wohninsider.at

»Hier spricht die Branche

Ausgabe 5/2022
Oktober/November
www.wohninsider.at

NEUHEITEN

Küchenwelten 2023

HANDEL – ARCHITEKTUR – INDUSTRIE

Trio mit viel Potenzial

WOHNEN

KFF erobert neues Terrain

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

WOHNKULTUR
MASSGETISCHLERT
IN 9 TAGEN.
100% QUALITÄT
AUS ÖSTERREICH
HAKA Center Traun
Hackl Straße 1, 4050 Traun
HAKA Center Wien 23
Vorarlberger Allee 25, 1230 Wien
HAKA Center Straßwalchen
Mondseerstraße 14, 5204 Straßwalchen
Und bei über 300 HAKA Partnern in Österreich,
Deutschland, Schweiz, Südtirol und Tschechien.
Erleben Sie die
HAKA Musterwohnung!
HAKAKÜCHE

Wie geht‘s der Branche?

Blickt man die letzten Monate zurück, dann kann man, selbstverständlich mit Abstrichen, durchaus ein positives Resümee ziehen. Die Einrichtungsbranche hat die bisherigen Krisenmonate gut überstanden. Die Abstriche: Rational sprich regina in Österreich hat die Segel gestrichen, dazu die Hülsta Gruppe und natürlich noch einige andere. Es gibt also auch Verluste in den Branchenreihen. Die Österreichische Möbelindustrie und auch die deutsche ziehen aber positive Bilanzen für das erste Halbjahr 2022. 20,5 Prozent Plus melden die Österreicher im Export, unsere Nachbarn lagen bis Juni dieses Jahres mit 13,41 Prozent im Plus. Wobei man schon etwas abschwächen muss, weil ein wesentlicher Anteil des Wachstums auf den starken Preisanstieg der Produkte zurückzuführen ist.

Für die Zukunft fragen sich viele: Wie geht’s weiter und wer weiß die Antwort? Vielleicht ein Herr Putin? Vielleicht ein Herr Xi Jinping? … und diese beiden sind nicht die einzigen Probleme, die derzeit der Menschheit das Leben schwer machen.

Bleiben wir in unserer Branche: Das erste Halbjahr in diesem Jahr lief also gut und wie man hört, sind im guten – und ich betone ausschließlich „guten“ Fachhandel – noch genügend Aufträge – so ungefähr bis März, April 2023 – ab- und aufzuarbeiten. Dann sollte bzw. muss was passieren. Generell sei ein Rückgang der Auftragseingänge zu spüren, heißt es aus der Einrichtungsbranche und es fehle die Frequenz in den Geschäften. Wer also zurzeit auf Parkplatzsuche ist, der ist gut beraten, sich in der Nähe von großen Möbelhäusern umzuschauen, denn dort ist genug Platz.

Die Großfläche spürt den Frequenzrückgang besonders. Ein Grazer Gremialfunktionär beschrieb die Situation in einem Grazer Möbelhaus: „Am Parkplatz stehen die Autos der Mitarbeiter und auch am Samstag Nachmittag ist im Geschäft absolut tote Hose!“ Dass die Kaufkraft in der Bevölkerung sinkt ist spürbar und speziell die Kundenschichten der Möbelgiganten sind diesbezüglich stark betroffen. Da helfen auch die Superrabatte der Rabattschleuderer nichts mehr. Bei minus 50 Prozent plus „geschenkter Mehrwertsteuer“ kann man sich ausrechnen wann das Möbel billiger ist als derzeit so manches Heizmaterial … aber stop! Hier an dieser Stelle bitte nicht weiterdenken. Wär praktisch auch nicht sinnvoll, weil man bei den heutigen Lieferzeiten die Möbel erst nach dem kalten Winter geliefert bekäme.

Die Österreichische Möbelindustrie sagt für die Zukunft: „Es bleibt schwierig. Stichwort Lieferketten, Energiepreise, Materialversorgung. Das Konsumverhalten der Menschen verändert sich. Optimismus ist trotzdem angesagt, denn die aktuelle Lage stärke auch das Bedürfnis nach Sicherheit und die Menschen sind derzeit auf der Suche nach nützlichen und werthaltigen Investitionsmöglichkeiten. Denn Geld ist nach wie vor auf den Sparkonten vorhanden und vermehrt sich dort nicht.“

Also, bleiben Sie zuversichtlich und viel Spaß beim Lesen wünscht

Ihr Gerhard Habliczek

> *In der Krise beweist sich der Charakter!*
>
> *Dr. Helmut Schmidt, ehemaliger Bundeskanzler Deutschland, verstorben 2015*

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:innen
8 Topstorys
10 Leute
114 Mr. Profit
114 Vorschau

TRAINING : WISSEN

20 Gabriel Schandl: Wege ins Erfolg-Reich
112 Walter Kandut: Am Point of Sale

BRANCHENTALK

22 Handel – Architektur – Industrie

DESIGN : TRENDS

26 berbel: Das Kocherlebnis im Fokus
28 LEICHT – Kollektion 2023
30 Wetscher Penthouse
32 SieMatic: Küchengeschichte geprägt

NETZWERKE

34 MZE erhält Exklusiv-Rechte
36 Europa Möbel: Wall Wohnen
38 MHK lud zum Online-Küchen-Event
39 CARAT: Neuer Look, bewährte Qualität
40 olina: Partnertagung
42 KüchenTreff: Stainz feierte Neueröffnung

KÜCHE

44 Nolte Küchen: Positive Signale
46 BALLERINA: Lebensraum
48 Rotpunkt: Vielfalt einfach planen
50 Sachsenküchen: „Green Living“
54 ewe: „Wir wollen Themen setzen!“
56 Baumann Group: Macht Gutes einfach besser
58 nobilia: Neues Raster für grenzenlose Individualität
60 HÄCKER: Sympathie, Charme und Unvergleichbarkeit
62 HAKA: Neues Jahr, neues Design
64 OZONOS: Frischer Wind im Hause OZONOS
66 KAFFEE: Was der alles kann
68 GRASS Trendtour: Was ihr wollt
70 systemceram: „Kara“ für den 50er-Spülschrank
71 TEKA Küppersbusch: Für Pizza, Pasta und mehr

FORTSETZUNG KÜCHE

72 THEWALL by LECHNER: Individuelle Küchengestaltung
73 BSH: Die Revolution im Backofen
74 MIELE: Niemals um Neuheiten verlegen
76 ORANIER Kochfeldabzüge
77 OZONOS und Naber kooperieren unter der Spüle
78 GRASS: Die schmalste Stahlzarge der Welt
79 SOLITAIRE: Wenn die Grenzen verschwimmen
80 BLANCO MULTI FRAME: Innovation am Wasserplatz
81 NABER: Ein Quantensprung in der Lüftungstechnik
82 FRANKE: Die einzige Konstante ist der Wandel

WOHNEN

83 ADA: Zeichen für den Klimaschutz
84 WITTMANN: Über drei Brücken ins Heute und Morgen
86 KFF erobert neues Terrain

RAUM : OBJEKT

88 FN Neuhofer: Von der Leiste in den Raum
91 Design-Agenturen Flachberger: Neuer Hotspot
92 CUBIC OUTDOOR LIVING
94 MARK STUDIOS: Gestaltung mit nachhaltiger Haltung
96 NIEHOFF GARDEN: Vollkommenes Wohngefühl
97 Marktplatz: Outdoor Living & Cooking

MESSEN : EVENTS

100 möbel austria & küchenwohntrends
102 Elektrofachhandelstage
106 FERIA HABITAT VALENCIA: Spanisches Möbeldesign
110 Der SCHAU:RAUM auf der Designmesse
111 Heimtextil
111 DOMOTEX

Foto: Gorodenkoff/ Shutterstock.com

Puristisch & stimmungsvoll!

Schwarz kann so lebendig sein. Die Kombination von glänzenden und matt-schwarzen Oberflächen im Zusammenspiel mit Beton und Holz, ist ein spannungsreiches Arrangement. Warme Lichtreflexe lassen besonders wohnliche Impressionen entstehen.

Mehr unter www.sachsenkuechen.de

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

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

SACHSEN KÜCHEN

DIE GESPRÄCHSPARTNER:INNEN DIESER AUSGABE

22 Round Table
Handel, Architektur und Industrie – beim wohninsider Round Table diskutierten Vertreter:innen aus den Bereichen. Es offenbaren sich Herausforderungen wie Potenziale für die erfolgreiche Zusammenarbeit.

26 Karl Bodelschwingh und Stefan Ambrozus
Der CEO von berbel erzählt mit dem Designer mehr über die Downline Infinity und deren Entstehungsprozess. Für wegweisende Gestaltung bekam die Downline Infinity den Red Dot Product Design Award verliehen.

54 Andreas Hirsch und Anna Mayerl
ewe lud Ende September zu Open Days statt zur klassischen Hausmesse. Das Team rund um Geschäftsführer Andreas Hirsch präsentierte dabei sein neues Küchenkonzept Nordic samt Marketingplan.

60 Christian Gasser, Häcker Verkaufsleiter Österreich, sowie die AD Oliver Schwarzlmüller, Hans Kirchknopf und Michael Egger
Häcker Küchen steht für GermanMade, für Verlässlichkeit und Varianz. Und nicht zuletzt für jede Menge Good Vibes, wie ein Gespräch mit dem Vertriebsteam Österreich vermittelt.

74 Mag. Sandra Kolleth
Dass auf die Gütersloher Verlass ist, bewies der Premium-Hersteller einmal mehr bei seinem Auftritt in Linz sowie mit seinen Herbst-Neuheiten. Geschäftsführerin Sandra Kolleth sprach mit wohninsider über Neues und Bewährtes.

84 Dr. Alexander Sova
Der Geschäftsführer von Wittmann spricht über das Rebranding, „Originality" als Kern der Vision und Mission, und drei Brücken in die erfolgreiche Zukunft.

86 Walter Kandut
plaudert mit wohninsider über KFF, innovatives Stuhldesign und Sitzkomfort, sein besonderes Service und die Verstärkung mit ASCO im Bereich Tische.

92 Christian Müller
Mit Outdoorküchen und nun auch Designstores in Österreich zeigt CUBIC OUTDOOR LIVING auf. Der Vertriebsleiter der CUBIC OUTDOOR LIVING GmbH sieht viel Potenzial und Outdoorküche als „feste Größe".

94 Dipl.-Ing. (FH) Marc Mark und Pia Maria Mark
Gestaltung mit nachhaltiger Haltung lebt das Architekten-Ehepaar mit dem Architekturbüro Marc Mark und Mark Einrichten, wo Architektur, Innenarchitektur und Handwerk ineinander greifen.

Häcker
kitchen.germanMade.

MODERN | INDIVIDUELL | STILVOLL

Vielfältige Planungsmöglichkeiten
für moderne Architektur

www.haecker-kuechen.com

KLIMANEUTRALES
UNTERNEHMEN
certified by Fokus Zukunft

DIE TOPSTORYS DIESER AUSGABE

MAG. GABRIEL SCHANDL spricht über Konflikte als emotionale Stolpersteine zum Leistungsglück **... Seite 20**

LEICHT zeigt in der **neuen Kollektion 2023** eine strukturierte Küchenplanung, die das soziale Miteinander in den Fokus rückt **... Seite 28**

Wie **„Gemütlichkeit geht“** sieht man im neu gestalteten **Wetscher Penthouse in Tirol** **... Seite 30**

SieMatic prägte die Küchengeschichte. Der Markenname der heute weltweit etablierten Premiummarke entstand in den 1960er Jahren **... Seite 32**

Der Europa Möbel Partner **Wall Wohnen** hat das neue Wohnstudio im Herzen von Gallneukirchen eröffnet **... Seite 36**

Ostwestfalen und die A30 waren in diesem September wieder der Hotspot der Küchenindustrie. **MHK** streamte erstmals live vom Küchenhighlight **... Seite 38**

CARAT zeigte sich im neuen Look im Rahmen der diesjährigen Küchenmeile. Bei CARAT ist aber nicht „nur“ der Look neu **... Seite 39**

Anfang Oktober trafen sich die **olina-Partner** in Meran. Diesmal bewusst ohne Industriepartner, aber mit viel Natur und guter Laune **... Seite 40**

KÜCHENTREFF feierte die Neueröffnung des **Küchenstudios in Pichling** bei Stainz **... Seite 42**

DIE TOPSTORYS

HAKA startet mit neuem Design in das kommende Geschäftsjahr 2023 und sieht dabei nicht „nur“ das Thema Küche**... Seite 62**

OZONOS hat mit Christian Fürstaller die Geschäftsführung erweitert. Auch sonst gibt es viel frischen Wind im Salzburger Top-Unternehmen **... Seite 64**

GRASS lud zur Roadtour und Trendsuche auf die Küchenmeile. Dabei gab **Global Brand Manager Harald Klüh** Einblicke in Emotionen und Kreationen **... Seite 68**

QUOOKER und Naber kooperieren und haben unter der Spüle eine ideale Lösung gefunden. Die Technik für den Wasserhahn, der alles kann, und ein praktisches Müllsystem im 60er Schrank **... Seite 77**

ADA ist dem DGM-Klimapakt beigetreten. Damit verpflichtet sich das Headquarter in Anger, seine CO_2-Emissionen zu verringern **... Seite 83**

Aus Vision wurde Wirklichkeit bei **FN Neuhofer**, und der Leistenspezialist erklimmt mit den **Akustikplatten FN Acustico** nun auch Wand und Decke **... Seite 88**

Die **Design-Agenturen Beatrix und Klaus Flachberger** eröffnen einen neuen Musterschauraum vor den Toren Wiens **... Seite 91**

Outdoor ist „in“: Neue Kollektionen und top Kreationen für Outdoor Living & Cooking machen den Außenbereich zum Hotspot **... Seite 97**

Die **möbel austria und küchenwohntrends** vom 3. bis 5. Mai 2023 in Salzburg ist nächstes Jahr speziell für die Küchenbranche das erste B2B-Event der Einrichtungsbranche im deutschsprachigen Raum **... Seite 100**

Hersteller und (Elektro-)Fachhändler trafen sich bei den **Elektrofachhandelstagen** Ende September in Linz. Bei Produktnews und guter Stimmung startete man gemeinsam in den Herbst **... Seite 102**

Viva spanisches Möbeldesign: Die **Feria Hábitat Valencia** begeisterte. Wir waren vor Ort, haben spannende spanische Labels und Produkte entdeckt. Einige Highlights **... Seite 106**

heimtextil-trends.com

messe frankfurt

heimtextil

10. – 13. 1. 2023
FRANKFURT/MAIN

HALL 9.0

HEIMTEXTIL TRENDS 23/24

office@messe-frankfurt.at
Tel. +43 1 867 36 60 60

BSH Hausgeräte begrüßt Trade Marketing Managerin

Daniela Scheithauer übernimmt die neu geschaffene Position und verstärkt seit April das Marketingteam der BSH. Die Marketingexpertin mit langjähriger Agentur- und Konzernerfahrung koordiniert in ihrer Position als Schnittstelle zwischen Marketing, Vertrieb und Handel markenübergreifend die Trade Marketing Aktivitäten. In dieser Funktion steuert die 33-jährige gebürtige Wienerin Marketing- und Kommunikationsagenden sowohl Online als auch Offline und sorgt in enger Abstimmung mit den Fachhandelspartnern für die bestmögliche Positionierung von Kampagnen und Aktionen in den unterschiedlichen Kanälen.
Nach ihrem Masterstudium für Media- und Kommunikationsberatung an der FH St. Pölten konnte Scheithauer Agenturerfahrung als Account Managerin bei Springer & Jacoby sammeln. Zuletzt war sie als Marketing Managerin bei der StreamView GmbH, einem Lizenznehmer von Nokia im Bereich Smart TVs und Set-Top-Boxen, für die Kommunikations- und Marketingagenden des Unternehmens in Europa mitverantwortlich.

www.bsh-group.com/at

WARENDORF: Thomas Michael Renz ist neuer Produktmanager

Mit Anfang Oktober löst Thomas Michael Renz Michael Papenkordt in der Position des Produktmanagers beim Premium Küchenhersteller WARENDORF ab. Letzterer wechselt nach 45-jährige Tätigkeit in der Möbelbranche in den Ruhestand.
Mit Thomas Michael Renz übernimmt nun ein ebenfalls erfahrener Möbler die Aufgabenfelder. Seit 28 Jahren ist der Ingenieur für Holztechnik als Produktmanager im Küchen- und Badmöbelsegment tätig. Nach seinem Studium an der Fachhochschule Rosenheim startete er 1994 seine Karriere bei der Manufaktur NOLFF Küchen- und Badmöbel in Murrhardt, zunächst als Assistent der Betriebsleitung, später als Produktmanager und Innendienst-Vertriebsleiter. Im Jahr 1999 wechselte er zum Küchen- und Badmöbelhersteller OPTIFIT JAKA GmbH – seit 2013 unter dem Dach der JAKA-BKL GmbH – nach Stemwede. Dort trug er die Gesamtverantwortung für das Produktmanagement der Marken OPTIFIT, MARLIN, JOOP! und JASANI. Jetzt führt ihn sein Weg nach Warendorf.

www.warendorf.com

Claudia Weidner verstärkt Trendfairs

B2B-Messeveranstalter Trendfairs GmbH (München) erweitert mit Claudia Weidner als Leiterin Operations und Strategie per Oktober sein Managementteam zur Weiterentwicklung und Erschließung neuen Potenzials bestehender und zu entwickelnder Formate sowie für die operative Führung verschiedener Businessevents. Die 43-Jährige ist seit über 20 Jahren im internationalen Messewesen tätig. Von 2002 bis 2008 war sie bei der IMAG für den Aufbau neuer Technologie-Veranstaltungen der Messe München in China, Indien, Vietnam und Brasilien tätig. Bei der GHM verantwortete sie die Weltleitmesse iba, die internationale Leitmesse opti sowie zuletzt Münchens größte Endverbraucherveranstaltung Heim+Handwerk/FOOD & LIFE. Auch zeichnete sie sich verantwortlich für die Steuerung des Auslandsvertreternetzwerkes in über 80 Ländern und entwickelte in der Stabsfunktion „New + Digital Business“ neue Produkte. Die Bedürfnisse von Ausstellern lernte Weidner bei der Wiesheu GmbH kennen, wo sie als Leiterin Marketing tätig war.

www.trendfairs.de

Frankfurter Textilmessen mit neuem Führungsteam

Sabine Scharrer, Bettina Bär, Meike Kern und Michael Jänecke

Stark für die Zukunft aufgestellt sind Heimtextil, Techtextil und Texprocess mit neuem Führungsteam. Bettina Bär verantwortet seit 15. September 2022 die Leitung des Segments Heimtextilien der Heimtextil. Sie folgt damit auf Sabine Scharrer, die zukünftig die Position als Show Director der internationalen Leitmessen Techtextil und Texprocess und das Brandmanagement übernimmt und in die Fußstapfen von Michael Jänecke tritt, der ab 1. Januar 2023 in den Ruhestand geht. Scharrer ist seit 1996 bei der Messe Frankfurt, arbeitete unter anderem für die technischen Auslandsmessen des Unternehmens sowie als Leitung von Konsumgütermessen, darunter die Ambiente und verantwortet seit 2016 das Segment Heimtextilien der Heimtextil. In dieser Position konnte sie besonders Angebotsbereiche für Innenarchitekt:innen und Interior Designer:innen weiterentwickeln und etablierte unter anderem die Interior.Architecture.Hospitality Library. Zudem legte sie einen Fokus auf die verstärkte Integration der textilen Vorstufenbereiche Textile Technology sowie Fasern und Garne in die Heimtextil. In ihrer neuen Rolle als Leitung der Techtextil und Texprocess möchte sie die Leitmessen in Zusammenarbeit mit den Branchenpartnern weiter international ausbauen und dabei die weltweiten Synergien der Brandveranstaltungen der Messe Frankfurt im Bereich Technical Textiles und Textile Technology heben.
Bettina Bär ihrerseits ist seit 2012 bei der Messe Frankfurt, fungierte in dieser Zeit unter anderem als Show Director im Segment der Konsumgütermessen sowie zuletzt als Show Director der Neonyt; die Messe für Mode, Nachhaltigkeit und Innovationen. In ihre neue Position wird sie ihre langjährigen Erfahrungen im Messegeschäft und tiefgehende Kenntnisse der Konsumgüterbranche, Textil- und Fashionindustrie sowie nachhaltiger Entwicklungen einbringen. Zukünftig möchte sie die Heimtextil mit neuen Ideen voranbringen, relevante Marktsegmente, darunter der Bereich Interior, Architecture und Hospitality, stärken und nachhaltige Lösungen fördern. Grundlegend ist für sie dabei die enge Zusammenarbeit mit Branchenteilnehmern sowie »

Fotos: BSH © Sabine Klimpt, Textilmessen: Scharrer © Messe Frankfurt Exhibition GmbH/Petra Welzel, Bär, Kern, Jänecke © Pietro Sutera, Trendfairs © GHM/Holger Rauner, WARENDORF © Thomas Michael Renz

Verbänden und Ausstellern auf Augenhöhe. Gemeinsam sollen die aktuellen Herausforderungen der Industrie angegangen werden. Bettina Bär bildet ein starkes Führungsduo mit Meike Kern, die das Heimtextil-Segment Haustextilien seit 14 Jahren leitet und über jahrzehntelange Erfahrung bei Textilmessen verfügt. Gemeinsam werden sie die Heimtextil als wichtigste Plattform für Wohn- und Objekttextilien weltweit vorantreiben.

heimtextil.messefrankfurt.com
techtextil.messefrankfurt.com
texprocess.messefrankfurt.com

BLANCO richtet globalen Vertrieb neu aus

Hans Nasemann

Lars Kreutz

Thorsten Neelen

Zum 1. September hat die BLANCO Gruppe ihren globalen Vertrieb neu ausgerichtet. Unter der Leitung von Hans Nasemann firmiert der Bereich nunmehr als Global Markets und konzentriert sich in der operativen Arbeit auf die Kernregionen EMEA, Nordamerika und Asia-Pacific. BLANCO CEO Frank Gfrörer sieht darin einen weiteren Schritt, die Vermarktung der BLANCO UNIT weltweit zu intensivieren.

Hans Nasemann leitet, nach Stationen bei Miele, WMF, Bosch und Electrolux in Europa und Asien, seit 2018 bei BLANCO als Managing Director das Asiengeschäft des Unternehmens. Der 50-Jährige hat mit seinem Team maßgeblich an der neuen Vertriebsorganisation mitgearbeitet und will vor allem die Nähe zu den Marktpartnern intensivieren als auch die Zusammenarbeit mit relevanten Geschäftsbereichen im Unternehmen effektiver gestalten. Die Region EMEA wird von Lars Kreutz (59) geführt, der bisher als Managing Director für die Märkte Deutschland, Österreich und Schweiz verantwortlich war. Diese Aufgabe übernimmt Thorsten Neelen (47), der den Vertrieb in Deutschland leitete.

www.blanco.com

Michael Egger feiert Geburtstag und Rückzug

Michael Egger und Michael Egger jun.

Am 27. August 2022 wurde Michael Egger 75 Jahre alt. Jahrzehnte lang trug er die Verantwortung für Vertrieb und Marketing und war damit „das Gesicht" des Unternehmens. 2009 wechselte er in den Aufsichtsrat und beriet seither die EGGER Gruppenleitung in strategischen Fragen. Nun zieht er sich aus dem Aufsichtsrat zurück. Zugleich beginnt ein neues Kapitel in der Geschichte des Familienunternehmens: Michael Egger jun. ist mit Wirkung vom 27. Juli 2022 in die EGGER Gruppenleitung eingetreten und verantwortet Vertrieb und Marketing des Holzwerkstoffherstellers.

Michael Egger hat von Kindesbeinen an wesentlich zum Erfolg des Familienunternehmens EGGER beigetragen hat. Hatte sein Vater, Fritz Egger sen, den Grundstein für die Erfolgsgeschichte des Unternehmens mit einem für die 1950er-Jahre modernen Sägewerk in St. Johann in Tirol gelegt, wuchs der 1947 in Kufstein geborene Michael Egger direkt daneben auf dem elterlichen Brunnhof auf und war schon früh in den Betrieb eingebunden. 1961 legte Fritz Egger das Sägewerk still und wagte sich stattdessen an den Bau eines der ersten Spanplattenwerke Österreichs. Dieses lernte Michael Egger nach seiner Ausbildung zum Holzkaufmann an der Holzfachschule in Kuchl ab Ende der 1960er-Jahre in allen Facetten kennen. Mit Auslandsaufenthalten in Deutschland, England, Frankreich und der Schweiz rundete er sein Wissen zur Holzwerkstoffproduktion ab und gewann den Weitblick, der die Entscheidungen des Familienunternehmens bis heute auszeichnet. Durch den plötzlichen Unfalltod des Vaters erhielt Michael Egger zusammen mit seinen Brüdern Fritz und Edmund früh unternehmerische Verantwortung. Gemeinsam mit ihnen entwickelte er das Familienunternehmen zu einer international geprägten Gruppe, die innerhalb von nunmehr 60 Jahren auf 20 Werke in 10 Ländern und 24 Vertriebsbüros wuchs und mit rund 10.800 Mitarbeitenden einen der führenden Holzwerkstoffhersteller weltweit darstellt.

www.egger.com

Fotos: BLANCO © Tobias Schwerdt, EGGER Holzwerkstoffe

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

Lechner mit neuer Manpower

Nicolas Jecker

Peter Fürst

Stefan Trentmann

Bei Lechner wird der Vertrieb verstärkt. Mit September stehen künftig Peter Fürst und Stefan Trentmann an der Seite von Christian Eichenberg. Der Branchenkenner Peter Fürst unterstützt Eichenberg im Süden. Stefan Trentmann war zuvor im Außendienst von Lechner tätig und wird nun Vertriebsleiter Nord. Die beiden komplettieren die Führungsmannschaft im Bereich Sales zusammen mit Nicolas Jecker, der bereits seit März 2021 für die Märkte Frankreich, Schweiz und Belgien verantwortlich ist.
Fürst hatte bereits lange Jahre bei Lechner gearbeitet und war nach dreijährigem Intermezzo in einem anderen Unternehmen nun wieder bei seinem alten Arbeitgeber angedockt.
Auch Stefan Trentmann kann bereits auf eine erfolgreiche Vergangenheit in der Küchenbranche zurückblicken. Bevor er 2019 zum Lechner-Außendienst stieß, war er acht Jahre für Warendorf Küchen im Einsatz.
Die beiden Herren stellen fortan gemeinsam mit Christian Eichenberg und Nicolas Jecker, der für den Bereich Export in den Kernmärkten Frankreich, Schweiz und Belgien verantwortlich ist, das Sales-Führungsteam bei Lechner.

www.mylechner.de

BLANCO: Ideen des wissenschaftlichen Nachwuchses geehrt

V.l.: Manuel Blanc, Frank Straub, Johannes Link, Tobias Lück, Marc Stoffel, Frank Gfrörer

Bereits zum 15. Mal verlieh die Heinrich-Blanc-Stiftung Anfang Oktober den gleichnamigen Förderpreis für herausragende Abschlussarbeiten. Im Rahmen eines Festaktes in den Räumlichkeiten der BLANCO in Oberderdingen zeichneten die Stiftungsvorstände Manuel Blanc und Frank Straub junge Akademiker aus. Damit würdigten sie deren Beitrag zur Stärkung des Mittelstandes in Deutschland und vor allem im ehemaligen Wirkungskreis von Heinrich Blanc in Baden-Württemberg.
Den mit 5.000 Euro dotierten 1. Preis sicherte sich der Wirtschaftsinformatiker Johannes Link (27) von der Hochschule Karlsruhe mit seiner Masterarbeit „Besetzung offener Projektpositionen durch ein bilaterales Empfehlungssystem".
Mit dem mit 2.500 Euro dotierten zweiten Preis zeichnete die Jury die Bachelorarbeit von Tobias Lück (24) von der Hochschule Heilbronn für Angewandte Wissenschaften aus, der die sicherheitskritischen Themen aus dem Bereich des Luftverkehrs beleuchtete.

www.heinrich-blanc-stiftung.de

VOGLAUER ehrt langjährige Mitarbeiter

Langjährige Treue und konsequentes Engagement sind heutzutage keine Selbstverständlichkeit mehr. Bei VOGLAUER sprach man den treuesten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern nun Dank und Anerkennung aus für insgesamt 934 Jahre. Im Durchschnitt waren es 29 Jahre, die die 32 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter bei der Gala am 9. September beim Unternehmen gearbeitet haben.
Gekommen waren auch der Abtenauer Bürgermeister, Landtagsabgeordneter Ing. Johann Schnitzhofer, der Präsident der Arbeiterkammer Salzburg Peter Eder und der Innungsmeister KommR Herbert Sigl. Geschäftsführer Peter Grünwald und Vertreter der Gesellschafterfamilien Gschwandtner, Zwilling und Spannberger ehrten die Mitarbeiter und dankten ebenso jenen Pensionistinnen und Pensionisten, die im vergangenen Jahr in den Ruhestand gewechselt sind.
Aber auch den Lehrlingen wurde Tribut gezollt. Im Rahmen der Mitarbeitergala wurde ihnen für die abgeschlossene Ausbildung sowie für die erfolgreiche Teilnahme an Lehrlingswettbewerben gratuliert.

www.voglauer.at

MHK-Stammtisch bringt Lösungen gegen Internet-Raubritter

Um seine Handelspartner zu unterstützen und gleichzeitig ein nettes Beisammensein zu ermöglichen, lud der MHK Mitte September zum Stammtisch. Im Fokus stand dabei die Gefahr aus dem Netz. Denn weltweit gibt es inzwischen mehr als 800 Millionen Schadprogramme. Die Gefahren, die davon ausgehen, können immens sein: vom verschlüsselten Computer über eine nicht mehr funktionierende »

Fotos: BLANCO, Lechner, MHK, Voglauer

Hardware bis hin zu Lösegeldforderungen. Allein im letzten Jahr belief sich der aus solchen Angriffen resultierende Schaden weltweit auf geschätzte 5,5 Billionen Euro.
Der MHK-Zentralregulierer hat deshalb ein revisionskonformes Dokumentenmanagementsystem, kurz DMS, entwickelt, das Gugerbauer-Schiller den MHK Gesellschaftern aus Wien und Niederösterreich beim Stammtisch im Forellenheurigen Riegler-Herber vorstellte.
Und wie geht's weiter im digitalen Marketing? Silvia Rieschl, Marketingmanagerin bei MHK Österreich, erläuterte die Vorteile der verschiedenen Social-Media-Pakete und wies ebenfalls noch einmal darauf hin, wie wichtig eine gut gepflegte Webseite als Kommunikationsmittel sei. Ebenfalls thematisiert: wie aus Webbesuchern Kunden vor Ort werden, was ein Lead ist, warum Keywords so wichtig sind und vieles mehr.
Das persönliche Gespräch und die Freude am Zusammensein kamen natürlich auch diesmal nicht zu kurz.

www.mhk-kuechenspezialist.at

Böhm übernahm Geschäftsführung bei Comodita GmbH

Der Branchenroutinier Heinrich Böhm hat die Geschäftsführung bei der zu Ventius International gehörenden Comodita GmbH mit August übernommen.
Mit Böhm übernimmt ein Kenner seines Fachs das Ruder bei Comodita. Er ist seit 1994 im Möbelbereich (Einzelhandel) tätig, unter anderem bei XXXLutz als Verkaufsleiter in einem Möbelhaus. 2004 wechselte Böhm zu Dunlopillo als Export Leiter Osteuropa, von 2008 bis 2013 war er als Development Manager bei Hilding Anders in ganz Europa unterwegs. Danach folgte 2013/2014 eine Tätigkeit als Interim Manager als COO Matratzen Fabrik Houben in Deutschland. Zuletzt war Böhm als Geschäftsführer am Aufbau der Türkischen Firma Yatas in Mitteleuropa maßgeblich beteiligt. Mit 1. August wurde er schließlich bei der Tochtergesellschaft Comodita GmbH (gehört zur Ventius International) zum Geschäftsführer bestellt.

www.comoditahome.de

Neue Azubis starten bei Hettich

73 neue Auszubildende, davon allein 58 in Ostwestfalen-Lippe (OWL), haben in diesem Sommer ihre berufliche Laufbahn bei Hettich an den Standorten Kirchlengern, Frankenberg, Balingen und Berlin begonnen. Unter dem Motto „Unsere Zukunft startet jetzt bei Hettich!" steigen sie in ihre Ausbildung in zahlreichen technischen und kaufmännischen Berufen sowie einen dualen Studiengang ein. Stehen 13 verschiedene Berufe, darunter auch zwei duale Studiengänge zur Auswahl, konnte der erste Arbeitstag in Kirchlengern 2022 unter lockereren Umständen als die vergangenen zwei Jahre stattfinden. Die Auszubildenden aus dem zweiten Ausbildungsjahr haben bei der Gestaltung des Tages aktiv unterstützt und ein vielseitiges Programm aufgestellt. Dieses gab den neuen Auszubildenden spannende Einblicke in die Hettich Gruppe. Ein besonderes Highlight der ersten Woche war ein dreitägiger Segeltrip in den Niederlanden. Die Auszubildenden aus OWL sind auf zwei Segelbooten im Hafen von Harlingen in See gestochen und haben verschiedene Inseln angesteuert. Bei diesem Teamevent haben die neuen Hettich-Kollegen die Werte des Unternehmens bei Spielen, Workshops und Gesprächen kennengelernt. Gestartet wurde auch die Bewerbungsphase für die Ausbildungsplätze 2023.

www.hettich.com

Fotos: Comodita, Hettich

DER KREIS
GEMEINSCHAFT FÜR KÜCHENSPEZIALISTEN

BOSCH
ewe
NEFF
hkt
sedda Polstermöbel

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

info@derkreis.at · www.derkreis.at

la Pavoni®
Dal 1905 macchine per caffè

la Pavoni IDEALE, 1905.

HAND MADE IN MILANO ITALY.

BOTTICELLI – Mit zwei separaten PID-gesteuerten Boilern und Rotationspumpe sowie optionalem Festwasseranschluss.

EXPO 2015 – Exklusive Handhebelmaschine mit perfekt geformtem Siebträger für eine wunderschöne Crema.

Kontakt:
smeg@smeg.de

distributed by
smeg
tecnologia che arreda

TEAM 7 mit zehn neuen Lehrlingen

Zehn neue Lehrlinge erfahren in den nächsten Jahren bei TEAM 7, was Leidenschaft fürs Handwerk und gelebte Nachhaltigkeit bedeuten. Mit 1. September 2022 fiel der Startschuss für sieben angehende TischlerInnen in Ried, eine Tischlerin in Pram und eine Bürokauffrau in der Zentrale. Erstmals beginnt auch ein Betriebslogistikkaufmann eine Lehre im LOZ.
Der erste Tag begann für die zehn Neuankömmlinge zunächst mit der Begrüßung durch Ausbilder, Kollegen und Teamleiter in Pram. Hier lernten sie das Werk und das Unternehmen kennen. Am zweiten Tag ging es dann nach Ried. Im TEAM 7 Wald erhielten sie einen Einblick in die Philosophie rund um das Naturmaterial Holz und ökologisches Wirtschaften im Einklang mit der Natur. Schon seit dem darauffolgenden Montag arbeiteten die Lehrlinge an ihren ersten Werkstücken. Spannend: Zwei der zukünftigen TischlerInnen sind extra nach Oberösterreich gezogen, um ihre Lehre bei TEAM 7 zu absolvieren.

www.team7-home.com

MHK – Volker Klodwig wird 2023 Vorstand

Werner Heilos, Volker Klodwig

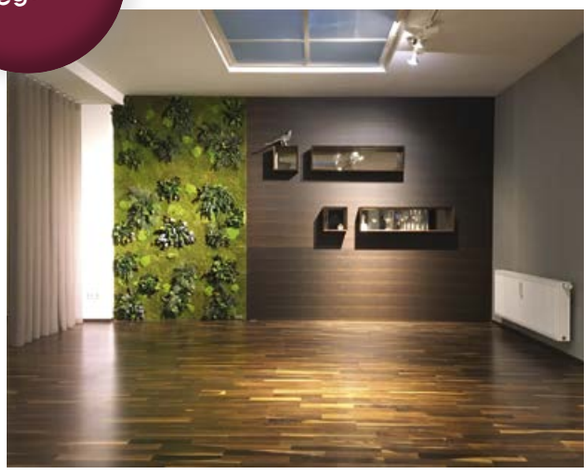
Wie die MHK Group bekanntgab, wurde die Nachfolge von Werner Heilos als Vorstandsvorsitzender der MHK Group AG nun entschieden. Der Aufsichtsrat hat Volker Klodwig, Executive Vice President für die Region Europa der BSH Hausgeräte GmbH in München, mit Anfang April 2023 an die Spitze der Unternehmensgruppe berufen. Werner Heilos wird nach 25 Jahren bei MHK in den Ruhestand gehen.
Klodwig wird jedoch schon mit Jänner 2023 zur MHK Group wechseln und dort nach seiner Einarbeitung als neuer Vorsitzender des Vorstands die Zukunft der Gruppe verantworten. Der einstimmige Beschluss des Aufsichtsrates unter Leitung von Professor Rainer Kirchdörfer signalisiert eine stabile und zukunftsorientierte strategische Marktausrichtung für die MHK Group.
Werner Heilos geht dann mit 71 Jahren in den Ruhestand. Ihm gelang die gewichtige Aufgabe, die MHK Group nach dem Tod ihres Gründers und Vorstandsvorsitzenden Hans Strothoff strukturell neu auszurichten und für Kontinuität und eine stringente Geschäftsentwicklung zu sorgen.
Noch bis Ende des heurigen Jahres wird Klodwig bei der BSH Hausgeräte GmbH in München die Verantwortung als deren Executive Vice President für die Region Europa verantworten. Als Mitglied im europäischen Management Board leitet er markenübergreifend alle Vertriebs- und Marketing-Aktivitäten der BSH in Zentral- und Osteuropa, das internationale Key-Account-Management sowie das OEM-Geschäft. Zuvor war er als Geschäftsführer in verschiedenen Positionen für den erfolgreichen Auftritt der BSH-Marken verantwortlich.

www.mhk.de

Fotos: MHK, TEAM 7

Einmalige Gelegenheit!

Exklusive Geschäftsfläche in der Wiener Möbelmeile zu mieten



Unweit der Mariahilfer Straße und der Innenstadt (1. Bezirk) befindet sich das Eck-Geschäftslokal in der Gumpendorfer Straße, 1060 Wien mit seinem 25 Meter großzügigen Schaufenster und einer Ausstellungsfläche von 316 m².

In unmittelbarer Nähe befinden sich das Raimund Theater und mehrere namhafte Einrichtungsstudios. Die Lage ist seit Jahren als die Möbelmeile in Wien bekannt. Die Anbindung ans öffentliche Verkehrsnetz ist durch die U6 + U4 sowie die Busline 52A bestens gegeben.

- Parkettboden im gesamten Schauraum
- LED-Beleuchtungskonzept der Firma Molto Luce
- Klimaanlage im vorderen Empfangsbereich
- Spezialfolierung auf dem Schaufenster um ein Ausbleichen der Ausstellungsstücke zu vermeiden
- Büro- und Empfangsbereich
- Teeküche und WC-Bereich
- diverse Wandgestaltungen
- Glastrennwände
- günstiger Mietpreis von Netto € 9,00/pro m²
- unbefristeter Mietvertrag und keine Maklergebühr

Für weitere Informationen und Terminvereinbarung für eine Besichtigung kontaktieren Sie: 0650 6035427

Für die Übernahme des vollausgestatten Geschäftslokals ist eine Ablöse vorgesehen.

Wechsel im Außendienst bei systemceram

Michael Zebhauser übernimmt zum 1. Januar 2023 das Außendienst-Gebiet von systemceram im südlichen Bayern. Der 33-Jährige wechselt aus dem Küchenhandel zum Spezialisten für Keramikspülen aus Feinsteinzeug. Zebhauser löst Gerd Haase ab, der das Vertriebsgebiet seit 2003 betreute und sich nun aus privaten Gründen zurückzieht. „Wir danken Gerd Haase sehr für seinen Einsatz für unser Unternehmen in all den Jahren", würdigen Kevin Göbel und Felix Engel, geschäftsführende Gesellschafter von systemceram, sowie Vertriebsleiter Christoph Erll das Engagement von Haase. „Die lange konstruktive und freundschaftliche Zusammenarbeit mit Gerd Haase hat uns viel Freude bereitet. Für seinen neuen Lebensabschnitt wünschen wir ihm alles Gute."
Um einen nahtlosen Übergang in der Betreuung der Handelspartner zu gewährleisten, arbeitet Haase seinen Nachfolger seit Anfang September 2022 ein. Zum Jahreswechsel übernimmt Michael Zebhauser dann die Verantwortung komplett. Unterstützt wird er im Innendienst wie auch sein Vorgänger von Udo Soblik.

www.systemceram.de

ADA Möbelwerke mit MARKET Quality Award 2022 prämiert

V.l.: Prof. Dr. Werner Beutelmeyer (Institutsvorstand & Geschäftsführer Market Institut), Verena Inschlag (PR & Media Marketing Manager ADA), Romeo David (Head of Development Mattresses & Slatted Frames ADA)

Der MARKET MARKTTEST, die größte Markenstudie Österreichs, ermittelt jährlich die stärksten Marken einer Branche. In der Vergangenheit bereits mehrfach ausgezeichnet, geht ADA beim diesjährigen Test der Matratzenmarken als Testsieger in der Kategorie „Weiterempfehlung" hervor. „Wie wahrscheinlich würden Sie aufgrund Ihrer Erfahrungen die Ihnen bekannten Matratzenmarken an Freunde oder Bekannte weiterempfehlen?" – Mit dieser Frage erreicht das österreichische Traditionsunternehmen den Branchenbestwert und wurde mit dem MARKET Quality Award 2022 für das gesamte Matratzensortiment ausgezeichnet.

www.ada.at

Villeroy & Boch machte Zirkus

In das Zirkuszelt lud Villeroy & Boch und Sanipa rund 200 Partner und Persönlichkeiten aus der Sanitärbranche an gleich zwei Abenden Ende September. Die Gäste tauchten ein in die von Zirkusdirektor Bernhard Paul kreierte Hommage an die Kunst. Dabei wurden große Persönlichkeiten aus Malerei, Musik und Film gewürdigt und mit sensationeller Zirkuskunst zu einem einzigartigen Gesamtkunstwerk verwoben.
Villeroy & Boch-Verkaufsleiterin für Österreich, Andrea Leifert begrüßte mit ihrem Team die Gäste in der Manege und verwies auch auf die langjährige Freundschaft und Verbundenheit mit Circus Roncalli. Einige Zirkuswägen wurden auch von Villeroy & Boch ausgestattet. Eine kleine Präsentation der Komplettbadkollektion Subway 3.0, der Spültechnolgie TwistFlush und der neuen Marken-Einstiegs-Kollektion NEWO durfte am Zirkusgelände ebenfalls nicht fehlen.

www.villeroy-boch.com

Fotos: ADA, systemceram, V&B/Gerhild Hofer

Karrierestart für Nachwuchskräfte bei Schüller

Gemeinsam mit der Schüller Möbelwerk KG sind 47 junge Menschen in das 1. Lehrjahr und das Berufsleben gestartet. Bietet das Herrieder Familienunternehmen vielfältige berufliche Möglichkeiten, sowohl für Fachkräfte, die bereits fest im Berufsleben stehen, als auch Berufseinsteiger, wurde das fundierte Ausbildungsprogramm seit vielen Jahren dahingehend optimiert, dass die Lehrlinge umfassende praktische Erfahrung sammeln und alle nötigen Bereiche kennenlernen können um fit für das Berufsleben zu sein. Für die Geschäftsführung ist klar: „Mit insgesamt 125 Auszubildenden setzen wir ein starkes Zeichen für den Nachwuchs. Wir freuen uns darüber, junge Menschen für unser Unternehmen und unsere Produkte begeistern zu können und sie künftig in unseren Reihen zu wissen. Denn entgegen des großen Trends des Studiums sind es vor allem auch handwerkliche Berufe, die künftig dringend gebraucht werden. An diesen Punkt knüpfen wir an: Die Ausbildung attraktiv machen und eine bestmögliche Basis für das weitere Berufsleben schaffen."

www.schueller.de

29 Lehrlinge starten Ausbildung bei GRASS

24 Jugendliche starteten am 1. September ihre Berufslaufbahn bei GRASS in Vorarlberg, 16 davon in Höchst und acht in Götzis. Zwei weitere Lehrlinge begannen ihre Ausbildung im Salzburger Werk des Unternehmens und drei in Reinheim in Deutschland. Bildet der international tätige Hersteller von Bewegungs-Systemen für hochwertige Möbel damit insgesamt 77 Lehrlinge in zwölf Lehrberufen aus, erfolgte der Ausbildungsstart in Vorarlberg wie im Vorjahr mit Kennenlerntagen am neuen Firmensitz in Hohenems. Die beiden Ausbildungsleiter Thomas Witzgall und Dominic Coik führten die Lehrlinge eine ganze Woche lang ins Unternehmen ein, stellten ihnen Teams und Ansprechpartner vor und präsentierten die verschiedenen Bereiche, Prozesse und Produkte von GRASS. Die Grundausbildung der angehenden Fachkräfte erfolgt an den beiden Vorarlberger Standorten in Lehrwerkstätten. Im Rotationsprinzip erhalten sie anschließend Einblicke in 20 innerbetriebliche Stationen.

www.grass.eu
www.missionzukunft.com

Ingo Joram ist neuer Exportleiter bei Sachsenküchen

V.l.: Ingo Joram, Elko Beeg und Andreas Schmidt

Mit Anfang Oktober übernahm Ingo Joram die Funktion des Exportleiters. Somit wird der Vertrieb von Sachsenküchen fortan von einem Duo geführt. Als Grundlage für die neue Position des Exportleiters dient die sehr gute Entwicklung von Sachsenküchen und ein Exportanteil von nunmehr 54 %. Derzeit liefert Sachsenküchen in 18 Länder der Welt und das mit wachsendem Erfolg. Somit wurde mit Anfang Oktober Ingo Joram (51) zum Exportleiter ernannt. Joram ist ein Kenner der Branche. Er war zuletzt als Head of Sales South-West Europe bei Nobilia beschäftigt und sammelte davor Erfahrungen bei RWK-Einbauküchen in Enger. Herr Joram wird zukünftig das Exportgeschäft bei Sachsenküchen weiter ausbauen und die Marke im Ausland weiter stärken.
Der langjährige Vertriebsleiter Andreas Schmidt (60) wird sich zukünftig auf den Vertrieb in Deutschland und Österreich konzentrieren.

www.sachsenkuechen.de

KOBE Interior Fabrics verstärkt Vertriebsteam

Julien Rohde verstärkt zum 1. Oktober 2022 das Vertriebsteam des Textilverlags KOBE Interior Fabrics im Außendienst und übernimmt die Gebiete Hamburg, Schleswig-Holstein und Teile Niedersachsens. Er verfügt über langjährige Erfahrung im Sales-Bereich und umfassendes Branchen-Know-how. Zu seinen Aufgaben gehören die Betreuung der KOBE-Kund:innen sowie der Ausbau der Vertriebsaktivitäten in den genannten Gebieten.

www.kobe.eu

Fotos: GRASS, KOBE Interior Fabrics, Sachsenküchen, Schüller Möbelwerk KG

Der Wasserhahn, der alles kann

100 °C KOCHENDES, GEKÜHLTES PRICKELNDES UND STILLES WASSER

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

Quooker®

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

SCHAU:RAUM

SCHAU:RAUM WIEN

SCHAU:RAUM Oktoberfest

Am 20. Oktober lud Meister Grössing wieder zum traditionellen Oktoberfest in den SCHAU:RAUM Wien. Bei Blasmusik und Weißwurst feierten Branchen- und Handelspartner bis in die Nacht.

