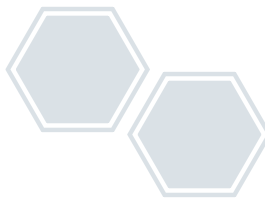


ERWEITERT

Fritz Hansen und Skagerak stellen Möbel und Einrichtungsgegenstände von höchster Qualität her. Mit der Übernahme von Skagerak wird das Portfolio von Fritz Hansen an Möbeln, Leuchten und Accessoires um Möbel für den Außenbereich erweitert.

Skagerak ist ein 1976 in Dänemark gegründetes Familienunternehmen. Es entwirft und produziert Möbel auf verantwortungsvolle Weise, mit Blick auf Mensch und Umwelt. Josef Kaiser, CEO von Fritz Hansen, sagt zur Übernahme: „Skagerak und Fritz Hansen sind eine natürliche Ergänzung. Beide sind in nordischer Designtradition und verantwortungsbewusster Herstellung verwurzelt und stehen für Möbel und Design von höchster Qualität. Jetzt können wir unseren Kunden ein größeres Produktsortiment bieten.“

fritzhanzen.com



Das Sortiment von Ambiente Europe umfasst ab sofort hochwertige Textilien



Sortimentserweiterung

Seit über 25 Jahren ist Ambiente Europe für stimmungsvolle Servietten-Kollektionen und Tischaccessoires bekannt. Seit neuestem gehören hochwertige Textilprodukte zum Sortiment, die das bestehende Angebot für den komplett gedeckten Tisch auf schönste Weise ergänzen. Da sind beispielsweise die aparten Tischläufer, die aus hochwertiger Baumwolle fein gewebt werden. Ihre ansprechenden Motive verleihen dem gedeckten Tisch eine hochwertige Ausstrahlung und das für lange Zeit, denn das Material ist von Natur aus strapazierfähig und langlebig und kann bei hohen Temperaturen gewaschen werden, ohne dass die Farben verblassen. Die unifarbenen Läufer aus Semi-Panama-Baumwolle sind derzeit in sieben sanften Farben erhältlich und haben eine natürliche Leinenoptik.

Küche, Ess- und Wohnzimmer verschmelzen seit Jahren zu beliebten Familientreffpunkten aus einem Guss. Die gemütlichen Kissen des niederländischen Unternehmens nehmen diesen Trend auf und so können ab sofort Esszimmerbänke, Stühle und Sofas mit kuscheligen Kissen in einheitlichem Design mit den Tischläufern, aber auch passenden Geschirrtüchern, Ofenhandschuhen und Topflappen gewählt werden. Denn die praktischen Küchenutensilien sind in den offenen Wohnbereichen schließlich häufig sichtbar, damit sie in greifbarer Nähe sind. Händler und Einkäufer, die die Haptik der Textilien erleben wollen, können das im Showroomcenter Brühl tun. Im Laufe des Jahres sollen übrigens weitere textile Produkte folgen, es bleibt also spannend.

ambiente.eu/de/

Deutscher Nachhaltigkeitspreis

25 Vorbilder nachhaltiger Gestaltung wurden am 2.12.2021 in Düsseldorf mit dem 2. Deutschen Nachhaltigkeitspreis Design ausgezeichnet. Die prämierten Produkte, Dienstleistungen und Systeme reichen von Textilien über Elektrotechnik bis zu nachhaltiger Kosmetik. Besondere Auszeichnungen gingen an Klimaforscher Hans Joachim Schellnhuber, die britische Schauspielerin und Aktivistin Lily Cole sowie die Kampagne #sicherheit. „Nachhaltiges Design hat vielleicht den größten Hebel der Transformation“, sagt Initiator Stefan Schulze-Hausmann. „Die Gestaltenden entscheiden maßgeblich über Materialien, Produktion, Logistik und Recycling.“ Unter den 81 Finalisten fanden sich Unternehmen, Agenturen, Designer, Studierende und Start-ups, die als Vorreiter für nachhaltige Designlösungen gelten. Die innovativsten Ideen decken so unterschiedliche Bereiche ab wie Möbel und Einrichtung, Kleidung und Textil, (Elektro)mobilität, Geschirr und Besteck, Wasser, Elektrotechnik und Bauwesen, Kosmetik und Pflege und Kommunikation.

