

ZKZ 4937

möbelkultur

MAGAZIN FÜR DAS MÖBEL-BUSINESS

2 | 2019

70 Jahre
1949 - 2019

Gesicht zeigen

Jetzt kommt Barbara!
Wayfair geht in die Werbeoffensive

Irre Rekordmarke

Exklusiv: „Paläste 2019“
178 Giganten mit
6,3 Mio. qm Möbelfläche

REPORT: **60** SEITEN
IMM COLOGNE &
LIVING KITCHEN

Miele: Mega Produkt-Launch
Samsung: „Jahr des Wandels“
Heimtextil: Frische Outfits

Begros: „Schonungslos konsequent“
Partnertage: Handel in der Sackgasse
Rodemann: Trendsetter aus Bochum



Wohnen: Einrichtungskompetenz kreativ umgesetzt

360-Grad-Erlebnisse schaffen

Visuelle Anreize mit Nostalgie-Faktor sorgen im Wohnmöbel-Segment für mehr Trubel auf der Fläche. Ob Riffel-Optik, Juwelen, Holzhandschrift, „Playboy“ oder stylische Kleintier-Möbel, was die Hersteller sich einfallen lassen, um aufregende Wohn-Erlebnisse zu kreieren, ist beeindruckend.



Sudbrock

Synergieeffekte

Ein starker Auftritt: Sudbrock und Violetta haben ihre Produkte zum ersten Mal auf einem Stand präsentiert. „So erreichen wir doppelt so viele Kunden“, freute sich Geschäftsführerin Theres Sudbrock. Ihr Unternehmen stellte Oberflächen in Rillenoptik vor und setzt damit auf den Retro-Look bei Side- und Highboards, Kleiderschränken und Schiebetüren. www.sudbrock.de

Janua

Vom Baum zum Möbel via VR

Ganz großes Kino gab es bei Janua: Das Unternehmen hatte nicht nur mit Baumstämmen, Spänen und Megalights Waldatmosphäre geschaffen, sondern ließ die Besucher via Virtual Reality auch in die Möbelfertigung eintauchen. Darüber hinaus sorgte „BC06 Room 68“ für Furore. Weil das Regalsystem des Hamburger Design-Duos Hoffmann Kahleiss modular konzipiert ist, lässt der trendige Mix aus starken Massivholz-Oberflächen und filigranem Aluminium zahlreiche Kombinationsmöglichkeiten zu. www.janua-moebel.de

Sehr hochwertig und trendy bietet „BC06 Room 68“ von Janua viele Möglichkeiten bis hin zum Raumteiler.



Kare

Art-déco-Flair

Anders sein, Mut zeigen, das ist für den Möbelhandel entscheidend in einer visuell dominierten Welt. Wie das aussehen kann, zeigte Kare einmal mehr mit einer Bar im Art-déco-Stil und vielen schicken und verrückten Lifestyle-Welten. Mehr Neukunden aus dem In- und Ausland im Vergleich zu den beiden Vorjahren bilanzierte CEO Peter Schönhofen. www.kare.de