An zwei Terminen 13./20. Oktober war wieder o'zapft bei Harry Grössing und seinem Team im SCHAU:RAUM Linz/Wien. Dabei zählte das SCHAU:RAUM-Team an den beiden Terminen wieder zig gut gelaunte Gäste. Neben dem klassischen Bier mit Weißwurst und Brezen zauberte der singende Koch Robert Dorr wieder allerhand Deftiges aus den Dampfbacköfen von Siemens.

www.schauraumwien.com

Bariton Steven Scheschareg trat ein für die gute Sache. Die Gäste des Oktoberfests konnten gegen eine Spende versuchen, den Tresor mittels Codes zu öffnen. Das so gesammelte Geld kommt Familien in Not zugute. www.global-family.net

Künstlerin Eva Meindl (hier gemeinsam mit Künstlerin Simone Gutsche-Sikora) ist ebenfalls neu dabei und feierte am 20. Oktober auch gleich ihre Vernissage in der Landstraßer Hauptstraße 146.

Ebenfalls wieder unter den Gästen: Berbel-Gebietsverkaufsleiter Ludwig Lindner mit Gattin Joma (r.).

Gemeinsam für Extraform aktiv: Stefan Belada (Mitte) und Mitarbeiter Jaros Sahinovic mit dem Gastgeber.

Handelspartner Karl Körber und Gattin Gabriela (r.) folgten dem Motto mit Dirndl und Tracht.

Ing. Gerhard Illek, CEO von Sophienwald, präsentierte seine exklusiven und mundgeblasenen Gläser.

Es durfte durchaus zünftig werden. Die Blasmusikkapelle sorgte für die musikalische Begleitung.

Fotos: Lilly Unterrader und Tommy Neumayer/wohninsider

Beko Grundig

BEKO GRUNDIG

Alles neu – macht 2022

Das Jahr 2022 brachte tatsächlich zahlreiche und grundlegende Veränderungen für die nunmehrige Beko Grundig Österreich AG.

Begonnen mit der Umbenennung Anfang des Jahres, der Etablierung eines neuen Logos, folgte die neue B2B-Bestell- und Infoplattform MARS sowie der Beitritt der Allianz für Entwicklung und Klima in Österreich. Erst kürzlich hat das Unternehmen das kununu Top Company 2022 Siegel als Top Arbeitgeber erhalten. Am Donnerstag, den 15. September wurde schließlich auch das neue „Gesicht" der österreichischen Niederlassung in der Wiener Pfarrgasse präsentiert.

Gekommen zur feierlichen Eröffnung waren rund 100 Handelspartner und Interessierte, um den von Messearchitekten Carsten Trojan komplett neu gestalteten Schauraum der Grundig Beko Österreich AG zu erleben. Auf 180 m² können fortan insgesamt 120 Groß- und Kleingeräte der drei Marken elektrabregenz, beko und Grundig begutachtet und erlebt werden. Zudem wurde eine Schauküche installiert, welche künftig auch Handelspartnern für Events, Schulungen oder Feiern zur Verfügung stehen soll. Unter den Gästen waren auch der türkische Botschafter S. E. Ozan Ceyhun sowie die Handelsattachés Harun Kocaispir und Ay°e Pelin Yalcin.

Gemeinsam eröffneten sie den neuen Schauraum am Firmenstandort in der Wiener Pfarrgasse 77, v.l.: Tülin Yet, Finance Accounting Manager, Wolfgang Lutzky, Sales & Marketing Director, Gerhard Rath, Supply Chain Manager, Christian Schimkowitsch, Geschäftsführer (bis 30.9.2022), Thomas Kinne, Service & Businessdevelopment Manager, Elif Fitzthum, Team Leader Product Management und Margit Anglmaier, Manager Marketing & Communications.

Christian Schimkowitsch bei seinem wohl letzten Branchenauftritt im Rahmen der Elektrofachhandelstage in Linz Ende September.

Christian Schimkowitsch' Abschied

Wenig später – auf den Elektrofachhandelstagen – gab Christian Schimkowitsch auch seinen persönlichen Abschied der Beko Grundig Österreich AG und der Branche bekannt. Wie er gegenüber wohninsider vermeldete, kam es zwar etwas schneller als geplant, aber doch nicht unerwartet: "Nach fünf Jahren Boardmembership in der Aktiengesellschaft ist mein Vertrag geplant ausgelaufen und daher kommt es nun zu dieser Neustrukturierung." Was er nun persönlich vorhat? "Ich lasse es auf mich zukommen. Jetzt ist mal viel Freizeit angesagt. Und ja, ich gehe mit einem lachenden und einem weinenden Auge. Weinend, weil mir das Unternehmen sehr am Herzen liegt, es haben sich viele Freundschaften entwickelt. Aber ich habe jetzt die Gelegenheit, ein gesundes Unternehmen zu übergeben und ich kann die Chance wahrnehmen, früher aufzuhören. Und wieder etwas mehr auf mich selbst schauen ..."

Der neue Mann an der Spitze für Österreich und die Schweiz: Evren Aksoy.

Evren Aksoy wird neuer Geschäftsführer

Seine Nachfolge tritt mit Oktober der ebenfalls sehr Arçelik-erfahrene Evren Aksoy an. Er ist seit mehr als 25 Jahren im Konzern und hat umfassende Kenntnisse der lokalen Wirtschaftsdynamik. Seit 2021 war er als Country Manager der Beko Grundig Schweiz GmbH und in den letzten vier Jahren als Business Development und Direct Sales Director in der Region Nordeuropa – zu der auch die österreichische Niederlassung zählt – tätig. Er kam 1997 als Qualitätsplanungsingenieur zu Arçelik und hat sich im Laufe von 25 Jahren erfolgreich in verschiedenen leitenden Vertriebsfunktionen weiterentwickelt. Aksoy promovierte an der Technischen Universität Istanbul in Wirtschaftsingenieurwesen.

www.beko.com/at-de

Fotos: Jacqueline Godany/Beko Grundig Österreich AG, Lilly Unterrader/wohninsider, Beko Grundig Österreich AG

WEGE INS ERFOLG-REICH

Die ersten Konflikt-Signale

Konflikte als emotionale Stolpersteine auf dem Weg zum Leistungsglück oder was ein Frühwarnsystem für Sie tun kann.

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

In letzter Zeit buchen mich Unternehmen vermehrt für die Themen „Kommunikation und Konfliktmanagement“. Wir machen mehrere Halbtages-Workshops dazu mit einigen Wochen Pause dazwischen. Offenbar ist durch den Wechsel ins Homeoffice vieles an zwischenmenschlichem Austausch verloren gegangen. Das darf aufgeholt werden. Dabei thematisieren wir auch die Signale, auf die man achten sollte, um Konflikten vorzubeugen. Ganz vermeiden kann man sie nicht, aber warum nicht schon im Vorfeld etwas reduzieren?

Gabriel Schandl, Seminarleiter, Speaker und Coach.

In der nachfolgenden Liste finden Sie „Gefahrensignale“, die rechtzeitig erkannt werden sollten. Wenn Ihnen daraus etwas auffällt, kann man bewusst gegensteuern und für eine Kurskorrektur sorgen. Denn sehr oft ist eine gewisse Stimmung im Team mitverantwortlich für die Ergebnisse und entscheidet häufig zwischen Leistungsdruck oder Leistungsglück. Nicht nur gefühltem sondern echtem. Somit Achtung auf:

01. Kontakte erkalten
Gesprächspartner meiden den direkten Kontakt. Zwischen benachbarten Büros wird per e-Mail und Aktennotiz verkehrt. Wenn man sich dennoch trifft, gibt es kaum Blickkontakt. Körpersprache und Stimme verändern sich. Auf Anfragen gibt es keine Antwort. In Meetings entstehen häufig peinliche Gesprächspausen, in denen keiner etwas sagen will.

02. Kollegen werden herabgesetzt
Die negativen Äußerungen häufen sich. Kollegen machen gegenüber Dritten unfreundliche Unterstellungen. Mitarbeiter kritisieren sich in Gegenwart des Teams.

03. Kalte Freundlichkeit kommt auf
Freundlichkeit ist nur eine Fassade. Keiner redet mehr über die eigentlich wichtigen Dinge, die Herzlichkeit im Umgang ist aufgesetzt und unpersönlich.

04. Man hört nicht mehr aufeinander
Gesagt, aber nicht gehört: Anweisungen werden nicht mehr befolgt, Absprachen nicht mehr eingehalten. Es gibt keine Reaktion mehr auf Gesprächsangebote. Entscheidungen werden ignoriert.

05. Es wird über- statt miteinander geredet
Alles klagt: „Es ist so schwer hier“, oder „Der Kollege X ist ein Versager“. Aber die, die es eigentlich angeht, bekommen diese Vorwürfe nie zu hören. Jeder klagt immer nur über Abwesende.

06. Fürstentümer
Zusammenarbeit wird zu Einzelarbeit. Man vertraut sich nicht mehr – und setzt alles daran, seine eigene Haut zu retten. Führungskräfte haben die Haltung: „Na, in meinem Ressort ist ja alles in Ordnung, aber bei Dir geht es ja drunter und drüber“. Hilfsbereitschaft stirbt, jeder verteidigt seine eigene Grafschaft.

07. Korrespondenz statt Küchenkonferenz
Schwelende Konflikte verstärken die Neigung zur Schriftlichkeit: „Bloß alles protokollieren, immer Beweismittel haben“, so die Einstellung. Außerdem scheuen Mitarbeiter das direkte Gespräch – um Peinlichkeiten oder einem Gesichtsverlust aus dem Weg zu gehen, blüht der Umlauf an Aktennotizen. Selbst benachbarte Büros verständigen sich per e-Mail. Das kurze Gespräch auf dem Gang als Führungsinstrument verliert an Bedeutung.

08. Cliquenwirtschaft
Jenseits der funktionalen Gliederung bilden sich Grüppchen. Man steckt die Köpfe zusammen – aber nicht, um die Arbeit vorzubringen, sondern um sich als Partei in einem

Foto: © Gabriel Schandl

Konflikt zu formieren. Typische Denkweise: „Nur wir allein sehen die Sache richtig. Die anderen sind die Bösen."

09. Okay-Gesellschaft
Offiziell wird nur noch in Floskeln und Förmlichkeiten gesprochen. Für einen Außenstehenden ergibt sich ein scheinbar positives Bild: Man ist sehr freundlich, alle sind nett zueinander. Wer aber hinter die Kulissen schaut, stellt fest: Außer Höflichkeiten wird nichts mehr ausgetauscht, die Verständigung ist gar keine.

10. Dienst nach Vorschrift
Den Mitarbeitern stinkt etwas – aber keiner sagt's. Statt dessen schalten die Betroffenen auf stur: Sie machen nur noch gerade so viel, wie von ihnen verlangt wird. Dienst nach Vorschrift bestimmt den Alltag, jeder schiebt nur noch seine 35-Stunden-Woche und hält alle Vorgaben genau ein.

11. Verkapselte Gripszellen
Innovationen finden nicht statt. Mitarbeiter stellen ihren Grips nicht mehr dem Unternehmen zur Verfügung und bringen ihre Sache nicht mehr aus eigenem Antrieb voran. Sie üben sich in Rückdelegation an den Chef. Der hat den Eindruck, dass keiner mehr richtig mitdenkt.

Viel Erfolg beim Eindämmen der Konfliktherde und bei der Prävention. Beides ist möglich, wenn man weiß wie. Und wenn dann doch mal was schiefgeht, helfen konkrete Feedback-Regeln oder Tools wie die „ICH-Botschaft" um Unstimmigkeiten zu klären und wieder für frischen Wind zu sorgen. Wenn Sie wissen wollen, wie das konkret geht oder ich Sie und Ihr Team unterstützen darf, lassen Sie es mich gerne wissen. Einfach eine Mail an office@gabrielschandl.com

Herzliche Grüße! 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.

Kontakt:
Mag. Gabriel Schandl e.U.
Fürstenallee 16f
A-5020 Salzburg
www.gabrielschandl.com

GABRIEL SCHANDL LIVE ERLEBEN

November 2022:

>> Erlebe Gabriel Schandl und 7 weitere Top-Speaker am 10. November 2022 in Graz: ***bit.ly/3SOKeY3***

>> Gabriel Schandl und weitere Top-Speaker unterstützen den RTL-Spendenmarathon am 8. November 2022: ***speakerhelfenkindern.de***

>> Ersteigern Sie spannende Auktionen, auch Gabriel Schandl ist mit einer besonderen Aktion dabei, alle Einnahmen kommen „Wir helfen Kindern" zugute: ***www.unitedcharity.de/Specials/Speaker-helfen-Kindern***

März 2023:

>> Save the date! 26.-31. März 2023 „Mee(h)r vom Leben" – Ibiza Retreat mit Bina Bonelli und Gabriel Schandl: ***www.gabrielschandl.com/weiterbildung/akademie-unter-palmen***

>> Start der Trainer-Ausbildung: ***www.trainthetrainer.events***

Foto: © Gabriel Schandl/Fotograf Christian Klant

MZE
NETZWERK WOHNKULTUR

MEHR SERVICE.
MEHR ERFOLG.

ERGOSportive™
GARMIN CONNECTABLE

SMARTES UND
VERSTELLBARES
ERHOLUNGSSYSTEM

*Die exklusiven Vermarktungsrechte für **„ErgoSportive"** in DE & AT sind das Ergebnis einer langfristigen Innovationsstrategie bei MZE. Als Pionier in Digitalisierung und innovativem Fachhandel gilt MZE als wendiger Partner für technische Innovationsführer.*

www.mze.at

HANDEL – ARCHITEKTUR – INDUSTRIE

TRIO MIT VIEL POTENZIAL

Möbelbranche und Architektur sind zwei Seiten einer Medaille, die beste Wohnlösung für Kund:innen das erklärte Ziel. Über den Stellenwert von Möbel und Inneneinrichtung für Architekt:innen, die Zusammenarbeit und wie diese optimiert werden kann, diskutierten Vertreter:innen aus Industrie, Möbelhandel und Architektur beim wohninsider Round Table im SCHAU:RAUM Wien.

Von Gerhard Habliczek, Sylvia Pilar, Lilly Unterrader

wohninsider: Welche Rolle spielt das Möbel für Architekt:innen? Ist es wichtig oder nur das i-Tüpfelchen bei der Gebäude- und Raumgestaltung?
Reinhard Schwab: Sofern das Möbel Bestandteil der Baumaßnahmen ist und mit diesen interveniert wie beispielsweise Einbauküche oder Einbauschränke zählen es Architekt:innen zu ihrem Aufgabenbereich, machen es gerne und gut. In diesem Fall sind Architekt:innen Fachmänner und -frauen. Bei Küchen wissen sie, was sie wollen, und wollen diese Vorstellungen dann auch realisieren. Die Umsetzung anderer Möbel gestaltet sich etwas schwieriger, zum Beispiel für ihre Kund:innen Esszimmermöbel, Sitzmöbel oder Dekorationen auszusuchen. Da wollen Architekt:innen nicht so recht mit, weil das in ihren Augen zu wenig Relevanz hat.

Reinhard Schwab, Walter Kandut, Christian Kroepfl

Ist das Design wichtiger als die Funktion?
R. Schwab: Funktion und Design sind gleich wertvoll, aber Architekt:innen schließen aus der Architektur auf die Einbaumöbel zurück. Für sie muss es eine Einheit bilden und das ist eine gestalterische Aufgabe, die sie aus ihrem Wissensstand nur selbst bestmöglich lösen. Sie haben wenig Vertrauen zu Einrichter:innen im Einrichtungshaus, eher noch zu Tischler:innen. So entstehen manchmal Rumpflösungen. Wenn es um die Inneneinrichtung geht, verweisen Architekt:innen auf Inneneinrichter:innen und übertragen gerne die Aufgabe.

Möbelhersteller suchen den Kontakt und die Zusammenarbeit mit Architekt:innen und Innenarchitekt:innen. Funktioniert das oder haben Architekt:innen Möbel kaum im Blick?
Erich Ritt: Grundsätzlich gibt es zwei Linien, in die argumentiert werden kann. Einerseits in Richtung loser Möblierung wie Tischgruppen. Dabei spielen Architekt:innen weniger eine Rolle, weil es primär um die Größe des Möbels, die Proportionen, geht, also dass es gut hinein passt. Für manche Bereiche in der Architektur sind wir mit unserem Portfolio ein hervorragender Partner, bei anderen wie Einbaumöbel steigen wir als größerer Möbelhersteller eher aus, weil hier die Individualisierung komplett durchschlägt. Individualisierung sticht alles. Da können wir nicht mit spezialisierten Tischler:innen mithalten. Generell ist es so, dass die Architektur selbst im gehobenen Bereich mehr zählt. Je kleiner die Bausumme wird, umso weniger spielen Architekt:innen und noch viel weniger die Inneneinrichtung eine Rolle. Die Vernetzung mit Architekt:innen ist wichtig und das Geheimnis des Erfolges liegt wie immer darin, für das richtige Gewerk den richtigen Partner oder die richtige Partnerin zu haben.

Walter Kandut: Es gilt auch zwischen Architekt:in und Architekt:in zu unterschieden. Nicht alle agieren auch im Einrichtungsbereich, aber immer mehr mischen hier mit, vor allem im privaten Wohnbereich. Es geht so weit, dass Architekt:innen mittlerweile auch einen eigenen Möbelhandel aufbauen und den etablierten Möbelhandel links liegen lassen, weil sie es selber machen wollen, vor allem wenn es um große Projekte geht. Viele Konsument:innen lassen sich von Architekt:innen das ganze Haus planen, das diese dann das bis zum kleinsten Detail, bis zum Besteck organisieren müssen. Ob Architekt:innen das selbst machen oder andere Profis mit der Ausstattung betrauen, ist eine persönliche Entscheidung. Ich merke aber, dass das Thema immer wichtiger wird, und vor allem werden wir alle in der Branche, als Hersteller und als Händler:innen, uns noch mit Innenarchitekt:innen und Planer:innen, die sich selbstständig gemacht haben und vielleicht auch nur wenige Kund:innen im Jahr haben, aber eine Empfehlungshoheit den Kund:innen gegenüber genießen, auseinandersetzen müssen. Sie empfehlen vornehmlich das Produkt, das sie selbst kennen. Wenn diese Architekt:innen nur

Fotos: Lilly Unterrader/wohninsider

ein kleiner Teil der Branche sind, wiegt das nicht so schwer, geschätzt sind es aber aktuell 500 bis 600, eine kritische Größe und sie machen einen großen Anteil des Gesamtumsatzes aus. Vielleicht ist es jetzt noch ein Thema für die Zukunft, wird uns alle aber in irgendeiner Form immer mehr treffen.

R. Schwab: Es ist sehr individuell. Es gibt Hochbauarchitekt:innen, die die Baumasse erstellen, Innenarchitekt:innen, die sich in aller Regel um den raumbildenden Innenausbau kümmern, und Einrichtungsberater:innen, also Mitarbeiter:innen in den Einrichtungshäusern, und auch selbstständige Profis in diesem Bereich. Alle knabbern an demselben Kuchen und alle versuchen, sich selbst anzubieten. Selbstständige Einrichtungsberater:innen haben meistens den besten Kontakt zu Kund:innen und auf der Visitenkarte „Innenarchitekt:in" stehen. Das geht leicht, weil das Berufsfeld ja nicht geschützt ist. Die Schwachstelle liegt in der Antwort auf die Frage, warum es uns nicht gelingt, die Fachprofis in der Möbelherstellung wie Möbelerzeuger und Tischler:innen und Fachprofis in der Planung wie Architekt:innen zusammen zu bringen. Sie haben ja dieselben Interessen und zum Teil auch dieselben Kund:innengruppen.

Walter Schweiger: Ich stelle oft fest, dass die Kund:innen selbst diejenigen sind, die Druck auf Architekt:innen ausüben, sich nach Möbeln umzuschauen und die Inneneinrichtung mitzumachen, weil es sonst wieder über fünf Ecken geht. Wir sind stark in der Entwicklung und versuchen, Handwerker:innen bestmöglich zu unterstützen. Unsere Ideen an Architekt:innen heranzutragen, bringt viel, es ist aber zu wenig, sie nur ihnen zu vermitteln, weil Handwerker:innen die Lösungen ja einbauen müssen. Optimal ist es, die fertige Lösung Handwerker:innen zu erklären und Architekt:innen zu zeigen, wie cool es ausschaut.

Dietmar Link, Reinhard Schwab

Erich Ritt, Brigitte Wiesinger

Sind Architekt:innen und Möbelhändler:innen gut informiert beziehungsweise wo informieren sie sich über neue Produkte, Materialien und Entwicklungen?
Dietmar Link: Das ist eigentlich das größte Defizit bei Architekt:innen. Vor allem bei Materialien wird in Ausschreibungen oft etwas gesucht, das es nicht gibt. Architekt:innen wünschen sich die eierlegende Wollmilchsau, geliefert werden kann aber nur ein Hausschwein. Was wir vonseiten der Industrie bieten können ist, Ausschreibungstexte und BIM-Daten zur Verfügung zu stellen, wir können Vintage-Looks oder auch geradlinige, trendige Dekore produzieren. Viele Vorstellungen von Architekt:innen sind auch technisch gar nicht möglich. Wenn rein nur das Haus geplant, aber das Möbel nicht mit einbezogen wird, passen die Raumproportionen meistens nicht. Es müssen also dort mit Möbeln Abstriche gemacht werden, wo Architekt:innen in der Planung versagt haben. Planer:innen müssen ins Möbel denken, auch wenn sie selbst das Möbel nicht planen. Sie müssen wissen, welche Maße es im Bauwerk braucht, um adäquate Möbel hineinzustellen.

R. Schwab: An dieser Stelle möchte ich eine Lanze für Architekt:innen brechen. Im gesamten Architekturstudium beschäftigen sich die wenigsten angehenden Architekt:innen mit der Inneneinrichtung, verständlicherweise, weil sie mit Städtebau, mit Gesetzen und Normen beschäftigt sind. Jene, die sich damit auseinandersetzen, erkennen schnell, dass es honorarmäßig nicht werthaltig ist, also sind sie eher bereit, sich auch wieder aufseiten der Baumaßennahmen zu schlagen, weil sie dort klare Linien haben, sich auskennen, sicher sind, und sich dann einen Fachprofi dazuholen, der den Innenausbau realisiert, eben eine:n Innenarchitekt:in. Das Vertrauen aufzubauen zwischen Innenplaner:in und Architekt:in, darüber hinaus auch noch das Fachwissen in Richtung Industrie ist ein großer Spagat. Es wäre wichtig, Einrichter:innen, sowohl in der Fertigung wie in der Planung, und Architekt:innen besser und näher zusammenzubringen.

Wir stark sind Sie als Architektin in der Inneneinrichtung aktiv?
Arch. Dipl.-Ing. Brigitte Wiesinger: Meine Aufträge sind zweigeteilt. Bei öffentlichen Aufträgen bin ich wirklich bis zum Schluss mit dabei. Das sind meistens Kindergärten und Schulen, wo die Möbel eher Zweckmöbel sind, die viel aushalten und natürlich sein müssen, wo also das Material eine große Rolle spielt. Hier gibt es viele Hersteller, die fertige Sessel und Möbel im Portfolio haben, auf die ich zurückgreife. Bei allen weiteren Bereichen, die einzurichten sind, wie Personalräumen, arbeite ich eng mit den jeweils örtlichen Tischler:innen zusammen. Zudem mache ich viel im Wohnbau, also Geschosswohnbau, wo ich nicht in die Einrichtung gehe, und Einfamilienhäuser, bei denen ich darauf achte, dass das Mobiliar gut hinein passt. Ich schaue immer darauf, dass die Möbel zu den Gegebenheiten, den Bedürfnissen und Wünschen passen. Das ist mein Job. Ich muss keine Möbeldesignerin sein, um Möbel mitzudenken. Ich muss nur die Normmaße kennen.

Erich Ritt, Brigitte Wiesinger, Walter Schweiger

E. Ritt: Die Herausforderung ist die Komplexität des Einrichtens. Einrichten bedeutet mehr als einen Plan zu erstellen und die Möbel in den Proportionen richtig darzustellen, sondern es geht um Farben, Oberflächen, Ausführungen, Nachhaltigkeit. Dazu braucht es Inneneinrichter:innen und sie sind eine Spezies, die wir noch zu wenig in Österreich haben. Kund:innen schätzen persönliche Empfehlungen, sie sind das Um und Auf. Ein gutes Netzwerk ist die Wurzel für Erfolg, die Beziehung von Architekt:innen und Kund:innen wichtig.

Christian Kroepfl: Viele Architekt:innen sind stark mit dem Mikromanagement beschäftigt. Sie sehen ihre Arbeit als ihr »

Werk, wollen überall die Kontrolle haben, können nichts abgeben. Dass Architektur auch eine Dienstleistung ist, sehen viele nicht. Architekt:innen muten sich viel zu, was dann auch in eine gewisse Unselbstständigkeit mündet, indem sie nicht nach der besten Lösung, sondern nach der besten Lösung in den Augen der Auftraggeber:in suchen.

Reinhard Schwab, Walter Kandut, Christian Kroepfl

Viele Hersteller haben tolle Schauräume. Wie werden diese von Architekt:innen genutzt?

E. Ritt: Der Schauraum ist ein Spezialist im besten Sinn. Das zeigt sich auch im Möbelhandel. In der österreichischen Möbelhandelslandschaft gibt es eine Handvoll sehr guter Spezialist:innen, die komplexe, hoch individuelle Projekte im Hochpreissegment perfekt abwickeln können. In Werkschauräumen denken Mitarbeiter:innen Lösungen und Projekte so fertig, bis hinsichtlich Individualität nicht mehr geht. Wir wissen, was gewünscht wird, wir können eine Spur aufnehmen und wir können das perfekt umsetzen. Das ist der Unterschied von einem Werkschauraum zum Fachhandel. Der Fachhandel hat nicht nur eine Marke und kann nirgendwo Spezialist sein. Architekt:innen brauchen Spezialist:innen, denen sie mit ruhigem Gewissen eine Empfehlung aussprechen können, weil sie das Projekt in ihrem Sinne, nach bestem Wissen und Gewissen, mit fachlicher Kompetenz, geschmacklich am Punkt der Zeit weiterführen oder sogar finalisieren. Spezialistentum ist der Schlüssel.

W. Kandut: Architekt:innen befassen sich allerdings in Wirklichkeit nur mit einem Hersteller oder einem Design, wenn es genau in das Projekt hineinpasst. Ein Produkt kann eine Zeit lang nicht passen und wenn Architekt:innen länger nichts brauchen, treten Unternehmen und deren Vertreter:innen auch nicht mehr an sie heran. Es kann aber sein, dass Architekt:innen genau dann etwas für ein Projekt wollen und benötigen. Die Kommunikation ist dann weg. Im Regelfall hat die Architektur aus Sicht des Herstellers für die Inneneinrichtung keine Zeit, wenn Architekt:innen etwas brauchen, dann muss es gleich sein und sie wollen die Information mehr oder weniger schon intus haben. Das ist unser Problem. Wie kommen wir zum richtigen Zeitpunkt zur richtigen Person, um das Endergebnis zu erzielen?

C. Kroepfl: Natürlich soll es dann sehr schnell gehen. Es braucht schnell die Spezialist:innen, weil man ja mitten in einem Planungsprozess steckt.

D. Link: Wenn ein:e Architekt:in einen unserer Schauräume betritt, geht es meist nicht vorrangig um ein Produkt, sondern um eine Technik, die Haptik, die Nachhaltigkeit, die Wohngesundheit. Die Farbrichtung haben Architekt:innen vorher definiert und im Kopf, es geht mehr um Funktionalität. Ein Schauraum wird nur besucht, wenn die Zeit dafür vorhanden ist, ansonsten schauen sich Architekt:innen vor allem im Web um. Daher ist der digitale Auftritt einer der wesentlichen Dinge heutzutage, gerade im Bereich der Architektur und in den letzten Jahren vermehrt auch im Handwerk.

Werden die digitalen Möglichkeiten intensiv genutzt?

B. Wiesinger: Wir bedienen uns gerade bei Möbeln oder selbst Platten dieser Möglichkeiten nicht. Ich habe sehr viele Musterkataloge bei mir, das finde ich wichtig, weil die Produkte ganz anders ausschauen als am Bildschirm.

Würden sich Architekt:innen also eigene Berater:innen wünschen?

R. Schwab: Architekt:innenberater:innen bei den Herstellern wären ideal. Ebenfalls ein Wunsch, aber eine Frage der modernen Technik ist die Möglichkeit, öfters den Schauraum eines Herstellers mit meinen Auftraggeber:innen per Teams oder Zoom zu besuchen. So kann ich meinen Kund:innen zeigen, was der Hersteller bietet, und dann kann entschieden werden, hinzufahren. Mit ihnen alles abzuklappern, ist unrealistisch. Ich würde mir direkt beim Hersteller die Infos holen, das Produkt fertigen lassen und wenn es eine Händlerstruktur gibt, die das Projekt realisieren kann, soll es gerne der Fachhändler vor Ort machen. Was liegt noch näher, als wenn mit dem Hersteller das Problem gelöst und mit dessen Partner vor Ort die Lösung realisiert wird? Dann ist allen geholfen. Es ist und bleibt im besten Wortsinn dieses Dreiecksverhältnis.

Wäre das denn schwer einzurichten?

R. Schwab: Das würde jetzt schon funktionieren.

W. Kandut: Der spingende Punkt ist nur die Finanzierung.

E. Ritt: Es ist herrlich, wie wir über Digitalisierung reden. Das Interessante ist ja, dass ich Materialien und Haptiken nicht digital abbilden kann. Es wird schon 3D-visualisiert, aber Strukturen und Produkte sind so nicht richtig erlebbar. Die Nähe zu Fachhandelspartner:innen vor Ort ist gut, aber je mehr Spieler, umso komplexer wird die Projektabwicklung. Wenn ich über Zukunft und Handel nachdenke und dem Digitalen eine immer größere Rolle einräume, müssen wir Hersteller uns überlegen, wie sich das in Zukunft bewerkstelligen lässt und Projekte umgesetzt werden können. Die Frage wird immer die nach dem Netzwerk sein. Wo ist wer wie gut vor Ort und kann das bieten?

Walter Schweiger, Brigitte Wiesinger, Erich Ritt

W. Kandut: Das liegt diamentral zu der gewachsenen Marke, die viele aufgebaut haben. Es gibt Marken, die nur in Mailand oder New York zu bekommen sind, und wenn Kund:innen das wollen, müssen sie dorthin. In abgewandelter Form gibt es Möbelhersteller, die nur gewisse Partner:innen beliefern, um die Marke exklusiv und ihr Image und Service auf einem entsprechenden, gleich bleibenden Level halten wollen. Das ist eine gewachsene Struktur, die sich in den letzten 40 Jahren in der ganzen Welt etabliert. Jetzt knabbern wir schön langsam daran, nur reagieren diese Marken oft paradox, indem sie sich aus dem Markt zurückziehen. Wir müssen da schon die Architektur auf der einen Seite und die Marke und Hersteller auf der anderen Seite näher zusammenbringen.

Wie kommt denn überhaupt das Architekt:innen-Portfolio zustande?

B. Wiesinger: Die erste Vorauswahl treffe ich im Internet und schaue, was es überhaupt gibt. Wenn ein:e Architekt:innen-Vertreter:in mit einem neuen Produkt an mich herantritt, dann habe ich das durchaus im Hinterkopf. Ich brauche es vielleicht nicht gleich, aber vielleicht später und greife dann darauf zurück.

D. Link: Das klingt für mich schön. Wir liefern die Muster aufgrund der Rückmeldungen von Architekt:innen nur noch auftragsbezogen und machen auch nur noch auftragsbezogene Besuche. Als Hersteller bist du der Zeiträuber, wenn du durch die Türe gehst.

B. Wiesinger: Es ist sicher schwierig und man macht viele leere Kilometer, aber wenn Hersteller und deren Vertreter:innen nicht auf mich zukommen, stoße ich vielleicht nur zufällig auf die Produkte dieses Herstellers. Wenn ich nicht weiß, was es gibt, kann ich es nicht einplanen.

R. Schwab: Es stimmt auch nicht, dass Architekt:innen keine Möbelmessen besuchen. Sie gehen schon hin, aber finden nicht das, was sie suchen und brauchen. Architekt:innen und Innenarchitekt:innen fahren auf Messen und versuchen dort, Kontakt zu Herstellern aufzubauen. Dafür müssen sie sich Zeit nehmen. In einem zweiten Schritt ist es wichtig, einen

Walter Kandut, Christian Kroepfl

guten Kontakt zu den Ansprechpersonen herzustellen. Das ist ein Mehrstufenplan in der Zusammenarbeit, weil wir uns nicht mehr alle Unterlagen ins Büro legen. Das hat sich geändert. Die Frage ist, wie wir uns als Architekt:innen für die Hersteller interessant machen, dass sie zu uns kommen, aber nicht so, dass es nur um den Verkauf geht. Vertreter:innen der Industrie haben oft zu wenig Gespür dafür, was Architekt:innen brauchen, und wie sie draufkommen, was sie wollen und benötigen. Am Anfang steht die einfachste Kommunikation, das Fachliche ist wichtig, steht aber immer dahinter.

D. Link: Wenn wir es schaffen, über Dinge zu reden, bei denen es nicht ums Geschäft geht, macht man viel mehr Geschäft. Der Mensch kauft gerne bei Menschen, die er mag. Da geht es nicht um den Preis, sondern darum, das Richtige in passenden Häppchen zu servieren.

GESPRÄCHSPARTNER:INNEN

Dietmar Link, Gebietsverkaufsleiter FRITZ EGGER GmbH & Co. OG Holzwerkstoffe
www.egger.com

Walter Kandut, Agentur für Wohnen und mehr
www.agentur-kandut.at

Christian Kroepfl, Architekt & Designer
www.christiankroepfl.com

Erich Ritt, Prokurist & Verkaufsleiter Anrei Reisinger GmbH
www.anrei.at

Reinhard Schwab, ACT Architektur-Consulting-Training Schwab & Partner KG
www.act-salzburg.at

Walter Schweiger, Geschäftsführer Finima/Ceraflex
ww.finima.at | www.ceraflex.at

Arch. Dipl.-Ing. Brigitte Wiesinger, ARE Bau Ges.m.b.H.
www.are-bau.at

FAZIT VON WOHNINSIDER-CHEFREDAKTEUR GERHARD HABLICZEK

Architekt:innen beschäftigen sich mit Möbeln die „zum Bau" gehören. Also Einbaumöbel. Einzelstücke interessieren sie weniger. Wobei durch das Zusammenwachsen der Räume auch Einzelmöbel an Bedeutung gewinnen. Auch spielt das Thema der stärker werdenden Individualisierung beim Einzelmöbel eine große Rolle. Hier kann zum Beispiel die Möbelindustrie schwer mit spezialisierten Tischler:innen mithalten.

Am Markt sollen mittlerweile an die 500 Architekt:innen aktiv sein, die einen eigenen Möbelhandel aufbauen und den etablierten Möbelhandel links liegen lassen. Neue Player also, die es dem Fachhandel nicht unbedingt einfacher machen. Um eine fruchtbringende Zusammenarbeit zwischen den Marktplayern zu schaffen bedarf es wie überall eines entsprechenden Netzwerkes und dabei wäscht die eine Hand die andere. Wobei nicht überall bare Münze fließen muss, weil man ja auch gegenseitig mittels Empfehlungen oder Ähnlichem zu entsprechenden Aufträgen kommt.

Konkrete Wünsche von der Architektenszene gehen in die Richtung, zum Beispiel bei Schauräumen oder entsprechenden Stores profunde „Architekten-Ansprechpartner:innen" zu haben und diese auch online eventuell mit dem Kunden über Videomeeting unkompliziert kontaktieren zu können. Die Informationen für die Architekt:innen aus der Möbelbranche seien generell mangelhaft und nicht immer einfach zu bekommen, speziell wenn es in die Bereiche der Materialien geht. Kommt es zu einer Zusammenarbeit, dann passt vielleicht ein Produkt für ein Projekt und danach reißt der Kontakt wieder ab, weil es für das nächste bzw. übernächste Projekt nicht mehr passt. Hier einen roten Faden zu finden könnte der Schlüssel sein.

Hersteller und Händler:innen versuchen mit Schauräumen den Architekt:innen die Möglichkeiten zur Information zu bieten und das wird bei Bedarf auch angenommen. Produktkataloge sprengen die Ablageflächen der Architekturbüros und auch Onlinepräsentationen haben ihre Grenzen – sprich Haptik und auch Farbdarstellungen. Als Hersteller oder auch Händler:in ist man der „Zeiträuber", wenn man den Architekt:in besucht. Es gilt daher wie überall sich ein entsprechendes Netzwerk zu schaffen, darin aktiv zu sein und es laufend zu erweitern. „Wenn wir es schaffen, über Dinge zu reden, bei denen es nicht um's Geschäft geht, macht man viel mehr Geschäft", ein Zitat aus dem Round Table.

BERBEL

Das Kocherlebnis im Fokus

Bei der diesjährigen Red Dot Gala in Essen wurde der Dunstabzugsspezialist berbel für die Downline Infinity in der Kategorie Küche: Kochfeld mit integriertem Dunstabzug, mit dem Red Dot Design Award 2022 ausgezeichnet. Der Red Dot Product Design Award: Best of the Best wird für wegweisende Gestaltung verliehen und ist die höchste Prämierung des Wettbewerbs.

Die Entwicklung von berbel Downline Infinity basiert auf der intensiven Auseinandersetzung mit den Wünschen und Ideen von Küchenexperten und Kochprofis. Daraus ist die Prämisse entstanden, dem Kochenden mit einem innovativen Produkt mehr Freiheit zu bieten. Dieser Anspruch erfüllt sich bereits durch die großzügigen Maße von 90 cm Breite und 55 cm Tiefe. Die Kochzonen wurden mittels einer innovativen Spulentechnologie vergrößert. Ein besonderes Merkmal ist die hybride Steuerung, die unterschiedliche Nutzervorlieben berücksichtigt. Der Kochfeldabzug kann über das intuitive Bedienfeld und ebenso über die Drehknebel gesteuert werden. Diese sind in das gesamte digitale Menü eingebunden. Eine elegante LED-Beleuchtung des Bedienfeldes setzt zudem einen visuellen Akzent.

Mehr über die Downline Infinity und deren Entstehungsprozess erzählen uns berbel CEO Karl von Bodelschwingh und Designer Stefan Ambrozus, Studio Ambrozus im Interview.

berbel CEO Karl von Bodelschwingh und Designer Stefan Ambrozus.

Die Downline Infinity mit intuitiver Drehknebelsteuerung ist Gesamtsieger des Red Dot Product Awards 2022 in der Kategorie Küche Kochfeld mit integriertem Dunstabzug.

Fotos: berbel Abluftechnik GmbH

Wie sind Sie an die Entwicklung von berbel Downline Infinity herangegangen?
Karl von Bodelschwingh: Die Basis für ein innovatives Produkt ist immer ein sehr gutes Verständnis für den Kunden. Aus diesem Grund haben wir anfangs einfach zugehört. Wir haben unsere Kunden, Händler, aber auch Sterneköche oder Kooperationspartner gesprochen und gefragt: Was wünscht ihr euch? Was möchtet ihr? Im Fokus stand dann, dem Kochenden mehr Freiheit zu bieten.

„Die Entwicklung des neuen Kochfeldabzugs ist ein Herzenswunsch gewesen. Das wir damit einen Red Dot Best of the Best gewonnen haben, erfüllt mich mit Stolz."

Karl von Bodelschwingh, CEO von berbel

Die Downline Infinity bietet eine effektive Geruchsfiltration und Fettabscheidung, die auf dem patentierten berbel Prinzip basieren. Im Juni 2022 wurde die Trophäe: Best of the Best auf einer feierlichen Gala im Aalto Theater Essen überreicht.

Wie gelingt Ihnen das?
Karl von Bodelschwingh: Wir setzen das Prinzip „ease of use" tatsächlich um. Die Lüfterstufen passen sich z.B. automatisch dem Kochgeschehen an, die Leistungsstufen können ebenfalls intuitiv verändert werden und selbst das Kratzgeräusch beim Bewegen der Töpfe gehört durch eine spezielle Bedruckung der Vergangenheit an. Gerade beim Kochen an einer Kochinsel muss außerdem das Absaugen sehr zuverlässig funktionieren. Darauf legen wir sehr viel Wert. Es ist das gesamte Erlebnis beim Kochen, das bei uns im Fokus steht.
Stefan Ambrozus: Für eine größtmögliche Bewegungsfreiheit haben wir die Kochfeldgröße ausgeweitet, auch dank einer neuen Spulentechnologie. Außerdem wurde die Bedienung komplett mit einer variablen Touch- oder Knebel-Steuerung neu konzipiert. Das, was geblieben ist, ist das bewährte berbel Prinzip sowie der Powermover in der mittig positionierten Abscheidung.

Was ist bei einem Produktentstehungsprozess für Sie die größte Herausforderung?
Stefan Ambrozus: Da wir viel Input von unseren Küchenexperten und Profi-Köchen bekommen, müssen diese Ideen transferiert und übersetzt werden. Die Geräte müssen zu den Ansprüchen der Endkunden passen, und auch zu der Größe privater Küchenräume.
Karl von Bodelschwingh: Es gibt stets elementare Verbesserungsschritte. Design und Entwicklung tasten sich so lange aneinander heran, bis wir ein Produkt perfekt umgesetzt haben.

Wieso haben Sie sich für eine variable Bedienung entschieden?
Karl von Bodelschwingh: Bei den Vorüberlegungen und Gesprächen löste die Knebel-Steuerung bei vielen Nutzern Begeisterung aus. Andere wiederum brauchen so eine Form der Steuerung nicht, weil sie lieber mit einem digitalen Menü arbeiten. Daher haben wir uns für eine hybride Lösung entschieden. Es macht sehr viel Freude damit zu kochen, weil der Knebel sehr vertraut und intuitiv in der Handhabung ist.
Stefan Ambrozus: Wir bieten einen Knebel mit einer satten, metallischen Haptik in der modernsten Ausarbeitung, weil dieser in die gesamte digitale Steuerung eingebunden ist. Bei dem Knebel haben wir ein großes Augenmerk auf die haptische Qualität gelegt. Es gab im Projektlauf einige Prototypen zu dem mechanischen Rastwerk, die wir immer weiter verbessert haben.

Die Firma berbel und Studio Ambrozus pflegen eine langjährige Zusammenarbeit. Was zeichnet diese aus?
Karl von Bodelschwingh: Wir haben eine gemeinsame DNA, denn berbel ist massiv beeinflusst worden von Stefan Ambrozus und seinem Team. Die Zusammenarbeit ist daher sehr intensiv und erstreckt sich über den gesamten Produktentstehungsprozess – von den ersten Ideen bis hin zum fertigen Produkt.

www.berbel.de

LEICHT – KOLLEKTION 2023

Form, Funktion und Lebensraum

Eine strukturstiftende Küchenplanung, die das soziale Miteinander in den Fokus rückt

Großzügige Innenräume vermitteln ein luxuriöses Freiheitsgefühl – sie bieten Luft zur persönlichen Entfaltung. Um so wichtiger ist es, dass im offenen Raum Zonen geschaffen werden, die optisch Ruhe und Geborgenheit vermitteln und gleichzeitig in sich geschlossene Funktionsbereiche stiften.

Im Kontext der Kollektion 2023, mit der LEICHT unterschiedliche Planungsszenarien illustriert, zeigt der deutsche Premiumhersteller eine Konzeption, die anhand von rahmenden Architekturelementen exemplarisch verdeutlicht, wie Kochen und Wohnen in einem maximal geöffneten Lebensraum gekonnt miteinander verschmelzen. Küche wird als elementarer Bestandteil des Wohnens verstanden, die ihren Bewohnerinnen und Bewohnern einerseits einen kommunikativen Treffpunkt für das gemeinsame Miteinander und andererseits einen sicheren Rückzugsort im hektischen Alltag schenkt.

Im Mittelpunkt und als Dreh- und Angelpunkt des täglichen Lebens konzipiert, steht bei dieser Planung ein griffloser Inselblock mit integriertem Sitzbereich, dem das erfolgreiche Echtholz-Oberflächenprogramm BOSSA in walnuss rundherum eine besondere Struktur verleiht. Die vorstehenden, linearen Stäbchen der mehrfach prämierten BOSSA-Front kreieren ein warm anmutendes, einheitliches Gesamtbild und verleihen der Küche eine dreidimensionale, sehr lebendige Wirkung – eine bewusste Planungsentscheidung, um eine elegante ebenso wie lebendige Wirkung zu erzeugen. In Kombination mit einer Naturstein-Arbeitsplatte aus dem LEICHT-Programm ROCCA, sowie dahinter liegenden, in sich geschlossenen Wandelementen mit integrierten Funktions- und Wohnbereichen, ergibt sich ein visionäres Szenario, das einerseits auf langlebige, qualitative Materialien setzt und andererseits ein Gefühl von Zuhause vermittelt.

Über die Zonierung von Räumen – Form trifft auf Materialität

Ein zu allen Seiten geöffneter Raum spricht für sich, er steht sinnbildlich für die maximale Entfaltung der eigenen Vorstellungen von Wohnen. Doch auch ein gänzlich freier Raum benötigt Struktur, um optimal auf die Bedürfnisse der Bewohnerinnen und Bewohner

Fotos: P. Schumacher/LEICHT

Die Kombination der LEICHT-Programme BOSSA walnuss, ROCCA taj mahal sanded und CONCRETE brasilia ergibt eine harmonische Material- und Farbkomposition.

abgestimmt zu sein. Die Planungskompetenz von LEICHT ermöglicht es, auch in offenen Räumlichkeiten auf jegliche Anforderungen an den Innenausbau zu reagieren. Dabei nimmt die Wahl der Form und des Materials eine entscheidende Rolle ein, wie das aktuelle Beispiel einmal mehr verdeutlicht. Während rund um die zentral positionierte Kochinsel, die den kommunikativen Mittelpunkt darstellt, BOSSA walnuss in der linierten Echtholz-Variante Wärme ausstrahlt, ergänzt der Naturstein ROCCA in taj mahal sanded als Arbeitsplatte ein ausgleichendes Element der Kühle. Dahinter definieren zwei frei im Raum positionierte Wandelemente die nötige Struktur. Auf der linken Seite findet sich ein blockartig angelegter, eingelassener Hochschrank im dunklen LEICHT-Programm Concrete brasilia. Die Beton-Oberfläche wird in Handarbeit gefertigt, indem flüssiger und eingefärbter Beton auf eine Trägerplatte aufgetragen, geschliffen und supermatt lackiert wird. Der starke Ton in Verbindung mit der kühl rauen Beton-Haptik, ergänzt eine besondere Tiefenwirkung. Analog dazu steht auf der rechten Seite eine weitere, frei im Raum platzierte Wand mit seitlich zur Insel hin orientierten Wangen.

Im Inneren dieser Architektur findet sich ein wohnliches Szenario: Die beleuchteten Glasvitrinen VERO, verfügbar in fünf Breiten sowie mehr als zehn Höhen, bilden als Oberschränke das Pendant zum darunter verlaufenden Sideboard in carbongrau, das Platz für Kaffeemaschine oder andere essentielle Küchenutensilien bietet. Über dem Möbel verläuft eine auf die gesamte Breite geplante Naturstein-Leiste in ROCCA, die einen unmittelbaren Bezug zur Materialität des Inselblocks herstellt. Im Zusammenspiel von Material und Form ergibt sich ein einheitlicher Planungsgedanke, der sich über die gesamte Raumgröße zieht.