nachhaltigkeitspreis.de/design/sieger-2021



Neue Führungs-Mannschaft

Der langjährige Key-Account Manager André Simon (51) ist in die Geschäftsleitung von Häfft aufgerückt und hat Prokura erhalten. Simon ist seit 2015 Teil des Münchner Vertriebsteams und war bislang hauptsächlich verantwortlich für die Neukundenakquise sowie die Betreuung von Key-Account-Kunden. Er kümmert sich künftig neben dem Großkunden-Geschäft verstärkt um die strategische Weiterentwicklung des schnell wachsenden Münchner Spezial-Verlages. André Simon berichtet weiterhin an die Geschäftsführer & Häfft-Gründer Andreas Reiter & Stefan Klingberg. Neu im Team als Verkaufsleiter ist seit dem Herbst Hermann Hopf (48), ein Experte für Büro-Themen und Werbemittel. Der gebürtige Augsburger war zuletzt als Key-Account Manager beim Werbemittel-Spezialisten Bettmer GmbH tätig. Er ist gelernter Betriebswirt und verfügt über langjährige Branchenerfahrungen. Seine Kernaufgaben sind die Organisation des Verkaufsteams (Innen- und Außendienst) und die Verkaufsprozess-Optimierung an den Häfft-Standorten München und Berlin.

haefft-verlag.de



André Simon, Key Account Manager und Prokurist



Hermann Hopf, Verkaufsleiter

AUS EINER HAND

Die drei Keyplayer in Sachen B2B-Branchen-Netzwerk und Einkauf, die EK/servicegroup, nmedia mit Nexttrade und Messe Frankfurt, bauen ihre Kooperation für Marktplatz und Content-Datenservice aus. Sie setzen somit einen Meilenstein bei der Entwicklung eines einheitlichen Branchenstandards und sorgen für eine Reichweitenstärkung für Marken und Händler.

„Nexttrade als gemeinsame Plattform von nmedia, Messe Frankfurt und EK/servicegroup ist ein Meilenstein bei der Entwicklung eines einheitlichen Branchenstandards hinsichtlich der Vernetzung von Handel und Industrie. Es gibt in der Branche kein umfassenderes Orderportal für den Fachhandel“, sagt Jochen Pohle, Chief Retail Officer EK/servicegroup.

nexttrade.market



Für noch mehr aktuelle Trends und interessante Informationen:



PINTEREST



FACEBOOK

Anzeige



Andersen[®]
SHOPPER MANUFAKTUR



Ticker

Neuer Showroom F+H Berlin

Mitten in Berlin, zentral in der Kronenstraße 71 gelegen hat die F+H Gruppe einen inspirierenden Showroom für den Fachhandel eröffnet. Atmosphärisch stimmig werden hier die Marken Zone Denmark, Bitz, Rosti, Villa Collection, Södahl und neuerdings auch Hoptimist präsentiert. Die neuen Kollektionen und Produkte sind hier in aller Ruhe nach persönlichem Empfang haptisch zu erleben, die Farben zu bestaunen, die Materialien zu fühlen. Doch das Besondere an diesem Showroom ist, dass dem Händler zahlreiche Möglichkeiten einer wirklich pfiffig-ansprechenden Präsentation im Laden aufgezeigt werden: Da hängen beispielsweise die berühmten Margarete Rührschüsseln von Rosti in einer span-



Neue Produkte und Präsentationsideen



nenden Farbkombination an der Wand. Daneben werden von Zone Denmark mehrere Artikel sowohl vertikal als auch horizontal präsentiert. Kleine Sprüche sprechen die Emotionen an oder sorgen für ein Schmunzeln. Aber allein durch die Verschiebung der Ebenen wird bereits ein Interesse und eine Spannung beim potentiellen Kunden erzeugt.

