Eigenschaften einer jeden Person, die vorankommen will. Der achtsame Blick von oben auf das eigene Tun, auch Adlerperspektive genannt, hilft dem gesamten Unternehmen.

Die Autorin

Anne M. Schüller ist Managementdenker, Keynote-Speaker, mehrfach preisgekrönte Bestsellerautorin und Businesscoach. Die Diplom-Betriebswirtin gilt als führende Expertin für das Touchpoint Management und eine kundenfokussierte Unternehmensführung. Zu diesen Themen hält sie Impulsvorträge auf Tagungen, Fachkongressen und Online-Events. 2015 wurde sie für ihr Lebenswerk in die Hall of Fame der German Speakers Association aufgenommen. Beim Business-Netzwerk Linkedin wurde sie Top-Voice 2017 und 2018. Von Xing wurde sie zum Spitzenwriter 2018 und zum Top Mind 2020 gekürt. Ihr Touchpoint Institut bildet zertifizierte Touchpoint Manager und zertifizierte Orbit-Organisationsentwickler aus.

Haben Sie schon einmal vom Kekstest gehört? Die Sozialpsychologin Deborah Gruenfeld von der Stanford University ließ Studenten in Dreier-Gruppen über umstrittene Themen diskutieren. Per Los wurde jeweils einer der drei dazu bestimmt, die Meinung der beiden anderen zu bewerten. Er hatte also ein kleines Stückchen Macht bekommen. Als wenig später eine Schüssel mit Keksen gebracht wurde, griffen die ermächtigten Studenten als Erste zu, kauten mit offenem Mund und fanden nichts dabei, den Tisch zu bekrümeln. Ohne sich dessen bewusst zu sein, bekundeten sie so ihren Machtvorsprung.

Wie es zu solchem Verhalten kommt? Macht erzeugt ein gefährliches Hormongemenge, das die Betroffenen – auch ohne es zu wollen – dazu bringt, rücksichtsloser zu werden, sich nicht länger darum zu kümmern, was die anderen denken und mit zweierlei Maß zu messen. Was den Mitarbeitenden niemals erlaubt würde, etwa zu spät zum Meeting zu kommen, nimmt sich der Boss ganz selbstverständlich heraus. Je höher Beschäftigte in der Hierarchie steigen, desto eher neigen sie auch zur Selbstüberschätzung, zum Zweckoptimismus und, besonders gefährlich, zur Illusion der Unbesiegbarkeit. „Dem ist sein Erfolg zu Kopf gestiegen", sagt der Volksmund so trefflich. Wie man sich davor und vor vielen weiteren Unarten schützt? Durch Selbstreflexion.

Selbstreflexion ist ein Denken höherer Ordnung, das bewusste Einnehmen einer Meta-Ebene, um sich mit sich selbst auseinanderzusetzen. Das eigene Tun wird gleichsam aus großer Flughöhe betrachtet, um zu wertvollen Erkenntnissen über sich selbst zu gelangen und sein Verhalten kontinuierlich zu optimieren. Die regelmäßige Selbstreflexion – allein, im Team und im ganzen Unternehmen – ist eine der wirkungsvollsten Maßnahmen, um rasch immer besser zu werden.

➲ Mit Adleraugen über sich selbst reflektieren

Der achtsame Blick von oben auf das eigene Tun wird auch Adlerperspektive genannt. Gehen Sie immer dann, wenn Sie mit Anderen mündlich oder schriftlich kommunizieren, kurz „eine Etage höher" und fragen Sie sich: Ist es wirklich zielführend, was ich da gerade tue? Denken Sie dabei wie ein guter Schachspieler zwei bis drei Züge voraus. Verlassen Sie die ichbezogene Sichtweise. **Begeben Sie sich in die Situation des Anderen – und fragen Sie sich:**

- Was wird das, was ich gerade sage/tue, bewirken?
- Wie wird/kann ein anderer das, was ich sage/tue, verstehen?
- Was wird er/sie daraufhin wahrscheinlich denken oder tun?
- Ist dies erstrebenswert und das von mir Gewünschte?
- Was muss/kann ich ändern, damit das Gewünschte entsteht?
- Lebe ich selbst vor, was ich bei anderen erreichen will?
- Was kann ich dazu bei mir selbst jetzt gleich verbessern?
- Wie kann ich sicherstellen, dass diese Verhaltensänderung anhält?

Sie haben sich bei einer unglücklichen Wortwahl erwischt? Das kann man sofort korrigieren, etwa so: „Uiii, ich glaube, da hab ich mich grad vergaloppiert. Ich formuliere um…". Oder so: „Oh, sorry, das war unangemessen. Ich geh nochmal auf Start…". Oder so: „Das habe ich ungünstig ausgedrückt, bitte entschuldigen Sie."

So manches kommunikative Desaster lässt sich vermeiden, wenn man die Adlerperspektive systematisch in die tägliche Arbeit integriert. Zudem braucht unser Denkapparat eine Vielzahl von Wiederholungen, um etwas dauerhaft zu speichern. Durch Übung rutscht erwünschtes Verhalten vom Bewussten ins Unterbewusstsein und wird wie bei einem Autopiloten von selbst abgespult. Damit Abläufe also gewandter, schneller und effizienter werden, trainiert man am besten bewusst und gezielt. Rituale, Routinen und repetitives Üben sorgen dafür, dass man sich fortwährend selbst optimiert.

Fotos: Anne M. Schüller

➲ Die Meta-Ebene – für Führungskräfte elementar

Vor allem Führungskräfte müssen ständig und ganz gezielt darauf achten, wie sie wirken. Denn was sie vorleben, machen andere nach. So prägen sie auch die Kultur des Miteinanders im Unternehmen. **Viele Führungsprobleme könnten vermieden werden**, würde der eigene Anteil an dem, was passiert, mehr in den Fokus gerückt. **Etwa so:**

- Sind meine Mitarbeitenden initiativlos, weil ich so bestimmend bin?
- Sind sie deshalb so ruhig, weil ich ihre Meinung nicht gelten lasse?
- Kommen keine Ideen von ihnen, weil ich immer alles besser weiß?

Wer Wandel will, muss zunächst reflektieren, wie er selbst zum Wandel steht, damit alle im Team sich eingeladen fühlen, Neues zu wagen. **Hier helfen folgende Fragen:**

- Kann ich mit Andersartigkeit umgehen? Und wie zeige ich das?
- Welchen Spielraum gebe ich, damit Freigeister sich manifestieren?
- Kann ich Vorstöße akzeptieren, die mir persönlich nicht gefallen?
- Bedeutet es Lebensqualität, von mir geführt zu werden?

Selbsttäuschung und Augenwischerei sind dabei eine große Gefahr. Jeder Mensch hat Persönlichkeitsanteile, die sich der eigenen Wahrnehmung entziehen, von Dritten aber gut erkannt werden können. Das Phänomen der aus welchen Gründen auch immer für einen selbst verborgenen Eigenheiten nennt man „blinde Flecken“. Diese können durch einfühlsame Gespräche oder zum Beispiel auch über eine Selbstbild-Fremdbild-Analyse sichtbar gemacht werden. Hierbei beurteilt man sich zunächst selbst. Dann werden Dritte aus dem unmittelbaren Umfeld gebeten, einem ehrliches Feedback zu geben.