Erfolgskonzept im Lebensraum – Echtholz-Oberflächenprogramm BOSSA

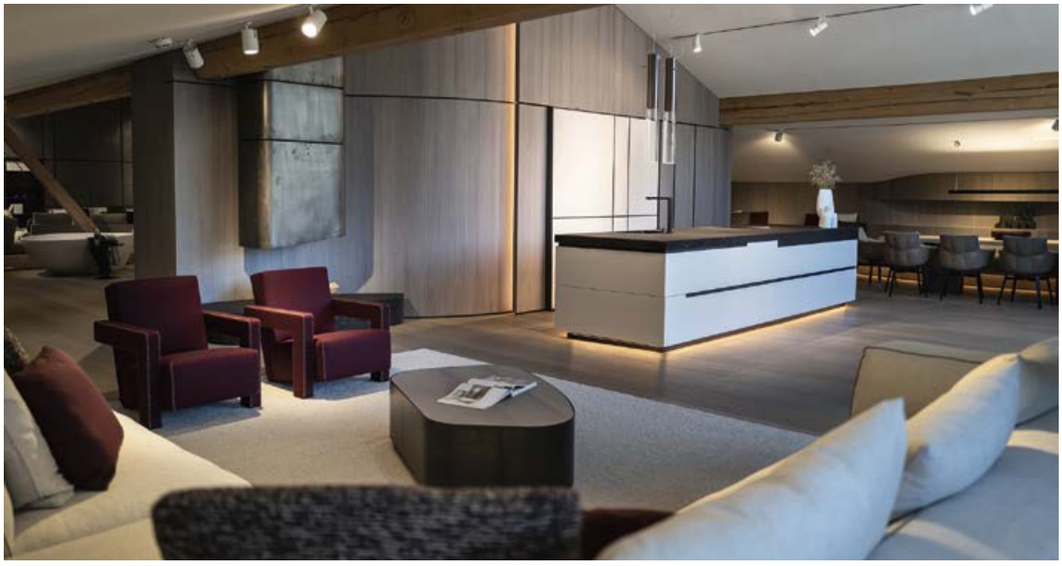
Ruhe, Großzügigkeit, Lebendigkeit: Mit dem Oberflächenprogramm BOSSA präsentierte LEICHT im Jahr 2020 erstmals eine Front, die im weltweiten Küchenmarkt auf diese Weise noch nicht existierte und die es seit ihrer Markteinführung geschafft hat, in der Küche sowie im gesamten Wohnraum eine gänzlich neue Bildsprache zu kreieren. Einer hochwertigen Echtholzfront in den Furnieren Eiche oder Walnuss wurde hierfür eine charakteristische Struktur verliehen: Vorstehende, lineare Stäbchen eine feingliedrige, dreidimensionale Wirkung. Das Gesamtraster der Stäbchen entspricht exakt dem vertikalen Fugenbild von LEICHT. So wird optisch eine Verschmelzung von Küchen-, Wand- und Schrankfronten erzeugt. BOSSA kann individuell über den Kochbereich hinaus in Wohnräumen, Fluren, Treppenhäusern sowie anderen Bereichen zum Einsatz kommen, dem Innenausbau ist nahezu keine Grenze gesetzt. BOSSA leitet den Blick und führt optisch durch die einzelnen Räume, die zu einem so luxuriösen wie zeitgenössischen Gesamtkonzept verschmelzen – ein Programm, das für urbane Wohnungen auf kleinem Raum ebenso funktioniert wie für größere Grundrisse.

Mit der Kollektion 2023 dokumentiert LEICHT seine Kompetenzen im hochwertigen Innenausbau weit über die Grenzen der Küche hinaus. Der Hersteller aus Waldstetten bietet eine beeindruckende Vielfalt an Möglichkeiten für die Planung und Gestaltung des gesamten Wohnraumes – und positioniert sich damit als zukunftsorientierter Akteur in einer Zeit, in der Küche und raumübergreifendes Wohnen immer mehr als Einheit gedacht werden. Als Architekturküche findet sich LEICHT im modernen, zeitlosen Gebäude wieder. Hier lässt das Unternehmen weder ästhetische Wünsche noch individuelle Bedürfnisse unberücksichtigt und bietet ein Maximum an gestalterischer Freiheit im raumübergreifenden Planungsszenario – vom offenen Küchenbereich, über den Wohnraum bis hin zu Badezimmerlösungen und zeitgenössischen Dressing-Rooms. LEICHT setzt mit der neuen Kollektion ein aussagekräftiges Statement, einen beispielhaften Entwurf der vielseitigen Möglichkeiten Wohnen in 2023 und darüber hinaus neu zu denken.

www.leicht.com

WETSCHER PENTHOUSE

So geht Gemütlichkeit



Mit der Neugestaltung seiner beliebtesten Ausstellungsfläche beweist das renommierte Tiroler Einrichtungshaus Wetscher abermals seine Kompetenz in der Zusammenführung von Handwerk und Design und weist zudem den Weg in die Zukunft der Holzverarbeitung.

Seit Jahren ist das Penthouse die Essenz der Wetscher Wohnphilosophie. Abseits von Klischees bringt es Tiroler Authentizität und internationales Design in Balance und spiegelt die hohe Expertise und Kreativität des Einrichtungshauses in Sachen Planung und Handwerkskunst wider. Seit Anfang Oktober präsentiert sich das Wetscher Penthouse wieder in einem neuen Look und steht damit nicht nur für den Zeitgeist, sondern auch für ein Lebensgefühl.

„Das Penthouse ist ein Ort der Inspiration, der den Besucher sofort erdet und der Seele Wärme und ein heimeliges Gefühl vermittelt."

Martin Wetscher

Eine bahnbrechende Entwicklung im Tischlerhandwerk spielt dabei eine maßgebliche Rolle: die Entwürfe werden vollständig digital gefräst – organische Rundungen werden möglich und lassen eine neue Dreidimensionalität zu. Dieser bedeutsame Wendepunkt im Produktionsprozess ist richtungsweisend für die Innenraumgestaltung. In höchster Präzision entstand so in den hauseigenen Werkstätten eine Einrichtung, die den Raum formt und wie gekleidet wirken lässt. Die raffinierte Wandvertäfelung aus linear gemaserter Tanne fließt von Wand zu Wand, von Boden zu Decke, öffnet sich für Nischen und Funktionen. Die elegante Beize in fein nuanciertem Grey nimmt der Tanne, Sinnbild für alpines Weichholz, ihre Bescheidenheit und sorgt zusammen mit den organischen Rundungen für ein fast mütterliches Gefühl von Wärme und Geborgenheit.

Eine ebenfalls von Wand zu Wand verlaufende Bank, der traditionellen Tiroler Stube entlehnt, verleiht dem Raum Tiefe. Die prominent platzierte Küche wurde um einen Bereich ergänzt, der heute aus

Fotos: Wetscher Wohngalerien

„Möbelklassiker geben einem Raum Format."

Martin Wetscher

dem Kochgeschehen nicht wegzudenken ist: die effiziente und funktional ausgestattete Hinterküche – eine Reminiszenz an die bewährte Speis oder Vorratskammer.

Mit sicherer Hand und Weitsicht setzt das familiengeführte Unternehmen Wetscher seit Jahrzehnten auf die renommiertesten internationalen Premiumhersteller. Das Penthouse versammelt die besten Möbel aus diesem Repertoire. Polstermöbel von Flexform, Cassina und B&B Italia, gekleidet in feinste Stoffe und warme Farben, stehen in wunderbarem Kontrast zu der in einem changierenden Grauton gebeizten Tanne. Ein fantastisches Bett von Wittmann erhält durch eine in den Wetscher Werkstätten gefertigte raumhohe Vertäfelung zusätzliche Opulenz.

FAZIT: Das Penthouse bestätigt, dass der Wohnraum nach wie vor repräsentativ sein soll, Gemütlichkeit und Komfort jedoch im Vordergrund stehen. Das Eigenheim ist nicht mehr herzeigbar aber unpraktisch, sondern ein warmes und ganz persönliches Nest. Das Schaffen dieser Individualität haben die Innenarchitekten von Wetscher durch das interessante Spiel mit Wohntypen perfektioniert. Das Interieur wird auf Charakter, Werte und Vorlieben seiner Bewohner abgestimmt. Wetscher nimmt nicht nur Maß am Raum, sondern auch am Stil des Menschen.

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 machen 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

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

SIEMATIC

Küchengeschichte, geprägt von SieMatic

Gegründet 1929 unter dem Namen August Siekmann Möbelwerke ist SieMatic heute eine weltweit etablierte Premiummarke. Der Markenname entstand in den 1960er Jahren unter August-Wilhelm Siekmann, der sich mit seinen visionären Ideen unter anderem für die Erfindung der grifflosen Küche verantwortlich zeigt.

Bis heute gelten SieMatic 6006 und SieMatic SL als Ikonen der Küchengeschichte, dank ihrem revolutionären Design und ihrer hohen Funktionalität. Heute hat sich das Spektrum des international orientierten Herstellers zu ganzheitlichen Einrichtungskonzepten gewandelt, die immer wieder Maßstäbe hinsichtlich Ästhetik, Individualität und Funktionalität setzen. Jüngste Beispiele sind die SieMatic SLX, die die grifflose Küche auf elegante Weise neu interpretiert, und die neue Stilwelt SieMatic Mondial.

Mit ihrer visionären Designsprache verbindet die neue SieMatic MONDIAL die Schlichtheit geometrischer Formen mit der Opulenz expressiver Materialien.

Internationale Partner erleben SieMatic MONDIAL und entdecken eine neue Stilwelt

Nach der Weltpremiere zur Milano Design Week 2022 gehen anlässlich der SieMatic ID Days 2022 im „August-Wilhelm Siekmann-Forum“ internationale Küchenspezialisten, Journalisten und Freunde des Interior Design auf eine emotionale Reise in die neue Stilwelt SieMatic Mondial. Eine Welt, die mit ihrer visionären Formensprache aus der Simplizität geometrischer Formen und der Opulenz expressiver Materialien einen inspirierenden Einblick in die Zukunft der Premium- und Luxusküchen von SieMatic gibt. Im Zentrum der ostwestfälischen Möbelherstellung und im Herzen der deutschen Küchenindustrie verwandelt SieMatic die Werksausstellung in eine globale Bühne für die Vorstellung innovativer Produkt- und Planungsneuheiten.

Organisch eingebunden in den architektonischen Kontext, öffnet sich die visionäre Formensprache der SieMatic MONDIAL in den Raum.

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

Fotos: SieMatic

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. Marken, die ihr eigenes Werteverständnis teilen und mit deren Werten sie sich identifizieren.

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 SieMatic MONDIAL ist ein Erlebnis, bei dem alle menschlichen Sinne angesprochen werden.

Selten wurden edle Natursteine und erlesene Hölzer so expressiv in die architektonische Inszenierung einer Küche eingebunden.

Opulenz, neu interpretiert

Wahre Persönlichkeit unterwirft sich keiner Norm. Das ausdrucksstarke Design der SieMatic MONDIAL spricht eine minimalistische, moderne und geometrische Formsprache ohne traditionelle Ornamentik und Stilistik. Mit kühnen Farben und Formen, gepaart mit expressiven Materialien und Materialstärken, transzendiert sie die Grenzen des Küchendesigns. Und öffnet eine emotionale Welt aus Opulenz, Simplizität und Sinnlichkeit.

Das faszinierende Zusammenspiel von Material, Form und Farbe verleiht der Küche eine außergewöhnliche Präsenz und lässt sie gleichzeitig mit der umgebenden Architektur verschmelzen. Form, vollendet. Erlesene Materialien und die vollendete Kunst ihrer Verarbeitung machen jedes Detail einer SieMatic MONDIAL sinnlich erfahrbar, die raffinierte formale Reduktion ihres Designs demonstriert Erhabenheit und Relevanz. In dieser expressiven Ästhetik fern jeder Ornamentik entsteht ein einzigartiger Ort, vollständig im Einklang mit seiner Umgebung. Und mit der Persönlichkeit ihrer Nutzer.

Die perfekte Symbiose von Raum und Küche

Organisch eingebunden in den architektonischen Kontext, öffnet sich die visionäre Formensprache der SieMatic MONDIAL in den Raum, erweitert den gestalterischen Horizont und weist damit weit über die Grenzen konventioneller Küchendesignkonzepte hinaus. In diesem visuell außergewöhnlichen Gesamtkunstwerk spiegelt sich eine selbstbewusste Großzügigkeit, in der nichts überflüssig wirkt. Ästhetik und Authentizität werden eins. Aus der ausdrucksstarken Kombination extravaganter Naturmaterialien entsteht eine beeindruckende visuelle und haptische Erfahrung. Jedes Detail einer SieMatic MONDIAL zelebriert meisterhafte Handwerkskunst, beweist tiefe Wertschätzung für höchste Qualität und zeugt vom unablässigen Streben nach maximaler Perfektion.

Eine Skulptur aus Expression und Reduktion

Selten wurden edle Natursteine, Hölzer und Lacke so expressiv in die architektonische Inszenierung einer Küche eingebunden. In der Kombination von geometrisch klaren Quadern und Halbkreisen und einer fein austarierten Balance von filigranen und massiven Elementen zeigt sich eine skulpturale Qualität von außergewöhnlicher Präsenz und höchster Wertigkeit. Das perfekte Halbrund der außergewöhnlich massiven Arbeitsplatte aus mystisch-dunklem Quarzit scheint über den filigranen Vitrinen mit ihren zerbrechlich wirkenden Glasfronten zu schweben. Ihre Proportionen definieren maßgeblich die expressive Designphilosophie einer SieMatic MONDIAL Küche.

www.siematic.com

MZE

MZE erhält ErgoSportive™ Exklusiv-Rechte von Ergomotion® für AT & DE

Das Netzwerk Wohnkultur erhält den Zuschlag für die begehrten Vermarktungsrechte! Die Kooperation mit Ergomotion® darf als Meilenstein einer langfristigen Innovationsstrategie von MZE verstanden werden.

MZE landet großen Coup in der Möbelbranche

Ein innovativer Partner, der ein exklusives Produkt am Markt angemessen platzieren kann – MZE ist für ErgoSportive™ von Ergomotion® dafür der richtige Partner! Der weltweit größte Anbieter motorischer Betten ging jüngst eine Partnerschaft mit der Weltmarke Garmin® ein. Die Marke Garmin® kennt weltweit fast jeder, durch innovative Sport-Wearables & Navigationssysteme. Gemeinsam mit den Experten für motorisiertes Smart Bedding von Ergomotion® haben die Tracking-Profis das Schlafsystem ErgoSportive™ entwickelt. Damit landet MZE einen echten Coup in der Sparte Schlafkultur und untermauert die innovationsgetriebene Kultur des Verbands.

Andreas Hemetsberger, Geschäftsleiter MZE Österreich & Südtirol dazu: „Die exklusiven Vermarktungsrechte durch den internationalen Player stehen für die Innovationskraft von MZE. Ohne unsere smarte Verbands-DNA und viele Pionier-Projekte im Bereich Digitalisierung und Trendscouting wäre diese Kooperation nicht zustande gekommen."

„Die exklusiven Vermarktungsrechte durch den internationalen Player stehen für die Innovationskraft von MZE."

Andreas Hemetsberger

- *Lt. Statistiken nutzen über 30 % der Konsumenten in DE Wearables*
- *Jahres-Absatz weltweit 2021: ≈ 534 Mio. Wearables*
- *Wearables & Tracking sind bereits Teil des Alltags*

MZE-Mitglieder vertreiben ErgoSportive™ stationär exklusiv

„Raus aus der Vergleichbarkeit!" – ist bei MZE ein Eckpfeiler aller Leistungen für Mitglieder aus dem Einrichtungs- und Bettenfachhandel. Die exklusiven Vermarktungsrechte im stationären Handel sind eine Steilvorlage. „Mit MZE können Fachhändler eine WELTNEUHEIT im wachsenden Markt des Trackings von Schlaf- und Gesundheitsdaten exklusiv vertreiben.", zeigt sich Hemetsberger begeistert.

ErgoSportive™ – Smartes Schlafsystem von Ergomotion®

Die Daten zum Schlafverhalten, welche mittels Sensoren im innovativen Bett von Ergo-

Fotos: MZE

motion® gesammelt werden, ergänzen die Daten von Garmin® Wearables, sodass durch die Kombination der beiden Technologien die Messung der Schlafqualität noch valider wird. Die ErgoSportive™-App liefert maßgeschneiderte Erholungsempfehlungen.

„Smarte, innovative Produkte mit Mehrwert sind die Zukunft. Davon sind wir bei MZE schon lange überzeugt. Der Megatrend Gesundheit & Fitness rückt nun bei Endverbrauchern auch die Optimierung der eigenen Regeneration in den Fokus. Mit ErgoSportive™ sprechen unsere Mitglieder eine Kundengruppe mit geringer Preissensibilität an und die Zielgruppe erfährt eine zusätzliche Verjüngung.“, erläutert MZE-Vertriebsleiter Helmut Stauner das Potenzial für Fachhändler.

Trendscouting erfordert facettenreiches Know-how

“Die Trends in der Möbelbranche werden zunehmend komplexer. Erfolgreiches Trendscouting geht weit über Farb- und Materialtrends hinaus. Nur wer technische und gesellschaftliche Entwicklungen auf dem Radar hat, kann dauerhaft erfolgreich wirtschaften“, betont Andreas Hemetsberger. So baut man bei MZE bewusst auch die Programmatik zu „nachhaltigem Wirtschaften“ weiter aus. Der breite gesellschaftliche Konsens für mehr Ethik & Verantwortung bringt den Fachhandel in eine gute Position, ist Hemetsberger überzeugt: „Der Fachhandel agiert bereits heute in vielen Bereichen nachhaltig und verantwortungsvoll. Dieses Potenzial voll auszuschöpfen ist eine der Aufgaben für das gesamte Netzwerk Wohnkultur – dieser stellen wir uns mit großer Dynamik!“

www.mze.at

Andreas Hemetsberger
MZE Geschäftsleiter
Österreich und Südtirol
Atterseestraße 40
A-4863 Seewalchen a. Attersee
T: +43 664 88431165
service@mze.at, www.mze.at

EUROPA MÖBEL HANDELSPARTNER

Wall Wohnen

Studiodesign

Das neue Wohnstudio im Herzen von Gallneukirchen ergänzt die Tischlerei und das Planungsbüro von Wall Wohnen perfekt. Der Familienbetrieb in zweiter Generation setzt auf Tradition in idealer Verbindung mit modernem Zeitgeist. „In der Einfachheit liegt die Schönheit", so das Motto von Geschäftsführer Klaus Wall. Die architektonische Studioplanung erfolgte in Zusammenarbeit mit einem Experten aus dem Pool der Europa Möbel Gruppe. Es wurde kein Detail dem Zufall überlassen und alle Warengruppen gekonnt in Szene gesetzt. Die bewusste Gestaltung der neuen Räumlichkeiten spiegelt die Individualität von Wall Wohnen wider.

Perfekte Inszenierung

Zusatzsortimente wie Böden, Stoffe und Beleuchtung aus dem Portfolio der Europa Möbel Lieferantenpartner zählen ebenso zu klaren Konzeptbausteinen. Die emotionale Ansprache der Kunden steht bei Wall Wohnen an oberster Stelle. Aus diesem Grund wurde die gesamte Ausstellung mit trendigen Accessoires perfekt in Szene gesetzt. Die Entscheidung fiel auch hier auf einen gelisteten Lieferanten der Europa Möbel Gruppe, der das gesamte Sortiment von Tischkultur über Living Accessoires bis Outdoor farblich fein abgestimmt anbietet.

Digitale Kompetenz

Mit digitaler Kompetenz, handwerklicher Kreativität und planerischem Weitblick bieten Klaus Wall und sein Team umfassende Einrichtungskonzepte. Durch detaillierte 3D Planung mit fotorealistischer Darstellung erhalten die Kunden eine beeindruckende Präsentation der neuen Innenraumgestaltung. In der hauseigenen Manufaktur werden alle Sonderanfertigungen und individuelle Kundenwünsche erfüllt. Darüber hinaus ermöglicht die digitale Europa Möbel Katalogdatenbank an allen Standorten von Wall Wohnen komfortablen Zugriff auf die aktuellen Kataloge, Verkaufspreislisten und Produktvideos.

www.wall-wohnen.at
www.europamoebel.at

Der Schauraum von Wall Wohnen und das Team in der Aktivküche.

Fotos: Fischerlehner

AEG

WARUM NICHT MIT ALLEN FREIHEITEN KOCHEN

Die neuen AEG FlexiBridge® XT 2in1 Induktionskochfelder geben Ihnen neue Möglichkeiten in der Küche – von der Planung und Gestaltung bis zum Kochen. Dank integriertem Dunstabzug mit intelligenter Auto-Funktion, individueller Kochzonen-Steuerung und My AEG Kitchen App-Anbindung via WLAN genießen Sie Freiheiten wie noch nie. Warum sich also mit einem Kochfeld zufriedengeben, das Ihnen weniger gibt.

FÜR ALLE DIE MEHR ERWARTEN

AEG.AT/FLEXIBRIDGE

MHK

MHK lud zum Online-Küchen-Event

Ostwestfalen und die A30 waren auch in diesem September wieder der Hotspot der Küchenindustrie. Für alljene, die nicht dabei sein konnten, streamte der MHK erstmals live vom Küchenhighlight via LinkedIn. Mit dabei: Trends und neue Produkte sowie die neuesten Entwicklungen von der küchenmeile 2022.

Am 20. September um 13.00 Uhr waren sie on air. MHK berichtete für seine Mitglieder live von der Küchenmeile. Dabei präsentierte man die neuesten Küchentrends 2023, interessante und einzigartige Produkte diverser Hersteller und vieles mehr.

Real war die MHK Group ja heuer erstmals mit dem MHK Forum auf Gut Böckel, in einer ehemalige Remise, präsent. Doch die vergangenen Wochen machten sich bezahlt, die Location wurde mit großen Glasfronten und modernster Technik ausgestattet und zog so mit ihrem plakativ aufgebrachten Messemotto „Impulse. Signale. Jetzt." schon von weitem die Blicke auf sich.

MHK-Österreich-GF Günter Schwarzlmüller mit Regionalleiter Andreas Kummer und Christian Landry (v.l.).

Österreicher mit dabei

Auch MHK Österreich, vertreten durch Günter Schwarzlmüller, Geschäftsführer MHK Österreich, sowie die beiden Regionalleiter Andreas Kummer und Christian Landry, nutzte die neue Location, um mit ihren Partnern aus Industrie und Handel ins Gespräch zu kommen. Zusätzlich eröffnete man mit der Live-Übertragung einen neuen Kanal: „Mit dem Online-Küchen-Event, das wir per LinkedIn gestreamt haben, wollten wir unseren Partnern im Küchenfachhandel hilfreiche Tipps für einen erfolgreichen Verkauf an die Hand geben", so Günter Schwarzlmüller. Neben Wissen rund um die Themen Küche und Küchenverkauf standen bei diesem Online-Küchen-Event aber vor allem die Trends und Highlights der Messe auf dem Programm, über die sich das Team von MHK Österreich im Vorfeld bei den verschiedenen Herstellern informiert hatte.

Kostenlos – der Zeit voraus

Ganz im Gegensatz zur amerikanischen „Masterclass" war die Teilnahme an dem Online-Küchen-Event kostenlos und für alle Interessierten offen. Die Intention entspreche jedoch jenem des US-amerikanischen Originals: „Mit neuestem Wissen sollen unsere Partner als Experten ihres Faches avancieren und ihrer Zeit voraus sein."

www.mhk-kuechenspezialisten.at

Foto: MHK Österreich

www.wohninsider.at

» Ihr direkter Draht in die Einrichtungsbranche

FÜR IHRE PLANUNG 2023:

Die wohninsider Mediadaten mit der Themenvorschau für 2023 einfach downloaden unter:
www.wohninsider.at/printausgabe/mediadaten.html
Oder hier anfordern: a.habliczek@wohninsider.at

Mediadaten 2023

CARAT

Neuer Look, bewährte Qualität

Sie ist für zahlreiche nationale und internationale Besucher ein absoluter Pflichttermin geworden: Die Herbstmesse in Ostwestfalen. Auch CARAT, Hersteller der gleichnamigen Küchenplanungssoftware, war wieder vor Ort in Rödinghausen und präsentierte effiziente digitale Softwarelösungen, die den gesamten Küchen-Verkaufsprozess durchgängig begleiten und unterstützen. Von der Planung bis zur fertig montierten Küche. Mit CARAT one feierte zudem der nächste Meilenstein in der cloudbasierten Planungssoftware Premiere.

Im jüngsten Zuwachs der CARAT-Welt fließen die neuesten Technologien und Innovationen zusammen und bieten einen ganzheitlichen Produktansatz. „Mit CARAT one bieten wir erstmals einen vollkommen orts-, zeit- und geräteunabhängigen Zugriff auf alle wichtigen Planungsinformationen, ohne die Planungssoftware selbst starten zu müssen“, erklärt CARAT-Geschäftsführer Andreas Günther. Konkret bedeutet das: Kommissionen und Kundendaten sowie Systemnummern- und Rechteverwaltung sind immer abrufbar, ganz unabhängig davon, wann der Küchenplaner wo ist und welches Endgerät er gerade nutzt. Mit einem beliebigen Internetbrowser auf dem Tablet beim Kunden vor Ort direkt die Kundendaten erfassen oder unterwegs auf dem Weg zum nächsten Kunden in eine Kommission schauen? Die Speicherung in der Cloud macht all das möglich.

„Mit CARAT one bieten wir erstmals einen vollkommen orts-, zeit- und geräteunabhängigen Zugriff auf alle wichtigen Planungsinformationen.

Andreas Günther, CARAT-Geschäftsführer

Optimierte und vereinfachte Prozesse stehen auch bei der technischen Auftragskontrolle (TAK) im Mittelpunkt, die die Dreieicher in Kooperation mit der Schüller Möbelwerk KG an den Start bringen. Dabei gleicht das CARAT Planungssystem vollautomatisch mit der Produktionssoftware von Schüller ab, ob eine Planung technisch konform ist. Eine wertvolle Unterstützung für Küchenverkäufer, um häufige Fehler automatisiert zu entdecken und unerwünschte Reklamationen und teure Nachbesserungen zu vermeiden. Nachdem mit CARAT service bereits Anfang dieses Jahres die digitale Brücke in den Bereich der Küchenmontage geschlagen werden konnte, kamen pünktlich zur Messe zwei wichtige Zusatzfunktionen bei dem Add-on auf den Markt. So lassen sich ab sofort mehrtägige Montageaufträge planen und vergeben. Zudem können Monteure entsprechend ihrer Qualifikationen und Aufgabenbereiche den jeweiligen Montagetätigkeiten zugeordnet werden. Beides Ergänzungswünsche vieler Nutzer von CARAT service, mit denen sich die Abwicklung von Montage- und Serviceterminen noch komfortabler abbilden und einteilen lässt.

Bekannt und bewährt, aber kein bisschen in die Jahre gekommen sind CARAT meeting und der CARAT planner, die in Ostwestfalen ebenfalls eine zentrale Rolle spielten. Auch wenn sich niemand von uns einen weiteren Coronawinter wünscht, bietet die Videoberatung über CARAT meeting im Fall der Fälle eine sichere Möglichkeit zum Austausch mit Interessenten und Kunden. Als Frequenzbringer für die eigene Webseite ist nach wie vor der CARAT planner ein wichtiges Tool zur Online-Kundengewinnung: Nachdem der potenzielle Küchenkäufer seine neue Traumküche damit denkbar einfach vorgeplant hat, werden Kontaktdaten und Planung an das Küchenstudio vor Ort übermittelt und können direkt in die CARAT-Planung übernommen werden.

Neben den Produktentwicklungen und Neuheiten präsentierte sich das Unternehmen aus Dreieich auch selbst in ganz neuer Optik. Der Auftritt im stimmungsvollen Ambiente von Gut Böckel, der Messeheimat von CARAT, hat sich durch das frische, moderne und geradlinige Design in Kombination mit dem modernen dunklen Blauton und dem leuchtenden Grün deutlich modernisiert. Ein Look, der den agilen Softwarelösungen des Unternehmens gerecht wird und es bestens für eine erfolgreiche Zukunft voller Innovationen aufstellt.

www.carat.at

Fotos: CARAT cloud © BullRun, Portrait © CARAT

OLINA

Partnertagung mit Top-Resonanz

Anfang Oktober trafen sich die olina-Partner zur Tagung in Meran. Diesmal bewusst ohne Industriepartner, aber mit viel Natur und guter Laune.

Es gab jede Menge Grund zum Feiern bei der Jahrestagung der olina-Partner Anfang Oktober. Nicht nur das Wiedersehen nach pandemiebedingter Pause wurde gefeiert, auch die Eröffnung der Studioerweiterung von Alexander Prossliner vor Ort in der Luis-Zuegg-Straße 56 war Anlass zum Zelebrieren. Von 30. September bis 2. Oktober traf man sich bei der ersten Tagung unter der Führung von Geschäftsführer Martin Laireiter.

„Der Kernwert von olina ist ein starkes Netzwerk mit intensivem persönlichem Austausch und Zusammenhalt."

GF Martin Laireiter

Laireiter: „Es ist diesmal eine Partner-Tagung mit der Betonung auf dem ersten Wort. Wir haben es in Absprache mit dem Beirat für wichtig empfunden, zum Kernwert von olina zurückzukehren. Und dies ist ein starkes Netzwerk, das durch intensiven persönlichen Austausch und Zusammenhalt entsteht. Das Veranstaltungsprogramm bietet hierfür genügend Platz, um das Versäumte der letzten Jahre nachzuholen."

Bewegen, Kommunizieren und mehr

Dass man etwas bewegen könne, war für olina schon seit der Gründung durch Wolfgang Allgäuer im Jahr 1998 Antrieb. Und so war auch heuer Kommunikation Trumpf bei der olina Meran Studioeröffnung, beim Wandern zur Waidmannalm-Alm oder bei der Weinkeller-Besichtigung in der City.Vinothek. Ein Highlight für die gut 50 Teilnehmer war der Partnerabend im exklusiven Schloss Restaurant Kallmünz, der von der außergewöhnlichen Südtiroler Sängerin Tracy Merano musikalisch umrahmt wurde.

Ehrung für die Treue

Den emotionalen Höhepunkt erreichte die Partnertagung bei der Ehrung langjähriger Franchisepartner, wobei Gerhard Pfister hervorzuheben ist. Dieser führte gemeinsam mit seiner Frau Marianne über einen Zeitraum von 20 Jahren sehr erfolgreich das olina Studio in Eben in Pongau. Mit Anfang des Jahres verabschiedet er sich in den Ruhestand. Die Jahrestagung 2023 soll dann wieder in gewohnter Form mit allen Industrie- und Dienstleistungspartnern stattfinden.

www.olina.com

Fotos: olina Franchise GmbH

Miele

SCHNELL AUF HÖCHSTLEISTUNG. SCHNELL KONTROLLIERT.

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

MEHR ENTDECKEN AUF MIELE.AT

KÜCHENTREFF

KüchenTreff Stainz feierte Neueröffnung

Sowohl Freunde und Partner des Hauses, als auch Ehrengäste aus Politik und Wirtschaft waren am 14. Oktober nach Pichling bei Stainz gekommen, um Inhaber Norbert Kölbl zur Neueröffnung seines KüchenTreff-Studios zu gratulieren.

Gemeinsam mit Shop-Leiterin Elena Kölbl wird Inhaber Norbert Kölbl fortan in Pichling 120 Küchenkultur zu besonderen Preisen unter der Flagge von KüchenTreff bieten. Zur Neueröffnung waren dann auch Vertreter aus Wirtschaft und Politik gekommen um zu gratulieren. Unter ihnen Franz Bahlmann, Geschäftsführer von KüchenTreff International, Dietrich Franz, Geschäftsführer von KüchenTreff Österreich, die Vizepräsidentin der WKO Steiermark Gabi Lechner, der WKO Regionalstellenobmann Deutschlandsberg Manfred Kainz sowie Bürgermeister Walter Eichmann und Gemeindekassier Ernst Kahr.

Auch für die Kulinarik war dank des Haubenkochs Johann Schmuck gesorgt. Obendrauf gab es für die Gäste ein Gewinnspiel, bei dem drei schöne Preise verlost wurden.

www.kuechentreff.at
www.kuechentreff-stainz.at

V.l.: Manfred Kainz (WKO Regionalstellenobmann Deutschlandsberg), Bürgermeister Walter Eichmann, Gabi Lechner (Vizepräsidentin der WKO Steiermark), Elena Kölbl (Storeleiterin KüchenTreff Stainz), Norbert Kölbl (Inhaber KüchenTreff Stainz), Franz Bahlmann (Geschäftsführer von KüchenTreff International), Dietrich Franz (Geschäftsführer von KüchenTreff Österreich).

V.l.: Gemeindekassier Ernst Kahr, Manfred Kainz (WKO Regionalstellenobmann Deutschlandsberg), Norbert Kölbl (Inhaber KüchenTreff Stainz), Elena Kölbl (Storeleiterin KüchenTreff Stainz), Gabi Lechner (Vizepräsidentin der WKO Steiermark), Bürgermeister Walter Eichmann.

Haubenkoch Johann Schmuck verwöhnte die Gäste kulinarisch.

Fotos: Kevin Gaber

INSPIRATION FÜR KÜCHEN-TRÄUME.

BLANCO UNIT
drink. prep. clean.

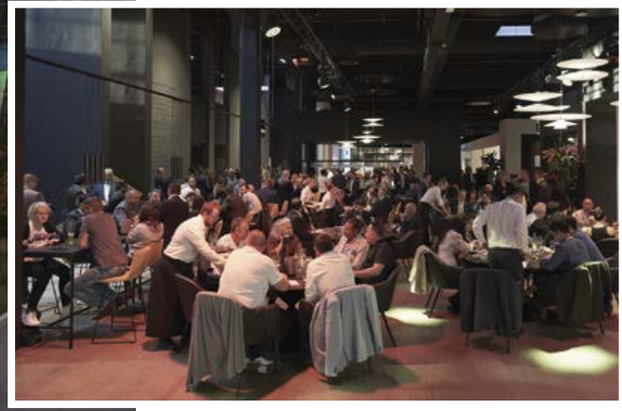
Die Armatur ist die Quelle der Küche – und der Schlüssel zur BLANCO UNIT.
Wasser ist das wichtigste Element in der Küche. Deshalb gehört die Mischbatterie zu den wichtigsten Ausstattungsmerkmalen und ist ein wesentlicher Bestandteil jeder BLANCO UNIT. So wird der Wasserplatz zur Quelle eines nachhaltigen Lebensstils, entspannter und effizienter Küchenarbeit und Ausdruck gehobener Einrichtungskultur. Lassen Sie sich von der perfekten Abstimmung von Armatur, Becken und Unterschrankorganisation innerhalb der BLANCO UNIT begeistern.
Eine Einheit, die alles an einem Platz vereint.
Mehr Informationen unter www.blanco.at

BLANCO

NOLTE KÜCHEN

Positive Signale: „Auch nach der Messe den Rücken stärken!“

Attraktive Produkte, ein Sortiment mit viel Planungsspielraum und Aktionen, die den Handel nachhaltig unterstützen: Diese Kombination sorgte im NOLTE FORUM für gute Stimmung bei den Gästen.



Volles Haus zur Hausmesse. Links das NOLTE FORUM.

Besucherzahlen wie vor der Pandemie bewiesen reges Interesse – nicht nur an den von der Natur inspirierten Neuheiten, sondern auch am Nachhaltigkeitsbericht, dessen Umfang beeindruckte. Das Motto NATÜRLICH NOLTE hatte die Neugier der Fachbesucher geweckt. Neben Nähe zur Natur versprach es ein attraktives Gesamtpaket, welches das Unternehmen zur logischen Wahl für den Handel machen würde. Viel positives Feedback zeigt: Das Versprechen wurde erfüllt!

Nachhaltigkeitsbericht macht Eindruck

Viele Besucher überraschte, dass der erste Nachhaltigkeitsbericht von Nolte Küchen nicht nur die Umwelt, sondern auch Unternehmensführung, Mitarbeiter und Gesellschaft zum Thema hat. Der ganzheitliche Ansatz stützt sich auf die Kriterien des Deutschen Nachhaltigkeitskodex (DNK). Die kritische Auseinandersetzung mit allen Bereichen macht Zusammenhänge deutlich, zeigt Erfolge auf und schärft den Blick für Verbesserungspotenzial. Eine gute Vertrauensbasis!

Grünes Licht für Planungsvielfalt

Auch BLACK GREEN kam gut an bei den Gästen. Die neue Trendfarbe präsentierte sich in wohnlichen Kombinationen mit Holzdekoren. Über das Mattlackkonzept hält sie Einzug in jeden Stil und durch MANHATTAN UNI lässt sie sich auch mit kleinerem Budget planen. Mit Vielfalt konnte auch nolteneo überzeugen. Ergänzt um die Option MatrixZERO, die ohne Griffprofile auskommt, war die Ausstattungslinie erstmals komplett im NOLTE FORUM zu sehen. Sie gibt Händlern die Möglichkeit, Planungen aus dem Kernsortiment mit Designelementen zu ergänzen und darüber mehr Umsatz zu generieren. Wer zudem auch Wohnbereiche und Bäder ausstatten möchte, fand Anregungen in den Themenbereichen Living und Nolte SPA. Geschäftsführerin Melanie Thomann-Bopp freut sich über die große Zustimmung: „Nolte Küchen bietet ein Portfolio, das viel Flexibilität einräumt und finanziellen Spielraum lässt. Gerade in unsicheren Zeiten ist das sehr wichtig. Wir gehen mit Respekt und Zuversicht ins neue Jahr und werden unseren Partnern natürlich auch nach der Messe den Rücken stärken!“

Nachhaltige Unterstützung im Marketing

Zum Support gehört ein umfangreiches Marketingpaket. Printbroschüren werden durch digitale Prospekte ergänzt, die Händler individualisieren können. Fotos, Videos und per Klick abrufbare Farbalternativen bieten Mehrwert und ermuntern dazu, einen Termin im Studio zu vereinbaren. Unterstützung gibt es außerdem für Anzeigen bei Google, Instagram und Facebook.

Wegen des großen Erfolgs setzt Nolte Küchen auch die Lichtaktion für Grifflosküchen fort und stellt hier umfangreiche Werbemittel zur Verfügung. Wer bei Planungen mit MatrixArt Licht für die waagerechten Griffspuren bestellt, erhält die Beleuchtung der senkrechten Griffspuren gratis dazu. Der Aktionszeitraum wurde bis 31.12.2023 verlängert (Datum des Auftragseingangs, für Planungen ab fünf Schränken).

www.nolte-kuechen.com

Fotos: Nolte Küchen

Verändert Ihre Sicht auf Küchenarmaturen

Einfach drehen - und das Wasser läuft ab

Die neue Active L Twist
Die Armatur dient dazu, Wasser ins Becken einzulassen, oder?
Nicht nur. Denn die Active L Twist lässt das Wasser auch wieder ab.
Durch Drehen an der Armatur – einfach, sicher und hygienisch.
Die Hände bleiben sauber und trocken!
Die Active L Twist von Franke – sie verändert einfach alles.
Entdecken Sie mehr auf Franke.de

FRANKE

BALLERINA

Lebensraum Ballerina: Perfektion. Faszination.

Küche, Wohnen und Einrichten verschmelzen. Für viele bedeutet Leben Selbstverwirklichung im Zuhause. Dieses fordert eine Individualität der Produkte.

Gerade in schwierigen Zeiten bekommt das Zuhause immer mehr Bedeutung. Es bedeutet Sicherheit. Im Zuhause möchte man die Vollendung der Selbstverwirklichung finden und Faszination erleben.

Optimale Ausnutzung der Raumhöhe: SPACE+ – neues Hochschranksystem

Die Menschen werden größer und die Räume höher. Das lichte Maß der Neubauten liegt in Deutschland bei 240-250 cm. In Holland sind die Bauvorgaben sogar 260 cm. Viele Küchen in den offenen Wohnplanungen beinhalten eine Hochschrankwand und eine Insel. Die Hochschrankwand dient als Stauraum und wird oft in die Wand eingekoffert, um eine klare Linie zu gestalten. Dieses lässt sich jetzt von jedem Ballerina-Stützpunkthändler einfach und mit perfekter Linienführung planen. Mit dem neuen Hochschranksystem SPACE+ kann die Hochschrankwand mit individueller Linienführung bis 270 cm hoch geplant werden. Das ermöglichen die neuen Hochschrank-Korpushöhen von 234 cm, 247 cm und 260 cm. Diese Höhen setzen sich aus zwei unterschiedlich hohen Korpusteilen, die den gewünschten Planungslinien angepasst werden, zusammen.

Hochschrankwand mit individueller Linienführung bis 270 cm.

Der ideale Raumteiler: FREE-Elements

Die Ballerina-FREEWORLD wird um die FREE Elements erweitert. Die ausdrucksstarken Solisten schenken dem Einrichtungskonzept das Tüpfelchen auf dem i – das gewisse Etwas. Von innen beleuchtete Vitrinenschränke mit eleganten, durchgehenden Metallrahmen-Glastüren werden zum strahlenden Blickpunkt. Die Glasschränke und Glasregale stammen aus der hochwertigen Manufaktur Ars Nova und werden individuell für Ballerina gefertigt. Damit wird das Ballerina-Sortiment für den Kompletteinrichter abgerundet.

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

Die Ballerina-FREEWORLD wird um die FREE Elements erweitert.

Fotos: Ballerina

Technik fürs Leben

BOSCH

Die neuen Dampfbacköfen von Bosch.

Mit den innovativen Dampfbacköfen geht gesünder Kochen jetzt noch einfacher!
Die Dampf-Funktion Plus beispielsweise gart Lebensmittel bei bis zu 120 °C. So lassen sich Gerichte nicht nur schneller, sondern auch schonender und gesünder zubereiten.

Mehr erfahren unter **www.bosch-home.at**

ROTPUNKT KÜCHEN

Vielfalt einfach planen

Dem Handel Vielfalt für individuelle Umsetzungen bieten und gleichzeitig den Planungsaufwand reduzieren. Vor diesem Hintergrund präsentierte Rotpunkt Küchen zur Küchenmeile neue Produktlösungen und Planungsideen für das Kollektionsjahr 2023.

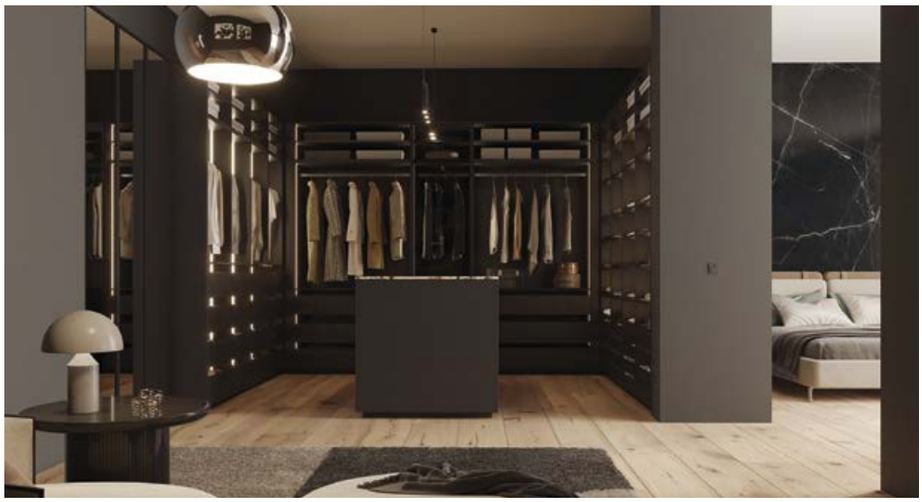
„welcome home!“ – lautete das Motto zur Hausmesse und das Unternehmen zeigte Neuheiten rund um Planung, Oberflächen und Technik. Dabei stehen auch Räume über die Küche hinaus im Fokus. Zum Beispiel neu das Ankleidezimmer. Rotpunkt stellt zum Thema „Dressing Rooms“ ein einfach umsetzbares System vor, das sich von der Logik an der Planung einer Rotpunkt Küche orientiert, die Stärken des Küchenprogramms nutzt und trotzdem mit eigenständigen Lösungen die individuellen Bedürfnisse dieses speziellen Einsatzzweckes erfüllt. Prägendes Gestaltungselement ist unter anderem ein vertikales Lichtsystem, das sich durchgehend in der kompletten Höhe in den Korpus integriert.

Den Anspruch einer einfach zu nutzenden Vielfalt erfüllt auch die neue Innenausstattung für Schubkästen und Auszüge aus massiver Eiche. Das modulare System „Drawer Solutions“ kann individuell und als Set geplant werden. Aus den Neuheiten rund um Oberflächen, Farben und Materialien sticht besonders die neue Front „Loft Oak“ mit Synchronpore hervor. In drei Farbstellungen ermöglicht die feine Eiche-Optik mit wahlweise horizontaler oder vertikaler Linienführung wohnliche und natürlich wirkende Planungen von hoher Eleganz. Als zeitgemäße Kombinationspartner bieten sich die neuen Trendfarben „Beach Grey“ und „Velvet Green“ an.

„Dressing Rooms“ – bewährte Stärken nutzen

Neue Räume entdecken über die Küche hinaus. Oder kurz: „more than kitchen“. Diese Strategie zur Erschließung weiterer Umsatzquellen füllt Rotpunkt Küchen schon seit mehreren Jahren mit Leben. Mit Lösungen für den Hauswirtschaftsraum, das Bad und die Garderobe. Nun kommt das Ankleidezimmer dazu. Dafür hat Rotpunkt die bewährten Stärken der Kücheneinrichtung mit den vielfältigen Planungsoptionen auf den neuen Einsatzzweck übertragen. Und dabei die Komplexität verringert, um die Planung zu vereinfachen. Mit angepassten und zugleich eigenständigen Lösungen, die sich an die speziellen Bedürfnisse im „Dressing Room“ orientieren. Dazu zählen schwarze, kratzfest gummierte Kleiderstangen, ein spezieller Hosenhalter-Auszug, elegante Glasablagen sowie Auszüge in verschiedenen Höhen und individuell anpassbaren Breiten. Auch in der Höhe beweist das System Flexibilität: Für die optimale Raumnutzung können die Hochschränke wahlweise in Höhen von 2080 mm oder 2340 mm geplant werden. Auf Wunsch lässt sich der Stauraum erweitern: mit zusätzlichen Aufsatzelementen. Die Möbel sind wie aus der Küche gewohnt mit allen notwendigen Bohrungen versehen. Geplant werden kann das

Fotos: Rotpunkt Küchen



grundsätzlich offen konzipierte System auch geschlossen mit durchgehenden Fronten. In beiden Varianten stehen alle 24 Korpusfarben des Rotpunkt-Sortiments zur Verfügung. Ein besonderes Gestaltungselement im „Dressing Rooms"- Konzept sind vertikale Lichtleisten, die sich durchgehend und flächenbündig in den Möbelkorpus integrieren.

Sven Herden, Geschäftsführer Marketing und Vertrieb, erläutert: „Mit ‚Dressing Rooms' bieten wir unseren Handelspartnern ein rundes Gesamtpaket auf Rotpunkt-Standard. Es orientiert sich an der bekannten Logik des Küchenmöbels, ist aber ein eigenständiges Produkt."

Grifflos im Hauswirtschaftsraum

Die Strategie „more than kitchen" bezieht Rotpunkt auch auf den Hauswirtschaftsraum. Das Ausstattungsprogramm wurde im vergangenen Jahr erweitert und standardisiert. Nun erfährt es eine weitere Aufwertung. Neu können die Möbel auch in einer grifflosen Linie geplant werden.