Der ehemaligen Tanzklub wurde komplett saniert und doch einige Elemente erhalten. Eine coole Betonwand, eine große Wendeltreppe und eine einladende Bar sind geblieben, Holzböden verleihen dem Ambiente Wärme und Ruhe. Die textilen Produkte von Södahl können hier auf den Sofas, Betten und Tischen hervorstechen und bezaubern.

Auch die Geschirr-Serien von Bitz werden an einer Tafel und im Regal farblich überzeugend zusammengestellt.

Die Händler können sich in dem Showroom rund ums Jahr inspirieren lassen, Neuheiten entdecken und in entspannter Atmosphäre ordern. Thomas Feyerabend von F+H freut sich darüber, dass der Showroom beim Fachhandel so gut ankommt und rege genutzt wird. Gerade in Zeiten der Pandemie bietet der rund 200 Quadratmeter große Showroom eine perfekte Kulisse, um coronagerecht die Marken persönlich zu zeigen.

fh-gmbh.de

*Showroom in der Kronenstraße 71
10117 Berlin*

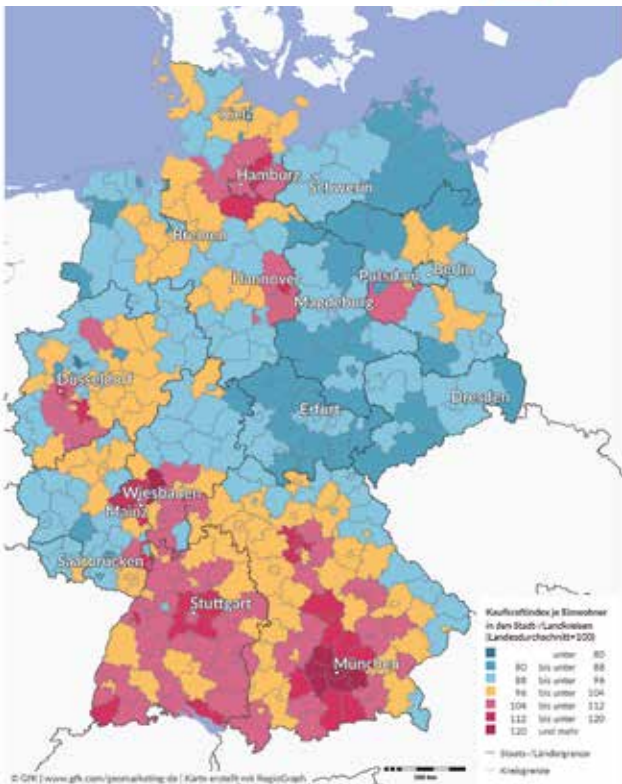
Kundenservice: 0800 9997111



Kaufkraft steigt 2022

Die Kaufkraft der Deutschen wird 2022 auf 24.807 Euro pro Kopf ansteigen. Dies entspricht rechnerisch einem Plus von nominal 4,3 Prozent und 1.013 Euro mehr pro Kopf. Das zeigt die neu veröffentlichte GfK-Studie zur Kaufkraft 2022 in Deutschland. GfK prognostiziert für das Jahr 2022 eine Kaufkraftsumme von 2.062,8 Milliarden Euro für Gesamtdeutschland. 2022 stehen den Deutschen demnach durchschnittlich pro Kopf 24.807 Euro für Konsumausgaben, Wohnen, Freizeit oder Sparen zur Verfügung.

gfk.com



TRENDwelten

INSPIRE YOUR STYLE

UNSERE WEBSITE

Für noch mehr aktuelle Trends und interessante Informationen.



