

Wohnidee

Startet mit „Wohnidee-Kollektion“

Donnerstag, 12.10.2017

Hamburg. Seit Jahrzehnten inspiriert, informiert und berät die Zeitschrift Wohnidee die Konsumentinnen und Konsumenten in allen Fragen rund ums Einrichten und Dekorieren. Jetzt nutzen die Magazin-Macher diese Expertise, um gemeinsam mit ausgewählten Partnern die erste „Wohnidee-Kollektion“ in den Segmenten Einrichten, Dekoration und Grundausrüstung auf den Markt zu bringen.

Kompetent beraten mit der neuen Wohnidee-Kollektion

„Wohnidee steht für realistische Einrichtungsvorschläge, die für die Leserinnen tatsächlich umsetzbar sind“, sagt Karen Hartwig, Chefredakteurin von Wohnidee. Genauso wie das Magazin seine Leser kennt, ist auch die Kollektion exakt auf die Bedürfnisse der Zielgruppe abgestimmt. Die Marke bietet den Kunden mit der neuen Kollektion Orientierung und Sicherheit bei Einrichtungsfragen. Das Ziel: Möbel, Ausstattung und Accessoires von hoher Qualität mit einem fairen Preis-Leistungs-Verhältnis zu erschaffen, die eine breite Käuferschicht in mittleren und großen Einrichtungshäusern ansprechen.

„Als Medienmarke verfügt Wohnidee über eine hohe Glaubwürdigkeit, die sich auf die Produkte überträgt“, so Christof Jünemann, Leiter Merchandising und Kooperationen Bauer Media Group. „Die Marke genießt ein hohes Maß an Vertrauen, insbesondere dann, wenn Beratung bei der Einrichtung gefragt ist“, erläutert Jünemann weiter. „Dies ist im Hinblick auf die Kaufentscheidung der entscheidende Pluspunkt gegenüber No-Name-Produkten.“

Kompaktes Produktkonzept für die Präsentation im Handel

Für die Anfangssortimente hat Wohnidee zwei namhafte mittelständische Unternehmen mit Sitz in Europa gewinnen können – Hans-Otten und W.Schillig. Der Ausbau der Kollektion mit weiteren Lizenzpartnern ist in Planung. Der Startschuss im Segment Einrichten fiel auf den Herbsthausmessen am Stand von Hans-Otten, mit prägenden Basismöbeln für das Wohn- und Schlafzimmer. Mit der Verfügbarkeit der Produkte im Möbelhandel ist im Frühjahr 2018 zu rechnen.

Die Präsentation erfolgt bewusst nicht über ein raumgreifendes Flächen-, sondern über ein kompaktes Produktkonzept. Die Möbel werden mit passenden Kissen, Plaids und Teppichen präsentiert. Leucht-Displays mit Milieufotos veranschaulichen die Raumwirkung. Zudem werden bereits ab Jahresbeginn 2018 erste Sortimente in den Bereichen Grundausrüstung (Fliesen, Tapeten) und Dekorieren (Heimtextilien wie Kissen, Plaids, Teppiche, fertig konfektionierte Gardinen) in Bau- und Fachmärkten erhältlich sein.

Die ersten Möbel und ihre Macher

Mit Leidenschaft und viel Gespür für zeitgemäßes Wohnen, entwickelte W.Schillig eine Sofa-Kollektion, die gemütlich-modernes Design mit ausgezeichnetem Sitzkomfort verbindet. "Zuhause, wo man die meiste Zeit verbringt, ist das Ankommen, Entspannen, Wohlfühlen fühlen nicht nur unser Motto, sondern gelebte Philosophie", so Erik Stammberger, Geschäftsführer von W.Schillig. „Und das in jedem einzelnen Sofa, denn bei uns sitzen Sie nicht auf dem Sofa, sondern im Sofa.“

Die Wohnidee-Boxspringbetten der Horst-Otten GmbH sind geprägt durch das eigenständige und leichte Design sowie eine zeitlose Eleganz in Verbindung mit hohem Schlafkomfort. „Träume verwirklichen gelingt nicht im Schlaf, aber Horst Otten bietet zusammen mit Wohnidee die passende Grundlage dafür“, so der Geschäftsführer Bernhard Happe.

Chefredakteurin Karen Hartwig: „Die Partner von W. Schillig und Horst-Otten haben unseren Markenkern hundertprozentig verstanden und unsere Expertise rund um Wohntrends perfekt in alltagstaugliche sowie langlebige Möbelstücke übersetzt.“

[zum Seitenanfang](#)