➲ Das gesamte Unternehmen braucht Selbstreflexion

Letztlich muss sich das gesamte Unternehmen in **permanenter Selbstreflexion** üben. **Dabei geht es um Fragen wie diese:**

- Wenn wir die Zukunft erreichen wollen, macht es dann Sinn, hierarchisch so aufgestellt zu bleiben wie bisher, und – ganz ehrlich – wieso ändern wir nichts?
- Wenn innovative Ideen zukunftsentscheidend sind und Übermorgengestalter dringender gebraucht werden als jemals zuvor, welches Umfeld bieten wir ihnen?
- Was wird bei uns als Erfolg gesehen – Verfahrenstreue und Punktlandungen auf die Pläne des Vorjahres – oder mutiges Vorwärtsdenken und -handeln?
- Wie werden Entscheidungen bislang bei uns getroffen – und was können wir tun, um diese fortan schneller und besser zu machen?
- Wie gehen wir intern – tatsächlich – mit Fehlern um, und wie kann es gelingen, unseren Mitarbeiter:innen mehr Experimentierraum zu geben?
- Wie ist es um die Feedback-Kultur bei uns tatsächlich bestellt – und wie kann sie helfen, die Selbstwahrnehmung aller zu schärfen.

Antworten auf diese und viele weitere Fragen, die unerlässlich sind, um es zu den Honigtöpfen der Zukunft zu schaffen, finden Sie in meinem neuen Buch: Bahn frei für Übermorgengestalter.

www.anneschueller.de

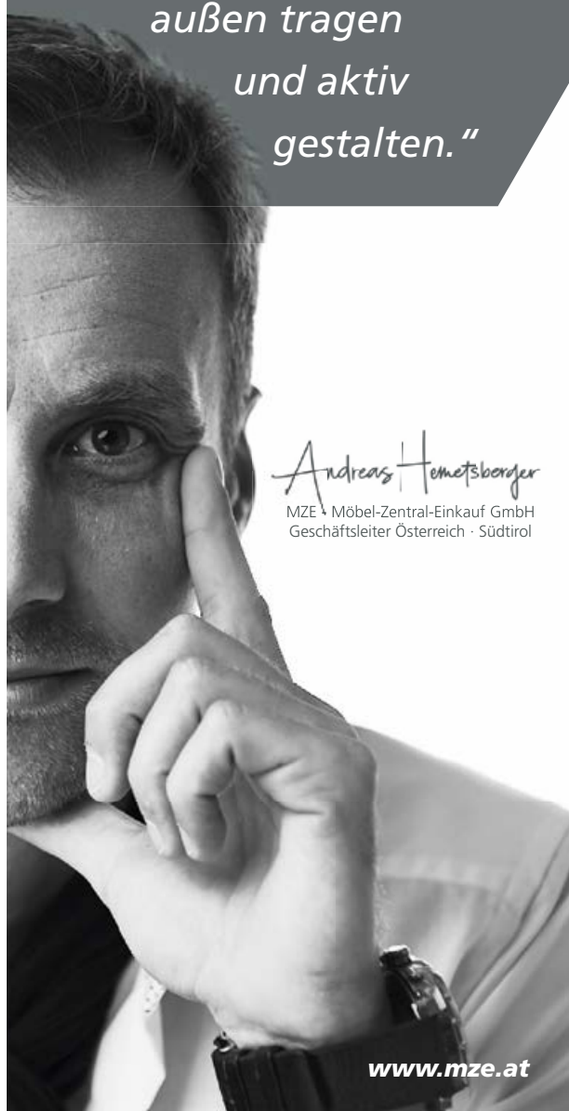
Anne M. Schüller
Bahn frei für Übermorgengestalter
Gabal Verlag 2022, 216 Seiten, 24,90 Euro, ISBN 978-3967390933

Das Buch zeigt 25 rasch umsetzbare Initiativen und weit über 100 Aktionsbeispiele, um zu einem Überflieger der Wirtschaft zu werden. Kompakt und sehr unterhaltsam veranschaulicht es jedem, der helfen will, eine bessere Zukunft zu gestalten, die maßgeblichen Vorgehensweisen in drei Bereichen: Wie machen wir die Menschen stärker, das Zusammenarbeiten besser und die Innovationskraft im Unternehmen größer.

MZE
NETZWERK WOHNKULTUR

**MEHR SERVICE.
MEHR ERFOLG.**

„Seit 2018 werden digitale Konzepte und Trends diskutiert. Aber nur wer ins Machen kommt, wird in Zukunft noch erfolgreich am Markt vertreten sein. Wenn wir Fachhandel leben wollen, müssen wir diesen auch nach außen tragen und aktiv gestalten.“



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

www.mze.at

M.O.W. | 18. – 22. SEPTEMBER 2022, BAD SALZUFLEN

M.O.W. liefert Antworten auf die aktuellen Fragen

Die Messeveranstaltungen finden wieder in gewohnte Bahnen zurück. Anders als viele andere hat die M.O.W. auch 2020 und 2021 stattgefunden. Wir fragen Bernd Schäfermeier und Maximilian Richter, was von der diesjährigen Messe zu erwarten ist.

„Die aktuellen Rahmenbedingungen stellen die Branche vor Herausforderungen, da kommt die M.O.W. im September zur richtigen Zeit mit den richtigen Antworten."

Bernd Schäfermeier, Geschäftsführer

Bernd Schäfermeier: Auf jeden Fall kein Re-Start. Wie Sie richtig sagen: Die M.O.W. war kontinuierlich am Start, unterbrechungsfrei, termingerecht und planmäßig. Verlässlichkeit, das ist es, was die M.O.W. auch in diesem Jahr auszeichnet. Die Konzentration auf die Mitte des Marktes als klares Konzept mit der gesamten Angebotsbandbreite, die dazu gehört. Das Ganze von SB bis zur oberen Mitte übersichtlich präsentiert und so nah am Markt wie möglich. Ihrer Aufgabe folgend wird die kommende M.O.W. Antworten liefern auf die aktuellen Fragen, die die Branche umtreibt: Krieg in der Ukraine, Preissteigerungen, Lieferketten, Nachfrageentwicklung, Verbraucherstimmung – die M.O.W. 2022 bietet Lösungen. Wir zeigen alternative Lieferketten auf, stellen neue Lieferländer mit Schwerpunkt Europa vor, präsentieren neue Lieferanten von Bigplayer bis zum Spezialisten und offerieren neue Möbel für Sortiment, Werbung und Frequenz. Unsere Angebotsschwerpunkte haben wir entsprechend der Marktlage neu ausgerichtet und verstärkt. Wir sind uns sicher: Die M.O.W. 2022 wird eine starke Messe! Die aktuellen Rahmenbedingungen stellen die Branche vor Herausforderungen, da kommt die M.O.W. im September zur richtigen Zeit mit den richtigen Antworten.