Frühjahr 2022

Anzeige

CASABLANCA
modernes Design

— by GILDE —



WIR FREUEN UNS AUF IHREN MESSEBESUCH!

CHRISTMASWORLD Frankfurt 28.01. – 01.02.22
HALLE 12 | STAND C80/D80

AMBIENTE Frankfurt 11.02. – 15.02.22
HALLE 9.0 | STAND B10/B20





Vielfältiger Raumduft

Schon seit der Gründung im Jahre 1898 sorgt die Lampe Berger dafür, die Qualität der Raumluft zu verbessern und sie gleichzeitig zu beduften. Durch die Diffusion per Katalyse werden die für unangenehme Gerüche verantwortlichen Moleküle zerstört. Mit einer großen Auswahl an Designobjekten wie Raumduft-Diffuser, Elektro-Diffuser, Duftkerzen, Autodüfte und neuerdings sogar Duftwecker lässt sich die Vielfalt der Kreationen der Marke entdecken.

ZARTE BAUMWOLLBLÜTE

Zu Beginn des Jahres 2022 präsentiert Maison Berger Paris die elegante Kollektion „Facette“. Die Objekte der Design-Kreation von Rozenn Mainguené begeistern mit der zeitlosen Eleganz eines Edelsteins und dem Glanz der im Glasrelief eingearbeiteten vielfältigen Facetten, die das Material zum Strahlen bringen.

Begeleitet werden sie von dem sanften und pudrigen Duft „Caresse de Coton“ (Zarte Baumwollblüte), ein echtes Raumerlebnis!

maison-berger.de

Ambiente: 8.0/H85

TRENDBOOK 2023



Wie werden die Frühjahr/Sommer Trends 2023 für das Wohnen aussehen? Das TRENDbook 2023 von Trendexpertin Gabriela Kaiser zeigt diese auf 152 Seiten rund 950 Bildinspirationen. Das Thema dieses Mal: „re-framing“, denn in Zukunft müssen die Dinge in einen neuen Rahmen gesehen und in einem neuen Rahmen gesetzt werden. „Reduce – reuse – recycle“ sind wichtige Schlagworte unserer Zeit. Dabei geht es nicht um das Beseitigen der Dekoration im Wohnbereich sondern um einen bewussteren Umgang mit Gegenständen und Ressourcen. In sieben Trendthemen werden unterschiedliche Farbwelten, Muster, Materialien, Textilien, Oberflächen und Formen gezeigt. Bestellbar per mail: gabriela.kaiser@trendagentur.de



Neuer Webshop

Mit einem neuen Design und einer komplett überarbeiteten Menüstruktur stellt das Solinger Traditionsunternehmen für portables Licht, Ledlenser, die Kundenzufriedenheit noch mehr in den Mittelpunkt seines Webshops.

Auf der Startseite sind als Einstiegspunkt die drei Einsatzbereiche Home und Life, Work und Professional sowie Outdoor und Sports übersichtlich gelistet. Auf den einzelnen Produktseiten können sich Interessierte detailliert über die technischen Daten und Funktionen informieren. Auch Neuheiten und Sondereditionen werden direkt auf der Startseite präsentiert.

ledlenser.com/de

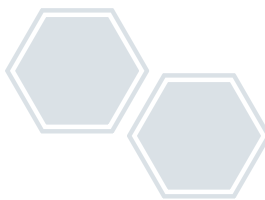
TREND
WELTEN
INSPIRE YOUR STYLE

Newsletter



Trendprodukte in allen Medien

Bleiben Sie auf dem Laufenden - Melden Sie sich kostenlos für den TrendWelten-Newsletter an!