Drawer Solutions

Kundenzufriedenheit hat viele Quellen, die Qualität der Innenausstattung gehört dazu. Mit der Messeneuheit „Drawer Solutions" bringt Rotpunkt ein hochwertiges modulares System aus massiver Eiche für Schubkästen und Auszüge. Es umfasst Einsätze und Trennstege in verschiedenen Breiten und Tiefen für Besteck, Gewürze und Kleinteile aller Art. Ebenso Organisationselemente für den sicheren Stand von Tellern und Schüsseln. Sämtliche Elemente lassen sich individuell kombinieren und anordnen. Parallel stehen vorkonfigurierte Sets für die gängigen Schubkastenbreiten zur Verfügung. Inklusive spezieller Funktionselemente wie Messerblock, Kaffeekapselhalter oder Folienabreißer. „Drawer Solutions" hat das Potenzial, den Durchschnittserlös pro Küche weiter zu steigern, betont Rotpunkt Küchen. Das System böte Vielfalt für kundenindividuelle Lösungen und sei dennoch einfach zu planen.

„Loft Oak" für elegante und natürliche Planungen

Aus den aktuellen Oberflächenneuheiten sticht die neue Front „Loft Oak" hervor. Die feine Eiche- Optik mit wahlweise horizontaler oder vertikaler Linienführung ermöglicht besonders wohnliche und natürlich wirkende Planungen von hoher Eleganz. Dank Synchronpore fühlt sich die Nachbildung wie Echtholz an. Und das an der Innenseite der Küchenfront genauso wie außen. Drei Farbstellungen stehen zur Verfügung: die helle Umsetzung „Loft Nature Oak", die in mittleren Brauntönen gehaltene Version „Loft Brown Oak" sowie für dunkle Optiken „Loft Black Oak".

Trendfarben „Beach Grey" und „Velvet Green"

Als besonders kombinationsstark mit warmen Holzoptiken zeigen sich die beiden neuen Trendfarben „Beach Grey" und „Velvet Green". Bei „Beach Grey" handelt es sich um ein sandiges Grau. Der neue Farbton steht durchgängig für alle Frontausführungen in Melamin, Schichtstoff und Lack sowie als Kopusfarbe zur Verfügung. Markant und doch zurückhaltend präsentiert sich der neue Mattlack-Ton „Green Velvet". Die integrierte Antifingerprint-Funktion zeigt, dass auch Lackoberflächen widerstandsfähig sein können.

www.rotpunktkuechen.de

MHK. MEIN KÜCHENSPEZIALIST

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

Als MHK Partner profitieren Sie von:

- einem gebündelten **Einkauf**
- **attraktiven Eigenmarken** zu **top Konditionen**
- einer **eigenen Planungssoftware**, die Küchenträume realisiert
- **maßgeschneiderten Marketing-konzepten**

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

SACHSENKÜCHEN NACHBERICHT ZUR KÜCHENMEILE 2022

Messethema: „Green Living“

Nachhaltiger Konsum ist Megatrend! Über die zukünftigen Möglichkeiten konnten sich die knapp 700 Besucher (35 % mehr als im Vorjahr) auf dem Messestand der Firma Sachsenküchen im KCL überzeugen.

Als klimaneutraler Hersteller hat das Unternehmen in diesem Jahr zur Küchenmeile den Fokus auf besonders nachhaltige Materialien gerichtet. Möbeloberflächen mit Linoleum und geölte Furniere sind ein Musterbeispiel nachhaltigen Denkens. Sie strahlen außerdem ein sehr hohes Maß an Natürlichkeit aus und bestechen durch ihre wertige Oberfläche sowie durch ihre besondere Haptik. Neben verschiedenen Sortimentserweiterungen im Bereich der Holz- und Steindekore, sowie bei den metallischen Poymergläsern, wurde auch das LED-Leuchtensortiment weiter ausgebaut. Abgerundet wurde die Präsentation durch die Vorstellung des ab dem 01.01.2023 gültigen digitalen Verkaufshandbuches. Dieses ergänzt zunächst die gedruckte Version und besticht mit sehr gut durchdachter Suchlogik und einer Reihe interessanter Zusatzfunktionen. Die Zukunft ist nachhaltig und digital!

Unser Leben wird „grüner“! Damit ist weniger die Farbe, sondern eher das Synonym für ein nachhaltiges und umweltbewusstes Wirtschaften gemeint. Es geht nicht mehr nur um schneller-höher-weiter, sondern um die Art und Weise wie wir unsere Ziele erreichen, egal ob bei der industriellen Produktion von Gütern oder beim privaten Konsum.

„Als Hersteller hochwertiger Möbel ist uns das schon lange bewusst. Bei Sachsenküchen ging es noch nie um ‘Masse’, sondern schon immer um ein ausgewogenes Wachstum mit starkem Fokus auf Qualität und Nachhaltigkeit. Unsere Möbel sollen ihre ‘Bewohner’ über viele Jahre glücklich machen. Aus diesem Grunde haben wir unsere Produktion bereits 2018 mit der Umstellung auf die ‚Stückzahl 1 Fertigung‘ voll auf die Erfüllung individueller Kundenwünsche umgestellt. Umfangreiche Investitionen in modernste Technik ermöglichen uns heute eine hoch effiziente Fertigung individueller Einrichtungen für

Das Modell LEONA mit einer Oberfläche aus Linoleum ist das innovative Highlight der neuen Kollektion von Sachsenküchen. Die Schmalflächen der Möbelelemente sind mit Furnierkanten belegt, deren Oberflächen ausschließlich mit Naturölen behandelt werden.

Fotos: Sachsenküchen

Neu im Sortiment ist eine Lichtreling mit Glasablage und diversem Zubehör.

Küche, Wohnen und Bad“, sagt Elko Beeg, Geschäftsführer Sachsenküchen.

CO_2-neutraler Hersteller

Seit Anfang 2022 ist Sachsenküchen als CO_2-neutraler Hersteller zertifiziert. Damit wurden die Nachhaltigkeitsbemühungen nun auch offiziell gewürdigt. Es lag also nahe „Green Living“ dieses Jahr zum Messethema zu machen. Doch was sind die Bausteine eines „grünen Lebens“ und wie geht Sachsenküchen als Hersteller damit um? Elko Beeg: „Um diese Frage zu beantworten haben wir den Menschen mit seinen Wünschen und Bedürfnissen wieder ins Zentrum unseres Handelns gerückt. Im Rahmen unseres Lebensstilkonzeptes haben wir in diesem Jahr den Self-Balancern, Free-Agern und Sinn-Karrieristen jeweils ein Appartement gewidmet. Diese drei Lebensstiltypen repräsentieren laut Zukunftsinstitut rund ein Drittel der deutschen Bevölkerung, mit steigender Tendenz.“

Möbeloberflächen aus Linoleum

Die Neuheiten für 2023 orientieren sich maßgeblich an natürlichen Materialien und Oberflächen. Besonderes Highlight sind Möbeloberflächen aus Linoleum. Dieses Produkt hat bereits eine sehr lange Geschichte als Belag für Fußböden. Mehr als 3/4 der verwendeten Rohstoffe für Möbellinoleum wachsen innerhalb von wenigen Jahren nach. Bis zu 98 % der Inhaltsstoffe sind natürlichen oder mineralischen Ursprungs. Im Vergleich zu fossilen Rohstoffressourcen, die nur begrenzt zur Verfügung stehen, sind nachwachsende Rohstoffe nahezu unendlich verfügbar. Doch das ist nur die eine Seite, auch die Produkteigenschaften können sich sehen lassen. Möbellinoleum zeichnet sich durch eine unverkennbare Haptik und durch eine seidenmatte, angenehm warme, elastische Oberfläche aus. Dank der natürlichen Rohstoffe, aus denen das Produkt gefertigt wird, ist es von Natur aus antistatisch, lichtecht und es ist unempfindlich gegen Fingerabdrücke. Außerdem sind Oberflächen aus Linoleum leicht zu reinigen.

Die Schmalflächen der Möbelelemente werden bei Sachsenküchen mit Furnierkanten belegt deren Oberflächen ausschließlich mit Naturölen behandelt werden. Auf diese Weise entsteht ein neues einzigartiges Produkt mit herausragenden Eigenschaften und einer unverwechselbaren Haptik. Angeboten werden neun Trendfarben die sich alle am Farbkonzept von Sachsenküchen orientieren. Sowohl das Linoleum, als auch die geölten Oberflächen lassen sich mit einfachen Mitteln wieder aufarbeiten. Auf diese Weise entsteht ein Produkt welches wie geschaffen für die Verwendung in der Küche, im Wohnbereich, im Bad oder im Homeoffice ist.

LEONA, ADINA und RITA

Das Modell LEONA ist somit das innovative Highlight der neuen Kollektion von »

MZE
NETZWERK WOHNKULTUR

**MEHR SERVICE.
MEHR ERFOLG.**

„Die exklusiven Vermarktungsrechte durch einen internationalen Player wie Ergomotion®, in Kooperation mit Garmin®, unterstreichen die Innovationskraft von MZE. Ohne unsere smarte Verbands-DNA und viele Pionier-Projekte im Bereich Digitalisierung wäre diese Kooperation nicht entstanden.“

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

www.mze.at

Sachsenküchen und es unterstreicht im Rahmen des Gesamtkonzeptes eindrucksvoll den Anspruch des Besonderen. Doch auch die weiteren Neuheiten und Ergänzungen der Kollektion können sich sehen lassen. Dazu zählen unter anderem zwei neue „metallische Glaslaminate“ mit den farbgleich dazugehörigen Jalousieschränken. Diese ergänzen das Modell ADINA um zwei weitere matte, metallische Farben. Mit seiner hervorragenden Optik und seiner Robustheit gehört das Modell bereits seit vielen Jahren zu den Rennern in der Kollektion von Sachsenküchen. Die Jalousieschränke aus dem gleichen Material ermöglichen eine homogene Planung ohne farblichen Kompromiss.

Mit dem Modell RITA gibt es nun auch die Möglichkeit, eine senkrechte „optische Rille“ mit guten Pflegeeigenschaften zum attraktiven Preis anzubieten. Wer es hochwertig mag bekommt die „echte Rille“ in Eiche oder Nussbaum als furnierte Variante. Bei den Rillen kann der Kunde zwischen Schwarz und farbgleich im jeweiligen Beizton wählen.

Zubehör

Beim Zubehör geht es vor allem um das Thema Licht. Neu im Sortiment ist eine Lichtreling mit Glasablage und diversem Zubehör. An ihrer Rückseite verfügt sie über eine verdeckte Laufschiene, in der verschiedene Accessoireträger leicht laufend hin- und hergeschoben werden können. In der Küche lockert die Lichtreling die Nische auf und setzt Küchenutensilien, Papiertücher oder Gewürzdosen mit indirektem Lichtschein atmosphärisch in Szene. In anderen Räumen wird die Lichtreling zum Akzent setzenden Gestaltungsmittel und nimmt Schlüssel, Smartphone, die Tagespost oder auch Schals und Jacken gleichermaßen elegant auf. Sämtliche elektronischen Bauteile sind integriert, was die einfache Aufputzmontage möglich macht. Verdeckt positionierte Steckdosen für Netz- und USB-Stecker erweitern die Funktionalität und machen die Lichtreling zu einem vielseitig nutzbaren Designobjekt für alle Räume.

Das neue digitale Verkaufshandbuch

Abgerundet wurde die Präsentation der Neuheiten mit der Vorstellung des neuen digitalen Verkaufshandbuches. Ab Jänner 2023 wird es die umfangreiche Produktpalette der Firma Sachsenküchen auch in digitaler Form geben. Die Vorteile liegen hier klar auf der Hand, zunächst wird die Artikelsuche deutlich vereinfacht. Angefangen von der Volltextsuche bis hin zur Suche über diverse Filter wie Abmessungen oder Funktionen der Artikel wird die Suche auch für neue Verkäufer zum Kinderspiel. Doch damit nicht genug, zu jedem Artikel werden Ausführungsvarianten und passendes Zubehör direkt angezeigt. Auch Zusatzinformationen wie z.B. Planungs- oder Pflegeinformationen sowie Bilder und Videos sind direkt am Artikel verfügbar. Entwickelt wurde das digitale Verkaufshandbuch gemeinsam mit der Firma GO-2B aus Gütersloh. „Für uns ist die Zukunft digital“, so Geschäftsführer Elko Beeg. „Natürlich werden wir unseren Kunden den Übergang erleichtern indem wir zunächst weiterhin ein gedrucktes Verkaufshandbuch als Alternative zum digitalen Handbuch anbieten. Das erste Feedback auf der Messe zeigt jedoch eine sehr positive Resonanz auf die digitale Variante. Wie wir von GO-2B noch auf der Messe erfahren haben wird auch die Integration des digitalen VKH in das Planungsprogramm WINNER bis Ende des Jahres verfügbar sein. Weitere Vorteile wie z.B. die unterjährige Aktualisierung der Artikelstruktur oder ergänzende Planungsinformationen sprechen ebenso für eine digitale Lösung. Zu guter Letzt ist der Druck von tausenden Verkaufshandbüchern, mit einer Aktualität von 12 Monaten, wenig nachhaltig. Wir sind davon überzeugt, dass wir mit der Einführung des digitalen Verkaufshandbuches einem globalen Trend folgen, der sich in den nächsten Jahren in der gesamten Branche durchsetzen wird.“

www.sachsenkuechen.de

Mit dem Modell RITA gibt es nun auch die Möglichkeit, eine senkrechte „optische Rille“ mit guten Pflegeeigenschaften zum attraktiven Preis anzubieten.

KÜCHEN-CONTEST
DER JÄHRLICHE DESIGN- &
PLANUNGSWETTBEWERB
DES KÜCHENRINGS

KÜCHENPLANER DES JAHRES

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

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

DER KÜCHEN RING

WWW.KUECHENRING.DE

EWE

„Wir wollen Themen setzen“

Ende September präsentierte ewe im Rahmen seiner Open Days sein neues Küchenkonzept Nordic. Für Geschäftsführer Andreas Hirsch und Marketing-Leiterin Anna Mayerl ein großer Wurf und die Erfüllung einer der Ansprüche, die das Unternehmen aus Wels an sich selbst hat: Nämlich am Küchenmarkt Zeichen zu setzen und Begehrlichkeit zu erzeugen. Von Gerhard Habliczek und Lilly Unterrader

Bei ewe tut sich einiges, als wir im Rahmen der Open Days Ende September in der Zentrale in Wels vorbeischauen. Das Haus ist gut gefüllt, alle Mitarbeiter sind in gebuchten Gesprächen oder begehen und begreifen die neue Küchenausstellung des heimischen Herstellers. Im Fokus steht dabei ganz klar das Modell Nordic, womit, wie Geschäftsführer Andreas Hirsch stolz unterstreicht, „etwas sehr Eigenständiges geschaffen“ wurde, wo „man auch wirklich hinschaut.“ Nordic ist geprägt durch ein neues Design, ein Inframekonzept, das die einzelnen Elemente (symmetrisch) teilt, sodass kubische Formen entstehen. Das Konzept ist so erdacht, dass es rundherum angewandt werden kann, der Griff oben bildet jeweils den Abschluss jeden Elements. Gleichzeitig verfolgt ewe damit auch das Konzept des ganzheitlichen Einrichtens, denn es lässt sich auf die Bereiche Wohnen, Bibliothek, Leselounge etc. ausdehnen. Nordic gibt es auch in der Lightvariante, die ohne Zwischenwangen auskommt und einen etwas ruhigeren Gesamteindruck vermittelt. Dazu passend wurde auch eine neue Echtholzfurnier in der Farbe Eiche Nordic entworfen. – Die Tendenz gehe somit weg von Oberflächen wie Asteiche, vielmehr werden sie ruhiger. Nordic gibt es in insgesamt sieben Farben, darunter Karamell, Eiche dunkel oder Steineiche. Ebenfalls auf das Konzept abgestimmt wurde eine neue Arbeitsplatte in Sandsteinoptik. Nordic fällt in die Preisgruppe der furnierten Küchen.

Open Days statt klassischer Hausmesse

Nordic war jedoch nur eines der Themen, die bei den diesjährigen Open Days von 28. September bis 6. Oktober präsentiert wurden. Warum hatte man sich für diese Präsentationsform entschieden? Hirsch: „Entstanden ist es aus einer Notwendigkeit heraus, weil in den Pandemiejahren keine Hausmesse möglich war. Das Konzept wurde weitergeführt und entzerrt die klassische Hausmesse. Und es bietet viele Vorteile – denn wir können somit viel mehr Qualität in die Gespräche und Kontakte mit den Händlern reinbringen. Es hat einen sehr persönlichen Charakter und die Resonanz zeigt uns, das wird von der Branche sehr geschätzt.“ Hirsch unterstreicht in diesem Zusammenhang, dass es mit der

ML Anna Mayerl unterstützt mit ihrem Team die Fachhandelspartner bei der Individualisierung z.B. ihrer Social Media-Auftritte.

An den sechs Open Days Tagen zählte ewe knapp 200 Fachhandelspartner und rund 600 interessierte Besucher in der neuen Küchenausstellung in Wels.

Fotos: ewe

Das Konzept Nordic funktioniert auch als Mix&Match. Ein Flutglas in Rillenstruktur, ein Metallsockel ergänzen die Optik. Die Oberfläche von Nordic ist eine gebeizte Echtholzfurnier, die dann durch Klarlack einen geölten Charakter vermittelt.

Präsentation der Neuheiten nicht getan ist, denn „wir sprechen dabei auch gleich darüber, wie setzen wir das um, wie bringen wir das auf die Straße?“

Marketing-Leiterin Anna Mayerl ergänzt: „Wir haben für unsere Partner einen Full-Service-Support in Sachen Marketing. Einerseits treten wir selbst als Marke sehr medienwirksam auf, setzen schon seit Jahren auf Themen wie Nachhaltigkeit. Im Herbst läuft mit „Genau meine ewe“ über verschiedene Kanäle eine neue Kampagne, die zeigt, dass sich Design und Individualität ergänzen! Die Botschaft an die Kunden ist klar: Egal, welcher Typ ich bin, ich werde bei ewe die richtige Küche finden.“ Aber ewe bietet seinen mittlerweile rund 450 Handelspartnern auch kostenlose (!) Unterstützung beim eigenen Auftritt. Mayerl: „Wir bereiten Content sehr exklusiv auf, bieten Beratungsleistung auf Agenturniveau, können etwa den Social Media-Auftritt individualisieren.“ Denn, weiß Mayerl aus vielen Gesprächen, viele Händler hätten zwar die Kanäle, aber keine Zeit oder auch den Mut, diese entsprechend und ansprechend zu bespielen. Mayerl: „Wir zeigen, dass es sehr sinnvoll ist, da einmal etwas Zeit zu investieren, um langfristig präsent zu sein. Und dafür benötigt es nur – und ich sage das mit Absicht – ein bisschen Kleingeld. Mit unserer kostenlosen Beratung dazu klappt dann der perfekte Werbeauftritt einwandfrei.“ Denn viele Kunden stellten sich zum Beispiel über Pinterest sog. Pinnwände zusammen oder suchten Details, und das führe dann direkt in Fachhändlerberatungsleistung bzw. Planung. Und sie räumt dabei auch gleich mit einem Irrglauben auf: „Viele Leute glauben, mit Social Media erreicht man nur die ‘Jungen’. Das stimmt jedoch nicht, ganz viele unserer User sind 50+ und Küchen-interessiert.“

In jedem Fall sollte aber am Ende jeder Kunde die perfekt auf seine Bedürfnisse und Wünsche zugeschneiderte Küche bekommen. Wenn das erfüllt wird, dann erlebt der Kunde die Freude an seiner Küche jeden Tag aufs Neue ...

www.ewe.at

Fragen und Antworten zur Branche mit Andreas Hirsch

GF Andreas Hirsch sieht ewe in der Verantwortung, Themen am Markt zu setzen.

Ist die küchenwohntrends 2023 für ewe ein Thema?
Andreas Hirsch: Wir hören den Ruf aus der Branche und wir evaluieren die Messe jedes Mal aufs Neue. Es muss jedoch in unsere Planung passen. Für die vergangene Ausgabe im Frühjahr waren wir angemeldet, aber die Terminverschiebung in den Herbst hat dann einfach nicht mehr gepasst für uns. Für die kommende Ausgabe sind wir in Gesprächen, aber ich möchte noch nicht dem Ergebnis vorgreifen.

Wie sieht Ihrer Meinung nach aktuell der Küchenmarkt aus?
Ich beobachte eine Zweiteilung des Marktes. Im Einstiegssegement ist das Kaufverhalten schon seit geraumer Zeit sehr zurückhaltend. Im guten Fachhandel mit Premiumprodukten kommt das vielleicht mit Verzögerung oder hoffentlich auch gar nicht in diesem Ausmaße zum Tragen.

Wie hat sich ewe in diesem Markt entwickelt?
Wir haben uns in den vergangenen sehr starken Jahren doppelt so stark entwickelt wie der Markt. Und wir wollen auch weiterhin Marktanteile gewinnen und die eigene Performance steigern.

Welche Bedeutung hat ewe am heimischen Küchenmarkt?
Wir sehen uns als ewe auch in der Verantwortung, Markenthemen vorantreiben. Wir sehen ewe als DIE heimische Küchenmarke im Premiumsegment im guten Fachhandel. Und da reicht es nicht, nur neue Dekore zu präsentieren, wir müssen Themen setzen und Gusto auf Küche machen.

BAUMANN GROUP

Macht Gutes einfach besser

Die baumann group startete die diesjährige Hausmesse unter dem Motto: „Bleibt alles anders!“ Der Fokus lag heuer auf technischen Neuerungen. Diese werden Händlern das Leben leichter und es für ihre Kunden noch schöner machen. Auch bei Service und Schulungen wird Bewährtes aus neuen Blickwinkeln gedacht. Badkunden erwartet derweil eine komplett neue Kollektion.

AMSTERDAM Basalt Grey mit BERLIN Silk seidenmatt.

Für Geschäftsführer Matthias Berens war diese Messe mehr als „nur“ eine Ausstellung. „Die Messe ist wie eine kleine Auszeit vom für uns alle gerade sehr herausfordernden Alltag. Ich bin froh, dass wir in diesem Jahr keine großen Küchenneuheiten haben und uns darauf konzentrieren konnten, Gutes einfach besser zu machen. Die Kollektionen, die wir im vergangenen Jahr vorgestellt haben, sind ja noch immer sehr erfolgreich. Dass wir nur hier und da an Stellschrauben gedreht haben, gibt unseren Partnern Sicherheit und uns Gelegenheit, mehr Gespräche zu führen, bei denen es nicht ausschließlich um Farben, Oberflächen oder neue Platzierungen geht. Zuhören, unterstützen und zusammenhalten ist aktuell wichtiger denn je.“

Durchgängig und mit Durchgängen planen

Bereits letztes Jahr kamen die Korpushöhen von 845 mm bei BAUFORMAT und 796 mm bei burger auf den Markt. Allerdings waren die Korpusse für BAUFORMAT nur grifflos planbar, die von burger nur mit Griff. Zur kommenden Saison werden Planungen beider Marken ohne diese Einschränkung möglich sein. Kunden von BAUFORMAT müssen sich nur noch ein bisschen gedulden: Die 845er Korpushöhe für Küchen mit Griff wird zum 1. Juni 2023 lieferbar sein. Für grifflose Küchen von burger gilt das nicht. Unterm Strich profitieren große Menschen bald stilübergreifend von mehr Stauraum und Ergonomie.

Mehr Stauraum bieten auch neue Hängeschrankvarianten, die mit 555 mm nun auch in Unterschranktiefe erhältlich und für eine sichere Montage mit Schwerlastaufhängern ausgestattet sind. Damit eröffnen sich neue Gestaltungsmöglichkeiten, zum Beispiel für Passepartoutplanungen. Um die Küche unauffällig mit dem Vorrats- oder Hauswirtschaftsraum zu verbinden, werden die Kollektionen außerdem um Durchgangstüren ergänzt, die zu allen Seitenschrankhöhen passen und in unterschiedlichen Ausführungen zur Verfügung stehen.

S wie simpel, V wie variabel

Zur Saison 2023 reduziert die kitchen family den Planungsaufwand für diverse Frontenprogramme. Bisher wurden die Lackvarianten der Reihen Porto, Rhodos, Torino, Girona, St. Tropez und Cambridge als Spezialanfertigung gelistet und bekamen den Zusatz „S“. Der fällt jetzt weg. Die alten S-Varianten werden mit den übrigen Frontausführungen der genannten Reihen zusammengeführt und sind ab jetzt in der jeweils günstigeren Preisgruppe erhältlich. Ganz simpel! Bei Rhodos und Porto kommt noch eine weitere Verbesserung hinzu, die beide Reihen im wahrsten Sinne des Wortes runder machen: Die Postforming-Fronten mit dem 3 mm Radius sind nämlich von nun an komplett maßvariabel; die gleichmäßig gearbeiteten Kanten bleiben auch in Sondergrößen erhalten. Die neue V-

Fotos: baumann group

GOTLAND Dark Oak, hier mit 845 mm Korpus, der demnächst auch mit Griff planbar ist.

Variante ermöglicht damit zum Beispiel auch die Planung von durchgängigen Türen bei hohen Seitenschränken – ganz ohne stumpf abgeschnittene Dickkante.

Rauchglas und eine schwarze Kontur

In Wohnküchen ist Glas ein wichtiges Gestaltungsmittel. In Kombination mit Licht sorgt es für Eleganz und Tiefe. Deshalb bringt die kitchen family neue Varianten für Rahmenfronten mit Glas heraus. Ein schwarzer Innenrahmen passt perfekt zu modernen Planungen und ist das Pendant zur bisherigen Edelstahl-Optik, die weiterhin erhältlich sein wird. Neu ist auch die Option, die schwarze Kontur mit Rauchglas zu kombinieren, das damit für die Fronten des Standardsortiments verfügbar wird und eine Alternative zu Milchglas und Klarglas bietet.

Mehr Flow und PUREs Vergnügen im Bad

Auch bei den Bädern soll vieles einfacher werden, von der Kalkulation bis zur Kommunikation. Übersichtlich aufbereitete Unterlagen und mobil abrufbare digitale Inhalte sollen die Arbeit der Händler und Installateure erleichtern, breitere Schulungs- und Informationsangebote zusätzlich unterstützen. Das Ganze geht einher mit einer brandneuen Kollektion. Dazu Jens Terbeck, Verkaufsleitung badea: „Die Hausmesse war die perfekte Gelegenheit, die Marke badea besser kennenzulernen. 2020 haben wir das Sortiment runderneuert. Danach stieg die Nachfrage im In- und Ausland rasant. Im vergangenen Geschäftsjahr hatten wir ein Umsatzplus von 12,41 Prozent! In der kommenden Saison möchten wir die Erfolgsgeschichte von badea zusammen mit unseren Partnern weiterschreiben. Wir sehen hier noch viel Potenzial."

Besonderes Highlight der neuen Kollektion sind grifflose Bäder. Der Name der Modellreihe: PURE. Schon jetzt ist ihr die Aufmerksamkeit der Kunden gewiss. Denn das Design ist im wahrsten Sinne des Wortes ausgezeichnet.

www.bauformat.de

Grifflose Bäder der neuen Reihe Pure.

NOBILIA

Neues Raster für grenzenlose Individualität

Unter dem Motto „Ready to create!“ vollzieht nobilia mit seiner Rasterumstellung in der Kollektion 2023 den finalen Schritt. Damit lassen sich nobilia Küchen-, Bad- und Wohnplanungen nun noch durchgängiger und leichter planen. Der logische Aufbau bietet zudem ein hohes Maß an Planungssicherheit für den Verkäufer.

Im Trend! Senso in Premium matt macht den Unterschied und hebt sich durch Optik und Haptik komplett von anderen Oberflächen ab.

Das Rasterkonzept zieht sich wie ein roter Faden durch alle Produktbereiche. Dabei setzt nobilia auch bei dieser Kollektion auf eine konsequente Weiterentwicklung der Bereiche Küche, Bad und Wohnen.

Fronten und Farben

Die neuen Frontdekore der Kollektion 2023 sind von warmen Farben und natürlichen Materialien inspiriert. Das erfolgreiche Easytouch-Programm wird um ein warmes Taupegrau und ein neutrales Weiß ergänzt. Easytouch punktet dabei mit seiner ultramatten Oberfläche und der praktischen Anti-Fingerprint-Beschichtung. Ein echter Mehrwert, den Endverbraucher zu schätzen wissen.

Senso ergänzt das Spektrum der Lackfronten und hebt sich durch seine Ausführung in Lack, Weiß Premium matt in Optik und Haptik von herkömmlichen Oberflächen ab. Dank einer speziellen Anti-Fingerprint-Beschichtung werden bei Senso lästige Fingerabdrücke ebenfalls reduziert. Dadurch wird der Reinigungsaufwand deutlich verringert. Die samtig-warme Haptik von Senso lädt zudem ganz besonders zum Anfassen und Wohlfühlen ein. Ein wichtiges Merkmal bei der Umsetzung von grifflosen LINE N-Planungen. Senso verbindet somit wesentliche Verkaufsargumente, nämlich den anhaltenden Trend zu lackierten Oberflächen, außergewöhnliche optische und haptische Qualitäten, den besonderen Mehrwert der Anti-Fingerprint-Beschichtung sowie ein hervorragendes Preis- Leistungsverhältnis in Preisgruppe 3.

Hart im Nehmen, super Look: Basalt Taupegrau ergänzt das Schichtstoff-Programm StoneArt und überzeugt durch seine tiefe, authentische Oberflächenstruktur, die an einen echten Stein erinnert. Dank des hochwertigen Schichtstoffs ist StoneArt besonders unempfindlich gegenüber Kratzern und Stößen und zeichnet sich insgesamt durch eine hohe Robustheit im täglichen Gebrauch aus. Das Dekor Basalt Taupegrau

Mut zur Oberfläche. Natürlich und dank der eleganten senkrechten Maserung sehr modern wirkt das neue Dekor Eiche Bergamo Nachbildung.

Fotos: nobilia

Hart im Nehmen, super Look – Basalt Taupegrau überzeugt durch seine tiefe, authentische Oberflächenstruktur, die an einen echten Stein erinnert. Xtra Ceramic ist die perfekte Küchenarbeitsplatte und dank der echten Keramikoberfläche elegant, langlebig und pflegeleicht.

ist auch als Xtra-Arbeitsplatte lieferbar und passt farblich perfekt zur neuen Easytouch in Taupegrau.

Eiche Bergamo ergänzt das Spektrum der Holznachbildungen beim Modell Riva um ein modernes Holzdekor mit leichtem Grauanteil. Das Dekor hat eine warme Anmutung und ist farblich an die weiteren Neuheiten in Taupegrau und Basalt angepasst. Die Holzstruktur verläuft senkrecht und zeichnet sich durch eine schlichte Riegelzeichnung mit leichten Ästen aus. Die matte Oberfläche erzeugt in Kombination mit der tiefen Pore eine wirkungsvolle und authentische Haptik. Passend zur Front ergänzt auch ein Arbeitsplattendekor in Eiche Bergamo die Kollektion.

nobilia ergänzt sein Landhausmodell Cascada um das nordisch inspirierte Fjordblau. Diese Farbe hatte bereits im letzten Jahr bei dem Programm Easytouch sein erfolgreiches Debüt. Mit seiner beruhigenden Farbwirkung ist Fjordblau nun auch im Landhaussegment eine echte Bereicherung. Ein neues, offenes Tellerregal erweitert das Typenspektrum im Landhaus um eine dekorative Lösung.

Mit der Kollektion 2023 wird die moderne Frontaufteilung des nobilia Rasters auch im Segment der Landhausfronten lieferbar sein. Das vereinfacht die Planung und ermöglicht auch dann eine durchgängige Linienführung, wenn klassische Rahmentüren mit modernen glatten Fronten kombiniert werden.

Fjordblau erzeugt eine ruhige und moderne Atmosphäre mit einem Touch Gemütlichkeit und bereichert nun auch das Landhaussegment.

Nachhaltigkeit leben

Das Thema Nachhaltigkeit gewinnt in der Gesellschaft zunehmend an Stellenwert und gehört zu den großen Megatrends unserer Zeit. Nachhaltigkeit ist seit Langem ein Teil der nobilia DNA und wurde bereits 2011 unter dem Motto „The Green Way“ als eigenständiges Hausmesse-Thema kommuniziert. In diesem Jahr hat sich nobilia in seiner Kommunikation rund um dieses Thema neu aufgestellt und gab dem Thema Nachhaltigkeit in seiner Ausstellung mit einer Präsenz an gleich mehreren Stellen mehr Raum: am Produkt, im QM-Labor und im nobilia Lounge-Zelt. Die neue Landingpage und ein eigenständiges Nachhaltigkeitsjournal rundeten die Präsentation auf der Messe ab. Im QM-Labor wurden beide Medien sowie deren Inhalte im Detail vorgestellt.

Als roter nobilia Faden zum Thema Nachhaltigkeit bei nobilia lässt sich sicher zusammenfassen, dass Nachhaltigkeit nicht einfach nur ein aktuelles Kommunikationsthema ist, sondern dass Nachhaltigkeit ein Ergebnis nachhaltigen Handelns ist. nobilia will klimaneutral werden und zwar aus eigener Kraft, dazu gehört auch, CO_2-Emissionen aktiv zu reduzieren und nicht einfach nur zu kompensieren. Ein eigenständiges Team arbeitet konsequent entlang des CO_2-Fußabdrucks des Unternehmens und entwickelt wirkungsvolle Maßnahmen, die direkt umgesetzt werden. Mit dieser aktiven Vorgehensweise wurden bereits gute Ergebnisse erzielt und auch für die Zukunft hat nobilia in dieser Hinsicht noch viel vor.

www.nobilia.de

HÄCKER

Mit Sympathie, Charme und Unvergleichbarkeit

Häcker Küchen steht, wie im Logo fest verankert, für kitchen.germanMade. Häcker Küchen steht aber mehr noch für Verlässlichkeit und Varianz. Und nicht zuletzt für eine vertrauensvolle Partnerschaft mit ihren Kunden, wie ein Gespräch mit dem Vertriebsteam Österreich rund um Christian Gasser eindrucksvoll vermittelt. Von Lilly Unterrader

„Das Gesamtpaket passt einfach“, bringt es Häcker-Außendienst, Hans Kirchknopf, eingangs gleich auf den Punkt. Und zwar für den Handelspartner und auch für die Mitarbeitenden. Seit zehn Jahren arbeitet er bereits beim deutschen Familienunternehmen Häcker Küchen und fühlt sich dort zuhause. Gemeinsam mit Verkaufsleiter Christian Gasser und seinen Vertriebskollegen im Außendienst Michael Egger und Oliver Schwarzlmüller betreut er die Häcker Kunden vor Ort, im heimischen Markt Österreich, mit der deutschen Marke.

„Dabei sei eine Häcker-Küche ja praktisch eine österreichische“, so Michael Egger mit einem Augenzwinkern: „Viele Lieferanten haben ihren Ursprung und Hauptfirmensitz in Österreich.“ Christian Gasser, seit nunmehr fünf Jahren für die Märkte Süddeutschland und Österreich verantwortlich, ergänzt: „Wir haben wesentliche Vorteile, die wir unseren Handelspartnern und Kunden bieten und mit denen wir uns wirklich abheben: Das beginnt mit der Durchgängigkeit, Vielfalt und Varianz bei unseren beiden Produktlinien systemat und concept130,0 geht über fixe Ansprechpartner im Innendienst, über Liefertreue – sogar in Zeiten der Pandemie – nicht zuletzt dank eines eigenen Fuhrparks mit über 220 Fahrer:innen, bis hin zum Thema Nachhaltigkeit, das wir ebenfalls schon seit vielen Jahren abbilden. “Unser Unternehmen ist klimaneutral und steht für hohe ökologische und soziale Verantwortung.“

Eines der aktuellen Highlights aus dem Hause Häcker: Die Hochwert-Relieffront AV 6023 GL, bestehend aus fünf gepressten Furnierplatten innen und außen. „Da steckt ordentlich viel Handwerk drinnen“, so Verkaufsleiter Gasser und er unterstreicht damit einen wesentlichen Anspruch von Häcker: Qualität und Handwerkskunst. Link zum Infovideo: bit.ly/3eOoAo0

Die Vorteile von Häcker Küchen auszugsweise

- 5+5 Jahresgarantie auf die Küche ohne Aufpreis
- Studio-Exklusivität
- sehr großes Produktportfolio in Breite und Tiefe
- einheitliches 13er Raster für einfachste Planung
- Unterschrankhöhen in 715 mm/780 mm/845 mm
- sehr verlässliche Lieferzeit, eigener Fuhrpark mit über 220 Fahrer:innen
- eigene Küchen-Einbaugerät-Marke Blaupunkt, die nur in Verbindung mit einer Häcker Küchen verkauft wird
- klimaneutraler Hersteller
- Händler-Extranet zur Vereinfachung der täglichen Aufgaben inkl. z.B. GPS-Tracking der Kommission

Der persönliche Kontakt zu den Handelspartnern macht den Unterschied

Die vier Herren unterstreichen unisono: Es sei jedoch die menschliche Komponente, dieses Gefühl zu einer Familie zu gehören, das den entscheidenden Unterschied mache. Sowohl für die mittlerweile nun mehr als 2000 Mitarbeiter des Familienunternehmens Häcker, als auch für deren Handelspartner. Kirchknopf: „Wenn unsere Handelspartner bei uns anrufen — haben sie das Gefühl, sie sind bei einem kleinen Tischler. Das hören wir immer wieder. Warum? – Weil wir sechs feste Kundenbetreuer:innen nur für den österreichischen Markt haben, die auch auf die besonderen kreativen Planungen aus Österreich vorbereitet sind.“ Zudem gehöre es zum Standard, dass „wir mit all unseren Kunden regelmäßig nach Rödinghausen fahren, wo die Häcker ansässig ist. Dort lernen sie die Geschäftsführung und ihr Team kennen. Dieser persönliche Kontakt ist wesentlicher Teil unseres Erfolges.“ Gasser ergänzt: „Wir hören immer wieder von unseren Partnern, wenn sie uns während der Hausmesse besuchen, sie hätten das Gefühl, heim zu kommen. Darüber sind wir sehr dankbar, denn ein schöneres Kompliment gibt es wohl kaum.“

Fotos: Lilly Unterrader/wohninsider, Karte: Häcker Küchen

Die Seiten gewechselt

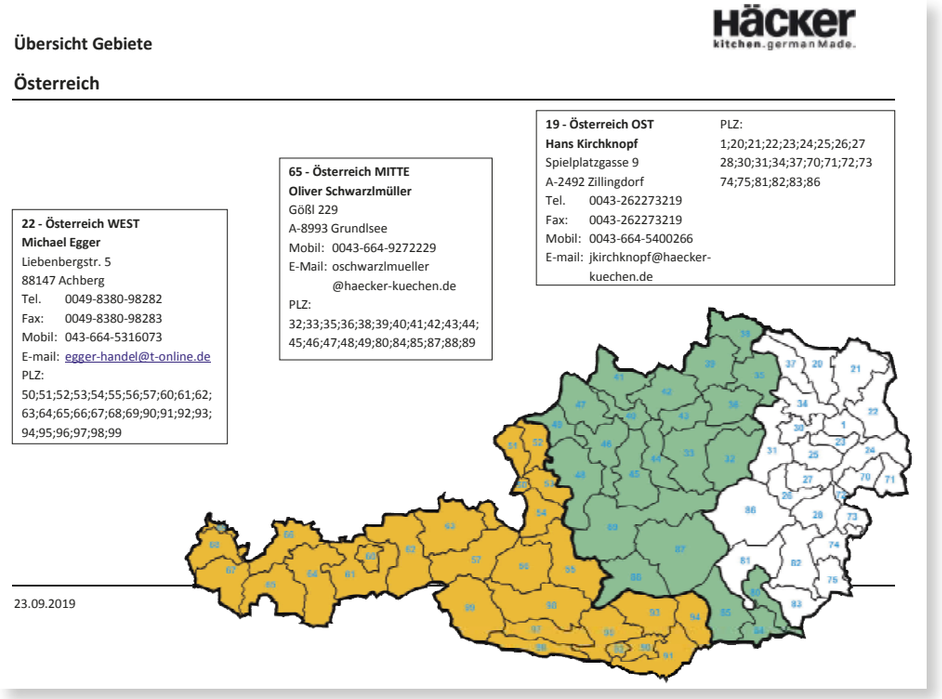
Möglicherweise ein weiterer Grund für die besonders gute Gesprächsbasis zwischen dem Häcker-Österreich-Team und seinen Handelspartnern liegt in der Tatsache begründet, dass alle vier schon seit vielen Jahren bzw. Jahrzehnten in der Küchenbranche tätig sind. Darüber hinaus kommt sowohl Michael Egger als auch Oliver Schwarzlmüller direkt aus dem Küchenverkauf. Egger ist selbst gelernter Tischler mit eigenem Betrieb und wechselte 2013 zu Häcker.

Oliver Schwarzlmüller war bei einem Kompletteinrichter im Verkauf tätig und selbst Häcker-Kunde: „Hans war mein Berater und holte mich zu Häcker. Ich konnte mir nicht vorstellen, dass in einer so großen Firma Wertschätzung und Menschlichkeit so wichtig sind. Die Zusammengehörigkeit ist bei Häcker eine extrem große. Man fühlt sich aufgehoben und hat die volle Unterstützung." Seit 2019 ist Schwarzlmüller im Team, betreut die Gebiete Oberösterreich, Teile Niederösterreichs und der Steiermark. Und: „Seine Kunden wollen ihn nicht mehr hergeben", ergänzt Gasser mit einem stolzen Lächeln. Schwarzlmüller gibt das gerne zurück und fügt noch hinzu: „Ich bin sehr stolz, in diesem Team mitagieren zu können. Nicht zuletzt, weil ich mit Häcker Küchen einen verlässlichen und sichereren Arbeitgeber habe, der innovativ ist und immer einen Schritt voraus denkt. Hier kann ich viel bewegen und das macht Spaß.

Modernste industrielle Fertigung: das neue Werk 5 in Venne – seit 2020 am Start

Das Produktportfolio von Häcker ist nicht zuletzt auch durch den Bau des Werks 5 in Venne, im benachbarten Niedersachsen ein breites. Mit den zwei Produktlinien systemat und concept130, jeweils basierend auf einem 13cmRaster, kann Häcker, wie Gasser unterstreicht, den konsum-orientierten Kunden, das Objektgeschäft sowie den exklusiven Bereich mit Extras wie individuelle NCS-Lackierung, Steinfurnier, Echtholzfurnier, Industriestahloptik bedienen. Obendrauf verfügt das Unternehmen mit Blaupunkt über eine eigene Küchen-Einbaugeräte-Marke, die neben der guten Qualität und einem modernen Design, eine ausgesprochen verlässliche Lieferfähigkeit und hohe Servicekompetenz aufweist.

www.haecker-kuechen.com



Das Häcker-Team Österreich: „Die Zusammengehörigkeit ist bei Häcker eine extrem große. Man fühlt sich aufgehoben und hat die volle Unterstützung. Das ist schätzen auch unsere Kunden. Wir denken und agieren anders, und das bestätigen uns unsere Kunden immer wieder."

***Christian Gasser**, Verkaufsleiter für Österreich und Süddeutschland: „Das ist nicht aufgeschrieben oder abgelesen, das sind Emotionen, die wir leben!"*

***Michael Egger** betreut das Gebiet Vorarlberg, Tirol, Salzburg und Kärnten: „Für mich als Schreiner macht die Arbeit bei Häcker besonders Freunde. Hier stimmen das Produkt, die Unternehmensphilosophie und die Zusammenarbeit mit meinen Kund:innen und meinen Kollegen:innen.*

***Oliver Schwarzlmüller**, Außendienst in den Gebieten OÖ, Teile NÖ, Teile der Steiermark: „Ich bin sehr stolz, in diesem Team agieren zu können. Das macht richtig Spaß und gute Laune. Nicht zuletzt, weil ich bei Häcker mit unseren Kunden viel bewegen kann."*

***Johann Kirchknopf**, Außendienst im Gebiet Wien, Burgenland, Teile NÖ, Teile Steiermark: „Das Gesamtpaket passt einfach. Dass die Produkte stimmen, ist Grundvoraussetzung. Der Kontakt, das Menschliche ist wesentlicher Teil unseres Erfolges."*

HAKA KÜCHE

Neues Jahr, neues Design

Das sind die Neuheiten 2023 bei HAKA Küche

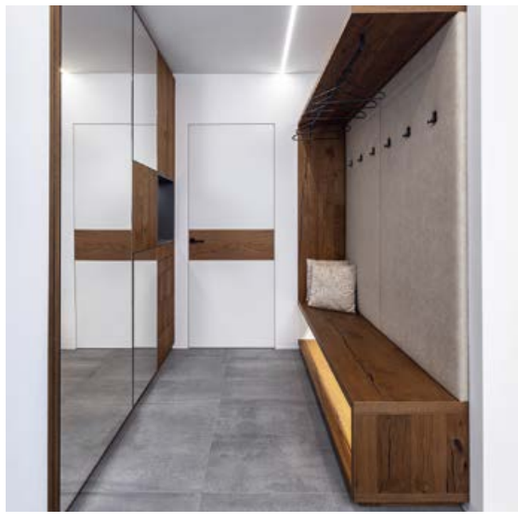
Neue Farben, neue Oberflächen, neue Technologien – wenn es um Möbeldesign geht, befinden wir uns auf einer stetigen Reise durch unterschiedlichste Stil-Epochen, Farbwelten und Gestaltungsstile. Die Herausforderung für HAKA Küche als Möbelhersteller und Familienbetrieb in der 3. Generation ist es, dabei einerseits die neuesten Trends und Innovationen zu bedienen, andererseits aber auch ein gewisses Maß an Klassikern und Allroundern zu bewahren. Die Klassiker bei HAKA Küche beruhen auf jahrelanger Erfahrung in der Möbelbranche und sind beständige Begleiter des renommierten Unternehmens. Die Neuheiten befinden sich im ständigen Wandel, am Puls der Zeit. „Wir skizzieren, entwerfen, testen und tüfteln nicht nur um Trends zu folgen, sondern auch Trends zu setzen", erklärt Geschäftsführer, Mario Stifter. Es gibt einen eigenen Bereich im Standort in Traun, wo Beschläge und ausgeklügelte Technologien getestet werden, bevor sie es ins Sortiment schaffen.

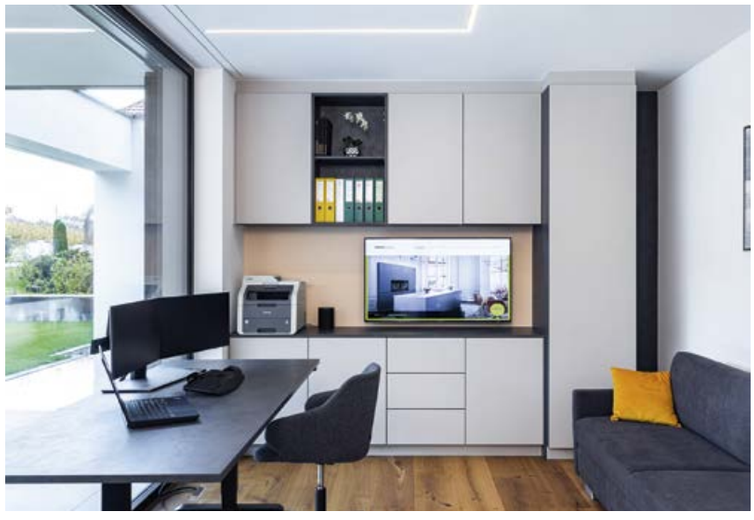
HAKA Trends im Jahr 2023

Kochinseln als Mittelpunkt des Geschehens – in den letzten Jahren bekam die Küche als Zentrum des Hauses oder der Wohnung einen immer größeren Stellenwert. Das gesellschaftliche Leben verlagert sich zunehmend in die Küche und Kochen mit Freunden und Familie ist ein immer beliebteres Abendprogramm. Im neuen Jahr setzen deshalb Inselküchen ihren Siegeszug fort und werden so ein Kommunikationstreff beim gemeinsamen Kocherlebnis.