Welche Ausstellungs-Schwerpunkte sind zu erwarten?

Maximilian Richter: Wir haben alle Angebots-Schwerpunkte ausgebaut bis in den höherwertigen Bereich. Hier ein kleiner Überblick, der das Potenzial der M.O.W. 2022 aufzeigt: Im Polstersegment finden Einkäufer viele neue und bekannte Namen. Das Schlafen-Angebot zeigt sich umfassend wie nie mit Matratzen, Boxspring und Co. Auch die 360GradPlaza, die hybride Dienstleister-Plattform der M.O.W., stellt sich neu und umfangreicher auf. Über alle Sortimentsbereiche spielen wir die Stärke Europas deutlich mehr aus: Die Halle 22.2 zum Beispiel präsentiert sich in diesem Jahr als Europas Plattform für Junges Wohnen/SB mit führenden Anbietern aus Dänemark, Deutschland, Frankreich, Griechenland, Großbritannien, Italien, Österreich, Polen, Schweden, Serbien und Spanien. Dazu kommt eine Clusterpräsentation moderner Ware aus Bosnien Herzegowina. In der Halle 6 bringt die türkische Gemeinschaftspräsentation FURNICITY UNION die gesammelte Power der IMOS ein, einem Verband leistungsstarker türkischer Möbelhersteller. Das speziell für den Europa-Export geschaffene Vertriebsunternehmen agiert wie ein Großhändler/Importeur und bündelt gezielt das Sortiment aus speziell für die europäischen Märkte ausgewählten Produkten, Programmen und Kollektionen der kooperierenden Mitglieder bzw. deren Produktionskapazitäten. Dazu kommt in der Halle 5 eine Gemeinschaftspräsentation rumänischer Möbelhersteller, die ebenfalls ihr gesamtes Können in die Waagschale werfen. Besonders hervorheben möchte ich zudem unsere Aussteller aus der Ukraine. Der Gemeinschaftsstand in der Halle 12 lohnt den Besuch.

„Aktuell bestehen keine Corona-Auflagen, aber wir sind auf alles vorbereitet."

Maximilian Richter, Projektmanager

Wirkt sich die derzeitige Situation (Lieferengpässe, Ukraine, Pandemie usw.) auf die aktuellen Buchungen aus?

B. Schäfermeier: Ja, und zwar positiv! Wir sind im Vertriebs- und Marketingmix ein bedeutender Partner, unser Konzept überzeugt, und zwar Aussteller wie Besucher. Um die aktuellen Herausforderungen gemeinsam zu meistern, braucht es Partnerschaft, Ware und Dialog. Das bietet die M.O.W.! Stand heute zählen wir über 470 Firmen aus 40 Nationen, die im September bei uns im Messezentrum Bad Salzuflen ausstellen. Dies zeigt: die M.O.W. ist eine wichtige europäische Messe und ihre Strahlkraft reicht weit darüber hinaus. Sie liefert Angebots-Bandbreite, maßgebend für den beherrschenden Konsummarkt, und passgenaue Lösungen, essenziell für jeden einzelnen Händler, der Möbel vermarktet – stationär, multichannel oder rein online.

Wie schätzen Sie den Besuch der kommenden M.O.W. ein und welche Auflagen gibt es?

M. Richter: Letztes Jahr hatten wir starken Besuch mit einem Auslandsanteil von 40 % aus 54 Ländern. Diese Zahlen werden wir nicht nur bestätigen, sondern ausbauen. Aktuell bestehen keine Corona-Auflagen, aber wir sind auf alles vorbereitet. In den letzten zwei Jahren haben wir gezeigt, dass wir trotz Pandemie Messen sicher durchführen können. Insofern sehen wir uns in der glücklichen Lage, uns voll und ganz auf die Vorbereitungen für diese bedeutsame M.O.W. zu konzentrieren, zu der wir schon heute alle Möbelvertriebskanäle herzlich einladen! Bitte registrieren Sie sich vorab auf unserer Website, wir halten dort auch laufend aktualisierte Informationen zu den diesjährigen Ausstellern bereit.

www.mow.de

Foto: M.O.W./Ute Bartels

CREATIV SALZBURG
26. – 28. AUGUST 2022, SALZBURG

Immer eine Reise wert

Österreichs einzige Fachmesse für Geschenkideen, Wohnaccessoires und Lifestyleprodukte verwandelt die Messehallen in ein duftendes und frisches Bad der Frühlingsgefühle.

Ob Trendiges, Ausgefallenes, Traditionelles, Handgemachtes oder Altbekanntes – die creativ salzburg 2022 bietet ihren Fachbesuchern vielfältige und abwechslungsreiche Produktideen und Saisonneuheiten zum Ansehen, Riechen, Fühlen und Bestaunen.

Das darf im Sortiment nicht fehlen

Besucher erhalten einen exklusiven Einblick in die neue Frühjahrskollektion 2023 und können trendige Ideen und Inspirationen für die Erweiterung ihres Sortiments mitnehmen. Aber auch dem Ganzjahressortiment für Geschenkideen, Wohnaccessoires und Lifestyleprodukte wird eine wesentliche Rolle beigemessen.

Last Minute-Besucher der creativ salzburg 2022 erhalten die letzte Chance eine Nachorder für Weihnachten 2022 in Auftrag zu geben und so trendige und funkelnde Artikel für ein märchenhaftes Weihnachts-Wunderland zu ergattern. Neben regionalem Handwerk erwartet die Besucher samstags auch ein maßgeschneiderter Social Media Workshop mit spannenden Tipps, um online Aufsehen zu erregen.

Gemütlicher Messeausklang

Für einen gemütlichen Ausklang der Messetage ist vor Ort gesorgt. Ob freitags beim Sommerfest mit Live-Musik und BBQ oder samstags bei einer abendlichen Stadtführung durch die Salzburger Altstadt.

Einem gemütlichen Wochenend-Trip mit ausgiebiger Ordertour auf der creativ salzburg 2022 steht also nichts im Wege und dieser bietet die perfekte Gelegenheit, verschiedenste Neuheiten endlich wieder live vor Ort zu erleben.

www.creativsalzburg.at

GARDIENTE 2022
04. – 06. SEPTEMBER, HOFFHEIM-WALLAU

Fachmesse für Gartenkultur

Bei dem Community-Event treffen sich namhafte Hersteller und Händler, um sich über die neuesten Trends und Gartenmöbel auszutauschen. Mit dabei: starken Marken und wichtige Impulse.

Die sehr persönliche Atmosphäre der Community ist seit Jahren das Aushängeschild der gardiente. Netzwerken, Impulse sammeln und erfolgreiche Geschäfte abschließen sind nirgendwo so unmittelbar verwoben wie hier. Das hochwertige Inklusivcatering während der gesamten Messetage unterstreicht das familiäre Miteinander und unterstützt auf angenehme Weise das lebhafte Treiben auf dem Marktplatz. Ein Höhepunkt wird nach zwei Jahren Pause die gardiente-night darstellen. Hier trifft sich das Who is Who der Outdoor-Living-Branche, um in entspannter Atmosphäre den ersten Messetag ausklingen zu lassen und im Kreise der Kollegen bei leckeren Spezialitäten vom BBQ Caterer Food & Fire gemeinsam zu feiern.

