

Offizielles Fachorgan

2/2015 Februar

B 4281

RZ

Raumausstatter Zeitschrift

Raum & Ausstattung

Indes Fuggerhaus





Südbund

Wohntage – das ganze Jahr

Backnang. Der Südbund Einkaufsverband für Heimtextilien zeigt sich zufrieden mit dem Verlauf der Südbund Wohntage im Januar. Über 100 Aussteller sowie die Präsentation der aktuellen Farb- und Stilwelten lockten über 1 700 Besucher in die Verbandszentrale nach Backnang. Zu den Messehighlights zählte der von Sarah Ernst, Messeleiterin der Südbund eG, neu inszenierte Trendbereich. Jahreszeitliche Themen namens Frühlings-Erwachen, Sommernachts-Traum, Herbst-Zauber und Winter-Märchen präsentierten stimmungsvoll das Zusammenspiel von Farben, Formen und Materialien. „Mit dieser Darstellung haben wir unsere Messebesucher auf eine schnell erfassbare Art und Weise auf die aktuellen Trendfarben eingestimmt. Zeitgleich konnten sie praktische Anregungen für die tägliche Beratung des Endverbrauchers mit auf den Weg nehmen“, so Sarah Ernst. Im Messebereich „Boxxen“ zeigte die Südbund eG, wie das Schaufenster in eine verlockende Präsentationsfläche verwandelt werden kann. Die nächsten Wohntage finden am 23. und 24. September 2015 statt. www.suedbund.de

Forbo Flooring

Neuer Internetauftritt

Paderborn. Unter www.forbo-flooring.de präsentiert Bodenbelagshersteller Forbo seinen neuen Internetauftritt. Das neue Layout ist durchgängig im Kachel-Design gehalten. Mit wenigen Klicks stehen dem Besucher alle relevanten Informationen zur Verfügung. „Neueste Technik und ein ‚responsives (reaktionsfähiges) Design‘ der Website garantieren, dass die Nutzer komfortabel und ohne Qualitätsverlust von überall auf die Inhalte zugreifen können. Ob Desktop, Laptop, Tablet oder Smartphone – die Internetpräsenz ist auf allen Endgeräten optimal nutzbar“, erklärt Jens Puda, Marketingleiter Forbo Flooring D/A/CH.

Leserbrief von Raumausstatter Mathias Metzler aus Stuttgart

Den Kommentar „Wohnstoffe – schwindende Kultur“ aus RZ 1/15 S. 12 betreffend



Mathias Metzler,
Metzler Schönes
Wohnen, Stuttgart

„Ich möchte hierzu gerne sagen, dass der Kommentar vielleicht ein zu düsteres Bild für die Branche abzeichnet, welches wir in unserer täglichen Arbeit nicht bestätigen können. Mag sein, dass in Deutschland bzw. Europa zu viele Stoffverlage existieren und die Absatzzahlen im Vergleich zu früher nicht mehr stimmen. Sicherlich auch aufgrund anderer Produkte wie Plisse oder Rollos. Was wir aber definitiv anders erleben, ist das beschriebene Desinteresse an Wohnstoffen. Insbesondere an Samstagen haben wir unheimlich viele junge Familien mit Kindern bei uns im Laden. Fast immer geht es um Vorhangstoffe und die dazugehörigen Schienen oder Stangen.“

Im Jahresvergleich würde ich aus unserer Sicht eher sagen, dass der Trend genau in die andere Richtung geht als von Frau Kerpen befürchtet. Ich glaube auch nicht, dass der im Kommentar genannte junge Mann die ideale Zielgruppe abgibt. Würde ich einer 30-jährigen Dame eine Frage zum Innenleben meines Computers stellen, könnte man danach folgern, die Computerbranche stirbt aus. Wenn man als Unternehmen einigermaßen präsent ist, sei es auf Google, wegen mir auch noch mit einer Facebook-Seite und natürlich der eigenen Firmenwebsite, und über eine der Zeit entsprechende Ladeneinrichtung verfügt, dann gibt es meiner Meinung nach überhaupt keinen Grund zur Sorge. Ich kann jedem Kollegen wärmstens empfehlen, sich wie wir einem Werbekonzept (in unserem Fall Raumhochdrei vom Südbund) anzuschließen. Die Verbandszentrale übernimmt die Vermarktung und man selbst kann sich auf seine Arbeit mit dem Kunden konzentrieren. Das halte ich persönlich für einen vielversprechenden Weg für die Zukunft in unserer Branche. Als Einzelkämpfer besteht nämlich die Gefahr, tatsächlich irgendwann für die Kunden ‚altmodisch‘ zu wirken.“

Ihre Beiträge sind bei uns immer willkommen! Welche Branchenergebnisse bewegen Sie? Schreiben Sie uns an rz@winkler-online.de

Besko Interieur

25. Jubiläum und auch 2015 viel vor

AT-Hallwang. Die österreichische Einkaufsgesellschaft Besko Interieur feierte 2014 ihr 25-jähriges Jubiläum und zieht eine erfolgreiche Bilanz: „Dank der guten Zusammenarbeit und dem Vertrauen, das uns unsere Mitglieder und Lieferanten täglich entgegenbringen, dürfen wir auf das umsatzstärkste, erfolgreichste Jahr in der Besko-Geschichte zurückblicken“, so Geschäftsführer Roland Simmer.