Kunden sind das Maß aller Dinge. HAKA Küche sieht Ergonomie nicht als Trend, sondern als Basis einer jeden Planung. Was jedoch in Hinsicht auf gesundheitsschonende Abläufe und Routinen in den eigenen vier Wänden Trendcharakter hat, sind die Produktneuheiten in der Möbelbranche, die die ergonomische Gestaltung jedes Wohn- und vor allem Arbeitsraumes ermöglichen. Neben der laufenden Anpassung unterschiedlicher Arbeitshöhen stehen bei HAKA zum Beispiel handgeölte Echtholzfuniere mit spezieller Haptik auf der Liste der Produktneuheiten.

Fotos: HAKA Küche





In engem Zusammenhang und eine Art Sparring-Partner der Ergonomie ist bei HAKA Küche die COOKpit Planung. Optimale Arbeitsabläufe und Arbeitswege sind dabei das Zentrum der Planungsphilosophie vor allem in der Küche. Dabei geht der Trend im neuen Jahr hin zu kleinen Küchen, die durch ihre ausgeklügelte Planung ihrer geräumigen Konkurrenz in nichts nachstehen. „Natürlich denken wir gerne groß und sind Fan von geräumigen Küchen. Die urbane Realität und Wohnsituation sieht jedoch anders aus, weshalb es immer öfter auch klein, aber fein sein darf und muss“, so Stifter.

Flächenbündig, platzsparend, dezent und smart – die Küchengeräte von morgen machen das Zubereiten von Speisen noch einfacher. So wandert der Dunstabzug nach unten und wird in der Arbeitsfläche oder direkt im Kochfeld integriert. Spülen werden flächenbündig verbaut und Backrohr, Dampfgarer und Co. Kochen quasi von selbst. Dabei schaffen es bei HAKA Küche nur Geräte auf die Liste der Neuheiten, die funktional, energie- und ressourcenschonend und ästhetisch ansprechend sind.

„Wir skizzieren, entwerfen, testen und tüfteln nicht nur um Trends zu folgen, sondern auch Trends zu setzen.“

Mario Stifter, Geschäftsführer

Neue Dekore, elegante Griffe, vielfältige Farben und emotionale Holzstrukturen. Im Repertoire von HAKA Küche werden von hellen Nadelhölzern, Unidekoren in Trendfarben bis hin zu dunklen Holzdekoren verschiedenste Front-Ausführungen zu finden sein. Ein starker Trend ist dabei in Richtung Holzoptik und -strukturen zu sehen. Dominierende Hölzer sind dabei etwa Eiche, Nuss oder Esche.

HAKA Wohnkultur

In den letzten Jahren hat sich klar abgezeichnet, dass ein Gesamtkonzept für das ganze Haus bzw. die ganze Wohnung immer gefragter ist. Auch bei HAKA Küche wird nicht mehr jeder Raum einzeln betrachtet, sondern das große Ganze gesehen. Mit der HAKA home Wohnkultur wurde hier bereits vor Jahren der erste Schritt gesetzt. Die Designelemente in der Küche werden mit denen im Badezimmer abgestimmt, es gibt ein Farbkonzept für alle Räume. Die HAKA home Wohnkultur bietet Fertigplanungen, die bis ins Detail durchdesignt sind. Diese Konzepte sollen Händler und Kunden bei der Planung unterstützen und helfen, Zeit und Geld zu sparen. Als Verkaufsunterstützung am POS legte HAKA bereits im Frühjahr das erste Wohnbuch mit Planungsideen auf. Das nächste kommt noch im Herbst 2022 zu den 320 Partnern in Österreich, Italien, der Schweiz und Tschechien.

www.haka.at

OZONOS®

Frischer Wind im Hause OZONOS®

Alle News zu den Produkt-Releases 2022, zur area30 und Design District 1010 sowie zum neuen OZONOS®-Gesellschafter Christian Fürstaller.

Ereignisreiche Wochen liegen hinter dem Salzburger Unternehmen OZONOS®: Gleich zwei innovative Produkt-Neuheiten wurden auf der area30 in Löhne vorgestellt – und kaum ist der Vorhang gefallen, gesellt sich auch noch ein neuer Profi in die Frischluft-Reihen, der genauso wie alle anderen Gesellschafter frischen Wind mit in die Marke bringt. Aber alles der Reihe nach… Bereits im vergangenen Sommer hat das österreichische Startup OZONOS® zwei großartige Produkte angekündigt: den smarten Luftreiniger OZONOS® AC-II sowie die innovativen Kochfelder KALISTA und XENIA. Auf der area30 war es nun soweit: Feierlich wurden die brandneuen Frischluft-Wunder vorgestellt – und die haben es in sich.

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

OZONOS® AC-II: smarte Luftreinigung

Der neue Aircleaner OZONOS® AC-II beseitigt Gerüche, Aerosolfette, Viren, Keime und Bakterien sowie Allergene und Schimmelpilzsporen – und lässt sich darüber hinaus auch noch smart steuern. Ein revolutionäres Handling wartet auf die User von OZONOS®, denn der AC-II trumpft nicht nur mit einem Touch-Display auf, sondern auch mit WLAN-Verbindung und App-Steuerung. Das heißt im Klartext: Der OZONOS® AC-II kann ganz einfach ins WLAN eingebunden werden, um dann über App und Online-Plattform gesteuert zu werden. Die Vorteile liegen auf der Hand: Es können feste Zeiten programmiert werden, in denen die Luftreinigung ganz von alleine stattfindet. Feste Kochzeiten? Kein Problem. Ein frisch gereinigtes und allergenfreies Schlafzimmer pünktlich zum ins Bett gehen? 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 im Haus von überall erstellen kann.

Natürlich kann der OZONOS® AC-II auch weiterhin ohne App bedient werden: Das neue Touch-Display ist interaktiv und kann den AC-II nicht nur ein- und ausschalten, sondern zeigt beispielsweise auch die vordefinierte Restlaufzeit der Luftreinigung an. Außerdem kann der OZONOS® AC-II auch mit der neuen und komplett überarbeiteten Fernbedienung gesteuert werden.

Genauso wie sein Vorgängermodell ist der OZONOS® AC-II klein und mobil: Mit nur 40 cm Länge und einem Durchmesser von 13 cm kann die Position des AC-II jederzeit geändert werden. Egal ob in der Küche, im Wohnraum, im Schlafzimmer, im Office, im Mobile Home oder im Auto – der Aircleaner OZONOS® AC-II ist schnell aufgestellt und beseitigt an jedem Ort Gerüche, Viren, Keime und Bakterien, Aerosolfette, Allergene und Schimmelpilzsporen.

Übrigens: OZONOS® ist nicht nur effektiv, sondern auch effizient! Mit 14 Watt purer Energie entstehen im Vergleich zu einer normalen Dunstabzugshaube kaum Stromkosten. Wussten Sie schon, dass eine herkömmliche Dunstabzugshaube rund 125,00 € Energiekosten pro Jahr verursacht? Ein OZONOS® Aircleaner hingegen liegt bei gleicher Einsatzzeit bei rund 3,00 € und verursacht damit also über 40-mal weniger Kosten.

OZONOS® Kochfelder: Die Revolution für die Küche

Mit den neuen Induktionskochfeldern hat OZONOS® das Publikum auf der area30 ebenfalls begeistert: Kein Wunder, denn OZONOS® KALISTA und OZONOS® XENIA revolutionieren das Kochen im privaten Haushalt und selbstverständlich auch in der Profiküche. Denn KALISTA und XENIA

Fotos: OZONOS®

Messe-Interview mit dem geschäftsführenden Gesellschafter Fredy Scheucher. Zum Video: bit.ly/3CTqmNI

OZONOS® auf der area30 in Löhne.

können die Aircleaner per Knopfdruck ansteuern. Zusätzlich gibt es die KALISTA-Kochfelder auch noch in der Downdraft-Variante mit eingebautem Dunstabzug, so dass nicht nur Gerüche und Aerosolfette in der Luft, sondern auch direkter Dunst, der beim Kochen entsteht, sofort beseitigt wird: Push the button auf dem Kochfeld und schon sorgt der OZONOS® Aircleaner in vier verschiedenen Timer-Stufen für absolute Hygiene: Die Symbiose aus intelligentem Kochfeld, Muldenlüfter-System und dem OZONOS® Aircleaner beseitigt Gerüche und Aerosolfette sowie Dunst direkt während dem Kochen und ist bequem per Knopfdruck über die OZONOS® Kochfelder KALISTA und XENIA ansteuerbar.

Und auch in den Kochfeldern selbst steckt innovative Technologie: XENIA wartet mit der G4-Technik auf, KALISTA überzeugt sogar mit der G5-Technik und besitzt ein innovatives Touch-Display mit weißer Beleuchtung. Features wie Ankochautomatik, Recallfunktion, Brückenfunktion, Warmhaltestude, intelligente Verriegelung und automatische Topferkennung gehören bei den OZONOS® Kochfeldern fest zum Programm.

Die OZONOS® Kochfelder sind in 60 cm und sogar in 80 cm Breite erhältlich und sind rahmenlos und für flächenbündigen Einbau geeignet. Kein Wunder, dass selbst Starkoch Roland Trettl bereits jetzt schon ein großer Fan der neuen OZONOS® Kochfelder ist.

Überaus erfolgreiche Messeauftritte

Mit der Vorstellung der neuen Produkte auf der area30 hat die OZONOS GmbH das Messe-Publikum in Löhne in ihren Bann gezogen. Auch Gesellschafter und Fußballtrainer Nico Kovač war vor Ort, um am OZONOS®-Messestand die neuen Produkte gemeinsam mit weiteren Gästen zu entdecken. Und die nächste Messe ließ nicht lang auf sich warten: Auf der DESIGN DISTRICT 1010 in der Wiener Hofburg fand am VIP-Abend die nächste Messepremiere statt. Darüber hinaus war OZONOS® auch auf den Fachhandelstagen in Linz im Design Center vor Ort mit dabei. Auf den Messen konnte OZONOS® bereits mit einigen größeren Verbände großartige Deals abschließen – mehr dazu in Kürze.

Starkoch Roland Trettl ist bereits jetzt schon ein großer Fan der neuen OZONOS® Kochfelder.

Neu mit an Board: Christian Fürstaller

Seit 10. Oktober 2022 ist es amtlich: OZONOS® hat erneut Zuwachs bekommen – und es ist kein Geringerer als Christian Fürstaller. Der ehemalige Fußballspieler ist CEO der Augustin Quehenberger Group und wird das Unternehmen OZONOS GmbH insbesondere im Bereich Logistik sowie in der strategischen Weiterentwicklung unterstützen.

OZONOS®-Versprechen: Weiterhin made in Austria und sofort verfügbar

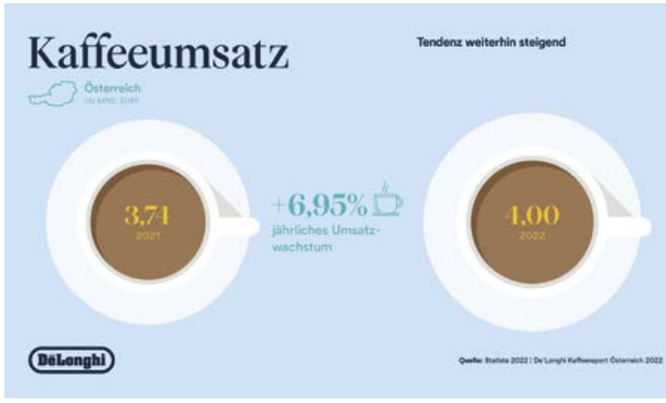
OZONOS® wird komplett in Österreich produziert und ist damit sofort lieferbar. Im Gegensatz zu anderen Produkten, die aktuell extrem lange Lieferzeiten von bis zu einem Jahr aufweisen, ist OZONOS® in nur wenigen Tagen geliefert.

www.ozonos.com

KAFFEE

Was der alles kann

Rechtzeitig zum Tag des Kaffees am 1. Oktober präsentierte De'Longhi wieder seinen Kaffee-Report. Darin enthalten sind wissenswerte Zahlen und Fakten zum schwarzen Lieblingsgetränk der Österreicher und gute Argumente, auch selbst ins Geschäft einzusteigen. Von Lilly Unterrader



Die Österreicher lieben Kaffee. Tendenz steigend, wie die Zahlen zeigen. De'Longhi-Geschäftsführer Michael Frank sieht den Trend zu Kaffee ungebrochen.

Das Geschäft mit Kaffee ist nicht nur ein lukratives, sondern auch ein leidenschaftliches. Was würde also besser in ein Küchenstudio passen als ein exklusiver Vollautomat oder eine stylische Siebträger-Maschine, die alle Stückerl spielt. Und vielleicht noch obendrauf der dazu passende Kaffee als Frequenzbringer? De'Longhi präsentierte mit dem Kaffeereport im September einmal mehr Fakten und Daten zum Kaffee und seiner Zubereitung. Und jede Menge gute Argumente, in dieses Segment einzusteigen. Wussten Sie etwa, dass der jährliche Kaffee-Umsatz in Österreich von 2021 auf 2022 um 6,95 % auf 4 Mrd. Euro gewachsen ist? Mehr noch, dieser soll bis zum Jahr 2025 ein Marktvolumen von 4,92 Mrd. Euro erreichen, prognostiziert wird also ein jährliches Umsatzwachstum von rd. 7,12 Prozent. Kein Wunder, ist doch Kaffee das liebste Heißgetränk der Österreicher mit mehr als 85 %. Zwei Drittel der Österreicher trinken ihren Kaffee (auch) zuhause. Pro Person werden in Österreich so hochgerechnet 441 Euro im Jahr für Kaffee ausgegeben.

Leichte Bedienbarkeit ist ein gutes Argument

Wenn es darum geht, was beim Kaffeemaschinen-Kauf entscheidend ist, hat der Preis nun wieder die Nase vorn. Michael Frank, Managing Director der De'Longhi-Kenwood GmbH erläutert: „Bedingt durch die angespannte Wirtschaftslage ist für 61,9 Prozent der Österreicher der Preis wieder zum Top-Kaufmotiv geworden. Die leichte Bedienbarkeit ist allerdings mit rd. 55 Prozent ebenfalls entscheidend. Insbesondere für Frauen mit 57,3 Prozent (Männer 52,6 %)."

Aber welche Geräte stehen nun in den Haushalten der Österreicher? Laut des aktuellen Kaffeereports bevorzugen 50,1 Prozent Kaffeevollautomaten, 40,9 Prozent Kapselmaschinen. In 27,1 Prozent der Haushalte steht eine Filterkaffeemaschine, gefolgt von Espressokannen (9,9 %), French Press/Kaffeepressen (7,2 %) und Siebträger-/Einspannmaschinen (7,1 %). Der Markt ist also sehr gesättigt, aber welche Gründe gibt es für einen Neukauf? 65 Prozent schaffen ein neues Gerät an, weil die alte Maschine kaputt ist. Und: Für satte 34 Prozent sind technische Neuerungen bzw. ein Systemwechsel für den Kauf einer neuen Kaffeemaschine ausschlaggebend.

Kaffee ist gesund

Kaffee hat darüber hinaus sehr viele positive Eigenschaften, wie die Studie aufzeigt: Es finden sich darin mehrere gesunde Bestandteile – darunter Antioxidantien, die Krankheiten vorbeugen, entzündungshemmend wirken und als Schutz vor freien Radikalen fungieren. Neben sekundären Pflanzenstoffen sind auch Nährstoffe wie Magnesium, Kalium und Vitamin B3 in Kaffee zu finden. Und weiter: Das Trinken von schwarzem Kaffee regt den Prozess an, der in den Zellen alte, abgestorbene Teile abbaut und neue, gesunde Zellen entstehen lässt. Dass darüber hinaus die Geräte vieler Hersteller auch noch echte Hingucker sind, bzw. jede Menge Emotionen transportieren, soll an dieser Stelle ebenfalls nicht unerwähnt bleiben …

Den ganzen Kaffee-Report finden Sie hier: bit.ly/3D5Loc8

Wissenswertes über Kaffee für das angeregte (Verkaufs-)Gespräch zwischendurch.

Fotos: De`Longhi-Kenwood

Aller guten Dinge sind … vier

Mit dabei auf den Elektrofachhandelstagen in Linz war auch die De'Longhi-Kenwood-Gruppe mit ihren nunmehr vier Marken. Denn man präsentierte erstmals auch die im Frühjahr akquirierte Marke Nutribullet.

Mit der La Specialista-Reihe bedient die De`Longhi-Gruppe den zunehmenden Trend nach Siebträger-Maschinen. Dabei sind sie (fast so) einfach zu bedienen wie ein Vollautomat.

Am Stand von De'Longhi-Kenwood gab es heuer viel zu sehen. Bei der Kaffeemarke De'Longhi stand einerseits die neue Magnifica Start für das Einstiegssegment im Fokus. Technisch gut ausgestattet und geprägt vom Know-how der De'Longhi Produktentwickler stehen Benutzerfreundlichkeit, Individualisierbarkeit und einfache Wartung im Vordergrund. Im Design-Bereich zogen jedoch die neuen Siebträger-Maschinen der La Specialista-Reihe die Blicke auf sich. Der Kunde wird dabei Schritt für Schritt durch den ganzen Kaffeeprozess geleitet. Einfach und bequem, fast wie bei einem Kaffeevollautomaten.

Nicht nur für Autogramm-Sammler

Bei Kenwood stand Individualität im Vordergrund. Mit der neuen Kenwood Autograph Collection bringt der Hersteller eine Küchenmaschine in stylischer Schwarz-Metallic Optik, die nicht nur gut aussieht, sondern dank der integrierten Waage, dem DouBowl Schüssel-Set und den Edelstahl-Rührelementen, alles in sich vereint, was man in der Küche benötigt. Die neue Braun CareStyle 7 Pro war eines der Highlights von Braun. Zudem ist diese die weltweit erste Dampfbügelstation, die für ihre Ergonomie zertifiziert wurde. Damit könne man den Kampf gegen Stoffe und hartnäckige Falten einfach und schnell gewinnen. Denn dank des einzigartigen, offenen Griffs mit einem idealen Winkel würden Belastungen des Handgelenks reduziert.

Mit der Messe zeigte sich das Team von De'Longhi jedenfalls zufrieden, wie Beatrix Karro, Marketing Manager Kenwood, berichtet: "Es war ein besonderes Highlight nach so langer Zeit ohne Messen, wieder an den Elektrofachhandelstagen teilzunehmen. Es hat uns die Chance gegeben, unsere Produktneuheiten zu präsentieren und die persönlichen Kontakte zu Händlern und Partner wieder zu stärken. Darüber hinaus war es eine gute Gelegenheit, unsere neue Marke "Nutribullet" vorzustellen."

> Die Elektrofachhandelstage waren eine gute Gelegenheit, unsere neue Marke Nutribullet vorzustellen."
>
> *Beatrix Karro, Marketing Manager Kenwood*

www.delonghi.com/de-at
www.kenwoodworld.com/de-at
www.braunhousehold.com/de-at
www.nutribullet.com/de-at

MZE
NETZWERK WOHNKULTUR

MEHR SERVICE.
MEHR ERFOLG.

TRENDSCOUTING BEI MZE:

Unsere Experten haben technische und gesellschaftliche Entwicklungen stets am Radar! – Der Blick über den Tellerrand ist Teil unserer DNA.

www.mze.at

GRASS TRENDTOUR

Was ihr wollt – oder von der Orientierung nach/in der Pandemie

Als „begeisterte Bewegler“ bezeichneten sich die „GRASSler“ bei der Präsentation ihres neuen Standortes vor knapp einem Jahr. Was sie damit ausdrücken wollten: Man muss (mehr) Emotion in technische Produkte bringen. Ein Stehsatz, der auch bei der diesjährigen Roadtour entlang der Möbelmeile nicht an Geltung verloren hat. Von Lilly Unterrader

Harald Klüh ist Global Brand Manager von GRASS. Er ist aber auch Designer, Musiker und Emotionsmensch. Die Dinge spüren, erleben ist seine Devise. Der Nutzen einer Sache ist gut und die notwendige Basis, die Emotion, die diese damit auslöst, jedoch unabdingbar. So versteht Klüh etwa nicht, dass bei einem Live-Konzert hunderte Handys in die Höhe gehalten werden, um den Act mitzufilmen, während die Gegenwart durch genau diesen Screen verzerrt wird und aus dem Fokus rückt. Warum konzentrieren wir uns nicht auf das, was wir erleben, empfinden? Wo endet Technik und wo beginnt Emotion?

Als Global Brand Manager von GRASS ist es unter anderem Klühs Aufgabe, der auf den ersten Blick sehr technisch anmutenden Stahlzarge Charme zu verleihen. So hat GRASS mit der äußerst schmalen Stahlzarge Vionaro V8 unlängst eine technische Meisterleistung präsentiert, aber auch neue Möglichkeiten in der Küchenplanung eröffnet – und den Boden für neue Geschichten gelegt. Hersteller wie Häcker Küchen, Rotpunkt, Siematic, Störmer, Leicht oder Sachsenküchen setzen auf GRASS in ihren aktuellen Kollektion. Und so machten sich Klüh und eine Reihe von Journalisten in den Iden dieses Septembers auf Spurensuche bei ebenjenen Herstellern.

Nichts Neues – oder doch alles anders?

Schon auf dem Mailänder Salone machte sich Klüh und das GRASS-Team nach den Pandemiejahren auf die Suche nach Neuheiten, Trends und Themen, die die Branche bewegen. Was er dort fand, war eine Vielzahl an bereits Bekanntem, aber neu kombiniert. Und er fand dafür eine Bezeichnung: „playful diversity“. Gemeint ist damit die schon seit Jahren dominierende Individualisierung, jedoch nun fortgesetzt über ganz unterschiedliche Stile. Oder anders formuliert: Alles ist möglich, „anything goes“. Also nichts Neues? Der Musiker Klüh widerspricht: „Die Ausschläge gehen höher und tiefer, die Frequenzen werden breiter. Das macht das Klangerlebnis voller und raumfüllender.“

Welche Aufgabe kommt den Möbelherstellern hier zu? Durch den Fokus auf ihre Stärken Orientierung zu geben, meint Harald Klüh, Global Brand Manager bei GRASS.

SieMatic kombiniert Opulenz mit Reduktion. Einfache Linienführung bei hochwertigsten Materialien.

Green Living oder Opulenz und Reduktion

So gesehen etwa bei Sachsenküchen. Der Hersteller setzte die Messe unter das Thema „Green Living“. Das beinhaltet natürliche Materialien aus nachwachsenden Rohstoffen

Fotos: Lilly Unterrader/wohninsider, Portrait © Jens Ellensohn Fotografie

Rotpunkt zeigt den Traum vieler Frauen: Die begehbare Garderobe à la Sex and the City. Wenn das nicht Emotionen weckt?

– wie etwa die neu vorgestellte Oberfläche Linoleum – aber auch in Sachen Produktion wird man diesem Anspruch gerecht: Seit Anfang 2022 ist Sachsenküchen als CO_2-neutraler Hersteller zertifiziert. SieMatic etwa setzt mit der neuen Stilwelt SieMatic Mondial auf Opulenz und Reduktion gleichermaßen. Dabei verliert der Hersteller nicht den Anspruch aus den Augen, seine Kunden zu inspirieren und emotional anzusprechen. Materialien und Design sollen alle Sinne ansprechen. Sehr sinnlich und sinnvoll, wie Klüh meint, schließlich haben Forscher an der University of California herausgefunden, dass 80 Prozent unserer Wahrnehmung unbewusst erfolgt. Also stellt er die Frage: „Wieso fokussieren wir uns dann so sehr auf rationale Argumente?"

Gestaltung macht den Unterschied

Bei LEICHT steht die Küche in architektonischer Sicht im Fokus. Gestaltung macht den Unterschied. Stefan Waldenmaier, Vorstandsvorsitzender der LEICHT Küchen AG meint dazu: „Mit der neuen Kollektion bringen wir edle und natürliche Materialien einerseits und filigrane Strukturen andererseits in die Küche. Ein Beispiel dafür ist das Regalsystem Iconic, welches mit seinem Lichtkonzept und einer von der Wand abgelösten Struktur eine filigrane und sehr elegante Wirkung erzeugt. Mit diesen Entwicklungen begleiten wir die Nachfrage nach zeitlosen Besonderheiten im gehobenen und sehr individuellen Markt."

Häcker kann alles

Das Messemotto bei Häcker brachte es klar zum Ausdruck: „No Limits – unbegrenzte Möglichkeiten". Vielfalt, Durchgängigkeit, Behaglichkeit und Wohnlichkeit, all das hat sich der Hersteller auf die Fahnen geheftet. Auch setzt Häcker auf die emotionale Wahrnehmung. Das Zuhause mit allen Sinnen neu erleben – das ist das Ziel der aktuellen Architekturentwürfe für hochwertige Küchen und Wohnmöbel.

Störmer steht für Hochwertigkeit, hinausgetragen unter anderen Marken. Der Hersteller, der auch als „Home of the Brands" bezeichnet wird, erzeugt exklusive Programme für Ostermann (Sansibar), Villeroy & Boch, Studio Becker und Musterring. Mit dem diesjährigen Messethema „DVD" – direkt, vertikal integriert, digital – greift Störmer dabei die Smart Kitchen auf und führt darüber hinaus eine neue Korpushöhe ein. Für Eleganz sorgen in der neuen Kollektion Jalousieschränke in frontgleicher Ausführung und eine Verringerung des Frontspaltmaßes.

Varianten ohne Zahl

Rotpunkt zeigt Varianten, wie auch Geschäftsführer Andreas Wagner unterstreicht: „Wir sind als Variantenweltmeister bekannt." In seiner Ausstellung sieht man weniger idyllische Küchen, denn Lösungskonzepte für alle Ansprüche und Erfordernisse. Dabei geht der Hersteller weit aus der Küche heraus und präsentiert auch Wirtschaftsräume oder Ankleidezimmer. Letzteres orientiert sich logisch an der Planung einer Rotpunkt Küche und nutzt die Stärken des Küchenprogramms, muss aber gleichzeitig mit eigenständigen Lösungen die individuellen Bedürfnisse dieses speziellen Einsatzzweckes erfüllen. Das tut es zum Beispiel mit einem vertikalen Lichtsystem, das sich durchgehend in der kompletten Höhe in den Korpus integriert.

Und so fasst Klüh zusammen: Der Küchenindustrie kommt in all dem eine wichtige Rolle zu, denn wie schon ein altägyptisches Sprichwort laute, das Haus präge das Verhalten des Bewohners. Und wenn es den einzelnen Herstellern nun gelingt, seinen Kunden zu vermitteln: „Du musst dir keine Gedanken darüber machen, Ordnung zu schaffen – mit unseren Lösungen geht das fast von selbst" hat man jedenfalls schon viel gewonnen!

www.grass.eu

SYSTEMCERAM

„Kara“ für den 50er-Spülenschrank

Mit der neuen „Kara 51“ baut systemceram die erfolgreiche „Kara“-Serie weiter aus. Das Einzelbecken eignet sich für den Einbau in einen 50er-Unterschrank und kann klassisch als Auflagespüle sowie flächenbündig und als Unterbauspüle montiert werden.

Mit dieser Ergänzung reagiert der Spezialist für Keramikspülen aus Feinsteinzeug auf einen vielfach geäußerten Wunsch seiner Handelspartner. Bereits erhältlich sind für den 60er-Spülenschrank das Einzelbecken „Kara57“ sowie als Modell mit Abtropffläche die „Kara 85“.

Kleine Schräge mit großer Wirkung

Bezeichnend für den Erfolg der „Kara“-Serie sind die dezenten Schrägen am Beckenrand. Sie verleihen den Becken und Spülen eine elegante Optik und schaffen gleichzeitig eine zusätzliche Funktion. Denn zusammen mit abgestimmtem Zubehör lässt sich ganz

einfach eine weitere Funktionsebene realisieren. Dafür bietet systemceram ein ausgesuchtes Programm an Schneidbrettern, Einhängeschalen, Spülkörbe und Funktionsmatten an.

14 Keramik-Farben

Wie alle Spülen aus dem robusten und pflegefreundlichen Feinsteinzeug steht die neue „Kara 51“ in 14 verschiedenen Keramik-Farben zur Verfügung. Dazu begleitend ein exklusives Armaturenprogramm. Die Bandbreite der Armaturen-Oberflächen reicht von „Chrom“ und „Edelstahlfinish“ über „Schwarzmatt“ bis „Mattgold“.

www.systemceram.de

Foto: systemceram

Arbeitsplatten und Rückwände mit System im Trend dunkler Küchen!

Planen Sie mit Lechner **einfach, schnell** und **gestaltungssicher.**
Die neuen Arbeitsplatten und Rückwände aus Naturstein, Keramik und Quarzstein lassen sich perfekt mit den Grautönen aus dem day2night-Konzept kombinieren.

www.MyLechner.de

TEKA KÜPPERSBUSCH

Für Pizza, Pasta und noch mehr

Die Herbstneuheiten von Teka/Küppersbusch lassen die Herzen nicht nur von Italien-Fans höher schlagen. So kommt der beliebte Pizza-Ofen nun auch unter der Marke Küppersbusch, zudem gibt's das Kombi-Gerät Backofen/Dampfgarer und einen extraschmalen Weinkühler ab sofort im Sortiment.

Auf der diesjährigen MOW präsentierte Küppersbusch seinen Pyrolyse-Backofen mit 340°C Pizza-Funktion. Damit gelingt laut Herstellerangaben die Pizza praktisch wie aus einer Pizzeria. Die sehr hohe Temperatur in Kombination mit dem im Lieferumfang enthaltenen Pizzastein sorgt für eine besonders knusprige Kruste. Auch das Aufheizen gelingt dank der Schnellaufheizfunktion besonders rasch. Neben der Pizzafunktion verfügt der neue BP 6332.0 über acht weitere Backofenfunktionen und den einzigartigen Küppersbusch ökotherm®-Backofen-Katalysator. Dieser wandelt fettige Bratenluft in saubere Luft um. Die von Fett-, Geruchs- und Schwebstoffen belastete Luft wird von dem Lüfterrad angesaugt und durch den Katalysator gedrückt. Dabei werden alle unerwünschten Stoffe ohne Rückstände in Wasser und Kohlendioxid umgewandelt. Das neue Modell BB 6332.0 hat die Energieeffizienzklasse A+ . Der Backofen wird ab Werk mit Edelstahl-Griff- und Sichtleisten geliefert. Je nach Geschmack kann das Gerät aber auch mit verschiedenen Designkits weiter individualisiert und dem jeweiligen Küchendesign angepasst werden.
Mehr dazu auf der wohninsider-Website unter: bit.ly/3ERPs0S

Ebenfalls neu von Teka: Die Tegranite+ Spülen sind in drei Größen und in drei verschiedenen Farben erhältlich: Carbon, Dark Grey und Weiß. Ein spezielles Herstellungsverfahren garantiert dabei Farb-Intensivität und eine lange Farb-Echtheit. Die kratzfeste Oberfläche der Radea R10 Spülen ist außerdem UV-beständig. Mehr dazu auf der wohninsider-Website unter: bit.ly/3CCHaaA

Dämpfen & Backen aus einer Hand

Das neue Gerät von Küppersbusch BD 6340.0 vereint sieben Backofenfunktionen mit vier Dampfgarfunktionen in einem Gerät. Der Dampf wird außerhalb des Garraums erzeugt und vermindert so den Reinigungsaufwand. Schließlich muss keine Verdampfungsplatte, die sonst häufig im Garraum angebracht ist, aufwendig geputzt werden. Ein weiteres smartes Detail: Der Wassertank wurde hinter der Blende platziert. Dies hat nicht nur optische Gründe, auch der Garraum konnte dadurch größer gestaltet werden und beeindruckt mit 70 Litern Volumen. Zu den vier Garfunktionen zählen Dampfgaren, Regenerieren und zwei Kombi-Dampfgarfunktionen – mit Heißluft bzw. mit Umluft. Auch das Gerät ist mit Ökotherm ausgestattet. Der Backofen/Dampfgarer BD 6340.0 ist in Schwarz mit Edelstahlgriffen erhältlich und kann mit unterschiedlichen Griff- und Sichtleisten individuell ausgestattet werden.
Mehr dazu auf der wohninsider-Website unter: bit.ly/3EQVKxZ

So schmal und schon ein Weinkühler

Mit dem RVU 10020 bringt Teka einen Weinkühler auf den Markt, der lediglich 15 cm breit ist. Wie alle Teka Weinkühler ist auch das neue Unterbau-Gerät RVU 10008 mit einer elektronischen Temperaturregelung ausgestattet, von 5 bis 18°C frei wählbar. Welche Temperatur gerade eingestellt ist, kann man durch die weiße LED-Anzeige auch bei schlechten Lichtverhältnissen jederzeit gut erkennen. Die doppelt getönte Glastür schützt die Flaschen vor Licht und UV-Strahlen, sichert verlässlich den Geschmack und verhindert die vorzeitige Alterung des Weins.

Alle Geräte sind bereits lieferbar.

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

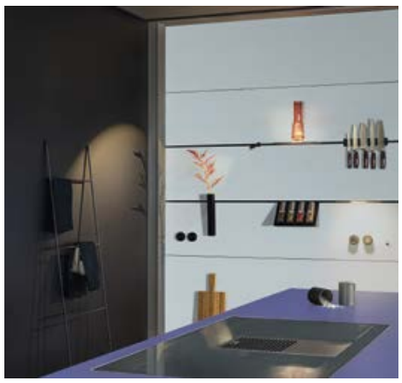
Der neue Weinkühler von Teka ist lediglich 15 cm breit und bietet dennoch Platz für bis zu acht Weinflaschen. Mehr dazu auf der wohninsider-Website unter: bit.ly/3s5rpEc

Fotos: Teka

THEWALL® BY LECHNER

Individuelle Küchengestaltung

Die Multifunktionswand THEWALL® by Lechner macht aus Wänden Bühnen.



THEWALL® by Lechner mit satiniertem Glas in Morning blue und Compact-Arbeitsplatte in der Farbe Velvet night blue.

Sie kombiniert Rückwand mit Stromschiene und Accessoires zu einem multifunktionalen Highlight, das Liebhaber exklusiven Designs nach ihren individuellen Bedürfnissen gestalten können – und das den Raum durch Lichteffekte, Sounds oder überraschende Funktionalitäten bereichert. Die neue Variante von THEWALL® by Lechner aus satiniertem Glas ist ein perfektes Match mit matten Oberflächen und den robusten Glas-Arbeitsplatten in Mezzo oder Satin+. Funktionaler Vorteil ist dabei die Kratzfestigkeit. Häufiges Verschieben der Accessoires oder eine starke Beanspruchung des Materials hinterlassen auf satiniertem Glas keine Spuren. Sie ist außerdem in glänzendem Glas, in allen Unifarben und sogar in Wunschfarben erhältlich. Der individuellen Gestaltung sind also auch farblich keine Grenzen gesetzt. Die Professional-Variante gibt es zudem mit Oberflächen in Dekton® und Keramik, während THEWALL® by Lechner Basic mit Laminat einsteigt.

THEWALL® Bird bezogen mit Archisonic-Filz.

Neuheit THEWALL® Bird

Die mobile Akustik- und Trennwand spielt ihre Mehrwerte sowohl in Büroräumen als auch in offenen Wohnkonzepten voll aus. Damit lässt sich die Funktionalität von Räumen unkompliziert und flexibel völlig neu definieren. THEWALL® Bird kommt in ausschließlich nachhaltigen Varianten auf den Markt – wahlweise mit Holzoberfläche in Nussbaum oder Eiche aus nachhaltiger Forstwirtschaft oder bezogen mit Archisonic-Filz aus recycelten Plastikflaschen.

www.mylechner.de

Fotos: Lechner

Naber®

Quantensprung der Lüftungstechnik!

BSH

Die Revolution im Backofen

Anfang September präsentierte die BSH gemeinsam für ihre Marken Bosch und Siemens ihre neuesten Backöfen mit überhitzter Dampffunktion unter dem Titel „Ofenbarung".

Das Wortspiel soll auf den Paradigmenwechsel durch die neue Geräte-Generation anspielen. Die Stilarena in Wien bot den exklusiven Rahmen für den Gala-Abend und die anschließenden Präsentationstage, durch die Moderator Armin Assinger führte. Der Einladung von Hausherrin Geschäftsführerin Mag. Ulrike Pesta in die Wiener Stilarena waren an den drei Präsentationstagen von 7.-9. September rund 220 Handelspartner gefolgt.

Die Premium-Einbaubacköfen der Serie 8 verfügen über Air Fry zum gesunden Zubereiten von „Frittiertem" sowie über die Dampffunktion Plus, bei der Heißluft 120 Grad mit Dampf verbunden wird.

Unter dem Titel „Ofenbarung" präsentierte der Hausgeräte-Hersteller die neueste Generation an Backöfen mit überhitzter Dampffunktion und Air Fry – vorerst für die Marken Bosch und Siemens – dem Fachpublikum. Dabei kamen auch die markenspezifischen Schwerpunkte und Unterschiede der neuen Premium-Einbaubacköfen zur Geltung. Siemens stellte die neuen iQ700 Backöfen vor, während in der Bosch Markenwelt die neuen Geräte der Serie 8 präsentiert wurden. Das fachkundige Trainerteam der BSH Österreich erklärte dabei die Features und Besonderheiten im Detail. Klar durften dabei auch nicht die lukullischen Genüsse fehlen, für die Roman Klauser in der Bosch-Küche und Markus Lorbeck in der Siemens-Küche sorgte.

BSH Österreich Geschäftsführerin Ulrike Pesta zieht ein erstes Resümée: „Gemeinsam mit Armin Assinger haben wir festgestellt, dass Perfektion, Schnelligkeit und fortschrittliches Design nicht nur beim Skifahren wesentliche Erfolgsfaktoren sind. Wir freuen uns sehr über das positive Feedback unserer Fachhandelspartner, die Begeisterung für die neue Generation Backöfen ist schon jetzt großartig. Wir läuten damit ein neues Zeitalter in der Küche ein, und ich bin überzeugt, dass wir zusammen mit unseren Fachhandelspartnern auch die Endkund*innen begeistern und die Erfolgsgeschichte der Premium-Einbaubacköfen der BSH fortschreiben werden."

Schulung ab November

Neben der Präsentation in der Wiener Stilarena hatten Handelspartner im Westen Österreichs von 13.-15. September im Werk in Traunreut Gelegenheit, die Backofen-Neuheiten von Bosch und Siemens zu erfahren. Eine Gelegenheit, die 170 Partner wahrnahmen. Bereits ab November startet die BSH dann mit einer Schulungstour im Möbelfachhandel für die neue Backöfen-Generation. Die Ausstattung der Handelspartner – im ersten Schritt Studioline und Bosch Exclusiv – beginnt mit Jänner, Verkaufsstart ist voraussichtlich im März. Die Liniengeräte und die Geräte unter der Marke Neff folgen im weiteren Laufe des Jahres 2023/2024.

www.bosch-home.at
www.siemens-home.bsh-group.com/at

Die Geräte der iQ700 Einbaugeräte-Reihe versprechen beste Back- und Bratergebnisse mithilfe intelligenter Algorithmen. Die Dampfbacköfen bieten zudem auch die neue Funktion mit überhitztem Dämpfen sowie erstmals einen Festwasseranschluss.

Fotos: BSH

Produktneuheiten

Alle Details zu den Geräten finden Sie unter www.wohninsider.at:

> *Die neuen Siemens-Geräte, Link zur Produktpräsentation: bit.ly/3Vt0EqD*

> *Das neue Bosch-Highlight, Link zur Produktpräsentation: bit.ly/3MwTkqa*

MIELE

Niemals um Neuheiten verlegen

Auf Miele ist Verlass. Das hört man in der Werbung und diesen Eindruck gewinnt man immer wieder auch als Journalistin. Krisenstabil zeigt sich das Vorzeigeunternehmen so auch heuer auf den Linzer Elektrofachhandelstagen mit einem Strauß an Neuheiten und traditionellen Werten, jedoch neu kommuniziert. Von Lilly Unterrader

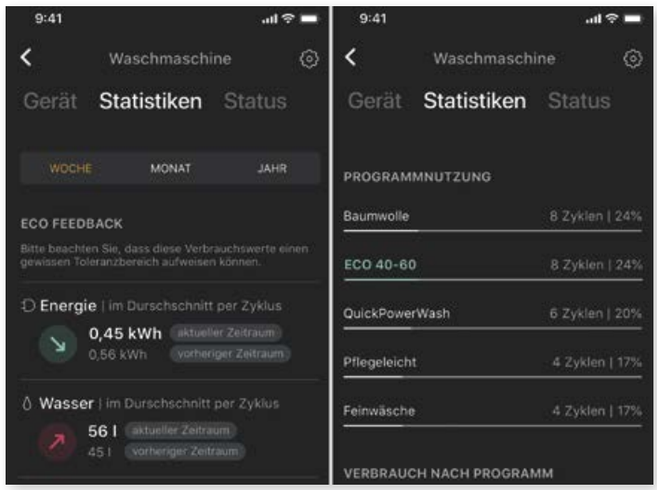
Das Thema Nachhaltigkeit wurde bereits mit der Gründung von Miele 1899 initiiert, heute ist es jedoch aktueller denn je. So belegen die Gütersloher, dass der Ressourcenverbrauch wie auch der CO_2-Ausstoß nach wie vor konsequent minimiert werden, bei gleichzeitig gewohnt langer Haltbarkeit der Geräte. Denn das Thema Nachhaltigkeit sei eben eines, das auf allen Ebenen gelebt und verwirklicht werden muss, wie auch Miele-Österreich-GF Sandra Kolleth im Rahmen der Elektrofachhandelstage unterstreicht. Heißt auch, Geräte herzustellen, die keine Spuren hinterlassen. Konkret: Schon heute ist Miele über alle Standorte hinweg CO_2-neutral. Bis 2030 hat sich das Unternehmen zum Ziel gesetzt, die absoluten Emissionen inklusive der Fahrzeugflotte um 50 % gegenüber 2019 zu reduzieren.

Miele Österreich-GF Sandra Kolleth im Rahmen der Linzer EFHT: „Wir sind sehr froh, dass wir so ein Messe wieder erleben durften und unsere Erwartungen wurden übertroffen." – Nicht zuletzt dank des neuen selbstreinigenden Dampfbackofens.

Ein weiterer Punkt in dieser Strategie ist die Abfallvermeidung durch das Recycling von Geräten. Das beinhaltet auch eine zirkuläre Wertschöpfungskette mit Net Zero Waste, in der alle Materialien der Miele-Geräte am Ende ihres Lebenszyklus' in den Kreislauf zurückkehren. Flankiert wird das von lokalen Projekten wie BioBienen-Apfel *(wohninsider berichtete)*, der Installation einer Photovoltaikanlage in Wien oder der Tatsache, dass auch die Servicemitarbeiter von Miele Österreich nun mit e-Autos ausgestattet werden, wie Kolleth ausführt: „Wir sind eines der ersten Unternehmen, das e-Autos, konkret E-VW ID. Buzz für Service Techniker im Echtbetrieb testet". Und so war das Thema auch eines der dominierenden beim Auftritt auf den EFHT und der IFA. Pressesprecherin Petra Ummenberger: „Wir kommunizieren das jetzt viel konkreter, weil es für den Endkunden notwendig ist. Wir haben da sehr viel Input."

Smart und clever

Vorangetrieben wird bei Miele gleichzeitig auch das Thema Vernetzbarkeit, Smart Automation und digitale Nutzung. In diesem Zusammenhang präsentierte das Unternehmen aktuell eine Kooperation mit Smart Home-Spezalisten Loxone. Kolleth: „Diese neue Kooperation hilft uns, unsere Geräte in ein ganzheitliches Energiemanagement zu integrieren." Ebenso neu ist die Google-Spracherkennung der Miele-App sowie das Consumption Dashboard, das das eigene Nutzungsverhalten mit den Miele-Geräten verdeutlicht. Gelauncht werden die beiden letzteren Funktionen 2023.



Mit dem neuen Consumption Dashboard (ab kommenden Jahr in der Miele-App) wird dem Endkunden das eigene Nutzungsverhalten der Geräte anschaulich vor Augen geführt.

Nie mehr Dampfbackofen putzen

Mit einer sensationellen Neuheit für alle Dampfbackofen-Fans ließ Miele in Berlin und Linz aufhorchen: den selbstreinigenden Geräten mit HydroClean *(mehr zum Produkt auf wohninsider.at unter bit.ly/3T5qIWQ)*. Kolleth: „Bei unserer internen Präsenta-

Fotos: Miele

tion hatten wir ein komplett eingebranntes Backrohr, das wir damit wieder sauber bekommen haben. Unser Vertrieb war regelrecht begeistert." Auf den Markt kommen die Geräte – wahlweise mit Festwasseranschluss oder Tank (!) – ab Dezember. Neue Käuferschichten dürfte indes die Generation an Einbaubacköfen mit Dampfgarfunktion im Einstieg eröffnen. Kolleth sieht hier sehr viel Potenzial: „Die Preisklasse unter 2.500 Euro hat uns bislang gefehlt. Mit der neuen Serie bieten wir einen vollwertigen Dampfbackofen in Miele-Qualität in neuer Preisklasse!"

Aber auch im Bereich Kühlen – das Frischesystem mit Sprühnebel gibt's jetzt auch für die Standgeräte der K4000 Serie – zeigt Miele Kompetenz. Zudem weisen die Geräte eine neue Isolierung mit einem Kern aus Silicia *(mehr zum Produkt auf wohninsider.at unter bit.ly/3VcTqa4)* auf, der in Sachen Energieeffizienz ein neues Kapitel aufschlägt. Nicht nur das Dämmmaterial ist wiederverwertbar, auch gewährleistet dies, dass die beim Kauf erworbene Energieeffizienz über die Lebensdauer des Gerätes erhalten bleibt. Die Geräte kommen im Frühjahr auf den Markt.

Beim Thema Induktion präsentierte der Hersteller ein neues TwoInOne-Konzept, das dank eines neuen Lüftungskonzeptes nicht nur besonders leise, sondern auch äußerst einfach in der Montage ist *(mehr zum Produkt auf wohninsider.at unter bit.ly/3SFCGqq)*. Zudem werde jetzt nur mehr die oberste Küchenlade dafür benötigt, alle darunter liegenden können fortan in voller Tiefe genutzt werden. Und schließlich bestechen die Vollflächeninduktionsfelder dank der neuen Oberfläche DiamondFinish *(mehr zum Produkt auf wohninsider.at unter bit.ly/3e8Jq1f)* mit einer extremen Kratzfestigkeit (9,5 von 10 auf der Mohs'schen Härteskala).

Das neue TwoInOne von Miele kombiniert nicht nur Induktion mit Kochfeldabzug, sondern besticht auch noch durch leisen Betrieb und einfache Montage.

Die neue Generation der Kühlgeräte K4000 bringt den beliebten und effizienten Kälte-Sprühnebel auch ins Standgeräte-Segment.

Wie geht's weiter?