Ein ausgewogener Ausstellermix

Auch in diesem Jahr kann die kleine, aber feine Messe ein ausgewogenes Ausstellerportfolio aufweisen. Über 40 Marken präsentieren ihre neuen Produktlinien an Gartenmöbeln und Outdoor-Accessoires. Auch das Grill- und BBQ-Segment wird wieder Teil der diesjährigen gardiente sein. Preisgekrönte Hersteller wie die Marke Napoleon aus Canada machen mit ihrer Roadshow Station auf der gardiente und präsentieren dem Fachhandel ihre Neuheiten auf Deutschlands zentralster Outdoor-Living-Plattform. Erstmalig wird Musterring International sowie die spanische Marke Musola ihr Sortiment auf der gardiente präsentieren. Neu im Accessoire-Bereich sind unter anderem die Marken Kooduu und Rohleder Home Collection, neu im Grillbereich sind Ignium und Outdoorchef. Nach den Einschränkungen der letzten Jahre können sich nun endlich wieder alle Teilnehmer auf drei ereignisreiche Tage im Rhein-Main-Gebiet freuen.

www.gardiente.de

Foto: Philipp Habring, Stefan Höning Photography

AREA30 & CUBE30
17. – 22. SEPTEMBER 2022, LÖHNE

Nachgefragt wie nie zuvor

Die 11. Ausgabe wird gemeinsam mit der virtuellen Schwesterveranstaltung „kuechenherbst.online" erneut stilprägende Akzente im Zusammenspiel von Business, Services und Wohlfühlen setzen.

Die area30 & cube30 ist die Fach- und Ordermesse für Küchenstudios, den Küchen-Fachhandel, Verbundgruppen, die Großfläche sowie Projektanten und Architekten. Branchengrößen mit etablierten Marken und Newcomer mit smarten Businessideen treffen hier Vertreter fast des gesamten europäischen Küchenhandels. Die Besucher aus Europa und Übersee werden viele Neu- und Stammaussteller sowie zahlreiche Rückkehrer auf dem Messegelände in Löhne begrüßen können.

130 Aussteller und Marken am Start

Maßgeblich für die Teilnahme an der area30 – die mit über 14.000 Fachbesuchern als optimale Plattform für Kundengewinnung und -bindung, für erfolgreiche Order, Neuheitenpräsentationen und persönlichen Austausch gilt – ist ihr smartes Konzept. Unterstützt von zahlreichen Services lassen sich in angenehmem Ambiente die besten Geschäfte tätigen. In jener „Wohlfühlatmosphäre" wirken die Präsentationen der Aussteller ansprechend, die Neuheitenvielfalt ist für die Besucher entspannt und doch konzentriert erlebbar. Einen umfassenden Relaunch erhält die 600 m²-Außenterrasse. Sie wird voll möbliert und mit Musik, einem weiteren Cateringdesk, sowie Beschattungs- und Wärmesystemen ausgestattet. So hält ein wenig herbstliches „Italien-Feeling" Einzug in Löhne.

Outdoorküche – neu auf der area30

Die area30 wird erstmalig um die Rubrik „Outdoorküche" erweitert und wird damit die größte Outdoorküchenshow in der Region. Insgesamt wird es sechs Loungebereiche geben, die jeweils mit einer Outdoorküche eines Herstellers ausgestattet sind. Der Besucher kann sich diese in aller Ruhe ansehen und dann auf der Messe beim Hersteller darüber informieren.

www.area-30.de

KÜCHENMEILE A30
17. – 23. SEPTEMBER 2022, OSTWESTFALEN

Welcome to the biggest kitchen-show

Im September präsentieren die Mitglieder der Marketinggemeinschaft A30 Küchenmeile e.V. die neuesten Küchen- und Einrichtungstrends auf ihren Hausmessen.

Küchenspezialisten und Einrichtungsplaner aus dem In- und Ausland dürfen auch in diesem Jahr wieder mit neuesten Küchen- und Einrichtungstrends rechnen: Vom 17. bis 23. September 2022 (Kernöffnungszeit) werden die 27 Mitglieder der Marketinggemeinschaft A30 Küchenmeile e.V. erneut ihre Hausmessen öffnen.

Multifunktionale Einrichtungslösungen

Im Fokus der Hausmessen 2022 steht erneut die Wohnraumküche, die sich mehr denn je zum Produkt der Begierde bei den Verbrauchern entwickelt hat. Der Wunsch der Menschen nach transformierbaren Räumen verleiht multifunktionalen Einrichtungslösungen eine noch größere Bedeutung. Raumteilende oder vermittelnde Einzelmöbel und vielseitig einsetzbare Systemregale werden deshalb zu einer festen Größe. Innenausstattung und Beschläge sind dabei die Grundlage, um nicht nur außergewöhnliche Designs zu schaffen, sondern auch Funktionalität zu gewährleisten. Dabei gibt es gestalterisch wie stilistisch keine Einschränkungen. Lassen Sie sich überraschen!

Besuchen Sie die Hersteller entlang der Küchenmeile

artego, Ballerina Küchen, Bauformat, Burger, Beckermann Küchen, Beeck Küchen, Brigitte Küchen, Burnout Kitchen, n by Naber, Express Küchen, Häcker, Impuls Küchen, Kh Systemmöbel, Leicht, Menke Möbelwerke, Nobilia, Nolte Küchen, Optifit, Pronorm, Rational, Rotpunkt Küchen, Kuhlmann, Sachsenküchen, Schröder Küchen, Schüller und Warendorf.

Wir freuen uns auf Sie!

www.kuechenmeile.de

Foto: trendfairs GmbH, Marketinggemeinschaft A30 Küchenmeile e.v.

FERIA HÁBITAT VALÈNCIA
20. – 23. SEPTEMBER 2022, VALENCIA

Hábitat calling

Die Feria Hábitat València wirft ihre Schatten voraus. In Kürze öffnet die renommierte Messe ihre Türen und startet mit umfangreichem Angebot.

Die Vorfreude auf die Feria Hábitat Valencia ist groß. Sie ist die führende Messe für Inneneinrichtung „Made in Spain" und heute Spaniens repräsentativste, internationale und einflussreichste Veranstaltung für die Branche, mit einer breit gefächerten Ausstellung von Möbeln, Beleuchtung, Dekorationsartikel, Polster- und Schlafzimmermöbeln – und steht drei Jahre nach ihrer letzten Ausgabe vor einem spektakulären Comeback im September 2022.

