

Schöner Wohnen-Kollektion

Starker Auftritt zur Neuheiten-Premiere – mit Bilderstrecke

Dienstag, 16.10.2018

Vom 10. bis 12. Oktober inszenierte Schöner Wohnen gemeinsam mit seinen sieben Möbel- und zehn Home-Lizenz-Partnern seine Kollektions-Neuheiten 2019 – nicht nur wieder im Foyer des Verlags-Hauses von Gruner + Jahr in Hamburg, sondern auch in einem besonderen Haus-Zelt vor dem Eingang des Pressehauses.

Auf insgesamt 675 qm präsentierte Schöner Wohnen jenseits der Möbel-Kollektion auch alle Produktgruppen aus den arrondierenden Fachsortiments-Bereichen – von Fliesen und Böden über Wandfarben, Heimtextilien bis zu Leuchten – sowie die darauf zugeschnittenen Fachmarkt-Konzepte für die unterschiedlichen Vertriebskanäle.

Die Einrichtungs- und Trend-Experten von Schöner Wohnen kreierte zur Messe drei aktuelle Wohntrends für 2019. Dazu Creative Director Kirstin Ollech: „Pure Comfort‘ steht für die lässige Natürlichkeit des modernen Landhaus-Looks. ‚Classic Revival‘ feiert die feinen Formen der neuen Eleganz. Der dritte Trend, ‚Urban Chic‘, zeichnet sich durch einen munteren Mix von Materialien, Formen und Farben aus, wie er etwa in Großstadt-Lofts zu finden ist.“

Mit der stimmigen Inszenierung der Neuheiten im Ambiente realer Wohnräume im Zelt vor dem Verlags-Haus gab die Fachmesse Schöner Wohnen gelungene Anregungen, wie Räume mit der Schöner Wohnen-Kollektion komplett eingerichtet werden können. Die gezeigten Bereiche Speisen, Wohnen, Schlafen sowie Arbeits- und Badezimmer waren vom Boden über die Wand bis hin zu Fenster-Deko, Möbeln und Textilien wieder vollständig mit Produkten der Kollektion ausgestattet.

„Unserer Fokus lag diesmal auf einem Vierklang“, erläuterte Michael Espenhahn, Leiter Geschäftsbereich Möbel, dem MÖBELMARKT auf der Messe: „Erstens haben wir mit Blick auf die Sehgewohnheiten und etwas femininere Formen die Konsumigkeit der Kollektion geschärft. Zweitens haben wir bei den Möbeln Funktionalitäten ergänzt. Drittens haben wir bestehende Lücken in der Kollektion gefüllt und viertens auch insgesamt unserer Auswahl vergrößert“, so Espenhahn weiter.

Insgesamt präsentierte sich die Schöner Wohnen ebenso wie die neue Marketing-Kampagne mit einem Augenzwinkern – mit der Liebe und Andersartigkeit im Detail

Seit dem gestrigen 15. Oktober ergänzt der auf der Messe neu vorgestellte TV-Spot die umfangreichen Werbe-Maßnahmen in Print, Online, Social Media und am Point of Sale.

Das finale Messe-Resümee von Michael Espenhahn: „Die Messe war ein außerordentlicher Erfolg. In Summe waren für die Bereiche „Möbel“ und „Home“ rund 800 Einkäufer und Fachhändler hier. Die Wohnwelten, die wir mit der Schöner Wohnen-Kollektion kreierte haben, haben die Marke in ihrer ganzen Stärke und Vielfalt erlebbar gemacht – vielen waren die Größe und die Kompetenz der Kollektion in dieser Form nicht gegenwärtig.

Unsere neuen Produkte stoßen auf Begeisterung, sowohl durch Qualität und Design als auch durch die tolle

Kombinierbarkeit der Produkte untereinander. Entsprechend war die Resonanz aus dem Handel sehr positiv. Wir hoffen, dass die Anregungen der Messe, wie das Sortiment der Schöner Wohnen-Kollektion im Handel präsentiert werden kann, zahlreich auf den Flächen umgesetzt werden. Gegenwärtig haben wir übrigens knapp 120 Standorte in der D-A-CH-Region."

Starker Auftritt zur Neuheiten-Premiere – mit Bilderstrecke

Links

- [Schöner Wohnen](#)
- [Schöner Wohnen-Möbelkollektion](#)