Themenschwerpunkte MÖBELMARKT Januar 2021

Montag, 18.01.2021

Titel Dunlopillo: Eigene Betten mit hochwertigen POS-Konzept

Dunlopillo: Der Matratzenhersteller zeigt seine erste eigene Kollektion an Boxspring- und Polsterbetten und liefert für den POS ein überzeugendes Vermarktungspaket gleich mit. Unter Titelbild zeigt das Motiv „Traumhaft“, das zusammen mit „Paradiesisch“ und „Fantastisch“ Lust auf die neue Kollektion machen soll. Mehr dazu lesen Sie in unserer Titelgeschichte.

MHK Group will ihre Erfolgs-Story fortschreiben

Auch für die MHK Group war 2020 ein herausforderndes Jahr. Ein Interview mit dem neuen Vorstandsvorsitzenden Werner Heilos nicht zuletzt zu den großen Ambitionen und Zielen des Verbandes.

Rodemann – ein Haus voller Ideen

Mehr als nur ein Möbelhaus erwartet den Besucher im „Ideenhaus“ Rodemann in Bochum. Die Familie Rodemann schafft einen bezaubernden Mix aus Einrichten, Fashion und Lifestyle, der die Kunden äußerst erfolgreich in seinen Bann zieht.

Globale Analyse: Die Möbelwelt im Schatten von Corona

Die Corona-Pandemie hat die globale Möbelbranche mächtig durcheinandergewirbelt. Das Marktforschungsinstitut CSIL hat jetzt Zahlen zu den globalen Folgen veröffentlicht. Die Analyse zeigt: Vor allem auch auf den deutschen Außenhandel hatte die Krise erhebliche Auswirkungen.

Christian Haeser – das exklusive BVDM-Interview

Seit Januar 2020 ist Christian Haeser Geschäftsführer des HWB und führt damit auch den BVDM. Eine exklusive Analyse seines ersten – von Covid-19 dominierten – Amtsjahres und ein Ausblick auf das weitere Jahr 2021.

Fast Forward: Die Home Trends 2021+

Vieles, was sich längst abzeichnete, wurde 2020 verstärkt und/oder beschleunigt – vom Home Office und dem Verschmelzen aller Lebensbereiche bis zur unbedingten Forderung nach multifunktionalen Möbeln und mehr Familienzeit. Der MÖBELMARKT hat Studien gesichtet, Trendexpertinnen befragt und ergänzend zum Wohn- und Möbeljahr 2021+ recherchiert.

küche&bad forum

Ein Schwerpunkt der neuen Ausgabe des küche&bad forum ist die groß angelegte Markenkampagne von AEG. Sie fordert auf, sich auf kompromisslose Innovationen für ein nachhaltiges Leben einzulassen. Gas gibt auch Leiner. Das Unternehmen schlägt mit seinem Premium- Küchenstudio Eskole ganz neue Wege ein. Wir stellen das Konzept vor. Außerdem analysieren wir die Lage der Branche und fokussieren die neuesten Kochfeldinnovationen und Highlights im Bereich der Innenausstattung.

küche&bad forum EXTRA: AEG startet groß angelegt Markenkampagne

Mit der umfangreichsten Markenkampagne seit über zehn Jahren erneuert Electrolux das Markenversprechen seiner Premiummarke AEG. Unter dem Motto „Für alle die mehr erwarten“ fordert der crossmediale Auftritt dazu auf Gewohnheiten zu hinterfragen.

Themenschwerpunkte MÖBELMARKT Januar 2021