

Schüller – Neue Programme

Küche neu gedacht: Die Zukunft wird farbig

Freitag, 17.02.2017

Schüller setzte mit einem kreativen Standkonzept zur LivingKitchen auf das Thema Farbe. Die Gestaltung war angelehnt an das breite Farbspektrum des Colour Concepts – eine der Kernkompetenzen im Hause Schüller. Ausgestellt wurden in Köln insgesamt elf Küchen – sieben Beispiele für „schüller.C“ sowie vier für „next125“ –, präsentiert in jeweils andersfarbig gestalteten Kuben, die die Standfläche strukturierten. Der verschachtelte Eindruck – hervorgerufen durch die differenzierte Gestaltung der Messekojen – sorgte für spannende Sichtachsen und optische Inseln der Ruhe im hektischen Messetreiben. Dieser Eindruck wurde durch die deckenabgehängten Schürzen in neutralen Farben noch verstärkt.

Stilistisch vielfältig kam dabei die Bandbreite der Gestaltungslösungen bei „schüller.C“ zur Geltung. Küchen im Farbspektrum von Grau bis Schwarz sowie in kräftigen Tönen wurden für die Umsetzung im Handel und beim Endkunden realitätsnah präsentiert. Die Planungen enthielten dabei reichlich Inspiration für Stauraumlösungen und ergonomische Aspekte. Dabei wurde auch das momentan sehr gefragte Thema der Tischlüfter aufgegriffen. Zur Montageerleichterung bietet Schüller spezielle Schränke für die unterschiedlichen Systeme an.

Eigenständige Premiummarke

Deutlich abgegrenzt mit einem eigenen Stand präsentierte sich die Marke „next125“. Gemäß der Werthaltigkeit wurde das Thema Farbe in der Ausstellung gänzlich anders interpretiert und sehr subtil umgesetzt: von der Fassadengestaltung in Lamellenoptik aus schwarzem MDF mit farbigen Einsätzen bis zur Lichtstimmung – dunkle, gedeckte Farben gaben den Ton an.

Wie vielfältig der Gestaltungsspielraum innerhalb der designaffinen Zielgruppe ist, wurde in vier, mit authentischen Frontmaterialien wie Ceramic, Schichtstoff, Satinlack oder Glas versehenen Küchen demonstriert.

Drei Esel in der Kaffeerösterei

Bekannt ist „next125“ aber nicht nur durch hochwertige Küchenkreationen, sondern auch durch außergewöhnliche Kampagnenmotive mit Tieren. Zur Messe enthüllte der Hersteller nun ein weiteres, das mittlerweile siebte Motiv. Es zeigt eine safrangelbe Küche mit Eseln in einer Kaffeerösterei im Rheinland. Dabei war nicht nur die Küche in Köln live zu bewundern, dank des Virtual-Reality-Videos konnten die

Besucher das Shooting mit den sympathischen Eseln Charly, Lily und Big Carlos vor Ort in 3D erleben.

Wünsche erkennen

Um auch zukünftig die Wünsche und Vorstellungen der Küchenkäufer perfekt abbilden zu können, hat Schüller außerdem die Endkumentage auf der LivingKitchen intensiv genutzt. Bei den geführten Gesprächen war für den Küchenmöbelhersteller deutlich erkennbar, wie intensiv sich die Endkunden bereits im Vorfeld mit dem Thema Küche auseinandergesetzt haben. Deshalb will Schüller auch in Zukunft eng mit dem Handel zusammenarbeiten und für eine hohe Qualität der Beratung sorgen.

[Artikel als PDF herunterladen](#)

[zum Seitenanfang](#)