Sandra Kolleth zeigt sich positiv: „Wir sind extrem froh, dass wir diese Messe abhalten konnten, haben auch sehr dafür gekämpft. Die Stimmung war sehr gut, meine positiven Erwartungen wurden übertroffen." Natürlich konstatiert sie, seien die aktuellen Rahmenbedingungen schwierig, aber: „Wir sehen die Situation für unser Geschäft positiv, weil wir viele Themen gut abdecken, etwa mit der Reparierbarkeit, Langlebigkeit usw. Zudem wissen wir, dass Menschen in Krisensituationen in Marken, Langlebigkeit usw. investieren. Und all das bilden wir ab." Sei mit einem Loch im Frühjahr zu rechnen? Kolleth glaubt hier an die self fullfilling prophecy: „Natürlich, wenn wir alle mit der Einstellung reingehen, wird es wohl auch so kommen. Wir arbeiten aber daran, das Beste mit und für unsere Partner zu erreichen. So bieten wir in den kommenden Monaten zahlreiche Schulungen, sind werbetechnisch aktuell mit der Bodenpflege aktiv. Schaffen u.a via Social Media Bewusstsein für diverse Themen, wie Bienen oder haben auf der IFA 2500 Sackerl Samen für Blumenwiesen verteilt. Wir unternehmen viele lokale Projekte, die in Summe den Unterschied machen, wie wir meinen."

In Sachen Lieferthematik erwarte Kolleth – so nicht noch Unvorhergesehenes passiere – eine Entspannung bei den noch heiklen Bereichen Spülen und Kühlen im Q1. Sehr positiv sei auch die erwartete Entwicklung bei Miele Österreich für das laufende Jahr. „Natürlich muss man mit den Referenzwerten vorsichtig sein und womit wir uns vergleichen. Aber unter dem Strich sind wir jedenfalls auf einem höheren Niveau als vor Corona unterwegs ..."

www.miele.at

ORANIER KOCHFELDABZÜGE

Leise, leiser, flüsterleise

In den letzten 12 Monaten hat ORANIER konsequent die Motorentechnik der Kochfeldabzüge weiterentwickelt. Das Ergebnis: Alle Kochfelder mit integriertem Abzug hinter der Kochfläche sind jetzt mit derselben Motorbox ausgestattet.

Der leistungsstarke Motor, mit seiner Energie-Effizienzklasse A, saugt die Dämpfe kraftvoll in die Filter und sorgt mit dem Fettabscheidegrad A für saubere Luft. Der hocheffiziente Motor verfügt über drei Normalstufen und eine Leistungsstufe, wobei er dank der strömungsoptimierten Konstruktion in der ersten Stufe flüsterleise arbeitet. Selbst bei der höchsten Stufe sind entspannte Gespräche möglich. Ein weiterer Aspekt, der überzeugt: Beim Umluftbetrieb wird der Profi-Aktivkohlefilter eingesetzt, der drei Jahre hält und in der Zeit fünfmal einfach regeneriert werden kann.

Flexibilität über alle Maße

Dank der unterschiedlichen Breiten – 60, 80 oder 90 cm – sind die Kochfeldabzüge Garant für eine flexible Küchenplanung. Nicht nur bei den Maßen, sondern auch bei der Optik: Ob auf die Arbeitsplatte aufgelegt oder flächenbündig, mit Seitenleisten oder mit Rahmen in Edelstahl oder pureBLACK – alle Einbauvarianten sind mit jedem Modell möglich.

Details, die überzeugen

Das Topmodell – der Kochfeldabzug KFL 2094 bc – ist mit der be-cook-Technologie ausgestattet. Die intelligente Flächeninduktion und das smarte Kochgeschirr kommunizieren per Bluetooth und führen per Video-Anleitung Schritt für Schritt durch über 150 Rezepte. Der Clou: Temperatur und Kochdauer regeln App und Kochfeld automatisch. Nicht zuletzt wurde dafür das ORANIER Topmodell von Endverbrauchern mit dem Kitchen Innovation Award 2021 ausgezeichnet. Die Liste der Features ist hier besonders lang: Je neun Koch- und Grillstufen, drei Warmhaltestufen und vierfacher Doppel-Booster sowie Brückenschaltung. Die Bedienung erfolgt über Slider-LED.

Die KXI-Linie mit den unterschiedlich breiten Modellen 1062, 1082 und 1092 TC Basic-PLUS bietet jeweils zehn Leistungsstufen auf jeder der zwei, drei oder vier Kochzonen. Topferkennung, Rote Display-Anzeige, Touch-Control-Bedienung und Brückenschaltung sind obligatorisch.

FlexX-Induktion mit Kochfeldabzug im Preiseinstieg

Im Preiseinstieg überzeugt der KXI 1084 TC Centerline mit Zentralabsaugung, der nahezu flächenbündig eingelassen ist. Das passende Kochfeld für die kostenbewusste Familie, die Wert auf Sicherheit und Komfort legt. Das Modell bietet Kindersicherung, Überlaufschutz und Überhitzungsschutz. Die Bedienung erfolgt bequem per Touch-Control, und für den Einbau sind gerade mal ein 60 cm breiter Unterschrank und eine ebenso schmale Arbeitsplatte mit nur 60 cm Tiefe nötig.

www.oranier.com

Fotos: ORANIER

QUOOKER | NABER

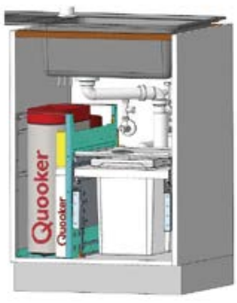
Quooker und Naber kooperieren unter der Spüle

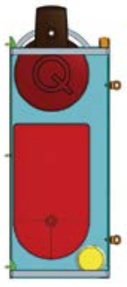
Es passt perfekt und das im doppelten Sinne, denn mit Quooker und Naber kooperieren zwei Familienunternehmen, die in unterschiedlichen Produktgruppen zu führenden Spezialisten im Küchensegment zählen.

Das Cox® Base-Q-System von Naber.

Ab Februar 2023 wird es ein maßgeschneidertes und Quooker-konformes Naber Abfall-Trennsystem geben, welches bereits auf der area30 vorgestellt wurde und mit welchem der Fachhandel seinen Kunden nun eine ideale Option anbieten kann. Beide Komponenten können raumoptimiert in Standard-Unterschränken von 600 mm Breite untergebracht werden. Dafür fährt das sogenannte Cox® Base-Q-System einen 22-Liter oder zwei 10-Liter Abfallbehälter Cox® Base 360 S per Auszug aus, während die Quooker-Reservoire PRO3 für Kochendwasser sowie CUBE für gekühltes prickelndes und stilles Wasser, im Schrank verbleiben. Sie können alternativ rechts oder links vom Cox® Base-Auszug platziert werden. Im hinteren Bereich des Schrankes bleibt dabei ausreichend Platz für Wasseranschlüsse, Schlauch- und Kabelführung wie auch Luftzirkulation. Die Montage des modularen Systems erfolgt in wenigen Schritten und kann der jeweiligen Einbausituation flexibel angepasst werden.

www.quooker.at
www.naber.com





Fotos: Naber und Quooker

GRASS

Die schmalste Stahlzarge der Welt

Möbel sollen das Leben komfortabler machen, zum Lebensstil passen und langfristig haltbar sein. Manche Möbelstücke halten ein Leben lang oder werden sogar an die nächste Generation übergeben. Wie Design und ein auf die Zukunft ausgerichtetes Wirtschaften möglich ist, kann man bei GRASS sehen.

Um gegenläufigen Trends wie Fast Interior, also kurzlebige und dafür günstige Möbel, etwas entgegenzusetzen, setzt GRASS auf durchdachte Qualität, wie Harald Klüh, Global Brand Manager bei GRASS, erzählt: „Es gibt verschiedene Ansatzpunkte für Nachhaltigkeit bei GRASS. Einer ist das Produkt und an unserer neuen Stahlzarge Vionaro V8 kann man sehr gut erläutern, was Nachhaltigkeit am Produkt bedeutet.“ Vionaro V8 ist lediglich 8 Millimeter schmal, womit die Grenzen des Machbaren einmal mehr durch GRASS verschoben wurden. Dadurch wird einerseits Material gespart, andererseits ein minimalistisches Kunstwerk im Möbelinneren geschaffen, an dem man sich nicht sattsieht. Und noch wichtiger: Vionaro V8 ist eine reine Stahlzarge, die einzige, die ganz ohne Kunststoffelemente auskommt. Das schafft höchste Stabilität und Langlebigkeit und garantiert eine fast hundertprozentige Recyclingquote.

GRASS is green: Die schmale Stahlzarge ist zeitlos, langlebig und 100 Prozent recyclebar.

Harmonie im Möbel und darüber hinaus

Ein System für alle Wohnbereiche: Mit Vionaro V8 bietet GRASS die perfekte Lösung, um Küchen-, Bad- und Wohnmöbel mit dem gleichen Bewegungs-System auszustatten. Das puristische Design lässt Vionaro V8 gewissermaßen zum Bindeglied zwischen den einzelnen Wohnbereichen werden – und ermöglicht dabei eine optimale Stauraumnutzung. Für das perfekte Bewegungserlebnis sorgt dabei eine der weltweit erfolgreichsten Unterflur-Führungen für Vollauszüge: Unter dem Vionaro V8-Schubkasten gewährleistet das Führungs-System Dynapro exzellente Laufeigenschaften, präzise Bewegungen und hohe Stabilität.

Unendliche Gestaltungsmöglichkeiten

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

www.vionaro-v8.com

▲ *Die äußerst schlanke Bauweise und die rechtwinklige Formgebung sorgen für maximale Raumausnutzung.*

◀ *Ein System für alle Wohnbereiche: Vionaro V8 ist die perfekte Lösung für Küchen-, Bad- und Wohnmöbel.*

Fotos: GRASS

SOLITAIRE

Wenn die Grenzen des Denkbaren verschwimmen

Mit Solitaire – The Waterbase etablierte die BSH-Gruppe nicht nur eine neue Gerätekategorie innerhalb der BSH, sondern auch eine zusätzliche Marke. Zudem wird bislang scheinbar festgelegtes neu gedacht und nie dagewesenes Design möglich.

Neue Möglichkeiten in der Gestaltung offener Wohnkonzepte verspricht Solitaire. Denn The Waterbase verwandelt die Spüle in einen Ort mit klarem Design und vielfältigen Funktionen. Waterbase sieht nicht klassischerweise aus wie eine Spüle und erfüllt trotzdem deren Funktionen und noch viel mehr. Die Innovation wurde vollständig auf Basis von Consumer Insights entwickelt und optimal an die Bedürfnisse anspruchsvoller Konsumenten angepasst. Stilvoll und zugleich diskret fügt sich die Waterbase in jeden Wohnbereich

Mehr zu The Waterbase auf der wohninsider-Website unter bit.ly/3N2uChH

ein, ohne als Arbeitsort wahrgenommen zu werden. Das Infinity Cover macht das Spülbecken unsichtbar und sorgt für eine geschlossene Oberfläche und einheitliche Ästhetik. Die Funktionalität wird dabei nicht beeinträchtigt. So ist eine Wasserentnahme selbst bei abgedecktem Spülbecken möglich. Überschüssiges Wasser fließt dabei, wie unsichtbar gelenkt, über eine schmale Rille ab.

Stufenlose Varianz

Das Infinity Cover lässt sich je nach Bedarf stufenlos absenken. Vom schnellen Händewaschen bis zur Reinigung eines großen Topfes – die Tiefe des Spülbeckens kann so ganz nach Bedarf angepasst werden. Elektrisch verschließbar, lässt es sich auch nach Wunsch mit Wasser befüllen. Dabei sind auch die Möglichkeiten der Wasserzubereitung sehr vielfältig. Die Armatur ist mit einem Hydronic Select ausgestattet, sodass je nach Wunsch stilles Wasser raumkühl und eiskalt gekühlt, gesprudeltes Wasser in den Sprudelstärken Classic und Medium, ca. 80 °C heißes Wasser sowie ca. 100 °C kochendes Wasser jeweils sofort verfügbar ist.

Ein technologisches Meisterstück

Im reduzierten rechteckigen Design der Armatur verbergen sich zwei Wasserleitungen: eine für normales Leitungswasser und eine für aufbereitetes Wasser. Auf diese Art wird ein Vermischen des Wassers verhindert. Für die komfortable Handhabung ist die Armatur um 170° schwenkbar. Bedient wird die Waterbase über ein intuitives Touch-Display, das übersichtlich gestaltet ist. Per Fingertipp lassen sich die verschiedenen Wasseroptionen und anderen Funktionen auswählen. So intuitiv, wie vom Smartphone gelernt. Das Display hat eine Glasoberfläche und fügt sich nahtlos in die Fläche ein. Es ist nur dann erleuchtet, wenn eine Bedienung erfolgt, andernfalls ist es unsichtbar. Zusätzlicher Wow-Effekt für Technik-Affine: Die Waterbase ist über die Home Connect App in das Home Connect Ökosystem integriert. Die App zeigt beispielsweise an, wann ein Austausch des Wasserfilters notwendig ist. Auch Nachbestellungen, etwa der CO_2 Zylinder, lassen sich über die App komfortabel tätigen. Zudem kann die Software der Waterbase mit Home Connect immer auf dem neuesten Stand gehalten werden.

Ordnung muss sein

Last, but not least finden auch Gebrauchsgegenstände wie Geschirrtücher oder Schwämme in der Waterbase ihren Platz. Dafür sorgen integrierte Aufbewahrungslösungen wie das Trocknungsfach für Spülutensilien oder das Schnellzugriffsfach für Spülmittel, Seife und ähnliche Gegenstände. So verschwinden störende Utensilien aus dem Blickfeld und die Arbeitsfläche bleibt stets aufgeräumt. Zudem bietet die Waterbase Platz für zwei Mistkübel.

Die Innovation aus dem Hause BSH ist in unterschiedlichen Varianten ab Jänner 2023 lieferbar.

www.solitaire-home.com

Fotos: BSH

BLANCO MULTI FRAME

Innovation am Wasserplatz

Mit dem BLANCO Multi Frame stellt der Spezialist für den Wasserplatz in der Küche eine neuartige Lösung für den Unterschrank vor, mit der die Planung und Montage einzelner Komponenten deutlich vereinfacht wird.

Denn die einzelnen Produkte der BLANCO UNIT sind in dem Multi Frame bereits vorinstalliert. Der pulverbeschichtete, stabile Stahlrahmen nimmt alle Teile auf und nutzt jeden Zentimeter gekonnt aus.

So enthält der BLANCO Multi Frame drink. soda das komplette Soda-System inklusive Filter, Soda- und Kühlsystem, das passende Abfallsystem SELECT II Soda und zusätzlich eine Schublade mit gedämpftem Selbsteinzug und ein weiteres Organisationsfach. Mit der neuen, platzoptimierten BLANCO Ablaufgarnitur wird die Abwasserausleitung elegant in den hinteren Bereich des Unterschranks verlagert. Das flexible Installationsraster des Multi Frames sorgt dafür, dass alles am richtigen Platz bleibt und einfach zu montieren ist. Sollten im Zuge der individuellen Küchenplanung noch weitere Komponenten oder Steckdosen benötigt werden, können diese zusätzlich angebracht werden. Kabel und Schläuche lassen sich sicher fixieren.

Der BLANCO Multi Frame begeistert mit besonderer Funktionalität, makellosem Design und maximaler Raumnutzung.

Ragnar Jehle, Managing Director/Head of Global Products bei BLANCO: „Unsere Designer wollten eine Lösung entwickeln, die endlich Ordnung in den Unterschrank bringt, die Multifunktionalität von Wassersystem, Abfalltrennsystem Ordnungssystem sicherstellt und darüber hinaus noch die Montage erleichtert. Der BLANCO Multi Frame kann alles: den Komfort für Nutzerinnen und Nutzer spürbar erhöhen und das gesamte Handling von der Lieferung bis zur Montage für unsere Partner vereinfachen."

Auf der Küchenmeile 2022 stellt Thorsten Neelen, Managing Director für die DACH-Märkte, die innovative Installations- und Montagelösungen vor.

Ein Installationswunder – durchdacht bis ins Detail

Der neue BLANCO Multi Frame bietet nicht nur viele Vorteile bei der Montage und täglichen Nutzung. Er erleichtert auch die Planung und den gesamten Bestell- und Lieferprozess. Eine Einheit, mit einer Artikelnummer und eine Lieferung – einmal mehr zeigt die Premium-Marke BLANCO damit ihren ganzheitlichen Ansatz als Systemanbieter. Der vormontierte Multi Frame wird in einer speziellen Kartonpalette angeliefert. Angebrachte Filzbänder und Griffe erleichtern das Einsetzen der Einheit in den Möbelkorpus. Die ebenfalls neue Frontmontageplatte vereinfacht die Anbringung der Küchenfront. Dank der elektrischen Türöffnung lässt sich der Unterschrank leicht und sanft öffnen und schließen. Die BLANCO UNIT mit dem Multi Frame ist ein revolutionäres Komplettsystem, das moderne Küchenkultur, von der Planung über die Montage bis hin zum Gebrauch auf ein neues Niveau hebt.

www.blanco.at

Fotos: BLANCO

NABER

Ein Quantensprung in der Küchenlüftungs-Technik

COMPAIR PRIME flow®
Link zum Infovideo:
bit.ly/3C6Az7W

Video im eBook

Ein besonderer Coup ist dem Küchenzubehör-Spezialisten mit dem neuen ganzheitlichen Luftkanal-System COMPAIR PRIME flow® für Abluft- und Umluft-Lösungen gelungen.

Das überraschend einfach zu planende und zu montierende neuartige Luftkanalsystem mit optimierter Luftströmung ist für alle marktgängigen Dunstabzugs-Systeme passend. Gegenwärtige und zukünftige Effizienz- und Luftdichtheits-Anforderungen der Gebäudetechnik werden klar erfüllt. Die Luftförderleistung in Flach- oder Rundkanälen, Rohrbögen und Anschlussstücken konnte mit modernster Technologie aus der Luftfahrt nochmals signifikant verbessert werden. Der flüsterleise Betrieb des Dunstabzugs sowie ein niedriger Stromverbrauch sind weitere Effekte der Optimierung.

Stecken – einrasten – fertig!

Der genial einfache Universalverbinder mit der doppelten Zwei-Lippendichtung als Herzstück der COMPAIR®-Innovation ermöglicht die luftdichte Montage der Luftkanäle, Rohrbögen und des Umlenkstücks ganz ohne Werkzeug, Silikon und Klebeband. Die Elemente werden zusammengesteckt, und ein Klick bestätigt, dass sie eingerastet und perfekt luftdicht verbunden sind. Der flexible Kompensator aus elastisch verformbarem Kunststoff verleiht dem System eine bisher nicht gekannte Flexibilität. Richtungsänderungen bis zu 15 Grad in jede Richtung sind möglich, denn die Verbinder lassen sich dehnen, stauchen, biegen und verschieben.

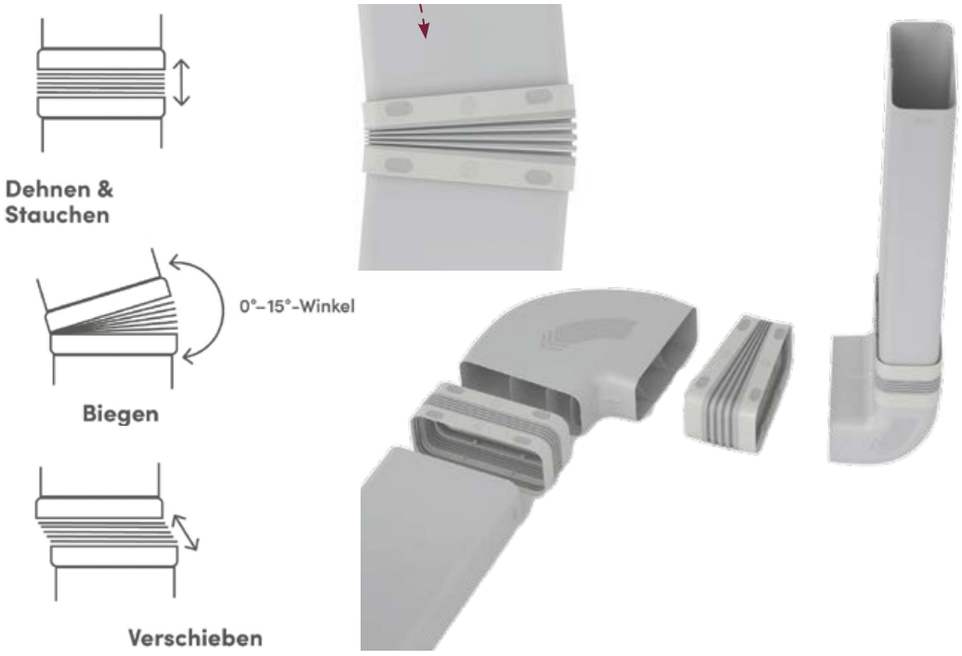
Wesentlich vereinfacht hat Naber auch den Einbau des Mauerkastens bei Abluft-Lösungen. Jedes zu COMPAIR PRIME flow® kompatible Mauerkasten-Set enthält außer der THERMOBOX ein Rohbau-Set. Sein Herzstück ist die Wandanschlusshülse, die das Rohr sicher in der Kernbohrung verankert. Mithilfe von Stützstegen lässt sich COMPAIR PRIME flow® unsichtbar im Bodenaufbau verlegen – eine wichtige Option für Kücheninseln. Sauber abgeschirmt können in den Luftkanälen Strom- und Datenkabel mitgeführt werden.

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

freut sich Geschäftsführer Lasse Naber

Mit COMPAIR PRIME flow® lässt sich für jeglichen Grundriss und jeglichen Dunstabzug das technische Optimum herausholen. Küchennutzern bietet es höchsten Komfort, um in einer sauberen Raumluft zu kochen. Mehr dazu finden Sie hier:

www.compair-prime-flow.com
www.naber.com



Fotos: Naber

Weitere Produktneuheiten

Weitere Neuheiten, die Naber auf der area30 präsentiert hat, finden Sie unter www.wohninsider.at im Online-Marktplatz:

> *„Abfall-Management inklusive Quooker Wassertank“, Link zur Produktpräsentation: bit.ly/3UYAQ5K*

> *„Cox Stand-UP® für vorhandene Frontauszüge“, Link zur Produktpräsentation: bit.ly/3M1SDok*

FRANKE

„Die einzige Konstante ist der Wandel“

Der weltweit führende Anbieter von Lösungen für die Haushaltsküche, Systemgastronomie und professionelle Kaffeezubereitung präsentiert seinen zukünftigen Look und die neue Markenidentität. Der globale Launch fand im September mit der Präsentation im house4kitchen in Löhne statt.

Bei dieser Premiere konnten die Besucher erstmals in die neue Markenwelt von Franke eintauchen. Das Motto der Messe lautet „Discover the pure experience“ – sie erzählt eine Geschichte, geschrieben und gestaltet im Einklang mit der Natur.

Tradition trifft kühnen Geist

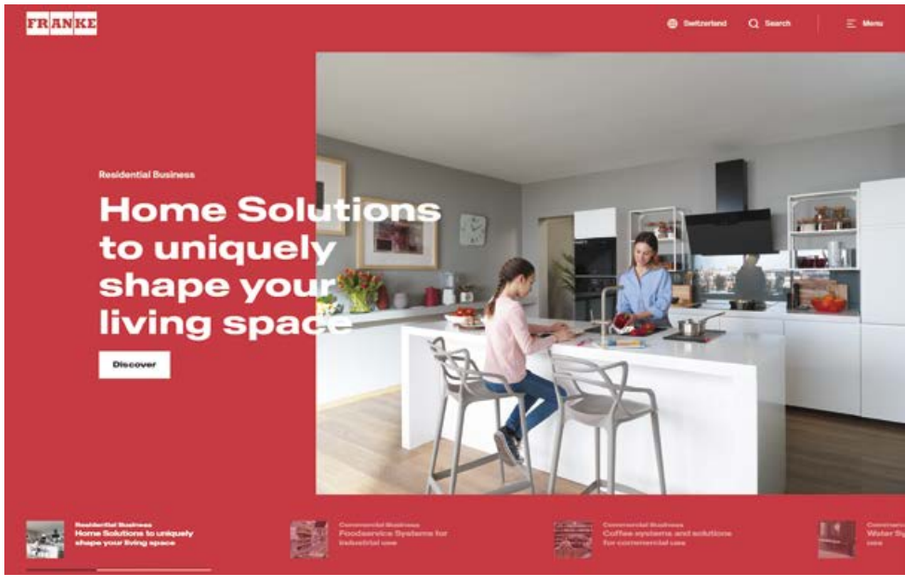
Um diesen Markenpurpose stringent durch alle Unternehmensbereiche zu verfolgen, erarbeitete Franke einen Markenauftritt, der seit dem 13. September sukzessive auf allen Plattformen, wie z.B. auf der aktualisierten Website, und in der gesamten Marketingkommunikation sichtbar sein wird. Die Rolle des Designs besteht dabei darin, die neu entwickelte Markenpositionierung mittels visueller Identität auszudrücken. Getreu dem Prinzip „zuverlässig und inspirierend“ wird das künftige Design dynamisch, flexibel und zeitgemäss sowie in klaren Farben, Linien und Symbolen umgesetzt. Das modernisierte Franke Logo erscheint unter Beibehaltung seiner Ursprünge in der aktivierenden Farbe „Vibrant Red“, eine Weiterentwicklung der bestehenden Markenfarbe – für mehr Präzision und Anpassungsfähigkeit.

Modernes und zeitgemässes Design prägt den neuen Franke Markenauftritt.

Die neue Website

Nach mehr als sechs Monaten der Entwicklung wird einer der wichtigsten Franke Kanäle, die Unternehmenswebsite franke.com, im neuen Design erscheinen und dadurch die Markenpositionierung unterstützen. Dank Responsive Design wird die klare und lesbare Darstellung auf verschiedenen Endgeräten optimiert. Zusätzlich soll durch eine klare Informationsarchitektur und mit attraktiven Inhalten eine verbesserte User Experience erzielt werden. Die Nutzerinnen und Nutzer finden auf der neugestalteten Website sämtliche Informationen rund um die Franke Gruppe und die drei Divisionen sowie alle nötigen Unterlagen und Informationen zu Produkten und Dienstleistungen. „Das neue Branding ist für die Franke Gruppe mehr als nur ein angepasster Markenauftritt: Wir begreifen Veränderungen als Chance, um Neues zu schaffen und ständig besser zu werden. Dafür haben wir unsere Markenpositionierung geschärft und sind offen für den Wandel. Wir streben tagtäglich nach den bestmöglichen Ideen und Lösungen, um den unterschiedlichen Bedürfnissen unserer Kunden im Wandel der Zeit gerecht zu werden. Dies drücken wir nun mit dem neuen Design treffsicher aus“, zeigt sich der CEO der Franke Gruppe, Patrik Wohlhauser, begeistert.

www.franke.de



Die Franke Website unterstützt die Markenpositionierung im neuen Design.

Fotos: Franke

ADA MÖBELWERKE

Zeichen für den Klimaschutz

„Reduce, Replace und Recycle“ – ADA, der größte Polstermöbelhersteller Österreichs, und einer der führenden in Europa, ist dem DGM-Klimapakt beigetreten. Damit verpflichtet sich das Headquarter in Anger, seine CO_2-Emissionen zum Wohle der Umwelt und kommender Generationen zu verringern.

ADA steht zu seiner Verantwortung

Ressourcenschonung, erneuerbare Energien und regionale Wertschöpfung sind bereits fester Bestandteil des CO_2-Managements von ADA. Mit dem Beitritt zum Klimapakt der Deutschen Gütegemeinschaft Möbel (DGM) setzt das Familienunternehmen ein weiteres Statement für nachhaltiges Wirtschaften. Denn der Klimapakt – eine gemeinschaftliche Initiative der DGM und der Gesellschaft für Klimaschutz für die Holzindustrie – legt den Grundstein für eine klimaneutrale und zukunftsfähige Branche. Der Fokus: das 1,5-Grad-Ziel der Vereinten Nationen, d.h. die Begrenzung der Erderwärmung, zu unterstützen.

„Weil Nachhaltigkeit die Zukunft bestimmt.“

Ausgehend von der aktuellen CO_2-Bilanz des Traditionsunternehmens werden Maßnahmen abgeleitet, um die Emissionen so weit wie möglich zu reduzieren. „Wir nehmen unsere Verantwortung gegenüber der Region und der Umwelt sehr bewusst wahr“, unterstreicht ADA-Vorstand Gerhard Vorraber. „Nachhaltigkeit bestimmt unsere Zukunft. Deshalb muss vor allem in den produzierenden Unternehmen ein Umdenken hin zu maximaler Ressourcen- und Energieeffizienz stattfinden.“

Ausgezeichnetes Umwelt-Engagement

Zur Steigerung der Recyclingquoten arbeitet das Headquarter in Anger mit Saubermacher zusammen. Mit Start 2020 wurde für ADA bereits ein Abfallwirtschaftskonzept entwickelt und ein Abfallbeauftragter zur Seite gestellt. „Durch die Zusammenarbeit mit Saubermacher konnten wir in den letzten Jahren eine ausgezeichnete Verwertungsquote von 94 % erzielen“, so ADA-Vorstand Gerhard Vorraber. Mit einem Zero Waste Konzept sollen Abfälle vermieden, interne Abfallströme optimiert und mehr Ressourcen für die Wiederverwertung geschaffen werden. Der oststeirische Möbelhersteller setzt dabei auf Mülltrennschulungen, smarte Abfallbehälter, den Wiedereinsatz von Produktionsresten und das Recycling sämtlicher Abfälle. Zudem ist ADA ist seit 2002 Mitglied der DGM und trägt das RAL-Gütezeichen „Goldenes M“, die DGM-Emissionslabel für Betten, Sitzmöbel und Matratzen sowie das DGM-Boxspringlabel.

www.ada.at

Präsentation und Übergabe des Zero Waste Konzeptes von Saubermacher an ADA.

Fotos: ADA Möbelwerke

WITTMANN

Über drei Brücken ins Heute und Morgen

Wittmann hat sich neu erfunden. Zumindest ein Stück weit. Das Traditionsunternehmen hat ein Rebranding vollzogen. „Originality" ist Kern der Vision und Mission, und die mit Art Director Luca Nichetto entwickelte Design-Roadmap kreativer Richtungspfeil, wie Geschäftsführer Dr. Alexander Sova erzählt. Von Sylvia Pilar

wohninsider: Wittmann hat sich auf dem Salone del Mobile.Milano überraschend anders präsentiert. Ist, nicht zuletzt auch mit Luca Nichetto als Art Director, eine neue Ära angebrochen?

Dr. Alexander Sova: Ich sehe es als grundsätzliche, wichtige Weiterentwicklung von Wittmann. Luca Nichetto, unser Art Director, hat den Wittmann-Auftritt am Salone del Mobile.Milano gestaltet, der viele internationale Neukund:innen angesprochen und Partner:innen überrascht hat. Wir haben in den letzten zwei Jahren einen großen, wichtigen Schritt nach vorne gemacht und das spiegelt sich wider. Die Zeit wurde genutzt, um zu eruieren, wo Notwendigkeiten liegen und wir uns weiterentwickeln müssen. Mein Credo war und ist, dass wir drei Brücken schlagen müssen, wenn Wittmann langfristig weiterhin erfolgreich sein will.

„Wir haben in den letzten zwei Jahren einen großen, wichtigen Schritt nach vorne gemacht und das spiegelt sich wider."

Dr. Alexander Sova, Geschäftsführer der Wittmann Möbelwerkstätten GmbH

Komfortable Geborgenheit mit mondänem Auftritt: PARADISE BIRD Fullback | Designer: Luca Nichetto.

Individuell, originell, kreativ: BLOCKS | Designer: Neri&Hu.

Wie gestaltet sich dieser Brückenschlag?

Der erste Weg ist, von der Designtradition Wittmanns, den Klassikern und Ikonen in unserem Portfolio die Designbrücke ins Hier und Jetzt zu schlagen. Dies gelingt mit neuen Designpartnerschaften und Kollektionen internationaler Designer:innen, verbunden über die Tradition und Handwerkskunst von Wittmann als roter Faden. Gemeinsam mit dieser neuen Generation an Wittmann Designer:innen ist uns ein „Refresh" des Produktportfolios gelungen.

Und die zweite Brücke?

Die zweite Brücke ist, neue Käufer:innensegmente zu erreichen. Das bedeutet, auch die Marke und die Kommunikation zu verjüngen und neben etablierten, begeisterten, langjährigen und treuen Wittmann-Kund:innen auch die nächste Generation anzusprechen. Wir haben großen Fokus auf das Rebranding gelegt, um die Marke kommunikativ auf Augenhöhe mit der Qualität unserer Produkte zu heben. Dabei haben wir auch die Markenessenz von Wittmann hinterfragt. Basierend auf einer umfangreichen Befragung, wie Wittmann wahrgenommen wird, hat sich

Fotos: Wittmann

Ein Statement: „MORTON“ Designer: Sebastian Herkner.

„Originality“, also Originalität, als zentraler Markenwert herauskristallisiert. Der Begriff verweist einerseits auf Wurzeln und Herkunft, bedeutet zudem „uniqueness“, also Einzigartigkeit, und letztlich steht Originalität für Kreativität und Inspiration. Wir sind uns unserer Wurzeln bewusst, schaffen mit unseren Produkten Außergewöhnliches, und ermöglichen letztlich damit auch unseren Kund:innen Originalität bei der Gestaltung ihrer Einrichtung. Mit der auf individuelle Präferenzen abgestimmten Ausführung der Modelle können unsere Kunden ihre Persönlichkeit und Individualität bis ins Detail ausdrücken. Im Zuge des Rebrandings haben wir auch nach einem neuen, griffigen Markenclaim gesucht, der einerseits das Handwerk und das Schaffen und andererseits eben diese Originalität zusammenbringt: „Making the Difference“.

„Wir wollen die Wittmann-Welt noch besser präsentieren.“

Fehlt noch die dritte Brücke...
Die dritte Brücke ist die geografische. Wir sind ein österreichisches Unternehmen, im deutschsprachigen Markt traditionell verwurzelt, sehen aber in der ganzen Welt eine stark wachsende Nachfrage und großes Potenzial. Unsere Exportquote liegt aktuell bei rund 70 Prozent. Wir wachsen weiterhin am heimischen Markt, am internationalen Markt sogar im zweistelligen Bereich. Es geht darum, auch auf diesen neuen Märkten die richtigen starken Handelspartner zu finden. Das ist erfolgskritisch, sind wir doch eine Manufaktur mit einem Geschäftsmodell, das nicht auf Masse, sondern auf Klasse ausgelegt ist.

Mit Luca Nichetto hat Wittmann einen renommierten Designer als Art Director. Wie und wo zeigt sich seine Kreativität und Handschrift?
Wir haben gemeinsam mit Luca Nichetto unter anderem eine Design-Roadmap für die nächsten drei Jahre entwickelt. Jedes Jahr steht dabei unter einem Motto, verbunden mit Kollektionen internationaler Design-Größen wie bspw. zuletzt Neri&Hu. Außerdem wurde stimmig mit unserer Marke auch die Wittmann Farbpalette neu ausgerichtet und darauf basierend unsere Leder- und Stoffkollektion umfassend erweitert. Mit den neuen Kollektionen und Luca Nichettos Vision positionieren wir uns zudem breiter und unterstreichen damit, dass Modelle von Wittmann in jedem Raum zuhause sind.

Stylisches Schlafgefühl: PARADISE BIRD Bett | Designer: Luca Nichetto.

Führt der Weg auch in andere Produktbereiche?
Wir wollen die Wittmann-Welt noch besser präsentieren. Die Erweiterung der Produktbereiche über unsere Kernkompetenz der Polstermöbel hinaus setzen wir dabei über spannende neue Kooperationen mit anderen mittelständischen, familiengeführten Unternehmen um. Der erste Schritt war in Richtung Textil - Teppiche und Stoffe. Für unsere erste eigene Stoffkollektion, designt von dem Österreicher Arthur Arbesser, arbeiten wir mit Rubelli zusammen, bei den Teppichen aus Arbesser's Textilkollektion mit CC Tapis. Beides sind Unternehmen mit höchstem Qualitätsanspruch wie auch Wittmann. Und weitere Kooperationen sind in Planung.

Wittmann ist ja auch im Bettenbereich aktiv. Wie läuft es dort?
Wir haben unser Bettenprogramm komplett relauncht und vereinfacht im Sinne einer besseren Verständlichkeit und einer klaren Strukturierung entlang von drei Linien. Die „Design Line“ mit von Designer:innen im Rahmen unserer Kollektion gestalteten Bettenmodellen spricht designaffine Kund:innen an, die „Advanced Line“ Kund:innen, die individuell abgestimmte Betten mit umfassenden Gestaltungsmöglichkeiten suchen, und letztlich die „Classic Line“ im Einstiegsbereich. Aktuell macht der Bettenbereich rund 20 Prozent unseres Umsatzes aus. Ein weiterer Ausbau, nicht zuletzt über weitere Neuheiten, steht dabei unmittelbar an.

Welche Messeauftritte und Präsentationen sind in naher Zukunft angedacht?
Wir haben gerade unsere Planungen für das kommende Jahr gestartet. Der Salone del Mobile.Milano ist für uns ein wichtiger Meilenstein und die nächste internationale Messe im europäischen Raum, auf der sich Wittmann mit weiteren spannenden Neuheiten und Kooperationen präsentieren wird.

www.wittmann.at

KFF

KFF erobert neues Terrain

Der innovative Stuhlspezialist KFF setzt mit Design und Sitzkomfort Benchmarks und hat sich mit ASCO auch im Bereich Tische verstärkt. Walter Kandut, der mit seiner Agentur Kandut die Firmen in Österreich und Südtirol vertritt, bietet zudem ein exklusives Service.

Von Gerhard Habliczek und Sylvia Pilar

Stuhl und Bank ARVA Light von KFF mit T_TABLE von ASCO (Tisch). Foto: KFF/ASCO

„Sitzkomfort ist eine KFF-Stärke und damit heben wir uns von anderen Designherstellern ab."

Walter Kandut

wohninsider: Wie geht's KFF?

Walter Kandut: KFF geht es sehr gut, abgesehen von den Liefer- und Personalproblemen. Der Auftragsstand ist gut, auch jetzt in der zweiten Jahreshälfte, wir freuen uns über einen nach wie vor guten Auftragseingang, kämpfen aber mit fehlendem Personal, vor allem im Polsterbereich und müssen dadurch auch einen Anteil auslagern. KFF hat sich selbst eine Beschränkung auferlegt, indem Firmengründer Karl Friedrich Förster einst festgelegt hat, dass ausschließlich in Deutschland produziert wird und auch Zulieferer aus der Region stammen. Das ist eine Herausforderung, aber auch ein nachhaltiger Gedanke. Nachhaltigkeit ist bei KFF ein großes Thema. Um Ressourcen professionell zu verteilen, hat KFF auch vor vier Jahren die Firma ASCO übernommen, die Tische fertigt. Die Markteinführung ist mit der imm cologne 2019 erfolgt und die beiden Unternehmen ergänzen sich optimal, durch die erfolgte Auslagerung hat sich KFF weiter professionalisiert und das kommt am Markt gut an.

Kaufen Kund:innen Tisch und Stuhl?

Das ist individuell. Möbelhersteller kaufen meistens die Stühle oder Vorfertigteile zu und polstern, für andere produzieren wir die kompletten Stühle in der gewünschten Ausführung. Kund:innen greifen sowohl zu Stühlen und Tischen wie auch entweder zu KFF oder ASCO. Hier kommt uns die Trennung der Kollektion in die beiden Firmen KFF und ASCO zugute und ist vor allem in Österreich wichtig, weil es viele Tischproduzent:innen gibt, die Stühle benötigen, und Tischler:innen, die zu den Stühlen passende Tische suchen. Im Möbelhandel verkaufe ich meist die ganze Kommission und dies nimmt weiter zu.

Möbelerzeugende, Objekteure und Möbelhandel sind deine Kund:innen. Welche ist die umsatzstärkste Zielgruppe? Gibt es einen Hauptfokus?

Die Hauptstoßrichtung ist nach wie vor der exklusive private Möbelhandel, der rund 60 Prozent ausmacht. 20 Prozent macht aktuell der Objekthandel aus. Bei Objekten, speziell bei der Hotellerie, brauchen wir eine Logistik vor Ort und setzen auf unsere Fachhandelspartner:innen. Ebenfalls 20 Prozent machen Möbelhersteller aus. Wir arbeiten direkt mit Möbelerzeuger:innen zusammen, entwickeln gemeinsam mit ihnen Produkte und ver-

Portrait: © manfredlang Visuelle Kommunikation GMBH

Links: LUNAR Light von KFF mit HADA von ASCO. Rechts das neueste KFF-Highlight: ALICE, designed von Monica Armani. Fotos: KFF/ASCO, Matteo Imbriani

markten diese auch exklusiv über sie, manchmal übernimmt KFF den Vertrieb außerhalb Österreichs aber auch selbst.

Wie verläuft dann die Design- und Produktentwicklung?
Einerseits entwickeln wir Designs und übertragen den Möbelerzeuger:innen die Produktion, andererseits erhalten wir den Auftrag, einen Stuhl in eine gewisse Richtung zu gestalten. Die Entwicklung eines Stuhls ist ja sehr sensibel und aufwändig. Mit Monica Armani haben wir eine italienische Designerin, mit der wir heuer ein zweites Modell, „ALICE", in Mailand vorgestellt und auf den Markt gebracht haben. Sie schafft es, Design und daraus parallel Sitzkomfort zu entwickeln und beides zu verbinden. Das entspricht unserer Philosophie. Sitzkomfort ist eine KFF-Stärke und damit heben wir uns von anderen Designherstellern ab. Endkund:innen erkennen und goutieren diesen großen Unterschied und Vorteil, wenn sie Probe gesessen sind. Küche und Schrankmöbel lassen sich über Planung, Holz- und Materialmuster verkaufen, bei Sitzmöbeln möchten Kund:innen Probesitzen.

Einen hochwertigen Stuhl über das Internet zu verkaufen ist also kaum sinnvoll?
Konsument:innen, die es einmal machen, machen es kein zweites Mal. Vielleicht wählen Konsument:innen vorab einen Stuhl im Internet aus, gehen dann aber in den Fachhandel, erleben ihn dort live und vertrauen auf den Service der Fachhändler:innen.

Gibt es weitere Servicemöglichkeiten? Zum Beispiel, Endkund:innen über Fachhändler:innen einen Stuhl für eine Woche zur Probe zur Verfügung zu stellen?
Entscheidend ist zunächst eine gute Ausstellung bei den Fachhändler:innen. Wenn es um zusätzlichen Service geht, kann ich dem Handel Musterstücke zur Verfügung stellen, um sie Kund:innen zu präsentieren und Probe sitzen zu lassen. Das ist ein Service, das ich in Österreich aufgebaut habe und das es in anderen Staaten kaum gibt.

Wie viele Händler:innen hast du in deinem Gebiet, also in Österreich und Südtirol?
Aktuell sind es rund 80 bis 100 aktive Handelspartner:innen. Weiße Flecken gibt es zwar, aber nur weil es in noch ausbaufähigen Gebieten wenige exklusive Möbelhändler:innen gibt.

KFF fertigt ja auch Relaxstühle. Wie läuft es in diesem Bereich?
Ebenfalls sehr gut. Wenn wir einen Relaxstuhl auf den Markt bringen, muss er nicht nur besten Sitzkomfort bieten, sondern auch von der Optik zur restlichen Kollektion passen. Wir gestalten und produzieren Produktfamilien mit Stuhl, Barhocker, Loungemöbel und eben Relaxmöbel, die oft auch unter dem Begriff Loungemöbel laufen.

Wie schaut es mit Messeauftritten aus? Fehlt KFF die imm cologne im Jänner aufgrund der Verschiebung?
Für KFF war die imm cologne im Jänner immer der Start ins Jahr. Die dort erzielten Kontakte und der Umsatz haben uns einige Monate an Auftragseingang beschafft. Auch die Produktentwicklung hat sich auf die imm cologne fokussiert, wo die neuen Modelle gelauncht wurden, und sie ist für uns wichtiger als Mailand. Durch die Verschiebung muss der ganze Vertrieb anders organisiert werden, sprich die neuen Modelle werden mehr vor Ort beim Handel präsentiert werden. Jedes Land wird seine eigene Strategie entwickeln. Ich habe jedenfalls in meinem Auto immer drei oder vier Musterstühle mit dabei.

www.kff.de
www.asco-moebel.de
www.agentur-kandut.at

Stuhl GAIA, designed von Monika Armani von KFF, und Tisch FRAME von ASCO.
Foto: Studio Toelle

FN NEUHOFER

Von der Leiste in den Raum

Realisierung der Vision 2025.
Link zum Video: bit.ly/3T58t4k

Video im eBook

FN Neuhofer wächst über sich hinaus. Der oberösterreichische Leistenspezialist hat seine Vision realisiert, erklimmt mit FN Acustico nun Wand und Decke und eröffnet mit den innovativen Akustikplatten Fachhandel, Objekteur:innen und Raumgestalter:innen neue Optionen.

Von Gerhard Habliczek und Sylvia Pilar

Ästhetische und schallabsorbierende Innovation: FN Acustico von FN Neuhofer.

„Aus unserer Vision ist nun Realität geworden – sogar früher als geplant."

Franz Neuhofer

Von Zell am Moos nahe Mondsee in Oberösterreich, konkret von der Haslau aus erobert FN Neuhofer mit innovativen Produkte die ganze Welt. Aus einer Mühle entstanden, vom Säge- und Leistenwerk mit internationalem Renommee und 96 % Export in Länder erwachsen, reüssiert der bekannte Leistenspezialist hierzulande und weltweit. „Wir haben im Jahr 2021 mit 86 Millionen Euro den größten Umsatz in der Firmengeschichte erzielt", erzählt Franz Neuhofer, Eigentümer und Geschäftsführer des international erfolgreichen Familienunternehmens, das er im Jahr 2000 aus der elterlichen Hand übernommen hat und in zehnter Generation führt – und die 11. Generation steht auch bereits in den Startlöchern. Power und Leistungsfähigkeit von FN Neuhofer spiegeln sich auch im Headquarter und Werk wider, wo das Familienunternehmen seine bauliche Vision in beeindruckender Dimension realisierte.

Vision ist Wirklichkeit

„Aus unserer Vision ist nun Realität geworden – sogar früher als geplant", resümiert Neuhofer. „Möglich gemacht haben dies unser vorausschauendes und nachhaltiges Handeln, das über viele Jahrzehnte wirtschaftliche Denken und langjährige gemeinsam erfolgreiche Partnerschaften mit Kund:innen, Lieferant:innen und Dienstleister:innen. Und selbstverständlich der großartige Einsatz aller unserer Mitarbeiter:innen, ohne die der internationale Erfolg nicht umzusetzen wäre", so Neuhofer weiter. Es ist ein weiterer Meilenstein und die größte Investition der 372-jährigen Geschichte des aktuell rund 300 Mitarbeiter:innen zählenden Unternehmens. „In den letzten zwei Jahren wurden rund 54 Millionen Euro in weitläufige Produktionshallen mit modernsten

Fotos: Neuhofer Holz GmbH

wohninsider im Unternehmen

High-Tech Anlagen, ein dreistöckiges Bürogebäude mit zeitlosem Interieur, das Kreativität ebenso viel Freiheit lässt wie Privatsphäre bietet, einladender Kantine für unsere Mitarbeiter:innen und mit repräsentativem Schauraum für unsere Kund:innen investiert", führt Schön weiter zu dem rund 14.500 Quadratmeter Gesamtfläche umfassenden Bauprojekt aus.

Die ursprüngliche Vision 2025 wurde in Rekordzeit bereits 2022 umgesetzt und im Bewusstsein der Verantwortung für Mensch und Umwelt der umfassend gelebten Nachhaltigkeitsphilosophie Rechnung getragen. So thront auf dem Dach des modernen Headquarters unscheinbar, aber effizient eine Photovoltaik-Anlage für die hauseigene Stromproduktion, zudem tragen zwei kleine Wasserkraftwerke zur grünen Ökobilanz bei. Die anfallenden Holzabfälle werden einer nagelneuen Anlage verheizt und sorgen für wohlige Wärme in den neuen Räumlichkeiten auf dem 100.000 Quadratmeter großen Firmenareal, die im März 2022 bezogen wurden.

