11/1999 November

C 4937

möbel kultur

Fachzeitschrift für die Möbelwirtschaft

Wohnen+Leben Nr. 5: Die neuen Zielgruppen

TIPP TOPP: Die großen Schweber

EXTRA STARK: 86 Seiten Hausmessen

KÜCHEN: Der Alu-Kick

HANDELSKONZEPTE: Ikea, Kings, Karstadt, Domäne

Neu bei Holzmann: MÖBEL JOBS ON-LINE.

Kurt Schaber: Warum die Union so einkauft

Tiefschlag: Der Schlafzimmer-Markt verliert die Mitte

Die Industrie zieht am Modell-Register:

Millennium-Pakete

Polstermöbelhersteller zwischen Kür- und Pflichtprogramm

Doppelter Einsatz

Experimente, nein danke – lautete die Orderdevise der Verbandseinkäufer. Davon ließen sich die oberfränkischen Polsterer ihren innovativen Schneid zwar nicht abkaufen, haben ihn aber mit herkömmlicher Konsumware entschärft.

1 Seit Anfang September leitet Magdalena Ladleif den Inlandsverkauf von Koinor, dessen Suche nach einen unverwechselbaren Polsterdesign auch in diesem Jahr mit einem leichten Umsatzplus honoriert werden wird.
2 „Der Japaner liebt deutsche Technik", weiß Hummel-Vertriebsleiter Willi Westhagemann, der sich deshalb darüber freut, im Land der aufgehenden Sonne einen Vertriebspartner für seine Funktionspolster gefunden zu haben.
3 Bei seiner Suche nach intelligenten Arbeitsformen zur Steigerung der Produktivität vertraut Wagner-Geschäftsführer Ralf G. Goer nicht nur auf Hausrezepte, sondern lässt sich dabei von externen Beratern unterstützen.
4 Wegen der schwachen Frequenz präsentierte Ronald Jochum, ROM-Verkaufsleiter Deutschland, die „Escapade"-Kollektion zum letzten Mal im Messezentrum Sonnefeld. Stattdessen wird der JuWo-Polsterer künftig in Ostwestfalen ausstellen.
5 Mario Intimi, seit kurzem der Deutschland-Verkaufsleiter von Nicoletti, hat sich viel vorgenommen: 30 Mio. DM Umsatz auf dem deutschen Markt.
6 Wolfgang Setz baut auf eine oberfränkische Design-Offensive. Wie diese aussehen könnte, hat der kreative Schwabe bei und mit W. Schillig demonstriert.
7 Klappern gehört zum Handwerk – auch in Oberfranken. Weshalb sich Hans-Georg Rießner für eine firmenübergreifende Öffentlichkeitsarbeit der Polstermöbelindustrie stark macht. Für's eigene Unternehmen spürt er Rückenwind, nicht zuletzt dank der Exportoffensive mit Stoßrichtung Singapur.
8 „K+W hat den Dreh raus" – kommentierte Geschäftsführer Winfried Weinbeer stolz die patentierten Funktionen und freute sich zudem über die „Superresonanz auf die Designlinie".
9/10 Zwar ist Tamara Härty noch Studentin an der FH Coburg, dennoch hat sie sich mit „Q eins" bereits als Designerin bewährt. Zur Freude ihres Vaters, Göhring-Geschäftsführer Alexander Härty.
11 Weco-Geschäftsführer Wolfgang Daniels ist zufrieden: Die Sommer-Offensive für den Fernseh-Sessel „Telestar" hat ebenso wie die Markteinführung der Ledermarke „Naturia longlife" den gewünschten Erfolg gebracht: Unterm Strich ein leichter Zuwachs.
12 Wolfgang Cammann, innerhalb der Wilca-Geschäftsführung für den Bereich Technik zuständig, bat Platz zu nehmen. Damit sich die Besucher selbst von der "Viskoelastizität" des neuen Rückenschaums überzeugen konnten.
13 Als Mitinhaber von Bullfrogs nimmt sich Kurt Beier die Freiheit, auch gegen den Strich zu denken. Wofür der Designer nicht nur im eigenen Unternehmen, sondern auch bei Koinor geschätzt wird.
14/15 Anton Rösch, geschäftsführendes Vorstandsmitglied des Industrieverbandes Möbel-Holz-Kunststoff Bayern/Thüringen, und Winfried Kurzka, Leiter der Coburger Geschäftsstelle, können zurzeit zwar keine Branchenkonjunktur erkennen, dafür aber Firmenkonjunkturen.
16/17 Ein eingespieltes Team: Vater und Sohn Schütz. Kurt Schütz jr. pusht den Absatz der Flechtmöbel mit zahlreichen Marketingmaßnahmen wie Direktmarketing, TV-Spots, Internet, Eventsponsoring und Productplacement in der Serie „Hallo Onkel Doc". Kurt Schütz sen. sorgt im Flechtatelier für die typische Form der Rattanmöbel und verbindet dabei Handwerkskunst mit Visionen.

Für Polster mit mediterranem Flair bietet der neue Koinor-Showroom das adäquate Ambiente.