Attraktiv & vielfältig

Sechs Hallen sind fast vollständig belegt und auf mehr als 60.000 Quadratmeter Ausstellungsfläche wartet ein beeindruckendes Angebot spanischer und internationaler Design-, zeitgenössischer Möbel-, Betten- und Dekorationsmarken. Erstmals gesellt sich ein umfassendes Angebot an Heimtextilien und Küchenmöbeln sowie Equipment zu den teilnehmenden Segmenten der Hábitat hinzu – in Form von Home Textiles Premium und Espacio Cocina SICI. Fachbesucher:innen genießen neben allen Bereichen, welche die Hábitat ausmachen, zudem Zugang zum gesamten Ausstellungsangebot dieser zwei Bereiche, einerseits dem Heimtextilien-, Polster- und Objektsegment der Industrie sowie Küchenmöbel und -ausstattung auf der anderen Seite, die mit Home Textiles Premium by Textilhogar bzw. Espacio Cocina SICI ihre eigenen, parallel zur Feria Hábitat Valencia stattfindenden Messen haben, mit direkten Verbindungen der Hallen. Die drei Shows zusammen bilden eine Präsentationsfläche mit über 80.000 m² Ausstellungsfläche und werden erstmals gleichzeitig in Szene gehen – und dies zudem in derselben Woche wie die Hauptevents, mit denen Valencias Status als World Design Capital 2022 gefeiert wird.

feriahabitatvalencia.com

LIGHT + BUILDING AUTUMN EDITION
2. – 6. OKTOBER 2022, FRANKFURT/MAIN

Starker Restart

Die Vorbereitungen für die Light + Building Autumn Edition 2022 sind in vollem Gange und mit internationalen Unternehmen und Innovationen wird es ein starkes Messeevent.

Die Planungen für die Light + Building Autumn Edition von 2. bis 6. Oktober 2022 laufen auf Hochtouren und bereits Monate davor stehen über 1.300 Aussteller aus 46 Ländern im Herbst zusammen für den Restart der Licht- und Gebäudetechnikbranche in Frankfurt am Main.

Alle(s) da

Besucher:innen erwartet ein breiter Branchenüber- und einblick: Alle stromführenden Gewerke sind vertreten. Branchengrößen im Licht- und Leuchtendesign werden ebenso mit dabei sein wie im Bereich Building mit dem von Gebäudeautomatisierung über Elektroinstallationssysteme bis hin zu intelligentem Energiemanagement und E-Ladeinfrastruktur reichenden Angebot, und auch der Bereich vernetzte Sicherheitstechnik, bereichert um das Intersec Forum, ist top besetzt.

Der Light + Building Contactor unter light-building.com/contactor zeigt tagesaktuell auf, wer fix zugesagt hat und bietet schon jetzt die Chance, mit Aussteller:innen in Kontakt zu treten und sich über die teilnehmenden Unternehmen und ihre Produkte zu informieren.

Digitales Plus

Mit dem Start der Veranstaltung wird dieser dann zur Light + Building Digital Extension ausgebaut und die digitale Plattform bietet von 2. bis 14. Oktober 2022 neue Möglichkeiten der Vernetzung, des Wissensaustauschs und der Begegnung.

www.light-building.com

Fotos: Marcos Soria, Messe Frankfurt Exhibition GmbH/Petra Welzel

HEIMTEXTIL SUMMER SPECIAL

Rückkehr auf die internationale Bühne

Das globale Textil-Business ist zurück in Frankfurt: Heimtextil Summer Special, Techtextil und Texprocess gingen heuer zeitgleich in Szene und begeisterten mit internationaler Power und hoher Besucher:innenzufriedenheit.

Einen fulminanten Re-Start legten die internationalen Textilmessen auf dem Frankfurter Messegelände mit insgesamt 117 Teilnehmernationen, rund 63.000 Besucher:innen und 2.300 Aussteller:innen hin. Techtextil, Texprocess und das einmalige Heimtextil Summer Special fanden parallel statt. Trotz anhaltender vereinzelter Reiserestriktionen behielten alle drei Messen sowohl aussteller- als auch besucher:innenseitig ihren pre-pandemischen Internationalitätsgrad bei. Auf allen drei Businessplattformen waren neben reger Ordertätigkeit und hoher Besucher:innenqualität und -zufriedenheit vor allem die geballte positive Energie persönlicher globaler Begegnung zu spüren. Die Besucher:innenzufriedenheit blieb ebenfalls bei allen drei Veranstaltungen mit durchschnittlich 91 Prozent auf hohem Niveau stabil. Intensive Live-Gespräche mit alten und neuen Partner:innen, globale Neukontakte im persönlichen Austausch, spontane Kooperationen im direkten Dialog – all dies war endlich wieder möglich. Die einmalige Parallelität des Messetrios haben auch die Einkäufer:innen aus aller Welt für Cross-Networking genutzt, um Aufträge zu platzieren und neue Geschäfte anzubahnen.

Das Heimtexil Summer Special reüssierte.

Überzeugend vielfältig und über den Erwartungen

Auf der Techtextil und Texprocess – beide erstmals zusätzlich auch virtuell, mit Digital Extension – zogen sich nachhaltige Materialien und Verarbeitungstechnologien, Automatisierung und digitale Prozesse, Innovationen und progressive Neuentwicklungen durch das Ausstellerangebot, Infos und Input lieferten u.a. Konferenzformate wie das Techtextil und Texprocess Forum.

Einen top Auftritt legte die Heimtextil hin. Durch den pandemiebedingten Ausfall der regulären Messe im Jänner fand die internationale Fachmesse auf Wunsch der Branche in diesem Jahr als einmaliges Heimtextil Summer Special, parallel zu Techtextil & Texprocess, statt. Die Resonanz war positiv und insbesondere die Zufriedenheit angesichts zahlreicher Neukontakte groß. Es wurde deutlich: Der internationalen Leitmesse für Wohn- und Objekttextilien gelang auch mit kleinerem Sommerangebot bereits jetzt wieder die Rückkehr auf die internationale Bühne. Die Besucher:innen freuten sich, Heim- und Haustextilien – von Objekt-, Deko- und Möbelstoffen über funktionale Textilien bis hin zu Endprodukten für textile Einrichtung, textiles Design und Bettwaren – endlich wieder haptisch zu erleben und zu ordern.

Nachhaltigkeit als klarer Fokus

Zukunftsweisend zeigte sich das Heimtextil Summer Special mit dem klaren Fokus auf Nachhaltigkeit. Eine Vielzahl an Produkten – angefangen von Fasern aus PET-Flaschen, fairen Naturmaterialien bis hin zu textilen Produkten mit QR-Codes zur Nachverfolgung der gesamte Produktion – ermöglichte es, den Megatrend ganzheitlich zu erleben. Auch Leinen in Kombination mit anderen Naturfasern wie Hanf und Wolle sowie Bettwäsche aus mit Kork beschichteter Baumwolle waren Bestandteil des grünen globalen Produktportfolios und die täglichen Green Tours mit Einblicken in kreislauffähige Textilien kamen gut an.