Auch 2015 möchte Besko Interieur weiterhin auf die Vertiefung der Partnerschaften setzen: Praxisorientierte Schulungen und Weiterbildungsseminare im Zuge der Besko-Akademie stehen ebenso auf dem Programm wie eine Studienreise in die USA. Am 27. und 28. März bietet das Einkaufsnetzwerk beim Besko Kompetenz- & Innovations-Forum zudem im Hotel Sheraton am Fuschlsee einen Workshop an. www.besko.com



Offizielle Messeeröffnung mit Felix Pakleppa, HGF Zentralverband Deutsches Baugewerbe u. GF Bundesvereinigung Bauwirtschaft, Bundesbauministerin Dr. Barbara Hendricks, Dieter Schäfer, Vors. d. Fachbeirats Bau, Georg Schlagbauer, Präs. d. Handwerkskammer München u. Oberbayern, und Stefan Thurn, Präs. d. Bundesverbands Deutscher Baustoff-Fachhandel



Über 250 000 Besucher kamen zur diesjährigen Bau in München

Gipfel gestürmt: Bau 2015 in München

Text: Gabriela Reckstat Fotos: RZ / Messe München

Nach den Messen Heimtextil, Domotex und Imm Cologne gipfelten die bereits erzielten Rekorde in Sachen gute Stimmung, Produktpremieren, Orderlaune und Besucherzuwachs in der Messe Bau, die vom 16. Januar bis 21. Januar in München stattfand. Die Bau hat sich national wie auch international zum Dreh- und Angelpunkt für die

gesamte Baubranche entwickelt. Von der engen thematischen Verzahnung profitieren alle Gewerke sowie Architekten, Entscheider, Fachhändler und natürlich die Aussteller selbst. Von der Messe geht eine immense Strahlkraft auf die Bau- und Einrichtungsbranche aus als Motor der Wirtschaft mit nachhaltig großem Zukunftspotenzial.

Die Messe Bau brach viele Rekorde, wie höchste Besucherzahl seit 50 Jahren und war so international wie nie zuvor

Wenn man sich als Besucher seinen Weg durch die Messehallen bahnte, hatte man den Eindruck: Alle wollen dabei sein! Und diesen Eindruck bestätigen die offiziellen Messezahlen. Zu der schon seit langer Zeit völlig ausgebuchten Fachmesse mit 2 000 Ausstellern aus 40 Ländern kamen an sechs Messtagen 251 200 Besucher, das sind über 16 000 mehr als 2013. Weiterhin gestiegen ist

die Besucherzahl aus Deutschland, ein sattes Plus von 20 Prozent verzeichnet die Statistik der Gäste aus dem Ausland – 72 000 mehr als 2013. Auch als „Architektenmesse“ wurde die Bau ihrem Ruf wieder gerecht. Etwa 65 000 Besucher kamen aus Architektur- und Planungsbüros, was gegenüber 2013 noch einmal ein Plus bedeutet (2013: ca. 60 000). Jedoch ist das Handwerk nach wie vor die Basis der Bau, 40 Prozent der Fachbesucher stammen aus den Gewerken der Bau- und Ausbaubranche.

Für Messe-Geschäftsführer Dr. Reinhard Pfeiffer hat die Bau die Erwartungen der Aussteller und Besucher deutlich übertroffen: „Die Bau hat sich mit den neuen Rekordzahlen jetzt auch eindeutig als Leitmesse außerhalb der EU herauskristallisiert. Das zeigt sich an dem starken Besucherzuwachs aus Ländern wie der Türkei, China oder Saudi-Arabien.“ Auch aus Sicht von Dieter Schäfer, Vorsitzender des Ausstellerbeirats der Bau und Vorstandsvorsitzender der Deutschen Steinzeug Cremer & Breuer AG, hat die Bau „eindrucksvoll bewiesen, dass sie den Titel Weltleitmesse zu Recht trägt.“