Gemeinsamer Name

Die führenden B2B-Einkaufszentren in den Niederlanden werden ab sofort unter einem gemeinsamen Namen geführt. Aus Tica und Trends & Trade wird Tica Trends & Trade. Trends & Trade fungiert dabei als „Untertitel“, damit in den nächsten Jahren die Namensbekanntheit bei der großen Gruppe von Unternehmern, die schon seit Jahren in Venlo einkauft, erhalten bleibt. Fashion Extras wird als Tica Concept Store weitergeführt. Zur Fortsetzung des Wachstums der vergangenen Jahre, das Tica und Trends & Trade sowohl online als auch über die Grenzen der Niederlande hinaus verzeichnet haben, wurde der Zusammenschluss der Einkaufszentren unter einer Marke mit innovativem Branding beschlossen.

„Wir sind überzeugt davon, dass jeder mit seinem eigenen Stil glänzen kann. Bei Tica Trends & Trade kaufen Händler, Stylisten, Gastronomiebetriebe oder Projekteinrichter in den Cash & Carrys ein, wo über 300 Marken ihre Kollektionen präsentieren. Beim Einkauf gibt es keine Mindestabnahme. Wenn hier beispielsweise an einem Tag 50 Floristen



einkaufen, gehen sie am Ende ihrer Shoppingtour alle mit gänzlich anderen Artikeln zur Kasse“, so Rogier Uivel (kaufmännischer Leiter). „Unsere Ambitionen gehen aber über die vertrauten Cash & Carrys hinaus. Wir wollen unser Erfolgsrezept ausbauen, und das erfordert Abwechslung.“

Ab Januar wird der neue Frühjahrestrend präsentiert, entwickelt und umgesetzt vom Stylingteam Tica Trends & Trade. tica.nl/de/we-are-one

FÜR BESSERES KLIMA

Ein Zeichen setzen, gemeinsam Wald und Klima schützen - genau darum ging es am Lässig Corporate Day. Unter dem Motto „One bag for you, a tree for all“ pflanzt Lässig seit 2012 jährlich für jeden verkauften Lässig Charity Shopper Tree einen Baum. 2021 waren es 150 Setzlinge, die das Team eigenhändig im Babenhäuser Wald eingesetzt hat. 450 weitere von Lässig gespendete Bäume folgen im Laufe des Jahres. Das Baumpflanzprojekt findet seit Beginn in Kooperation mit der Schutzgemeinschaft Deutscher Wald e.V. (SDW) statt.

laessig-fashion.de



SHOWROOMCENTER BRÜHL BEI KÖLN

Auf 9.500 Quadratmetern kann der Fachhandel sich inspirieren lassen. Seit dem 6.12.2021 präsentieren 16 starke Marken ihre neuen Kollektionen für Herbst/Winter 2022 im Showroomcenter Brühl, zentral bei Köln gelegen. Zu entdecken sind Lifestyle-Trends sowie dekorative Wohnaccessoires. Die ausstellenden Unternehmen greifen immer wieder aktuelle Trends auf, so dass die Präsentation in der Gesamtheit stets auf dem neuesten Stand bleibt und Orientierung bietet.

Zahllose Ideen und Materialien für Kunstblumen, Gefäße, Gartendekoration, Inneneinrichtungen, Geschenkartikel bieten vielfältige Möglichkeiten für kreative Wiederverkäufer – ob für den Verkauf, den Verkaufsraum oder das Schaufenster. Accessoires, Textilien, vielseitige Saison- und Dekorationsbeleuchtung für den Wohn- und Outdoor-Bereich, ein umfangreiches Angebot an Kerzen, Kerzenzubehör komplettieren das Angebot. Zielgruppen sind Top-Einkäufer und Entscheider aus den Branchen Möbelhäuser, Gartencenter, Baumarkt, Fach Einzelhandel, Hotel und Gastronomie, Drogerie, Große Retailer und Discounter, die hier – nach individueller Terminvereinbarung! – vorteilhafte Synergien unterschiedlicher Unternehmen an einen Standort entdecken können.

showroomcenter-bruehl.de



16 starke Marken zeigen hier neue Produkte