Frische Impulse setzten die Heimtextil-Trends für die Branche. Der Trend Space rückte außergewöhnliche Ansätze zur Vermeidung von Abfall und ökonomischen Ungleichgewichten in den Vordergrund. Weitere Publikumsmagnete waren das Green Village mit verlässlichen Zertifikaten, die Orientierung im grünen Dschungel geben, sowie die Heimtextil Conference „Sleep & More“ rund um das Megathema Schlaf und nachhaltige Hotellerie sowie das Angebot an Vorträgen und geführten Rundgängen im Rahmen von Interior.Architecture.Hospitality.

heimtextil.messefrankfurt.com

Save the date

Die nächste Heimtextil findet vom 10. bis 13. Jänner 2023 statt, Techtextil und Texprocess gehen vom 23. bis 26. April 2024 in Szene.

Fotos: Messe Frankfurt Exhibition GmbH/Pietro Sutera

SPOGA+GAFA

Erfolgreicher Sommerhit

Die spoga+gafa ist mit starkem Auftritt zurück. Zu neuem Termin, mit internationaler Aussteller- und Besucher:innen-Riege unterstreicht die Gartenlifestyle-Messe bei ihrem Comeback ihre Position als Branchenhotspot.

Einen erfolgreichen Restart feiert die spoga+gafa. Die weltgrößte Gartenlifestyle-Messe hat vom 19. bis 21. Juni in Köln eindrucksvoll ihre Stellung als wichtigstes Branchentreffen der Grünen Branche bestätigt und sich nach drei Jahren, zu neuem Termin und erstmals ohne parallel stattfindende spoga horse erfolgreich zurückgemeldet.

Die spoga+gafa meldet sich mit großem Erfolg zurück. Inspirierend und international, begeisterte die Gartenlifestyle-Messe die Grüne Branche.

Rund 25.000 Besucher aus 112 Ländern kamen nach Köln, um die Neuheiten und Innovationen von rund 1.000 Ausstellern aus 52 Ländern live zu erleben. Unter Berücksichtigung der Zurückhaltung asiatischer Hersteller, erreichte die spoga+gafa 2022 ausstellerseitig Vorkrisenniveau. Dies wurde von Top-Entscheidern, von denen viele ihren Weg nach Köln fanden, honoriert. Gewohnt stark durch Händler:innen und Einkäufer:innen vertreten waren die europäischen Kernmärkte Belgien, Deutschland, Frankreich, Italien, Niederlande und Spanien, interkontinental wurden Australien, Neuseeland, Israel, Kanada, UK und die USA ausgezeichnet repräsentiert. Der Auslandsteil der Besucher:innen stieg auf 67 Prozent (2019: 65 %).

„Die Qualität und Internationalität der Besucher ist herausragend. Das spiegeln uns die Aussteller im Gespräch immer wieder. Wir haben die letzten 2,5 Jahre genutzt, die spoga+gafa weiterzuentwickeln und freuen uns, hier die ersten Erfolge live zu erleben. Mit der 365-Tage-Plattform, die wir in den letzten Wochen auf den Weg gebracht haben, wird die spoga+gafa zukünftig auch unterjährig starker Begleiter der Grünen Branche sein“, so Oliver Frese, Geschäftsführer Koelnmesse GmbH.

Heißes Thema: Nachhaltigkeit

Das diesjährige Fokusthema „Nachhaltige Gärten“ war wie erwartet omnipräsent in den Hallen: Segmentübergreifend standen langlebige, wiederverwertbare und ressourcenschonende Materialien im Vordergrund sowie der effiziente Einsatz von Energie und Wasser im Garten. Die spoga+gafa 2022 erfüllt damit erneut ihren Anspruch als Themenplattform und Signalgeberin für die Grüne Branche. So zeigte sich auch der Industrieverband Garten e.V. (IVG), ideeller Träger der spoga+gafa, zufrieden mit dem Messeergebnis.

Verlängerung mit Premiere

Nach der Messe in Köln folgte eine Premiere: Am 27. Juni startete die Aftershow auf der neuen digitalen Plattform der spoga+gafa – mit Live-Interviews, Mitschnitten der Bühnen sowie digitalen Events der Aussteller –, die 365-Tage-Plattform der spoga+gafa geht live und lädt schon am 8. September zum digitalen Deep Dive „BBQ“ ein.

Auf Wiedersehen in 2023

Und natürlich ist nach der Messe vor der Messe, die Vorfreude auf 2023 wächst schon jetzt und der Termin kann schon dick grün angestrichen werden: Die spoga+gafa 2023 findet vom 18. bis 20. Juni 2023 statt.

www.spogagafa.de

Neuheiten & Highlights für Outdoor Living & Cooking präsentiert wohninsider in der Printausgabe 5/2022.

Fotos: © Koelnmesse GmbH/Maxi Uellendahl und Thomas Klerx

MEBLE POLSKA

Von Poznan in die ganze Welt

Die Meble Polska lockte vom 16. bis 19. Mai fast 11.500 Besucher in die liebliche Messestadt Poznan im westlichen Polen. Und die Ambitionen der polnischen Messebetreiber und Produzenten sind sehr hoch, wie einige Gespräche vor Ort belegten. Ein Lokalaugenschein.

Von Lilly Unterrader

Man möchte in die ganze Welt hinaus. Immerhin: Polen ist mit einem Volumen von etwa 13,6 Mrd. USD bereits jetzt der sechstgrößte Möbelproduzent weltweit und mit einem Exportvolumen von etwa 13,1 Mrd. USD größter Möbelexporteur Europas.

Mit dazu beitragen soll unter anderem die Meble Polska, die größte internationale Möbelmesse Polens, die bereits seit 40 Jahren regelmäßig zahlreiche in- und ausländische Besucher in das liebliche Poznan lockt. Nach einer Covid-bedingten Pause einer Live-Messe im vergangenen Jahr – wo man sich nur, wie so viele anderen Messen auch, auf einen Online-Auftritt beschränkte – fand die Messe heuer wieder, zwar an einem anderen Termin – im Mai statt in der letzten Februar-Woche – und etwas kleiner als sonst, aber real statt. Und Veranstalter mtp-grupa zog anschließend eine erfreut positive Bilanz.

Immerhin fast 11.500 Besucher aus 71 Nationen zählte man an den vier Messetagen von 16.-19. Mai, und, was die Messemacher besonders freut, der Anteil der Besucher aus dem Ausland war mit rund 53 % (im Vergleich zu 38 % im Jahr 2020) heuer sehr hoch. „Die Zahl an ausländischen Besuchern übertraf unsere Erwartungen“, sagte ein zufriedener Józef Szyszka, Director of Meble Polska. Auch wenn Besucher aus den Vereinigten Staaten aufgrund einer Reisewarnung des Außenamts bezüglich des Ukraine-Krieges heuer nicht so zahlreich präsent waren als erwünscht, sehen sich die Veranstalter ihren Zielen einen Schritt näher.