Bodenbeläge: Struktur, Dekor, Textil

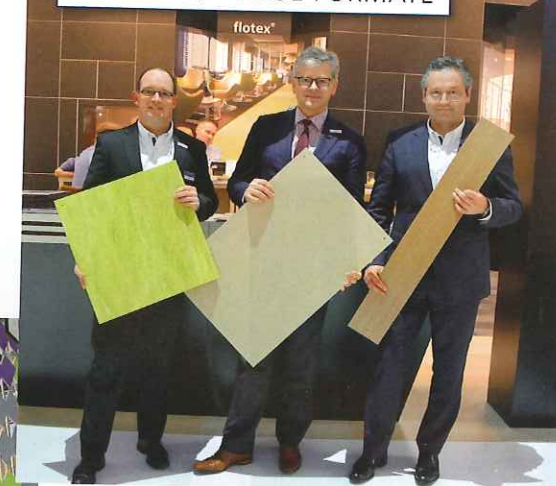
Konzentriert auf die Hallen A5 und A6 traf der Fachbesucher auf eine große Bandbreite an Produktpremieren zu elastischen und textilen Belägen sowie Parkett und Laminat. Individuelle Gestaltungsmöglichkeiten und Nachhaltigkeit bestimmen immer stärker das Portfolio der Hersteller. „Käufer wertschätzen gesunde Wohn- und Arbeitsräume mit Produkten aus nachhaltiger Fertigung“, erläuterte Ivo Schintz, Vorsitzender des FEB – Fachverband der Hersteller elastischer Bodenbeläge e. V.

Im Objekt- und Wohnbereich liegen Designbeläge mit Stein- und Holzdekoren und fotorealistischem Aussehen im Trend. Tiefe, spürbare, mit der Synchronpore erzielte Oberflächenstrukturen im Used- oder Vintage-Look erfreuen sich zunehmender Beliebtheit auch bei Laminatböden. Sie punkten mit Mehrwerten wie Feuchtraumresistenz und sollen dabei selbst Dampfreinigern standhalten. Parkettanbieter beleben das Naturprodukt Holz mit neuen Formaten, wie speziell Landhausdielen von bis zu 2,20 Meter

IMPRESSIONEN, TRENDS, NEUHEITEN

Der erste Linoleumbelag in Planken und Fliesen, „Marmoleum Modular“, feierte bei Forbo Flooring Premiere und präsentierte mit viel Gestaltungsfreiheit die „grüne“ Antwort zum Trend Element. I. B.: Jens Puda, ML Zentral-europa, Jelle Kroes, Vizepräs. Verkauf International, und GF Martin Thewes.

LINOLEUM – NEUE FORMATE



ARCHITEKTUR – DESIGN

Spektakuläre Standarchitektur zeichnete die Bau aus, wie hier von DLW Armstrong, bestehend aus Linoleum-Mustern und Skizzenbüchern. Das Interesse der Besucher war groß, gesucht wird ein potenzieller Investor für das in Insolvenz geratene Unternehmen.

Der Teppichboden zeigte Flagge auf der Bau mit einer neuen Vielfalt an Farb- und Gestaltungsmöglichkeiten, wie hier bei Object Carpet.



TEPPICHBODEN – FARBVIelfalt

GROSSHANDEL – KUNDENNÄHE



Für Jordan ist die Bau schon längst wichtige Plattform für das komplette Joka- und Inku-Sortiment sowie als Kundenforum – mehr dazu in der März-RZ! I. B.: Robert Horst, LtG. Bodenbeläge/ Heimtextilien, Christine Lambrecht, Ass. d. GF, Herbert Seidl, GF Inku Wien.

DESIGNBODEN – VORBILD NATUR



AUSGEZEICHNET



Wolfgang Kiesel (2. v. r.), Inhaber des gleichnamigen Bau- chemiespezialisten, und Matthias Hirsch (2. v. l.), GF Kiesel Technik, freuten sich über den Sonderpreis für „Okalift Super Change“ – Produktinnovation „Praxis Altbau“ –, den sie aus den Händen von Bundesbau- und Bundesumweltministerin Dr. Barbara Hendricks (r.) auf der Bau entgegennahmen. I. B. links: Reinhard Pfeiffer, stv. Vors. GL Messe München



GF Daniel Butz von Object Carpet erhielt den Preis „Bau-Trend“ in der Kategorie Energie- und Ressourceneffizienz für die Teppichbodenqualitäten der „Green Card“-Kollektion, die aus dem Econyl Garn von Aquafil – 100 Prozent recyceltes Polyamid – gefertigt werden. I. B.: Architektin Angelika Donhauser, Landau + Kindelbacher Architekten. Bild rechts: „Green Card“-Qualität „Nylloop 600“ aus nachhaltigem Econyl-Garn