Das neue Bürogebäude von FN Neuhofer. Herzstück: Der Schauraum.

Herzstück

Das Herzstück, der Schauraum, wurde mit Eröffnungswochen für Kund:innen und Interessierte gebührend eingeweiht und veranschaulicht eindrucksvoll das umfangreiche Portfolio des Unternehmen in voller Vielfalt, von den innovativen Produkten bis zum Service. „Unser Schauraum zeigt das ganze Produktsortiment und verbindet viele verschiedene Konzepte miteinander", erklärt Schön. Von folierten und furnierten Leisten über weiße Leisten in allen Varianten, Speziallösungen wie wasserfeste, auch für Küchen bestens einsetzbare sowie optimal für Renovierungsprojekte geeignete Leisten bis zu LED-Leisten reicht die Palette des als Leistenhersteller bekannten Unternehmens, das mit 1.500 vor Ort lagernden Dekoren alleine in der Holzart Eiche, insgesamt rund 3.000 lagernden Dekoren, FN Digitaldruck-Technologie für noch individuellere Designs und 6.000 lagernden Artikeln allen Wünschen, Bedürfnissen und Ansprüchen schnell und unkompliziert gerecht wird. Mit der neuesten Innovation schlägt FN Neuhofer nun ein ganz neues Kapitel auf.

Innovatives funktionales Wohlfühlelement

„FN Neuhofer ist ein Zubehöranbieter für Boden, Wand und Decke. Das war und ist unser Credo und Ziel", so der Firmenchef. Schon mit dem Launch des wandelbaren, schraubenlos zusammenbaubaren Regal- und Raumtrennsystems „roomy" hat der Leistenspezialist einen großen Schritt in den Raum gesetzt, mit FN Acustico folgt nun der nächste. Das Unternehmen trifft damit einen aus Skandinavien stammenden Trend, der gekommen ist, um zu bleiben. „Wir haben gut ein Jahr an unseren neuen Akustikplatten getüftelt, jetzt kommen die ersten Produkte auf den Markt", ist DI (FH) Ortwin Zeilner, verantwortlich für Produktentwicklung und Marketing, stolz auf die Innovation von FN Neuhofer. Zeitlos und stilvoll, vereinen die Akustikplatten Design und Funktion, sind ein doppelt effektvolles Gestaltungselement für jeden Raum und zudem auch noch nachhaltig. Mit furnierten oder folierten MDF-Lamellen auf einer schallabsorbierenden Grundplatte aus 60 % recycelten PET-Fasern setzen sie mit reduziertem Design ästhetisch-moderne Akzente und schaffen eine angenehme Atmosphäre – von kleinen bis großen Wohnräumen, im Privat- wie im Objektbereich und insbesondere ideal für das Homeoffice. „Die Akustikplatten lassen sich sehr vielfältig einsetzen, an der Wand, als Trennwand oder auch an der Decke", so Zeilner. „FN Acustico ist ein sehr flexibles Produkt. Die Akustikplatten können als dekoratives Gestaltungselement und in allen Räumen, wo gute Akustik gefordert wird, eingesetzt werden."

> Mit FN digiprint können wir uns noch weiter abheben."

Individuelle Design-Leisemacher

Immerhin wird der Schall dank der ausgeklügelten, zerleg- und rezyklierbaren Grundplatte um bis zu 25 % reduziert und der Nachhall von Geräuschen vermindert. Mit einem Unterbau von gut 10 cm erhöht sich der Schallschutz sogar auf 60 % und entspricht damit der Schallabsorbtionsklasse C. Messungen und Analysen bestätigen die positive Wirkung der ästhetischen „Leisemacher", die sich trotz großer Wirkung und dank des geringen Gewichts gut handhaben, leicht anbringen und optisch zu beliebiger, gewünschter und benötigter Größe verbinden lassen. In zwei verschiedenen Größen – 572,5 x 2400 x 19 mm und 572,5 x 1200 x 19 mm –, in den beiden Oberflächenvarianten foliert und furniert sowie einer von Eiche, Nuss und Esche über Vintage bis zu Beton und Zebrano reichenden Vielzahl an Dekoren setzen sie »

sowohl optisch wie akustisch ein Statement. Noch individuellere Möglichkeiten für die Anpassung an Boden oder Mobiliar sowie für das persönliche Wunschdekor bietet die FN Digitaldruck-Technologie“. „Mit FN digiprint können wir uns noch weiter abheben“, unterstreicht Franz Neuhofer, sowohl bei den begehrten Leisten wie auch bei FN Acustico. Folierte oder furnierte Einzelleisten für ausgefallene Designs, dank Klebestreifen auf der Rückseite ganz einfach arrangier- und anklebbar, sowie eine „Basisleiste“ als flexibler und formschöner Höhenausgleich für hohe Räume ergänzen das neue Sortiment, das für alle in der Raumgestaltung aktiven Profis gedacht und gemacht ist. „Mit FN Acustico sprechen wir unsere Kund:innen und den Fachhandel, aber auch Architekt:innen, Raumausstatter:innen, Innenarchitekt:innen, kurz alle, die mit Raum und Raumgestaltung zu tun haben, an“, erklärt Franz Neuhofer. „Das Interesse ist riesig und die Nachfrage schon jetzt groß.“

Gut aufgestellt

Überhaupt hat er allen Grund zur Freude. „Der Geschäftsverlauf ist gut. Das erste Halbjahr 2022 ist super gelaufen, der Auftragseingang ist sehr zufriedenstellend und vor allem die zweite Septemberhälfte war überraschend positiv“, so Franz Neuhofer über die aktuelle Entwicklung, mit der FN Neuhofer nahtlos an die guten Ergebnisse der vorangegangenen Jahre anknüpft. „Wir legen aktuell Lagerbestände bei Rohmaterialien an, haben alle Maßnahmen gesetzt und uns gut für die nahe Zukunft aufgestellt“, zeigt er sich trotz steigender Rohstoffpreise und dem unsicheren Thema Energie vorsichtig optimistisch und insbesondere mit FN Acustico gut gerüstet. „Wir sind überzeugt, dass wir mit FN Acustico den Puls der Zeit treffen. Im Fachhandel sind wir gut positioniert, im Objektbereich starten wir mit unserem neuen Produkt richtig durch und wollen auch neue Zielgruppen begeistern“, so der Chef des Familienunternehmens, das aktuell 70 % seines Umsatzes über Baumärkte, 15 % über den Großhandel und 15 % über die Fußbodenindustrie erwirtschaftet. „Die Rückmeldungen zu unseren neuen Akustikplatten sind sehr gut und wir hoffen, trotz der aktuellen Herausforderungen weiter zu wachsen.“ Der Blick richtet sich jedenfalls schon stark auf das Jahr 2023, in dem FN Neuhofer mindestens ebenso stark Flagge zeigen will, insbesondere auf Messen. „Die DOMOTEX in Hannover war und ist unsere wichtigste Messe, für uns international maßgebend und auch 2023 werden wir uns dort präsentieren. Auch bei der BAU in München und der interzum in Köln sind wir mit dabei“, gibt Neuhofer einen Ausblick auf die Fixpunkte, weitere Messeauftritte sind angedacht. Und die Ideen gehen dem kreativen FN Neuhofer-Team ohnehin nie aus.

www.fnprofile.com

Ihr Kontakt zu FN Neuhofer:
Andreas Kramer
Kramera@fnprofile.com
T: +49 162 3499 771

„Mit FN Acustico sprechen wir unsere Kund:innen und den Fachhandel, aber auch Architekt:innen, Raumausstatter:innen, Innenarchitekt:innen, kurz alle, die mit Raum und Raumgestaltung zu tun haben, an.“

FN Acustico schafft eine ideale Atmosphäre in jedem Raum – im Privat- wie Objektbereich, vom Wohnzimmer über Büros bis hin zu Verkaufsbereichen.

DESIGN-AGENTUREN BEATRIX UND KLAUS FLACHBERGER

Neuer Hotspot für hochkarätiges Design

Die Design-Agenturen Beatrix und Klaus Flachberger eröffnen einen neuen Musterschauraum und laden dazu ein, die außergewöhnlichen Produkte internationaler top Marken live zu erleben.

Im Musterschauraum der Design-Agenturen Beatrix und Klaus Flachberger wird hochwertiges Design internationaler Marken erlebbar.

Alles Design heißt es im neuen Musterschauraum der Design-Agenturen Beatrix und Klaus Flachberger. Nach mehr als 20 Jahren erfolgreicher Tätigkeit eröffnen die Spezialisten für Möblierung, Wandgestaltung, Beschattung und Begrünung für den Innen- und Außenbereich im Privat- wie Projekteinsatz einen besonderen „place to be and see" für hochkarätiges Design und designaffine Branchenprofis.

Designvielfalt

Im nagelneuen Musterschauraum in Laab am Walde, vor den Toren Wiens, eingemietet bei Markus Fellner, Geschäftsführer der Alexander Fellner Warenhandels GmbH mit Österreich-Generalvertretung in 2. Generation für den deutschen Büromöbelhersteller Kusch & Co, präsentieren sie ihr vielfältiges Marken- und Produktportfolio internationalen Interior und Outdoor Designs. Von hochwertigen Möbeln über einzigartige Lösungen für die Wandgestaltung bis zu extravaganten Outdoorkreationen und -küchen reicht das Spektrum der Design-Agenturen Beatrix und Klaus Flachberger, das im Musterschauraum erlebbar wird und der als Unterstützung ihrer Vertriebspartner:innen und Planer:innen dient, die sich Produkt- und Materialmuster jederzeit ausborgen oder mit Endkund:innen den Schauraum nützen können.

Opening mit coolen Neuheiten

Die Eröffnung dieses neuen Hotspots wird natürlich gebührend gefeiert. Gemeinsam mit Markus Fellner laden Beatrix und Klaus Flachberger ihre langjährigen Vertriebspartner:innen, Architekt:innen und Interessierte am Donnerstag, 24. November 2022, von 17 bis 24 Uhr in den neuen Musterschauraum, um die gemeinsam rund 15 vertretenen, spannenden Marken und die aktuellen Neuheiten kennenzulernen.

„Lernen Sie unsere Marken kennen und lassen sich von neuen Ideen inspirieren."

Schauraum-Eröffnung

Eröffnung Schauraum der Design-Agenturen Beatrix und Klaus Flachberger:

> Donnerstag, 24. November 2022
> von 17 bis 24 Uhr
> Hoffeldstr. 27, 2381 Laab im Walde

Anmeldung: *office@flachberger.com*

Designspezialisten durch und durch: Beatrix und Klaus Flachberger.

Garniert wird das Schauraum-Opening mit einem genussvollen Rahmenprogramm: Gemütliches Beisammensein bei Imbiss und Bier, Musik, Riesenwuzzler-Turnier, Schnäppchenmarkt, und vieles mehr wartet – die hochkarätige Marken- und Neuheitenvielfalt sowieso und dies mit dem Musterschauraum rund ums Jahr.

www.design-agentur.at

Starkes Design mit Fun-Faktor: Beim Opening lockt neben Neuheiten u.a. ein Wuzzler-Turnier am RS Max von RS Barcelona.

Fotos: Design-Agenturen Beatrix und Klaus Flachberger, Portraits © DDr. Helmut Raffelsberger, Wohndesign Maierhofer

CUBIC OUTDOOR LIVING

„Die Outdoorküche ist eine feste Größe“

Outdoor wie indoor ist das Credo von CUBIC OUTDOOR LIVING und Outdoorküchen sind das Steckenpferd des Unternehmens, das mit Designstores in Österreich aufhorchen lässt. Christian Müller, Vertriebsleiter der CUBIC OUTDOOR LIVING GmbH, verortet viel Potenzial bei Outdoorküchen und für den Fachhandel. Von Sylvia Pilar

wohninsider: Anfang des Jahres erfolgte die Umfirmierung in CUBIC OUTDOOR LIVING. Warum wurde dieser Schritt gesetzt?

Christian Müller: Es hieß immer schon CUBIC by Herrenhaus, nur passte es nicht mehr. Wir haben einen hohen Exportanteil und vor allem in englischsprachigen Ländern ist es schwierig, den Namen auszusprechen und sich zu merken. Daher erfolgte der Umstieg auf CUBIC OUTDOOR LIVING. Das Unternehmen Herrenhaus gibt es natürlich weiter, auch die Park- und Terrassenmöbel werden weiterhin gefertigt.

Liegt damit der Fokus noch mehr auf OutdoorKüchen?

Wir fertigen schon seit 2016 Outdoorküchen und dieser Bereich war seither auch schon der Hauptteil. Jetzt ist es natürlich einfacher, mit CUBIC eine eigenständige Unternehmung zu sein und darüber die Küchen und Outdoormöbel fertigen und vertrieben zu können.

Wie hat sich denn die Outdoorküche entwickelt, auch im Vergleich zu den Möbeln?

Umsatz und Stückzahlen der Outdoorküchen steigen immer weiter an. Wir gewinnen immer neue Länder und Händler:innen dazu, in denen die Outdoorküchen sehr gut ankommen. Möbel entwickeln sich ungefähr gleich gut, unsere CUBIC-Boxen sind Highrunner, weil sie nicht nur gut aussehen, sondern auch praktikabel und einfach in der Konfiguration sind.

In diesem Jahr wurde C4 neu vorgstellt.

Wir haben zur spoga+gafa in Köln die neue Kollektion vorgestellt, mit einer Outdoorküche im skandinavischen Design und noch mehr im Sinne der Küche von drinnen nach draußen.

Was macht eine gute Outdoorküche aus?

Wir sind der festen Überzeugung, dass eine Outdoorküche vor allem für outdoor gemacht sein muss. So banal das klingt,

„Der Trend ist kein Trend mehr, sondern die Outdoorküche ist eine feste Größe. Wer da nicht mitmacht, verpasst den Zug.“

Christian Müller, Vertriebsleiter der CUBIC OUTDOOR LIVING GmbH

Fotos: CUBIC OUTDOOR LIVING GmbH

CUBIC OUTDOOR LIVING begeistert mit Outdoorküchen. Das neuestes Highlight ist C4 (links).

heißt es, dass sie auch ohne Überdachung draußen stehen gelassen werden kann. Sie sollte also für jedes Wetter gerüstet sein. Für uns ist Outdoorküche mehr als Grill und Stauraum und kann auch einiges mehr, zum Beispiel wirklicher Kochbereich sein, als Bar genutzt werden, als Aufbewahrung. Eine CUBIC-Küche ist ein absolutes Designhighlight. Gut konfiguriert fügt sie sich komplett in die Umgebung ein, weil verschiedene Materialien und Farben individuell gewählt werden können. Kund:innen müssen sich also nicht an die Küche des Herstellers anpassen, sondern die Küche passt sich individuell an die Besitzer:innen an und kann den Lebensraum draußen sehr stark erweitern. Unser Vorteil ist, dass wir aus dem wasserfesten Möbelbau kommen und über viele Jahre Expertise darin verfügen, Möbel für draußen zu bauen. Wir konzentrieren uns dabei neben Küchen auf Stauraummöbel, Side- und Cupboards, haben aber auch eine schöne Loungegruppe und einen Tisch im Sortiment.

„Eine CUBIC-Küche ist ein absolutes Designhighlight."

Wie leicht lässt sich eine solche Outdoorküche konfigurieren?
Das ist kein Hexenwerk. Wir bewegen uns im Premiumsegment und vertreiben unsere Produkte nur über den Fachhandel. Für Kund:innen, die sich eine CUBIC Outdoorküche zusammenstellen wollen, ist es leichter, zum Fachhandel zu gehen, die Küche zu erleben, die Materialien anzufassen und die individuell beste Lösung mit unseren Fachhandelspartner:innen zu konfigurieren. Bei uns sind den Vorstellungen kaum Grenzen gesetzt. Wir können die Küche in der Höhe, in der Tiefe, in der Breite, in der Farbe individualisieren und tatsächlich übernehmen wir die meiste Planungsarbeit für unsere Fachhändler:innen.

Wie viele CUBIC-Fachhändler:innen gibt es in Österreich?
Unsere Partner:innen sind hochwertige Einrichtungshäuser, Gartenmöbel-Studios, Landschaftsgestalter:innen oder auch der eine oder andere Grillshop. Wir haben in Österreich eine Partner:innenanzahl im guten zweistelligen Bereich und bauen unser Fachhandelsnetz weiter aus. Mario Walter vertritt in Österreich CUBIC OUTDOOR LIVING und ist darum bemüht, den Markt auf- und auszubauen. Wir sind da jetzt Anfang des Jahres mit unserem Designstore-Konzept an den Start gegangen.

Was steckt hinter dem Designstore-Konzept?
Wir wollten Outdoorküchen beim Händler noch attraktiver gestalten und haben verschiedene Stufen entwickelt, wie Fachhändler:innen mit uns zusammenarbeiten können. Ganz oben steht der Designstore, ein Shop-in-Shop-Konzept, mit dem alle unsere Produktgruppen und die gesamte Kollektion mit Küche, Stauraummöbeln und Lounge abgebildet und die komplette CUBIC-Welt erlebbar wird. Das Ziel ist es, bis Ende des Jahres in jedem Bundesland in Österreich einen CUBIC Designstore eröffnet zu haben. Wir sind auf einem sehr guten Weg und einige Designstores wurden bereits realisiert. Neben dem Designstore gibt es aber natürlich auch die Möglichkeit, als Store mit uns zusammen zu arbeiten, wo sich Händler:innen entscheiden können, welches Produkt sie präsentieren wollen.

Gibt es noch viel Potenzial für Outdoorküchen? Hat der Fachhandel sie noch zu wenig für sich entdeckt?
Viele haben den Bedarf bereits erkannt und nehmen Outdoorküchen fest ins Programm mit auf. Das Potenzial ist natürlich riesig. Das Wachstum ist auf vielen Märken überpropotional, in Österreich haben wir den Umsatz stark gesteigert und gewinnen immer mehr Händler:innen dazu. Der Trend ist kein Trend mehr, sondern die Outdoorküche ist eine feste Größe. Wer da nicht mitmacht, verpasst den Zug.

www.cubicoutdoorliving.com

Ihr Kontakt zu CUBIC OUTDOOR LIVING in Österreich:
Mario Walter
at@cubicoutdoorliving.com

MARK STUDIOS

Gestaltung mit nachhaltiger Haltung

Architektur, Innenarchitektur und Handwerk ergänzen sich beim Architekturbüro Marc Mark und Mark Einrichten, internationale Designpreise krönen die einzigartige Gestaltung. Kein Projekt gleicht dem anderen, Nachhaltigkeit und Individualität sind Triebfeder und Erfolgsmix, so Dipl.-Ing. (FH) Marc Mark und Pia Maria Mark, kreatives Inhaber- und Architekten-Ehepaar sowie Mitglied des BÖIA.

Von Sylvia Pilar

wohninsider: Die Mark Studios sind sowohl in der Architektur wie auch in der Innenarchitektur aktiv. Wie spielen die Bereiche zusammen?
Dipl.-Ing. (FH) Marc Mark: Die Mark Studios sind die Dach-Marke mit Unternehmen, wie „Goodbye Earth“ in Berlin, dem Architekturbüro Marc Mark, mit dem wir Projekte architektonisch gestalten und dann den Staffelstab an die Mark Wohndesign übergeben, die die Interieurgestaltung übernimmt. Unser Ziel ist es, Projekte holistisch zu gestalten. Es ist ein großer Vorteil Architektur und Innenarchitektur unter einem Dach zu haben, vor allem dann, wenn die Anforderungen an beide gestellt werden. Bei Projekten wie Privathäusern müssen Architekt:innen und Innenarchitekt:innen, wenn nicht in Personalunion, ganz dicht miteinander arbeiten, bestenfalls auch gemeinsam mit Gartenarchitekt:innen und Lichtplaner:innen, wobei wir die Lichtplanung am liebsten selber machen.

„Wir verfolgen keinen formalen Stil, sondern wollen eine Haltung im Design verkörpern.“

Pia Maria Mark und Dipl.-Ing. (FH) Marc Mark

Wie wichtig ist das Thema Licht?
M. Mark: Ein gutes Projekt kann keine Qualität mit schlechtem Licht entwickeln. Licht ist gerade im Wohnen ein ganz wesentlicher Faktor. Deswegen sind wir auch in Lichtdesign und -planung eingestiegen. Wir haben eigene Steuerungssysteme entwickelt, bauen zum Teil Leuchten selber oder bestehende Leuchten um, wenn sie technisch nicht können, was wir wollen.

Gestalten Sie auch Möbel selbst oder bauen Sie auf ein gewisses Markenportfolio?
M. Mark: 50:50. Natürlich arbeiten wir viel mit Designklassikern und guten Lieferanten, aber die meisten Küchen und Bäder bauen wir selbst.
Pia Maria Mark: Für uns ist es eine reizvolle Herausforderung, nicht immer das Gleiche aus dem Produktportfolio herauszuziehen, sondern uns immer etwas Neues einfallen zu lassen. Unser Erfolg ist, dass kein Projekt ansatzweise einem anderen ähnelt.

Beginnen Projekte und Planungen mit der Innenarchitektur oder mit der Architektur?

Fotos: MARC MARK GmbH/Mark Wohndesign GmbH

M. Mark: Beides. Es gibt Projekte, wo wir zuerst die Architektur und dann die Innenarchitektur realisieren. Das ist der Idealfall. Vor allem Projekte wie ein Einfamilienhaus verlangen danach, das Interior gleich mitzudenken. Alle Projekte haben ihre jeweils eigene Charakteristik und dort setzen wir an.

Wie stark sind Sie im Objekt- und im Privatbereich?
M. Mark: Wir sind in beiden Bereichen aktiv, wollen uns zukünftig aber noch stärker im Privatbereich positionieren. Dort fühlen wir uns mehr zuhause. Viele Restaurants und Hotels in Tirol folgen einem traditionellen, kitschigem Stil, der uns nicht entspricht.

Wie würden Sie Ihren Stil beschreiben?
M. Mark: Unser Stil lässt sich schwer in Worte fassen. „Distinguished and elegant" trifft es wohl am ehersten. Wir gehen auf jedes einzelne Projekt und dessen kulturelles Umfeld ein, und holen die Auftraggeber:innen viel mit an Bord. Wir verfolgen keinen formalen Stil, sondern wollen eine Haltung im Design verkörpern. Dazu zählt, dass wir respektvoll mit Ressourcen umgehen. Wir schaffen Atmosphären.

„Alle Projekte haben ihre jeweils eigene Charakteristik und dort setzen wir an."

Sie haben sich Nachhaltigkeit auf die Fahnen geheftet?
M. Mark: Nachhaltigkeit ist uns ein wichtiges Anliegen und alle drei Säulen sind von gleicher Bedeutung, vor allem die soziale. Wir verbauen zum Beispiel keinen Gipskarton mehr. Unser Ziel ist die Cradle-to-Cradle-Philosophie und die nachhaltigen Aspekte konsequent umzusetzen. Wir haben aktuell viele Renovierungsprojekte, die uns viel Spaß machen. Wir bauen gerne um und vorhandene Materialien wieder ein, anstatt sie wegzuwerfen. Das braucht viel Arbeit, Herz und Vermittlung an die beteiligten Firmen, damit auch sie das verstehen.

Was zeichnet nachhaltige Architektur und Innenraumgestaltung aus?
P. M. Mark: Neben nachhaltigen Materialien ist uns das Handwerk wichtig. Wir sehen uns in der Innenarchitektur und in der Inneneinrichtung als Handwerker:innen. Wir beschäftigen gute Näher:innen, haben einen Tapezierer und eigene Polsterer im Haus, und bilden selbst Fachkräfte aus. Außerdem arbeiten wir mit kleinen handwerklichen Unternehmen zusammen. Wir setzen auf Manufakturen, die in Österreich produzieren, sowie oft italienische oder französische Hersteller, die selbst fertigen. Das gehört auch zum nachhaltigen Einrichten und zur nachhaltigen Innenarchitektur und ist von großem Vorteil in der Projektabwicklung.

Arbeiten Sie primär in Österreich oder international?
M. Mark: Unsere Maxime ist, so regional wie möglich. Wir konzentrieren uns auf Österreich und sind aber auch in angrenzenden Ländern wie Schweiz und Deutschland aktiv.

Wo finden Sie Inspiration und Input?
M. Mark: Messen wie die MAISON&OBJET in Paris und den „Salone" in Mailand mögen wir zwar, aber für uns sind Reisen, Restaurantbesuche und Übernachtungen in Hotels die größte Inspirationsquelle.
P. M. Mark: Und dabei immer kritisch hinzuschauen. Ich führe Mark Einrichten in dritter Generation, wir kennen fast jedes Produkt, sind aber immer auf der Suche nach noch unbekannten Firmen, die unser Produktportfolio international renommierter Unternehmen ergänzen. Wir greifen fast nie zu Produkten von der Stange, sondern arbeiten mit handverlesenen Produkten verschiedener Lieferanten und verbinden sie. Wir wollen keinen Modetrends hinterher laufen, sondern jedes Projekt individuell gestalten.

www.marcmark.com
www.mark-wohnen.at

NIEHOFF GARDEN

Für vollkommenes Wohngefühl

Wohnen und kochen, entspannen und genießen – Niehoff Garden entwickelt den modernen Outdoor-Lifestyle weiter und vervollständigt mit seiner Kollektion 2023 den Wohnraum unter freiem Himmel.

Der Sommer kann kommen! Das Ende der Sommerzeit läutet die nächste Saison ein und Niehoff Garden begeistert mit raffinierten Neuheiten für komfortables Outdoor Living und einzigartiges Outdoor Cooking. Der Stellenwert schöner und langlebiger Gartenmöbel ist gestiegen und die Pandemie hat diesen Trend noch einmal befeuert. So spiegelt sich die Lust, es sich zuhause so komfortabel wie möglich zu machen und sich mit stilvollen Möbeln zu umgeben, auch in den Neuvorstellungen von Niehoff Garden wider.

Niehoff Garden macht den Outdoor-Wohnraum zur Wohlfühloase. Ein toller Neuzugang ist die Massivholz-Outdoorküche „Teak Edition".

Individuelles Loungefeeling

Ein Fokus liegt dabei auf extra bequemen Lounges, mit denen der Lieblingsplatz Sofa einfach nach draußen umzieht. Großzügige Polster und haptisch angenehme Outdoor-Bezüge machen die Gartenlounges zu Wohlfühlzonen. Stimmige Holzelemente und formschöne Metallgestelle markieren die Zugehörigkeit zur Kategorie Garten. Die Lounges wie die moderne „Malta" Loungegruppe sind modular angelegt, sodass individuelle Platzbedürfnisse erfüllt werden.

Komfortable Hotspots

Funktionale Ausziehtische sind und bleiben ein Steckenpferd von Niehoff Garden. In Kombination mit formschönen Stühlen wie dem neuen „Portofino" Polsterstuhl sowie zeitgemäßen Eckbankoptionen wird der Garten so zum geselligen Treffpunkt. Bequeme Polster, hohe und/oder verstellbare Rückenlehnen garantieren das Extra an Komfort an Sommerabenden in gemütlicher Runde.

„Draußen nach Hause kommen"

Genussmomente unter freiem Himmel komplettiert Niehoff Garden mit durchdachten Outdoorküchen. In diesem Bereich hat der Münsterländer Outdoorspezialist sein Angebot deutlich erweitert und bietet unter dem Motto „Draußen nach Hause kommen" noch mehr individuellen Gestaltungsfreiraum. Drei Küchenlinien stehen zur Auswahl, die mit zahlreichen Konfigurationen und Designoptionen punkten. Während die „Pro Master" mit großzügigen Modulen aus gebürstetem Edelstahl und hochwertigem HPL oder handgearbeitetem Teak überzeugt, begeistert die „Black Line" Design Fans mit einem anthrazitfarbenen Aluminiumrahmen. Der jüngste Neuzugang ist die „Teak Edition", eine Massivholzküche mit funktionalen Elementen aus recyceltem Teak und einer widerstandsfähigen Arbeitsplatte aus Keramik.

www.niehoff-garden.de

Flexibel mit maximalem Komfort: Die moderne „Malta" Loungegruppe ist der entspannte Outdoor-Treffpunkt.

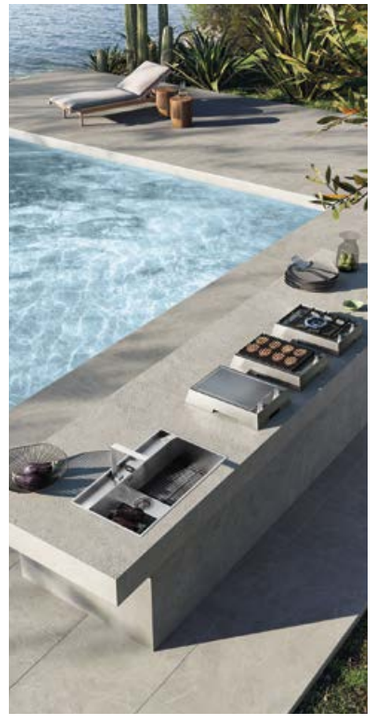
Der neue Ausziehtisch „Urban" besticht mit puristischem Design und höchster Funktionalität.

Fotos: Niehoff Garden

Einzigartig luxuriös

Mit einzigartigen Kollektionen und innovativen Funktionen setzt Barazza Statements in der Küche und darüber hinaus. So auch mit der Outdoor-Kollektion. Der Wunsch nach Freiheit ist das Leitmotiv der Outdoor-Kollektion von Barazza. Edles Design verbindet sich mit innovativen Funktionen, um ein wirklich einzigartiges Erlebnis zu bieten. Dank strapazierfähiger Kochfelder und Spülen aus Edelstahl AISI 316, der optisch überzeugt und dem Wetter trotzt, eröffnet sie sorglose Genussmomente. Können die Elemente in der Outdoorkollektion in die maßgefertigten Arbeitsplatten in AISI 316 Edelstahl integriert werden, hebt Barazzo Stil auf eine neue Ebene. Die AISI 316 Edelstahl Spülen und rechteckige Becken glänzen in verschiedenen Größen, ergänzt von vielfältigen Wasserhähnen, und die Thalas Kochfelder bestechen sowohl freistehend und somit individuell positionierbar wie als eingebaute Variante mit denselben Funktionen. So erweisen sich die Outdoorküchen von Barazza als raffiniertes Highlight mit individueller Ästhetik und genussvoller Hotspot.

www.barazzasrl.it



KOCHEN IN SCHÖNSTER FORM

Ein echtes Statement sind die Outdoorküchen von OCQ. Mit kompromissloser Qualität, top Service und über zehn Jahren Erfahrung einer der führenden Anbieter im gehobenen Segment, spiegelt sich der höchste Qualitätsanspruch in Kreationen wie der Produktlinie OCQ modus. Diese Outdoorküche besteht aus extrem witterungsbeständigen Korpusmöbeln mit anthrazit-farbenem Dekor. Individualität wird großgeschrieben, denn Breite, Höhe und Tiefe sind stufenlos planbar. Die Korpusse werden als offenes Regalsystem, mit Türen oder Auszügen ausgestattet. Die Arbeitsplatte kann aus HPL, Naturstein oder kratzfester Keramik sein. Seitenstollen aus Naturstein oder Keramik rahmen die Küchenzeile und können den Übergang von der Arbeitsplatte zum Bartresen formen. Die Dekorauswahl ist groß und auch bei der Ausstattung der Fantasie keine Grenzen gesetzt – vom Premium-Gasgrill zum Induktionskochfeld, vom Spülbecken bis zum Geschirrspüler, vom Pizzaofen bis zur Eiswürfelmaschine ist alles ist möglich. Neben OCQ modus und OCQ modular begeistert bbqube in den Ausführungen „classic", „professional" und „X".

www.o-c-q.com

Design-Genuss-Erlebnis

Genuss mit Feuer zelebriert OFYR und serviert für Genuss-Verliebte, die das Kochen und Grillen im Freien auf neuem Level erleben wollen, alle Zutaten. OFYR bietet ein ganzheitliches Outdoor-Living Gesamtkonzept. Mit einzigartiger Schlichtheit, Multifunktionalität und modernem Design verwandelt der extravagante Publikumsliebling unter den Grillern den Outdoorbereich zu jeder Jahreszeit zur Showbühne – solo wie im Ensemble mit passenden Begleitern, für Fans modernen Outdoor Cookings ebenso wie für Profis in Hotellerie, Gastronomie und Catering. In großem Stil wird das Konzept mit dem einzigartigen Gastro-Erlebnis „OFYR trifft LAHÜ" in der Steiermark mit dem OFYR als „Stargast", auf dem mit offenen Feuer gekocht und gegrillt wird, sowie Gästen als Teil der Veranstaltung, einem Mix von Koch-Grillkurs, Infos zum Thema Lebensmittel und Networking gelebt und gefeiert. Ist der multifunktionale OFYR immer und überall kulinarischer wie kommunikativer Hotspot, stehen für 2023 erneut wieder viele Neuheiten in den Startlöchern – unter anderem ein OFYR 120 und das gesamte Kamado-Angebot von „The Bastard".

www.ofyr.at

Fotos: Barazza, OCQ © Philipp Sedlacek, OFYR Österreich

Große Entschleunigung

Foto: © KETTLER Home&Garden/Photostudio Siciliano GmbH

Noch mehr Möbel für die Silver-Society und große Persönlichkeiten bietet KETTLER mit der Serie CIRRUS. Neben den Stapel- und Multipositionssesseln in silber und anthrazit mit Outdoorgewebe in anthrazit-grau, mit um 5 cm verlängerten Stuhlbeinen, kommt nun auch der passende Hocker und als neues Highlight der Relaxsessel XL. Hierbei ist die Sitzhöhe wie bei den Sesseln erhöht, auch das Fuß- und Rückenteil sind verlängert. Damit Tisch und Silver-Line Sessel auch in der Höhe zusammenpassen, ist dank höhenverstellbarer Fußkappen das CUBIC Tischgestell bis zu 5 cm manuell in der Höhe verstellbar.

www.kettler-garden.com

Elegantes Relaxen im Freien

Der Basil Outdoor-Sessel von Fischer Möbel verbindet gekonnt wie genial hohen Sitzkomfort und elegantes Design mit wetterbeständigen, pflegeleichten Materialien wie dem textilen fm-rope, das handwerklich um ein leichtes Aluminiumgestell geflochten wird. Reizvoll sind die neuen farbigen Outdoor-Polster in vielen verschiedenen Dessins.

www.fischer-moebel.de

Sonnenschirm revisited

Den Sonnenschirm definiert Extremis mit „Sensu“ neu. Der kippbare Schirm kombiniert ein entspanntes flaches Design mit der Funktionalität eines Handfächers, kommt ohne sichtbare Rippen oder Schnüre aus, wird horizontal geöffnet und geschlossen, eröffnet eine Vielzahl verschiedener Ausrichtungsoptionen und die modulare Stange in der Mitte des Schirms kann einen, zwei oder sogar vier Schirme gleichzeitig halten – für eine optimale Fläche.

www.extremis.com

Foto: © Hilde Verbeke

Sommerfeeling mit Verlängerung

Mit PANAMA präsentiert LAFUMA MOBILIER eine Kollektion in limitierter Auflage. Erfindet der französische Hersteller seine kultigen Designklassiker als Sammlerstücke neu – den Sessel Pop Up XL, den Regiesessel und den Klappstuhl –, eint sie eine kompakte Faltung, 100 % Made in France (Département Drôme) und die Verwendung für in- wie outdoor – und mit PANAMA wird zu einer Reise geladen, die in das Herz des Dschungels führt. Ein mandelbeiges und ein erdbeerrosanes Gewebe bilden die Bühne für die gezeichneten Palmenblätter und so verlängert die Kollektion den Sommer.

www.lafuma-moebel.de

Next generation des Markisendesigns

markilux hat seine MX-Markisenfamilie mit der MX-2 um ein weiteres Modell ergänzt, das mit fließend-leichtem Design und top Technik begeistert. Die niedrig gebaute, lang gestreckte Kassette geht beidseitig in gefällige Rundungen über, das geschwungene Kassettenprofil betont die fließende Form der Markise und umschließt die Tuchwelle harmonisch. MX-2 basiert auf der Technik der markilux 970, besitzt ein Kippgelenk mit integrierter Hochschlagsicherung, und ist unter der Kassette mit einer Multifunktionsnut ausgestattet, in der sich optional eine LED-Line, LED-Spots sowie ein Wärmestrahler befestigen lassen.

www.markilux.com

Foto: markilux

Fotos, sofern nicht anders angegeben: Hersteller

FORMSCHÖN LOUNGEN

Mit der Lounge „Viggo“ erweitert STERN das konstant beliebte Aluminiumsortiment und bringt eine attraktive Formensprache ins Spiel. Alle Komponenten – das 3-Sitzer Sofa mit breitem Hocker und der Lounge-Sessel – verfügen über weiche Formen an der Arm- und Rückenlehne. Das Gestell aus Aluminium in Schwarz matt mit Kissen in seidenschwarz oder cream oder aus Aluminium in Anthrazit mit Kissen in seidengrau runden die kühle Eleganz ab und die Armlehnen aus Teak erzeugen gleichzeitig einen spannenden Materialmix.

www.stern-moebel.de

Charmante Ordnungshüter

Mit hochwertigen Sonnenschirmen verwandelt Weishäupl den Außenbereich zum stimmungsvollen Wohnraum und sorgt mit DECK für Ordnung. Die Outdoor-Schränke sind in puncto Stauraum attraktive Alleskönner. Dank des modularen Systems passt DECK auf jede Terrasse oder den Balkon. Eine edle, wetterfeste, robuste und pflegeleichte Granitarbeitsplatte toppt die dank Rollensätzen zudem mobilen Möbel, gefertigt aus unbehandeltem Teak, das durch das Verfugen mit SIKAFLEX® an Schiffsdecks klassischer Segelyachten erinnert, und mit Einlegeböden aus verzinkten, pulverbeschichteten Stahlblechen.

www.weishaeupl.de

Foto: © Klaus Hohnwald

Für viel Gemütlichkeit

sorgt SIEGER mit dem Aluminium-Daybed SAMOA. Weich geschwungene, fließend-organische Konturlinien, abgerundete Formen und als Blickfang eine zweigeteilte, Flügeln ähnliche Rückenpartie prägen den Look des von CULTURE FORM designten Daybeds mit imposanter Liegefläche und schwebend-leichtem Charakter dank nach innen versetzter, sich zum Boden leicht verjüngender Füße. Das eigens für Samoa gestaltete, perforierte Metallblech, das von Weitem an das traditionelle „Wiener Geflecht“ erinnert, setzt sich aus einem einzigen geometrisch-modernen Lang-oval zusammen, die luftige Optik der Metallstruktur bietet gleichzeitig eine gute Luftzirkulation.

www.sieger.eu

Genuss im XL-Format

Wortwörtlich groß-artige Erlebnisse garantiert die Bowl 70 von höfats mit bis zu 50 Prozent mehr Grillfläche als die Bowl 57. Die große, aus verstärktem emailliertem Stahl hergestellte Kreation mit einem Durchmesser von 70cm überzeugt mit den gleichen innovativen Eigenschaften und wird von einem ebenso breiten Zubehörsortiment komplettiert. Plancha-Platte, Grillrost sowie praktische Zubehör-Haken machen aus der Mega-Feuerschale eine Grillstation. Sternfuß und Dreibein entscheiden über Stehparty oder gemütliche Chill-out-Zone mit Loungecharakter.

www.hofats.com

Foto: © Andi Mayr

Königlich komfortabel

Ein echter Hingucker ist der greenline-Sessel Beatrix von ZEBRA. Der Stapelsessel aus Aluminium besticht durch seine kunstvoll geflochtene Rückenlehne aus Rope, dabei zeichnet er sich durch ein modernes Farbspiel aus dem Grauton des pulverbeschichteten Aluminiumgestells und dem warmen Holzton des recycelten Teaks der Armlehnen aus. Gemütliche Sitz- und Rückenkissen aus Tuvatextil greifen die Graunuancen auf und sorgen für königliche Entspannung.

www.zebra-moebel.de

Aktuelle Highlights und top Produkte online auf www.wohninsider.at | Link zu den Produkten: bit.ly/2AiphyV

MÖBEL AUSTRIA & KÜCHENWOHNTRENDS

Küchen passieren in Salzburg

Das bevorstehende Messedoppel – möbel austria und küchenwohntrends – vom 3. bis 5. Mai 2023 in Salzburg ist im kommenden Jahr speziell für die Küchenbranche das erste B2B Event der Einrichtungsbranche im deutschsprachigen Raum. Kein Wunder also, dass die Ausstellungsflächen heiß begehrt sind.

Das Salzburger Event kann sich mehr oder weniger über eine Alleinstellung in unserer Region im B2B Bereich freuen und das wird die Ausstrahlung der Veranstaltung entsprechend vergrößern. Die Vorbereitungen dafür laufen auf Hochtouren.

wohninsider fragte kommende Aussteller, wie sie das bevorstehende Top-Event beurteilen:

Ulrich Barth, Vertriebsleitung Deutschland/Österreich, LEICHT Küchen

„Wir von LEICHT sehen den österreichischen Markt als einen sehr hochwertigen Markt an. Ein Markt, der geprägt ist von individuellen und umfassenden Planungskonzepten. Ein Markt also, der perfekt zu unserer Produktphilosophie wie auch zu unseren Fertigungsstrukturen passt. Unsere Materialkompetenz geht beispielsweise weit über den Standard hinaus und bietet unseren Partnerinnen und Partnern damit hervorragende Marktchancen. Oberflächen in Fenix, Aluminium, Glas, Beton, Keramik wie auch Naturstein stehen symbolisch für diese Qualität – und all das auf Maß gefertigt.

Eine Besonderheit der neuen Kollektion ist unsere filigrane, grifflose Küche CONTINO Ξ12. Fronten in einer Stärke von nur 12 mm geben einer CONTINO Ξ12 Küche eine besondere Eleganz und Wertigkeit und sprechen eine hochwertige Zielgruppe an. Die ‘Architekturküche LEICHT’ hat sich in den letzten Jahren im hochwertigen österreichischen Küchenfachhandel sehr gut entwickelt. Nach der Pandemie kommt nun diese Messe zum idealen Zeitpunkt, um unsere Kompetenz dem österreichischen Markt umfassend zu präsentieren – zur Fortschreibung unseres Erfolgskurses.“

Marcus Roth, Geschäftsleitung Vertrieb Deutschland/Österreich, Häcker Küchen

„Wir haben uns für die Teilnahme an der küchenwohntrends in Salzburg in 2023 entschieden, weil wir auf zwei erfolgreiche Teilnahmen zurückblicken können. Häcker Küchen ist bereits seit Jahren im österreichischen Markt tätig. Die Messe passt perfekt zur Ausweitung der Marktbearbeitung und in unsere Wachstumsstrategie. Hier können wir bestehende Fachhandelspartner begrüßen, neuen Händlern unser Unternehmen vorstellen, Verbände aus Österreich und Süddeutschland persönlich sprechen und Architekten sowie Planern einen ersten Eindruck von Häcker Küchen vermitteln.

Auf der küchenwohntrends 2023 werden wir auf 250 qm die Produktlinien systemat und concept130 verstellen. Gerade in Österreich sind nach wie vor Küchen aus Echtholz oder mit Holzdekoren sehr beliebt. Wir haben hier viel zu bieten: Zur Hausmesse 2022 im September haben wir ein breites und tiefes Produktportfolio vorgestellt. Furniere aus edlen Hölzern wie Walnuss oder Eiche, aber auch Dekore in Feineiche und Samteiche mit verschiedenen lackierten Oberflächen. Alle Dekoroberflächen vereint eines: PerfectSense mit Feelwood-Struktur. Extrem matte Oberflächen mit Antifingerprint Eigenschaften.

Kochen und Wohnen findet immer häufiger in einem Raum statt. Sei es in kleineren Wohnungen, wo auf einer Ebene gekocht, gearbeitet und gewohnt wird, oder in großzügigen Eigenheimen. Hier möchten sich Konsumenten gerne den gleichen Farben und Möbeln bedienen. Aus diesem Grund bietet wir neben Kochinseln und Homeoffice-Lösungen auch Sideboard Varianten an. Alles aus einer Hand lautet hier das Motto für unsere Konsumenten.

Neben den vielen neuen Produkthemen, die wir bieten, steht für uns die Nachhaltigkeit auch immer an erster Stelle. Kunden fragen gezielt danach, wo die Küche produziert wird, aus welchem Land die eingesetzten Materialien kommen und wie das Unternehmen im Bereich sozialer Verantwortung aufgestellt ist. Nachhaltigkeit ist bei Häcker in der Unternehmens-DNA festverankert. Somit finden unsere Kunden auf alle Fragen immer die für sie richtige Antwort. Denn wir sind nicht nur ein klimaneutrales Unternehmen sondern wir produzieren zu 100 % Made in Germany, in Rödinghausen und Venne. Unsere Lieferanten kommen zu einem Großteil aus dem direkten regionalen Umfeld und aus den angrenzenden europäischen Nachbarländern, wie z.B. Österreich.

Wir freuen uns, unsere Neuheiten, unsere Unternehmensphilosophie und unser engagiertes Team in Salzburg unseren Kunden und Freunden des Unternehmens vorzustellen. Die gesamte Vertriebsmannschaft Österreich und unser Verkaufsleiter für Österreich, Christian Gasser und meine Person werden vor Ort sein. Darüber hinaus sind auch die Vertriebskollegen und Kolleginnen aus Süddeutschland vor Ort. Wir alle freuen uns auf tolle Gespräche mit unseren Kunden und auf viele neue Kontakte aus Österreich, Deutschland und Europa.“

Fotos: LEICHT Küchen, Häcker Küchen, nobilia, BMK, trendfairs GmbH/Sascha Bartel

Günter Rassner, Area Sales Manager Österreich, nobilia

„Wir als nobilia sind Partner und Aussteller der ersten Stunde – und wenn wir uns die Entwicklung der KWT im Rückblick ansehen, so war es die richtige Entscheidung. Herr Rambach hat mit seinem Team die Lücke für eine Fachmesse und deren Potenzial in Österreich erkannt und diese professionell gefüllt. Eine Fachmesse vor Ort ist aus unserer Sicht eine wichtige Ergänzung zu unserer eigenen Hausmesse. Jeweils im September eines Jahres stellen wir im Rahmen der Küchenmeile die Neuheiten der kommenden nobilia Kollektion vor. Für viele unserer bestehenden Partner ist ein Besuch unserer Hausmesse daher ein wichtiger und fester Termin im Kalender.

Nicht alle unsere Partner schaffen jedoch jedes Jahr einen Besuch in Verl. Die KWT bietet uns daher eine hochwertige Messe-Plattform, auf der wir uns als Unternehmen und unsere Produkte in unmittelbarer Nähe zu unseren Kunden und Interessenten präsentieren können. Meine Kollegen und ich freuen uns schon heute darauf, Sie auf unserem Messestand der KWT 2023 in Salzburg zu begrüßen und Ihnen unsere neuen Trends im Bereich Küche, Wohnen und Bad vorstellen zu können!“

BMK-Innovationspreis 2023 / küchenwohntrends Salzburg

Nach einer Coronapause verleiht der BMK am 4. Mai 2023, auf der küchenwohntrends in Salzburg, den 13. BMK-Innovationspreis (BMK: Bundesverband Mittelständischer Küchenfachhandel ist der Berufsverband für die Küchenspezialhäuser in Deutschland). Alle küchennahen Hersteller, Importeure und Zulieferer waren eingeladen, sich auch 2022/23 wieder der Herausforderung zu stellen, den Fachhandel von ihren herausragenden Produktentwicklungen in den Kategorien Küchenmöbel, Küchengeräte und Küchenzubehör zu überzeugen. Als Austragungsort für die von einer Projektgruppe der MöFa (Möbelfachschule) moderierte Preisverleihung wurden die küchenwohntrends im Mai 2023 in Salzburg gewählt. Mitrealisator und Sponsor der Reise für die Studierenden nach Salzburg ist die Trendfairs GmbH. In enger Zusammenarbeit mit dem BMK und der MöFa, freuen sich alle Beteiligten auf die ereignisreiche Preisverleihung in Persona auf der küchenwohntrends.