Meble Polska 2022

Die Messe fand heuer unter geänderten Vorzeichen statt, nur die Messehallen 3,4,5 und 6 wurden von den vorwiegend polnischen Ausstellern bestückt. Neben Spanplattenprodukten fanden sich darin durchaus auch hochwertige Massivholzmöbelhersteller wie Katmandu (www.meblekatmandu.pl). Ebenso waren einige Polstermöbelhersteller und Matratzenproduzenten vor Ort. Unter dem Motto „Stand with Ukraine“ konnte die ukrainische Möbelindustrie auf knapp 400 m² trotz schwierigster Voraussetzungen ihre Produkte präsentieren.

Wie gewohnt wurde die MEBLE POLSKA auch heuer im Parallellauf mit der Interieur-Messe HOME DECOR in Halle 5A ausgetragen. Dort war ebenfalls die Trend Zone “Bloggers Zone” zu finden, wo sich Interessierte von den jüngsten Design- und Interieur-Designs inspirieren lassen konnten. Zum Rahmenprogramm der Messe gehörten auch heuer Seminare, co-organisiert von der Polnischen Handelskammer der Möbelhersteller.

Auch der Termin für die nächste Meble Polska steht schon. 2023 ist die letzte Februar-Woche wieder für die physische Messe vorgesehen.

www.meblepolska.pl/en

Die Veranstalter zeigen sich zufrieden mit dem Besuch, im kommenden Jahr ist die Meble Polska wieder am gewohnten Termin Ende Februar angesetzt.

Meble Polska Direktor Jozef Szyszka und Projekt Manager Robert Mecina (v.r.) sind mit der Poznaner Messe immer auf der Suche „nach frischem Blut. Wir haben auch heuer viele neue Besucher und Aussteller, die zuvor noch nie in Poznan waren.“

Fotos:: Lilly Unterrader/wohninsider

Das Familienunternehmen Wojcik hat Möbel für alle Räume und Bedürfnisse im Portfolio. Drei Fabriken mit mehr als 1600 Mitarbeitern produzieren Möbel für mehr als 20 Länder weltweit, unter anderem auch für Österreich. Ewelina Wojcik ist in zweiter Generation als Marketing Direktorin im Unternehmen tätig.

Zbigniew Michno von Taranko Meble bietet vor allem hochwertige MDF-Möbel mit Vinyl-Bezug. Das Unternehmen bildet das gesamte Einrichtungsspektrum bis hin zu Office-Elementen ab. Aktuell wurde das Unternehmen mit der Gold Medal for Design prämiert. ***www.mebletaranko.pl***

Die Nachbarn aus der Ukraine hatten eine Fläche von 400 m² zur Verfügung um sich trotz schwierigster Voraussetzungen einem interessierten Fachpublikum zu präsentieren.

Black Red White (erst kürzlich zur Hälfte von XXXLutz gekauft) ist einer der größten polnischen Hersteller mit 18 Fabriken und mehr als 90 eigenen Verkaufsfilialen. Das Unternehmen präsentierte auf der Meble Polska eine echte Innovation in Sachen Umweltschutz. Ein Sofa, das aus 370 PET-Flaschen und recyceltem Holz hergestellt wurde. ***www.brw.com***

Die gesamte Einrichtung findet man in Poznan, neben Polstermöbelherstellern …

Dominika Wajnert steht als geschäftsführende Eigentümerin in zweiter Generation hinter ihrem gleichnamigen Unternehmen. Die rund 600 Mitarbeitern erzeugen vor allem Sofas (60 Modelle umfasst das Portfolio) und Hotel Einrichtungen. 60 % der Erzeugnisse gehen unter anderen Namen in den Export. ***www.wajnert.pl***

Klaudia Szymanek, Commercial Director von Wersal, berichtet davon, dass ihr Unternehmen 1600 Mitarbeiter beschäftigt und ausschließlich selbstproduzierte Ware unter acht Markennamen in 40 Länder, darunter auch Österreich, exportiert werden. ***www.wersal.pl***

... auch Matratzenproduzenten.

WALTER KANDUT

SALONE DEL MOBILE – IMMER JUNG!

Der 60. Geburtstag der Möbelmesse in Mailand wurde gebührend gefeiert und war und ist das Highlight unserer Branche in diesem Jahr. Es war aber auch ein Déjà-vu – mehr oder weniger eine Fortführung einer Messe aus einer Zeit vor der Pandemie. Es hat den Anschein einer „drei Jahre Kopf in den Sand" Taktik und wir machen dort weiter wo wir vor Jahren stehengeblieben sind. Die Verschiebung von April auf Juni hat auch zusätzlich zum Erfolg beigetragen. Obwohl eine Messe mit 30°C Außentemperatur und mehr, vor allem in der Stadt Mailand, schon an der Erträglichkeitsschwelle kratzt.

Eine riesengroße Party

Es hat sich also nichts verändert, die Messestände waren perfekt bis ins letzte Detail inszeniert und mit enormen Aufwand hingestellt, wie in der Blütezeit des Möbel-Kapitalismus. Der Tupfen auf dem i ist die perfekte Abstimmung mit der Stadt Mailand, den dort ansässigen Möbelstudios, den Zusatzveranstaltungen wie der Design Week und mehr. Man kann sagen, die Messe Mailand ist nach wie vor eine riesengroße Party, ein Event das Seinesgleichen sucht. Wie in alten Zeiten war die Begehrlichkeit nach diesen Einladungen sehr vom Namen und Beziehungen abhängig. Das Produkt „Möbel" war leider sehr oft unwichtig. Ich frage mich deshalb warum werden Millionen für eine perfekte Präsentation (und das können die italienischen Hersteller) ausgegeben wenn das nicht der Grund für einen Besuch ist. Es spielen „andere" Werte eine wesentlich größere Rolle, das sollten wir für unser Business auch berücksichtigen.

Reine Inszenierung

Mein gefühlsmäßiger Gesamteindruck der Messe war etwas zurückhaltender gegenüber vor der Pandemie, aber nach wie vor auf die Vermarktung der Marke und sich ins beste Licht stellen ausgerichtet. Ganz nach dem Ergebnis einer kürzlich veröffentlichte Studie, dass bei vergleichbaren Produkten 75 % der Käufer:innen auf die jeweils bekanntere Marke setzen. Man setzte nach wie vor auf ein alt bewährtes Mailänder Konzept das auf eine reine Inszenierung ausgelegt ist und nach außen hin ohne nennenswerte und sichtbare Produktinnovationen. Die gab es sehr im Verborgenen und nur auf dem zweiten oder dritten Blick. Details die aber für die Gesamtwirkung eines Produktes wichtig sind.

Kleine Veränderungen also. Tonangebende italienische Hersteller haben sich ausschließlich auf den Schauraum in der Stadt konzentriert und das Messegelände nicht bespielt. Diese Lokalitäten wurden herausgeputzt und werden für viele ein Vorbild sein. Auffällig war aber auch, dass vor allem jene international bekannten Marken, die das Thema Nachhaltigkeit und Ökologie auf ihre Fahnen gesetzt haben, auf die Messe gänzlich verzichtet haben, das ist auch bezeichnend. Das Thema Nachhaltigkeit wurde zwar stark medial vermarktet, ist aber bei den meisten Ausstellern (noch) nicht angekommen. Jungdesigner:innen oder sogenannten „Alternativen" eine Plattform für Zukunftsprodukte in den Hallen 1-3 zu geben ist lobenswert, bringt uns aber zu langsam weiter. Dieses Thema muss bei allen bekannten Marken schon jetzt in die Produktion implementiert werden. Wir werden um eine tiefgreifende schnelle Veränderung nicht herumkommen, das lässt sich nicht verdrängen, schon gar nicht wenn man den Kopf in den Sand steckt. Einen Messestand geschickt mit Grünpflanzen auszustatten ist edel und eine Wohltat fürs Auge, aber noch lange keine Veränderung Richtung Zukunft.