Drückten auf die Stimmung: die Lücken in den Messenzentren.

Trotz Lohnerhöhung und gestiegener Lederpreise sehen sich die oberfränkischen Polsterer bei wachsendem Importdruck (die Einfuhren stiegen 1998 um 10,4 %) außerstande, die notwendigen Preiserhöhungen durchzusetzen. Weshalb ihre Umsatzrendite von durchschnittlich 2,2 Prozent auf 1,5 Prozent gesunken ist. Dennoch blickt Anton Rösch, das geschäftsführende Vorstandsmitglied des Verbandes der bayerisch/thüringischen Möbelindustrie, optimistisch in die Zukunft. Grund: Die Vielzahl der Neuvorstellungen, die von der enormen Innovationsbereitschaft der Branche zeugten.

Auch die Verbände loben die formale und technische Kreativität der Hersteller, orderten aber durch die Bank konsumig. Doch: Trotz der verständlichen Enttäuschung über dieses Einkaufsverhalten, das einige „die Faust in der Tasche ballen" ließ, war die innovative Mühe nicht vergebens. Denn sie hat manchem Oberfranken den Weg vom Mengenanbieter zum Sortimentslieferanten geebnet. Und: Das Ausland honoriert bereits das Trading up. So legte der bayrische Polsterexport in der ersten Hälfte dieses Jahres um drei Prozent zu.

OBERFRANKEN

Solo-Karriere

Einzelsessel im Rampenlicht: Nicht nur als Solisten, sondern auch im Ensemble mit anderen Polstergesellen spielen sie die erste Geige. Und sorgen in jedem Fall für die individuelle Note.

Mit unkonventionellen Formen will Kurt Beier dieses Jahr den Umsatz verdoppeln. Hitverdächtiges Beispiel: der Drehsessel mit asymmetrischem Rücken und Stoff/Leder-Mix („The Spirit of Greenhouse").

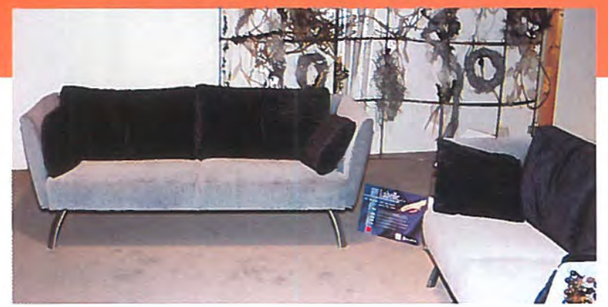
Das Thema Einzelsessel zeigte Wilca im Foyer der Hausausstellung – mit fünf Modellen überwiegend zierlicher Bauart.

Durch Erweiterungen im Typenprogramm will Ultsch ebenso punkten wie mit Einzelsesseln. In ihrer schlichten Form lassen sie sich problemlos zu designorientierten Polstergruppen stellen.

Zwischen kubischen und weichen Formen reicht das Spektrum der aktualisierten „Euri-Collection" von Rießner. Unten: Modell B 33A mit schlanken Holzfüßen.

Grazile Anmut

Statt Knolli-Bolli zierliche Kontrapunkte: Auf schlanken Beinen und schmal gepolstert werden Trends der 50er und 60er wach. Aufgepeppt mit Alu und modernem Komfort.



Oben: Als schmaler Kubus mit Trapez-Ecke bewahrt „Luna" eine schlanke Linie (Wagner). Links: Chesterfield-Sofas auf Alu-Füßen – so sieht Hummels JuWo-Programm 1550 aus. Bezogen mit der neuen Microfaser „Labelle soft".

Durch lose Kissen, Kopfstützen und anstellbares Longchair-Element wird „Havanna" gemütlich. Neu in Wilcas „Linea System" ist auch das flexible Einhängesystem für Seitenteile.

Freestyle-Systeme

Mobile Argumente gegen müde Umsätze: Rollen, Umsteck- oder Abklapp-Funktionen reizen vor allem im JuWo-Bereich zum kreativen Sit-in.

Buche massiv als mobiles Steckprogramm für alle Wohnbereiche: JuWo-Kreation „Q eins" von Göhring.

Oben: Die ultimative Verwandelbarkeit verspricht „Update" von Frogs. Jede Wunschkombination von Gestell, Korpus- und Bezugsteilen ist möglich. Als Weißpolster geliefert, lassen sich die Hussen später austauschen, wobei der Nachkauf für Kundenbindung sorgt (s. auch Bildleiste rechts).

Links: Originelle Tischplatten und verschiedene Sockel lassen sich bei Chromo frei kombinieren.

Oben: Breite Typenauswahl bis zum XXL-Solitär (oben) präsentiert Brühl in seiner neuen „Gallery". Auf Wunsch gibt's auch abklappbare Armlehnen. Weiteres Plus: Der Bezug ist komplett abziehbar.

Links unten: Der Fun-Faktor steckt auch bei JuWo-Spezialist ROM in flexiblen Funktionen. Nicht nur bei „Take off" mit Rollhocker und abknickbarer Rückenlehne.