Der BMK-Vorsitzender Hans Hermann Hagelmann bringt es auf den Punkt: „Was den BMK-Innovationspreis deutlich von den herkömmlichen Designpreisen der Branche unterscheidet, ist der direkte Bezug zum Markt. Nur was sich im Verkauf bewährt, wird von den Händlern unserer Mitglieder auch auf Platz 1 gewählt.“

www.bmk-verband.de

Vereinbaren die Verleihung des BMK-Innovationspreises in Salzburg, v.l.: Hans Hermann Hagelmann (BMK-Vorsitzender), Michael Rambach (Gründer und Gesellschafter trendfairs GmbH) und Dorentina Kodralija (Geschäftsführerin BMK) im Rahmen der diesjährigen Fachmessen für Küchen und Möbel in Ostwestfalen.

Top-Event von 3. bis 5. Mai 2023: Beim Messedoppel trifft sich die Küchenbranche in Salzburg.

ELEKTROFACHHANDELSTAGE

Branchen-Get-together in Linz

Die (Elektro-)Branche traf sich wieder. Am 23./24. September bot das Linzer Design Center die Bühne für die Elektrofachhandelstage, die Händlern u.a. die Neuigkeiten aus den Bereichen der Weißware, Kleingeräte und Unterhaltungselektronik präsentierte. Eine Gelegenheit, die auch sehr viele Händler nutzten, wie die Zahlen zeigen. Immerhin zählte Veranstalter RX Germany & Austria an den beiden Tagen 1679 Besucher und 70 Aussteller. Von Lilly Unterrader

Neben einigen Kleingeräte-Herstellern und Anbietern aus dem Bereich Unterhaltungselektronik waren fast alle namhaften Hersteller der Weißware mit ihren Herbstneuheiten vor Ort. Neben Miele *(siehe Bericht auf Seite 74)* etwa auch die BSH-Gruppe mit den Marken Bosch und Siemens, AEG, die Beko Grundig Österreich AG, Liebherr, Gorenje, erstmals auch mit Hisense-Weißware sowie Samsung. Und der Kanon war einhellig positiv.

Dreimal ausgezeichnet

So meinte etwa AEG-Geschäftsführer Alfred Janovsky: „Wir hatten hier einen erfreulich guten Besuch. Klar gibt's ein bissl Zweifel bei einigen Partnern, wie es weitergeht. Aber allgemein ist die Stimmung durchaus optimistisch." AEG konnte sich heuer besonders freuen, wurde das Team rund um Alfred Janovsky doch zum bereits dritten Mal mit dem „Zac of the Year", der Auszeichnung der Verbundgruppe Euronics zum Lieferanten des Jahres, geehrt. Auch mit ihrem eigenen Auftritt waren Janovsky und Marketingleiter Martin Bekerle sehr zufrieden, konnten sie sich doch so präsentieren, „wie wir uns selbst sehen. Und das ist uns mit dem Marktauftritt und dem Messestand heuer sehr gut gelungen." Highlights am Stand waren neben der neuen Waschmaschinen-Generation und dem Mikroplastikfilter, der als Zusatzgerät zu den Geräten aller Hersteller angebracht werden kann und eine komplett neue Herangehensweise an die Umweltthematik bietet, die neue Generation an Weinklimageräten.

Im Einklang mit den Fanta 4

Große Nachfrage herrschte auch an den beiden Ständen von Bosch und Siemens der BSH-Gruppe. Bosch-Markenleiter Stefan Regel gibt sich sehr zufrieden. „Ich glaube, das Hauptthema heuer ist, dass man froh ist, hier wieder zusammenzukommen." Obendrauf hat die Marke Bosch auch jede Menge Neuheiten und Aktivitäten im Gepäck. Zum einen die neue Ofenserie *(siehe Seite 73)* für den Möbelfachhandel, deren Zielauslieferung in

AEG-GF Alfred Janovsky und Marketing Director Martin Bekerle konnten sich in Linz so präsentieren, wie sie sich selbst wahrnehmen und waren ob der Resonanz darauf sehr zufrieden.

Bosch-Markenleiter Stefan Regel vernahm eine gute Stimmung und hatte mit den neuen Kühlgeräten sowie der Kooperation mit den Fanta 4 einiges zu berichten.

Fotos: Lilly Unterrader/wohninsider

Erich Scheithauer registrierte für Siemens große Nachfrage und sieht die Zukunft trotz herausfordernder Zeiten positiv.

Q1 startet. Des weiteren stand die Marketingkooperation mit den Fantastischen Vier im Zentrum des Auftritts. Wie es aus der Sicht Regels weitergeht? „In Zukunft wird noch nachhaltiger gekauft. Einerseits mit energiesparenden Geräten, andererseits mit hochqualitativen Geräten, wo auch der Kundenservice im Falle des Falles top ist." Bei beidem hätte die Marke Bosch gute Karten, so Regel. Dementsprechend präsentierte man auf der Messe u.a. den Weltmeisterkühlschrank in EEK A, der noch dazu mit nur 29 DB der leiseste am Markt ist. Die gute Entwicklung, die Bosch in den vergangenen Jahren hinlegen konnte, würde sich laut Regel übrigens – wenn auch nicht in diesem Ausmaß – fortsetzen, so hätte der Umsatz der Marke sowohl im EFH als vor allem auch im MFH in den vergangenen fünf Jahren weit deutlich über dem Marktwachstum gelegen. Widergespiegelt wird das laut Regel nicht zuletzt auch in der Tatsache, dass man das Außendienstteam im Möbelfachhandel mit Michael Janko kürzlich auf sechs Personen aufgestockt hätte.

Strukturierteres Einkaufen

Auch Erich Scheithauer zeigte sich mit dem Interesse an den Siemens-Neuheiten äußerst zufrieden. „Die Frequenz war gut, unsere wichtigsten Kunden waren da, die Hallen waren 1,5 Tage gut gefüllt." Über die Stimmung und die Funktion der Messe, sagt Scheithauer: „Offensichtlich war, dass sich die Menschen gefreut haben, sich wieder zu treffen. Es gab mehr informative Gespräche und der persönliche Austausch stand im Fokus. Für uns ist es nur teilweise eine Ordermesse, zumal sehr viele Bestellungen auch schon vor der Messe erfolgt sind." Nachsatz Scheithauer: „Und wir sehen, dass nach den ungewöhnlichen vergangenen zweieinhalb Jahren die Händler wieder beginnen, strukturierter einzukaufen." Als große Herausforderung sieht der Siemens Markenleiter unter anderem die Preiserhöhungen, die zwar nicht eins zu eins, aber doch gedämpft etwa mit Anfang Oktober weitergegeben werden müssten. Für den Möbelfachhandel hatte Siemens die Studioline-Geräte in Linz mit dabei *(siehe Seite 73)*, im Jänner beginne die Ausstattung der Studioline-Partner, der Verkaufsstart sei mit März anberaumt. Die Schulungen für den Möbelfachhandel starten für die neuen Geräte schon diesen Herbst, im Elektrofachhandel werde man bei Erscheinen der Geräte im kommenden Jahr entsprechend nachziehen.

„Der schönste Stand auf der Messe"

Für Gorenje war es der erste Auftritt mit dem neuen Geschäftsführer Andreas Kuzmits. Kuzmits, der am Freitag samt zwölfköpfigem Team (inkl. MFH-AD) vor Ort war, nimmt einen „sehr positiven Eindruck" von der Messe mit nach Hause. Kein Wunder, hatte Gorenje doch einiges zu bieten: „Wir sind einerseits ein Vollsortimenter und können unsere Partner auf verschiedenen Ebenen bedienen. Zudem bieten wir als Multibrand viele Lösungen und können zu jedem Gerät eine Geschichte erzählen." Für Aufsehen sorgte das Gorenje-Team auch dank eines Gewinnspiels, wo ein Retrokühlschrank in Bordeaux zu gewinnen war und vor allem auch mit der Autogrammstunde mit Boxprofi Marcos Nader. Zudem, setzt Kuzmits nach: „Wir haben mehrfach gehört, dass wir den schönsten Stand auf der Messe haben." Produktseitig standen u.a. die neuen Kombiherde mit Optibake-Funktion sowie die neuen Retromodelle in überarbeitetem Design und mit neuem Logo im Fokus.

Die nächste Generation an Kühlen

Liebherr brachte eine echte Revolution mit nach Linz. Mit der Blurox-Technologie wird die gesamte Dämmung der Kühlgeräte in die nächste Dimension geführt. Hatte man »

Profiboxer Marcos Nader unterstrich am Stand von Gorenje gemeinsam mit GF Andreas Kuzmits einmal mehr die sportliche Ausrichtung von Gorenje.

die Geräte bislang standardmäßig mit PU-Schaum gedämmt, werden künftige Geräte dank des neuen Produktionsverfahrens mit Perlit, einem natürlichen Vulkangestein, isoliert. Das erhöht nicht nur den Nutzinhalt um bis zu 25 %, sondern sorgt auch dafür, dass die höchste Energieeffizienz auch über Jahre hinweg erhalten bleibt. Zusätzlicher Umweltnutzen: Das Dämmmaterial kann nach dem Produktlebensende einfach wiederverwendet werden und fällt nicht als Sondermüll an. Liebherr kündigt für das kommende Jahr das erste Gerät an, das vollkommen mit Perlit gedämmt wird.

Für Österreich gemacht

Der Auftritt der Beko Grundig Österreich AG stand im Fokus des überraschenden Wechsels an der Spitze *(siehe Seite 19)*. Ungeachtet dessen hatte man auch einige Neuheiten mit am Stand und war mit der Resonanz sehr zufrieden, wie Wolfgang Lutzky, Sales & Marketing Director, gegenüber wohninsider kundtat: „In Summe denken wir war es eine sehr gelungene Veranstaltung, sowohl der Handel als auch die Industrie können von diesem Format profitieren. In vielen vertiefenden Gesprächen konnten wir den Elektrofachhandel von unseren Produkten, Technologien und Innovationen überzeugen. Für die Beko Grundig Österreich AG bot sich erstmals die Chance, einer breiten Handelslandschaft unseren neuen Markenauftritt von elektrabregenz zu präsentieren, dazu die Weltpremiere des neuen Designs von elektrabregenz Backöfen. Für 2023 wünschen wir uns, dass die Händlertagungen nicht zeitgleich mit dem Messebetrieb stattfinden, da es schade ist, wenn plötzlich eine erhebliche Anzahl an Händlern von der Messe abgezogen wird."

Der Schrottriese von Künstler HA Schult am Stand von Versicherer Wertgarantie soll auf die Elektroschrottthematik aufmerksam machen. Die Menge seiner Bestandteile fällt in Österreich alle 20 Minuten an Elektroschrott an.

Erwartungen übertroffen

Auch seitens des Messeveranstalters ist man über die Besuchsfrequenz und Stimmung erfreut. Marguerite Klonowski, Messeleiterin der Elektrofachhandelstage, bilanziert so: „Unsere Erwartungen hinsichtlich der Messe wurden nicht nur erfüllt, sondern teilweise sogar übertroffen. Hier zeigt sich die Wichtigkeit der Messe als Branchenevent für den österreichischen Fachhandel. Dies wurde durch zahlreiche Produktpräsentationen, intensive Gespräche sowie die positive Stimmung auf der Messe sichtbar." Eine Messe, die durchaus auch eine gute Plattform für den Einrichtungsfachhandel wäre, wie man vielerorts vernahm. Dieser blieb jedoch – bis auf wenige Ausnahmen – der Messe fern. Doch Veranstalter RX Austria&Germany hielt heuer noch eine Premiere parat: So ist erstmals nach dem Live-Event die Messe im Rahmen eines 360-Grad-Panoramabildes jederzeit als virtueller Messerundgang erlebbar *(Link zum Rundgang: bit.ly/3RTMtI7)* Das gesamte Messegeschehen ist visualisiert, und die Aussteller haben in dieser 3D-Welt Infopoints eingerichtet, an denen sich die Besucher in verschiedenen Formaten über die Innovationen der Messe informieren können. So können auch jene, die die Messe heuer verpasst haben, einen Eindruck davon gewinnen.

Und weil nach der Messe – in den meisten Fällen – vor der Messe ist, steht auch schon der Termin für die kommenden Elektrofachhandelstage fest: Diese finden von 22.-23. September wieder im Linzer Design Center statt.

www.elektrofachhandelstage.at

Produktneuheiten von IFA, Küchenmeile und EFHT

Im Folgenden finden Sie ergänzend zu den Berichten auf diesen Seiten einige Highlights von IFA, EFHT und der Küchenmeile zusammengefasst. Die jeweiligen Kurzlinks führen Sie zu den ausführliche Produktbeschreibungen auf der wohninsider-Website.

AEG

Neues Kühl-Sortiment 6000 TwinTech® NoFrost, 7000 GreenZone und 8000 Cooling 360°

bit.ly/3SUMBIJ

Bosch

Kühlgeräte der Serie 6 sind Energiesparmeister und zudem äußerst leise.

bit.ly/3T6BY5s

Produktfotos: Hersteller

Samsung
Bringt mit dem family hub Entertainment und multimediale Connectivity in die Küche.
bit.ly/3VqWn7i

AEG
Mikroplastikfilter für die Waschmaschine
bit.ly/3Mqgoqu

AEG
Der Weinklimaschrank „8000 Perfect Shelving Cellar" mit perfektioniertem Regalsystem, geregelter Luftfeuchtigkeit und UV-geschützte Lagerung.
bit.ly/3yCF3IT

Beko
Der Beko Beyond Muldenlüfter bPRO700
bit.ly/3rNyE3t

elektrabregenz
Die Waschmaschine WAFS 91460 ist besonders energieeffizient, Bluetooth-fähig und bietet 9 kg Volumen.
bit.ly/3yBTO8q

Gorenje
Die beliebten Retro-Kühlgeräte im neuen Design und mit neuem Logo.
bit.ly/3Cvwf2b

Gorenje
Elektroherde mit Optibake-Funktion
bit.ly/3EBoQBm

Hisense
Der neue Cross Door Kühlschrank mit Gefrierfach bietet drei Temperaturzonen – Kühlschrank, Gefrierschrank und eine verstellbare Zone.
bit.ly/3Vf1RSm

LG
Die neueste Kühl-Gefrierkombination für den europäischen Markt arbeitet dank Inverter Linear Compressor besonders sparsam.
bit.ly/3CliuDa

Liebherr
Eine Weltneuheit in Sachen Dämmung präsentierte Liebherr mit blurox.
bit.ly/3CTAeY1

Siemens
Der neue iQ700 Kühlschrank öffnet die Tür auf Sprachbefehl und sorgt damit für einen makellosen Look und mehr Leichtigkeit in grifflosen Küchen.
bit.ly/3ECsY46

V-Zug
Der CombiSteamer V6000 45M PowerSteam von V-Zug kombiniert PowerSteam mit den drei Betriebsarten Heißluft, Dampf und Mikrowelle und das in Rekordzeit.
bit.ly/3rLttRL

FERIA HABITAT VALENCIA

Viva spanisches Möbeldesign

Kreatives Design, spanisches Wohn- und Lebensgefühl und spannende Trends präsentierte die Feria Hábitat València, begleitet von Home Textiles Premium by Textilhogar und Espacio Cocina SICI, begeisterte – und offenbarte insbesondere die faszinierende Vielfalt spanischen Möbel- und Leuchtendesigns.

In Valencia schlug das Design- und Möbelherz Mitte September noch ein bisschen höher. In der pulsierenden „World Design Capital 2022" öffnete von 20. bis 23. September 2022 die Feria València nach der pandemiebedingten Pause endlich wieder ihre Türen, feierte ein fulminates Comeback und übertraf selbst die optimistischsten Prognosen. Mit Feria Hábitat València, Home Textiles Premium by Textilhogar und Espacio Cocina SICI fanden gleich drei Messen vier Tage lang parallel statt und die sich durchaus gut ergänzenden Veranstaltungen für Wohnen und Schlafen, Textilien und Küche zogen mehr als 48.000 Fachprofis an – eine Steigerung von 30 % gegenüber den Zahlen der letzten Ausgaben der Messen, die 2019 separat stattfanden, und eine Bestätigung der Entscheidung für eine großformatige Messe mit großer Anziehungskraft für Fachbesucher:innen aus allen beteiligten Branchen.

Die Feria Hábitat València begeisterte.

Die Aussteller beeindruckten mit ihren Präsentationen und Produkten, so z.B. Senttix.

Daniel Marco, Direktor der Feria Hábitat València, zeigte sich „zutiefst zufrieden" mit den Ergebnissen dieser Ausgabe, und erklärte, „wir waren das perfekte Schaufenster und der Höhepunkt von Valencias Feierlichkeiten als World Design Capital. Aber darüber hinaus haben wir Geschäfte für unsere Branche und die verschiedenen Vertriebskanäle generiert, sowohl über Distributoren als auch über den Contractbereich." Ebenso zufrieden äußerte sich Juan Luis Salvador, Präsident der Messe Espacio Cocina SICI und des Küchenmöbelverbands AMC, und auch die Home Textiles Premium by Textilhogar feierte mit rund 250 Marken eine erfolgreiche Rückkehr nach Valencia, deren Direktor Máximo Solaz ebenso zufriedenes Feedback erreichte und der die hohe Qualität wie Internationalität der Besucher:innen hervorhob.

Design mit Starauftritt

Tatsächlich tummelten sich in den Pavillons der Feria Hábitat und auf den Messeständen der Aussteller:innen mit all ihren Neuheiten und spannenden Produkten zahlreich die interessierten Fachbesucher:innen. Ein besonderen Höhepunkt inmitten der vielen Specials war die Anwesenheit der asturischen, jetzt in Mailand lebenden Designerin Patricia Urquiola, die ihre neueste Kollektion für Andreu World präsentierte sowie deren Präsenz in Valencia zusammen mit anderen Stars der Designszene wie Phillipe Starck, Mónica Armani und Jaime Hayón die Veranstaltungen der Feria Valencia im Kontext des „Street

Fotos: Feria Habitat Valencia/Alberto Sáiz

Eröffnung mit viel Power.

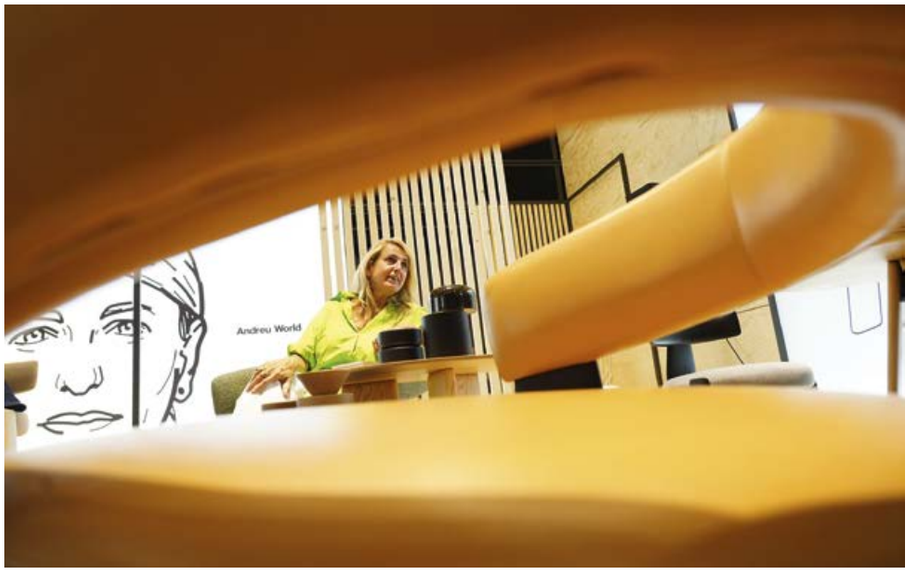
World Design Festival“ als festen Referenzpunkt im Bereich Design positionierten.

Interior-Trends

Neben der von Espacio Cocina SICI veranstalteten Preisverleihung mit Awardvergabe an Mobalco, Antalia und Saitra, wurden die Cuaderno de Tendencias del Hábitat 22/23 (Review of Trends in Interiors 22/23), zusammengestellt vom Observatorio de Tendencias del Hábitat, präsentiert. Die enthüllten Trends im Interior 2022-2023 lassen sich mit den Begriffen „Emotionaler Luxus“, „Nostalgie“, „Alles Komfort“, „Nature Boost“, gemeinschaftlichen Lebensräumen sowie optimistischem Ausdruck und experimentellen Ansätzen zusammenfassen.

Spanische Design- und Möbelpower

Der große Trend- und Innovationsgeist zeigte sich auf der Feria Hábitat València auf Schritt und Tritt – und in Hülle und Fülle. Mehr als 600 Aussteller, davon 83 % aus Spanien und 17 % aus anderen Ländern, präsentierten bei der 56. Ausgabe des wichtigsten Events der spanischen Möbel- und Lichtindustrie auf 70.000 Quadratmetern ihre neuesten Produkte. Insbesondere die spanischen Unternehmen trumpften mit spannender Vielfalt und Designkraft auf, unübersehbar zeigte sich die Qualität und Power der spanischen Möbelhersteller, die nicht nur national reüssieren. Alleine im ersten Halbjahr 2022, also von Jänner bis Juni, ist der spanische Möbelexport auf 1.440 Mio Euro und um 12,4 Prozent im Vergleich zum Vorjahr geklettert, wie der von ANIEME (Spanish National Association of Furniture Manufacturers and Exporters) veröffentlichte Außenhandelsreport aufzeigt – ein historisches Ergebnis –, und den Großteil machen EU-Länder, übersteigt die Wachstumsrate doch bei weitem die in den Jahren vor der Covid-Pandemie erzielte. Die EU-Länder sind nach wie vor die Hauptzielmärkte für spanische Möbel. Zahlreiche Marken sind bereits in Österreich vertreten und präsent, viele hegen Interesse und suchen den Weg auf den rot-weiß-roten Markt, wie sich beim Lokalaugenschein und im Gespräch mit spanischen Marken zeigt. Das Potenzial ist groß, spanische Möbel, Leuchten und Interior Design-Kreationen beeindrucken mit Kreativität, Stil, Style und dem besonderen Extra – und die Feria Hábitat València ist ein Hotspot, um sie in geballter Kraft zu entdecken und zu erleben.



Top Designerin Patricia Urquiola präsentierte ihre Kollektion für und bei Andreu World.

www.feriahabitatvalencia.com
www.anieme.com
www.muebledeespana.com

Natur und Sinnlichkeit

Foto: © www.luisbeltran.eu

BOSC, entworfen von Made Studio für GANDIABLASCO, ist ein modulares Sitzsystem, das vom Komfort und der Anpassungsfähigkeit der mediterranen Architektur inspiriert und super vielseitig ist. Es fügt sich in alle Arten von Situationen und Räumen, sowohl im Wohn- wie im Objektbereich. Die einfachen und großzügigen Linien sprechen eine zeitgenössische Sprache, während die Aluminiumstruktur eine Abstraktion der traditionellen Techniken zur Herstellung von Maschen- oder Korbmöbeln darstellt.

www.gandiablasco.com

Ein Design mit Licht und Schatten

ist „Bols“ von Estiluz, designed by Mermelada Estudio, eine Kollektion vielseitiger Leuchten, die sowohl skulptural wie funktional sind. Die Basis bildet ein simpler Polyethylen-Ball, geeignet für outdoor, der sich mit drei verschiedenen Metallstrukturen in eine Boden- und eine Hängeleuchte verwandeln und für verschiedene Lichtbedürfnisse adaptieren lässt. Jede Struktur kann mit drei Farben personalisiert werden. Das in zwei Höhen verfügbare Bodenmodell wird dank cleverem Design auch ganz einfach zum Pflanzentopf oder kleinen Tisch.

www.estiluz.com

Foto: © Sergi Colome

Eleganter Alleskönner

Mit „Fold“ präsentiert Omelette Editions einen Tisch mit subtilen und eleganten Linien, basierend auf einer strengen Geometrie, die an die ästhetischen Prinzipien des Bauhauses erinnert. Der Beistelltisch, designed by La Mamba, ist als vielseitige Aufbewahrungsoption konzipiert, da er in verschiedenen Bereichen verwendet werden kann, besticht mit Maßen von 90 x 40 x 20 cm, wird aus 3 mm Eisenblech hergestellt und in drei Ausführungen unterschiedlichen Vorlieben gerecht.

www.omelette-ed.com

RAFFINIERT MIT CHARAKTER

„Obi“ heißt die neueste Sitzmöbelkollektion von Expormim, designed von Ludovica+Roberto Palomba. Eine Hommage an die japanische Kultur, wird der sich von Kimono unterscheidende Gürtel in ein elastisches Band übersetzt, das die Rückenlehnenkissen des Sofas umhüllt. Diese Schärpe aus wasserdichtem Textil oder Leder erzeugt eine Farb- oder Materialvariation und verleiht der Kollektion ihr Hauptmerkmal. Mit einer Struktur aus 100 % recycelbarem Aluminiumspritzguss und Profilextrusion, wurde die hochtechnologische Kollektion für den Außenbereich konzipiert, ist aber so bequem und elegant, wie es jedes Sofa für den Innenbereich sein würde.

www.expormim.com

Dekoratives Licht & gute Luft

García Requejo integriert mit der HALO-Leuchte erstmals die UV-C-Technologie in Innenarchitektur und Dekoration. Erinnert das Design an ein Totem, auf der Suche nach der Synergie zwischen Luft, Natur und Licht, leuchtet die Lampe dekorativ, reinigt und desinfiziert gleichzeitig die Luft, während sich Personen im Raum befinden. Die bereits mehrfach prämierte Kreation wurde nun zudem mit dem European Product Design Award ausgezeichnet.

www.garciarequejo.com

Fotos, sofern nicht anders angegeben: Hersteller

Frisch aufgeblüht

Der Name ist einzigartiges Möbel bei „Flower“ von OGO aus der Designfeder von Nacho Timón. Benannt nach der Form, erblüht eine fünfblättrige Blume mit einem abnehmbaren Stempel, der als zusätzliches Kissen verwendet werden kann. Die in zwei Größen erhältliche Kreation besteht aus Ágora 3D-Gewebe, geeignet für den Einsatz im Freien und im Wasser, und setzt in verschiedenen Farben besondere Akzente.

www.ogofurniture.com

Lässiges Leichtgewicht

Foto: © jordiniralles.com

Leicht sieht „Bini“ von Resol aus – und ist es auch wirklich. Die Struktur des von Joan Gaspar gestalteten Möbels lässt Luft durch und der Schatten, den es wirft, ist ebenso suggestiv wie attraktiv. Die Kreation erinnert formal an den vertrauten Rohrstuhl, ist aber in Form und Material zeitgemäß, stapelbar, bequem, vielseitig und in modernen Farben erhältlich. Es gibt sie in zwei Versionen – einem niedrigen Sessel und einem aufrechten Stuhl – und für beide zudem einen zusammenklappbaren runden Tisch in zwei Höhen und in den gleichen Farben wie der Stuhl oder Sessel.

www.resol.es

Geniale Verstärkung

Systemtronic erweitert die WING-Kollektion by Mario Riuz um raffinierte neue Möglichkeiten. So ergänzt unter anderem der 1.600 mm lange WING DESK, gestaltet von Mario Riuz, die Riege und erweist sich mit seinen elegant-modernen Regalbrettern zur Aufbewahrung von Büchern, Büromaterialien, Dekoartikeln & Co als formschönes Highlight, insbesondere für das Remote Working.

www.st-systemtronic.com

Entspannend stilvoll

Die MITJORN-Kollektion von iSiMAR, designed by Ramón Esteve, ist vom gleichnamigen Strand, einem Naturparadies auf der Insel Formentera, inspiriert. Die facettierten Linien erzeugen ein geometrisches Design, das in den avantgardistischen Möbeln zum Leben erweckt wird.

www.isimar.es

Spielerischer Komfort

Foto: Cualifi Photo Studio

.annud präsentiert mit OFFO, designed by Arnau Reyna, ein modulares Sofa-System mit stark geometrischer Ästhetik, dessen runde Armlehnen und softe Taktilität wie eine einladende Umarmung wirken, Wärme und Komfort verströmen. Drei Module umfassend, kann aus diesen eine Vielzahl an Sitzkompositionen gestaltet werden. Das spielerische, funktionale System gibt es auch für die Nutzung outdoor.

www.annud.es

DESIGN DISTRICT IN DER WIENER HOFBURG

Der SCHAU:RAUM auf der Designmesse

Von 7.-9. Oktober bot die Wiener Hofburg wieder einmal den Rahmen für die Design District Wien. Am Abend des 6. Oktober wurde die Messe ganz stilgerecht mit Prunk und Glamour eröffnet. Unter den Ausstellern auch heuer wieder: Harald Grössing und seine Partner. Von Lilly Unterrader

Eines war klar: „Meister Grössing gehört halt auf die Bühne." Und daher war der SCHAU-RAUM:Wien mit seinem Mastermind sowie den Partnern Cale 3D in Person von CEO Carl Lechleitner, Simone Gutsche-Sikora für Art Gutsche, Lisa Grabner von FeinArt sowie Atila und Bela Caki von Extraform auch bei der diesjährigen Ausgabe der Design District wieder auf der Tribüne des großen Festsaals zu sehen. Grössing präsentierte in diesem Rahmen die neuesten Kreationen der Line 12, die er gemeinsam mit Designer Christian Kröpfl als Prototypen entworfen hatte.

Sie konnten zahlreiches interessiertes Publikum begrüßen: Cale3D-CEO Carl Lechleitner, Ulrike Gajo-Brandstetter, GF der Alles im Griff-GmbH, Künstlerin Simone Gutsche-Sikora, der Mann der Ferraris Heribert Kasper, FeinArt-Geschäftsführerin Lisa Grabner und Harry Grössing.

Auch eines der neuen Highlights der von ihm – gemeinsam mit der Agentur Belada – distribuierten Marke Extraform war zu erfahren und erleben: AITA heißt das edel und vollkommen neu anmutende Solitaire-Sitzmöbel. Grössing: „AITA war der Renner auf unserem Stand. Der Prototyp von Extraform hat einmal mehr bewiesen, dass wir Design leistbar machen." Obendrauf ist das kuschelige Solosofa auch dank Polyester-Mixtur und 100.000 Scheuertouren extrem schmutzabweisend.

„Möchte Freude machen mit meinen Produkten"

Auch Carl Lechleitner war vom diesjährigen Auftritt einmal mehr begeistert. „Die Messe heuer war viel besser als im Vorjahr. Auch wenn mein Patent – Klangkörper, der ohne Lautsprecher Musik erzeugt – viele Fragezeichen bei den Besuchern hinterlässt." Gefertigt wird mit elf Mann in Linz, und das soll auch so bleiben, so Lechleitner, der aus diesem Grund einige Anfragen renommierter Namen bereits abgelehnt hat. Lechleitner: „Ich möchte mit meinen Produkten Freude machen."

Ebenfalls heuer wieder mit dabei: Simone Kutsche-Sikora mit ihren Kunstwerken. Die Künstlerin über den diesjährigen Auftritt: „Es war wirklich gut besucht und viele waren geflasht von unseren Produkten. So meinten einige, wir hätten die außergewöhnlichsten Dinge an unserem Stand. Ich komme nächstes Jahr sehr gerne wieder."

www.extraform.at
www.cale3d.com
www.gutsche-sikora.at
www.feinart.at

Vor dem Hintergrund der kreativen Wandgestaltung durch Lisa Grabner von FineArt präsentierten Harry Grössing und Christian Kröpfl den neuen Bett-Protoypen von Line 12. Die Produktion soll im kommenden Jahr starten. Von Extraform war der Prototyp des neuen Modells AITA zu sehen. Flexibel, bequem und äußerst schmutzresistent, wie auch Extraform-GF Atila Caki bei seinem Lokalaugenschein in Wien bestätigte. Im Hintergrund ein Bild von Gutsche-Sikora, das dank CALE auch gleich Klangkörper ist ...

Fotos: Lilly Unterrader/wohninsider

HEIMTEXTIL
10. BIS 13. JÄNNER 2023, FRANKFURT

Verantwortung tragen

Mit „Textiles Matter“ setzt die Heimtextil 2023 Maßstäbe für die zukunftsorientierte und nachhaltige textile Einrichtung von morgen. Dabei steht Kreislaufwirtschaft im Mittelpunkt.

Textilien sind aus dem Alltag nicht mehr wegzudenken. So vielfältig die Ansprüche der Nutzer:innen sind, so vielfältige sind auch die Einsatzzwecke der Materialien und ihre Herstellung. Dies stellt die internationale Industrie vor eine große Herausforderung. Die Textilindustrie bezieht ihre Rohstoffe aus einer Vielzahl von Quellen und nutzt zahlreiche Verfahren zur Herstellung einer unendlichen Vielfalt von Produkten. Dies bietet großes Potenzial für eine nachhaltige Weiterentwicklung der Textilindustrie.

Wandel durch Kreislaufwirtschaft

Die kommende Heimtextil 2023 stellt unter dem Motto „Textiles Matter“ im Trend Space Ideen und Lösungsansätze der textilen Kreislaufwirtschaft vor. Wie werden Textilien nachhaltig produziert? Welche Möglichkeiten der Wiederverwertung gibt es? Wie sieht optimales Recycling textiler Produkte aus? Im Rahmen der Kreislaufwirtschaft werden Materialien immer wieder einem Nutzungskreislauf hinzugefügt. Somit verringert sich auf der einen Seite der Bedarf an neuen Rohstoffen und auf der anderen Seite die Produktion von Abfall. Anorganische Materialien wie Nylon, Polyester, Kunststoffe oder Metalle können im technischen Kreislauf ohne Qualitätsverlust recycelt und wiederverwendet werden. Organische Materialien wie Leinen oder Bast werden im biologischen Kreislauf wieder in die Natur zurückgeführt. Die vier Trend-Themen „Make and Remake“, „Continuous“, „From Earth“ und „Nature Engineered“ leiten sich daraus ab. Die nachhaltigen und zukunftsweisenden Trends werden im Trend Space der Heimtextil systemisch inszeniert und bilden das Herzstück der Fachmesse. Für Besucher:innen aus aller Welt bieten die Trends eine Orientierung und ermöglichen den Blick in die Zukunft der Wohn- und Objekttextilien.

heimtextil.messefrankfurt.com

DOMOTEX 2023
12. BIS 15. JÄNNER 2023, HANNOVER

Raum für Nachhaltigkeit

THE GREEN COLLECTION ist das Herzstück der DOMOTEX 2023. Die Sonderschau ist die zentrale Fläche, auf der das Thema Nachhaltigkeit gespielt wird.

Die DOMOTEX setzt 2023 auf die aktuellen und bedeutenden Themen Nachhaltigkeit und Umweltschutz in der Teppich- und Bodenbelagsbranche. Schon das Leitthema FLOORED BY NATURE unterstreicht die wertebasierte Ausrichtung und soll mit der Sonderschau THE GREEN COLLECTION – dem Herzstück der Messe – greif- und erlebbar gemacht werden. Die ausstellenden Unternehmen haben die Möglichkeit, mit ihren Produkten oder Produktionsprozessen die GREEN COLLECTION Area mitzugestalten und somit ihren eigenen entwickelten Lösungen einen Präsentationsraum zu geben. Sonia Wedell-Castellano, Gloabal Director der DOMOTEX: „Wir möchten mit THE GREEN COLLECTION einen Raum für nachhaltige Produkte schaffen, welcher als Impuls- und Inspirationsfläche dient, wichtige Themen, wie Kreislaufwirtschaft und nachhaltige Produktion aber auch soziale Verantwortung diskutiert sowie den Ausstellern die Möglichkeit gibt, ihre Produkte durch eine hochrangige Jury auszeichnen zu lassen. Wir haben zudem den Anspruch, unser wertebasiertes Leitthema FLOORED BY NATURE lebendig zu machen, um zukünftig mehr Bewusstsein für Nachhaltigkeit in der Teppich- und Bodenbelagsbranche zu schaffen.“

Bühne für bedeutende Themen

Inhalte der THE GREEN COLLECTION sind zudem neben der Award-Verleihung ein Konferenzprogramm sowie eine Materialschau. So spielt sie bei der Konferenz DOMOTEX ON STAGE eine besondere Rolle, die top Vorträge und Diskussionen sowie einen ganzheitlichen Blick auf die Herausforderungen der nachhaltigen Gestaltung bietet. Die Materialschau der THE GREEN COLLECTION offeriert viel Inspiration und macht Lust auf kreativen Materialeinsatz.

www.domotex.de

Foto: Messe Frankfurt GmbH, Deutsche Messe

WALTER KANDUT

Ein heißer Messeherbst 2022 in Wien

Nach gefühlter halber Ewigkeit fanden in Wien wieder zwei Endverbrauchermessen statt. Die HOMEDEPOT im Semperdepot und die DESIGN DISTRICT 1010 in der Wiener Hofburg. An beiden Messen war ich mit KFF Sitzmöbel und ASCO Tischen als ein wichtiger Aussteller vertreten. Ohne die bequemen Sitzmöbel von KFF wäre so eine Messe nicht komplett. Ein Hersteller mit Fokus auf perfekten Sitzkomfort ist für jede Messe eine absolute Bereicherung. Das positive Feedback der Kunden unterstreicht dies auch.

Zwei unterschiedliche Messen mit dem Fokus auf die gleiche Zielgruppe. Zugeschnitten auf das oberste Fünftel der Einkommenspyramide. Dieser Bereich ist auch wesentlich stressresistenter als die anderen vier Fünftel, vor allem was die derzeitigen Krisen anbelangt. Hier spielt das Vertrauen in ein freundliches und kompetentes vis-a-vis und vorausgesetzter bester Qualität die wichtigste Rolle. Das Geld ist ja weitgehend vorhanden, es muss die Stimmung und der Glaube an die Zukunft entstehen bzw. auch geweckt werden. Man spürte, dass die Möbelkäufer einen Nachholbedarf hatten und haben. Der Besucherandrang, war für die derzeit durchaus turbulente Zeit recht beachtlich, mehr als sich viele erwartet hatten. Die Gespräche waren sehr intensiv und gingen bis ins letzte Detail. Eine deutliche Änderung gegenüber „vor der Pandemie“, ein durchaus angenehmes Gefühl für den Verkauf. Eine Messe, zugeschnitten auf einen sehr engen Kundenkreis kann auch ein möglicher Weg in der Zukunft sein. Ein „Jahrmarkt“ – wie sich mittlerweile die „Herbst- oder Frühjahrsmessen“ mit Vergnügungsbereich á la Wiener Prater und Ausstellungshallen mit unterschiedlichsten Warenbereichen und von Massenwaren bis edelste Materialien ist nicht mehr zeitgemäß, zumindest nicht für Möbel im gehobenen Segment.

Beide Messen waren perfekt organisiert, jedoch inhaltlich mit unterschiedlichen Ausrichtungen. Die Homedepot mit einem starken Fokus auf die Architektur und die Design District zugeschnitten auf den Privatkunden. Zwei sich ergänzende Positionierungen, in diesem Jahr leider zeitlich zu eng bemessen. Das wäre die Frage, ob man nicht die Kräfte bündeln kann und beide Messen parallel veranstaltet, da beide Bereiche Architektur und Möbelhandel immer enger zusammenrücken.

Einen gravierenden Unterschied gab es doch: Aus Pandemiegründen hat sich die Messe im Semperdepot zu einem sehr abgespeckten Eröffnungsabend entschieden, sprich nur Sekt, Wasser und ein Lunchpaket im „Sackerl“ und das mit Plastikbecher. Zwar waren diese deklarierte Biobecher, aber im Anbetracht der Plastikproblematik und aus der Sicht der Nachhaltigkeit nicht die beste Wahl. Zumal sie auch nicht gesammelt und der Wiederverwertung zugeführt wurden. Da hat sich die Messe in der Hofburg wesentlich professioneller und vor allem nachhaltiger gezeigt.

Meine Vision wäre die Bündelung der unterschiedlichen Wiener Kräfte. Eine sogenannte Super-Messe-Wien mit eindeutigem Fokus auf Architektur und Wohnen, wo die Veranstalter der Messen Homedepot, Design District, Blickfang und Design Week (und vielleicht noch weitere) gemeinsam agieren. Verschiedene Messekonzepte zu einem gemeinsamen Termin, das würde der österreichischen und vor allem Wiener Möbelszene nur guttun und hätte auch eine wesentlich größere Breitenwirkung, in der ganzen Region. Das wäre wohl auch mehr oder weniger ein Durchbrechen einer gegenwärtigen Entwicklung. Die verstärkt durch die derzeitigen vorhandenen Krisen und bedauerlichen Entwicklungen in der Gesellschaft, sowohl international als auch im Freundeskreis und Familien zu sehen ist. Die Zukunft wird allerdings anders ausschauen müssen, wenn wir nicht kompromissfähiger werden, also Rücksicht auch auf andere nehmen, werden wir die immer größeren Herausforderungen nicht bewältigen können.

Es ist schon paradox, dieses oben erwähnte Fünftel der Einrichtungsszene hat Arbeit wie noch nie und gleichzeitig steuert sie einer ungewissen Zukunft entgegen. Keiner kann mehr abschätzen was in ein, zwei Jahren sein wird, auch verstärkt durch das fehlende und zusätzlich benötigte Personal. Keiner weiß, was wir in Zukunft für ein „Personal“ brauchen oder bekommen. Bei den früher vernachlässigten Handwerkern ist es einfacher, die steuern einer rosigen Zukunft entgegen, da hakt es nur an der viel zu geringen Ausbildungskapazität. Wie wird aber der Verkauf in einem Möbelstudio zukünftig ausschauen? Wie weit vermischt sich die Architektur mit der Einrichtung? Schon jetzt übernehmen viele Architekten den Einrichtungsbereich und viele Einrichtungsberater übernehmen Agenden der Architektur, sprich planen in anderen Dimensionen. Diese Unsicherheit spürt man auch in der Messebranche. Eine Branche die unbedingt langfristig denken muss. Ohne das Vertrauen in die Zukunftseinschätzung verliert man die Sicherheit. Fehlende Visionen sind langfristig fatal und machen das Tor weit auf für die Internetgiganten wie Google und Co. Wenn diese Konzerne zusätzlich noch mehr in unsere Ecke eindringen, wird es noch schwieriger für die Szene. Wir sollten daher unsere ganze Kraft in ein Miteinander und nicht ein Gegeneinander stecken, das Leben ist so schon schwer genug.

Und da schließt sich wieder der Kreis. Entwürfe für individuelle Einrichtungen können via Datenbrille präsentiert werden, vielleicht in Zukunft von einer künstlichen Intelligenz entworfen und präsentiert. Eine KI wird aber nicht die Haptik und das Sitzgefühl in einem guten und schönen Stuhl zu sitzen vermitteln können (noch nicht). Dazu wird es weiterhin Ausstellungen und vor allem einschlägige Messen geben müssen. Also sehen wir hoffentlich einer rosigen Zukunft entgegen. Jeder Stuhl bekommt von seinem Schöpfer einen eigenen Charakter und die zwei Charakter Mensch und Stuhl müssen sich erst finden. Wo, wenn nicht auf einer Messe.

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

Meine Inspiration perfekt inszeniert: myLEGRABOX

Jeder Mensch hat etwas, das ihn inspiriert. Mit den Designmöglichkeiten von LEGRABOX setzen Sie Ihre Inspirationen in Szene. Und zwar genau so individuell, wie Sie es wünschen. LEGRABOX, das Boxsystem für höchste Ansprüche.

www.blum.com/myLEGRABOX

blum®

Selbstbegeisterung & Selbstbemeisterung …

… sind ausgeprägte Eigenschaften von tatkräftigen Mitarbeitern – mit und ohne FührungsVerantwortung.

Der **EgoDrive**, der eigene Antrieb, ist die beste Motivation. Wer immer nur wartet, bis er von anderen befeuert wird, ist wie ein Ohnmächtiger, der immer wieder belebt werden muss.

Fakt ist: Die **BegeisterungsFähigkeit** ist keine Erbanlage, sondern die innere Dynamik, die man trainieren kann. Dieser Impuls hat zu tun mit dem **VerantwortungsGefühl** für meine Kunden. Und außerdem, wer seinen Job liebt, kennt keinen Stress.

Ein anderes Thema ist die **ProblemlösungsFähigkeit**. Wer bei Schwierigkeiten immer gleich um Hilfe schreit, ist ein **JammerLappen**. Unser Hirn wächst mit den Anforderungen, die man bewältigt.

Wer Probleme **mit Genuss meistert**, ist ein Held. Und diese Typen sind eine Rarität. Auch diese Fähigkeit kann man trainieren. Zu viele **Angsthasen** bilden einen „Vertrieb", d.h.: sie vertreiben Kunden.

Wer als Chef oder Unternehmer diese Schwachstellen nicht weiter tolerieren will, sollte mit Mr. Profit reden.

Mr. PROFIT

Profitofon Mr PROFIT exclusiv 0662 820249

Foto: Archiv

wohninsider
DEZEMBER/JÄNNER
Erscheinungstermin:
16. Dezember 2022
Anzeigenschluss:
25. November 2022

KÜCHE
Hier geht es zur Sache

Der **Bereich um die Spüle** hat sich zu einem Gesamtkonzept aus multifunktioneller Armatur und Spüle sowie perfekt durchdachtem Müllauszug entwickelt. Eine stylische Arbeitsplatte komplettiert den meistgenutzten Platz der Küche.

Gute Luft

Dunstabzüge sorgen nicht nur für frische Luft in der Küche. Viele Modelle können als Luftreiniger und Hygienekonzept für den gesamten Wohnraum eingesetzt werden.

WOHNEN 2023

Preview für das neue Möbeljahr

Franchise Systeme

Starten Sie im Team: Franchising fürs eigene Küchenstudio

Schöne neue Arbeitswelt

Nach der **ORGATEC**: Lösungen für New & Remote Work

Fotos: Küche © Blanco, Dunstabzüge © Franke, Wohnen © Carl Hansen, Orgatec © Koelnmesse GmbH/Harald Fleissner

Weitere aktuelle Themen immer auf der Website und im wöchentlichen Newsletter!
www.wohninsider.at/printausgabe/themenvorschau.html | www.wohninsider.at/anmeldung/newsletter.html

Mediadaten und Themenvorschau: www.wohninsider.at/printausgabe/mediadaten.html

WILLKOMMEN
STEAK LIEBHABER

Dieses innovative Produkt für Steak-Liebhaber, das von Teka in Zusammenarbeit mit professionellen Köchen entwickelt wurde, ist der weltweit erste klassische Pyrolyse-Einbau-Backofen, mit dem man auch perfekte Steaks zubereiten kann.

Das Geheimnis eines perfekten Steaks liegt in den hohen Temperaturen während der Zubereitung. Mit dem SuperPowerfull-Grill erreicht der SteakMaster eine Temperatur von bis zu 700° C und erzielt somit Ergebnisse in Restaurantqualität.

TEKA

Genau meine ewe®

Und nicht irgendeine Küche.

Inspirierendes Design spiegelt wider, was Menschen ausmacht:
Persönlichkeit, die sich zeitlos entfalten kann. Denn nichts ist individueller als Wohnen
und eine Küche, die genau den eigenen Vorstellungen entspricht. Charakteristisch,
vielfältig und bunt wie das Leben selbst. Voller Design, voller Möglichkeiten.
Mehr Infos bei Ihrem ewe Fachhändler und unter **ewe.at**