Es herrscht nach wie vor der breite Tenor „wir ändern uns wenn es unsere Kundschaft will" – wo bleibt hier die notwendige Vision einer „besseren und klimagerechten" Zukunft. Neue intelligente Materialen sind extrem wichtig aber sehr oft nur Marketing-Schmäh und lösen das Problem nicht von Grund auf. Auf der anderen Seite bin ich mir sicher, wenn wir uns radikal umstellen müssen, dann sind zumindest die hochwertigen Marken-Hersteller die schnellsten die sich einer veränderten Gegebenheit anpassen können. Dann sind wir allerdings nur Reagierende, viel besser wäre es wenn wir die Zukunft mitbestimmen also agieren.

Ökologisierung zu wenig sichtbar

Unser zwingend notwendiges Engagement für mehr Ökologisierung sowie für schnellen Ersatz der Erdölprodukte (Lacke, Kleber, Schaum, Polyester, Stoffe etc.) war einfach für mich viel zu wenig sichtbar. Da sind noch viele kluge und kreative Köpfe gefordert. Nicht nur auf der Produktebene, vor allem auch im Standbau. Anscheinend sind wir in einem nicht lösbaren Kreislauf gefangen, den wir nicht auflösen können oder wollen.

Die Herausforderung für die Zukunft einer Messe, des Veranstaltungsteams, wird der Wille zur Veränderung sein, um nicht von der Realität überrollt zu werden. Vor allem ressourcenschonender oder wiederverwertbarer Messebau sieht anders aus. Die meisten Messestände wurden mit enormem Aufwand gebaut, edelste Materialien wurden verwendet und trotzdem landen sie nach ein paar Tagen Benutzung in der Müllverbrennung, zum Glück nicht auf irgend einer Deponie in Afrika oder Asien. Brancheninsider aus Event- und Messebau, die solche aufwendigen Messestände bauen, haben mir bestätigt, dass der allergrößte Teil nicht wiederverwertet wird, sondern aus Kostengründen einfach tonnenweise auf Frachtzüge gekarrt wird und zu vielen Müllverbrennungen, auch nördlich der Alpen, einer thermischen Verwertung zugeführt wird. Eine gigantische Geld und Ressourcen Vernichtung die ehrlich gesagt nicht mehr zeitgemäß ist. Es gab nur ganz wenige Hersteller die ein wiederverwertbares System angewendet oder statt Spanplattenwände Stofffahnen als Abgrenzung verwendet haben. Schade, man hat jetzt mehr als zwei Jahre Zeit gehabt, eine geeignetes Konzept zu entwickeln. Verharren wir nicht in der Vergangenheit sondern zeigen wir Mut zur Veränderung damit so eine begrüßenswerte und wichtige Veranstaltung in Zukunft ohne negativen Beigeschmack möglich ist.

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.*

Foto: © Kandut

Vom HirnBesitzer zum HirnBenützer!

„Die Welt ist verrückt." Dieses Zitat, diese Weltweisheit stammt vom französischen Philosophen ALBERT CAMUS.
Er hat diese Aussage auch ganz klar begründet, nämlich „Der berühmt-berüchtigte HausVerstand ist ein MausVerstand – ohne Weitblick, ohne Tiefensicht, einfach oberflächlich!"

Fakt ist: Die Leute werden immer dümmer – weil sie mit den steigenden Anforderungen im Leben nicht zurechtkommen; sie sind ganz einfach überfordert.

Jeder intelligente Mensch weiß: Mit dem DENKEN beginnt die VERNUNFT, d.h. Lebenslanges Lernen, **BILDUNG** ist hilfreich, um Blödheiten zu vermeiden. Der sogenannte „Dachschaden" hat Auswirkungen in allen Lebensbereichen.
DUMMHEIT kann auch tödlich sein.

Die Grundsatzfrage lautet: Hat die **Personalentwicklung** in unseren Betrieben – in den unterschiedlichen Branchen und Firmengrößen – die entsprechenden **BildungsProgramme** zur Verfügung?!

Falls Sie ein GewinnSystem in Ihrem Unternehmen aufbauen wollen, kontaktieren Sie **Mr. Profit**.

Mr. PROFIT

Profitofon Mr PROFIT exclusiv 0662 820249

Foto: Archiv

wohninsider
AUGUST/SEPTEMBER
Erscheinungstermin:
3. September 2022
Anzeigenschluss:
12. August 2022

SCHWERPUNKT: SCHLAFEN

Die Materialien im Schlafraum sollen natürlich und nachhaltig sein.
In unserer Schwerpunktausgabe zeigen wir passende Konzepte und Produkte zu diesem anhaltenden Megatrend.

KÜCHE UND STAURAUM:
Lösungen für Ober- und Unterschränke, Eckschränke und Wirtschaftsräume(küchen).

TEXTILE HERBSTKOLLEKTIONEN:
Frische Fashion fürs Interieur.

WEITERE THEMEN DER NÄCHSTEN AUSGABE

PLATZ ZUM CHILLEN:
Moderne Wohnlandschaften mit viel Platz für Freunde und Familie.

DAS EINRICHTUNGSSTUDIO ALS KOMPLETTAUSSTATTER:
Vom Badezimmermöbel bis zur Badewanne oder Dusche, von Armatur bis zu Accessoires – das moderne Einrichtungsstudio kann auch Bad.

Weitere aktuelle Themen immer auf der Website und im wöchentlichen Newsletter!
www.wohninsider.at/printausgabe/themenvorschau.html | www.wohninsider.at/anmeldung/newsletter.html

Mediadaten und Themenvorschau: www.wohninsider.at/printausgabe/mediadaten-2022.html

Foto: Schlossberg

SUCHMASCHINENWERBUNG
SEA: SEARCH ENGINE ADVERTISING

SEA

DER KÜCHENRING KATAPULTIERT SIE UNMITTELBAR AN DIE SPITZE DER GOOGLE-ERGEBNISLISTE. MIT GOOGLE-ADS-ANZEIGEN SPIELEN SIE GANZ VORNE MIT!

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

DER KÜCHEN RING

WWW.KUECHENRING.DE

DA KOMMT WAS SMARTES AUF UNS ZU.

ENTDECKEN SIE DEN OZONOS® AC-II
MIT WLAN UND APP-STEUERUNG.

AB HERBST 2022 VERFÜGBAR.
WWW.OZONOS.COM

OZONOS®
JUST PURE AIR