1|2016 www.stilundmarkt.de

STI &markt

Ihr Handelsmagazin rund ums Wohnen, Kochen und Schenken

Am 14.2. ist Valentinstag!

Glück kann man nicht kaufen. Eigentlich.



Robbe & Berking

DIE WEGE DER **BERATUNG**

"Fragen kostet" lautet die Überschrift eines Artikels, der kurz vor Weihnachten im Spiegel erschienen ist (Ausgabe

> 52/2015, S. 54). Autorin Anna Clauß berichtet darin u. a. von einem Fotohändler, der Opfer des sogenannten Beratungsklaus wurde:

Ein junger Mann hatte sich in einem Online-Shop eine Kamera gekauft, kam mit seinem Neuerwerb aber nicht zurecht und suchte deshalb Rat beim stationären Profi - den er auch bekam.

Beispiele wie dieses gibt es viele. Und vielleicht haben auch Sie, gerade in den vergangenen, äußerst arbeits- und beratungsintensiven Wochen, selbst diese Erfahrung gemacht. Doch wie dem Beratungsklau entgegenwirken? Besagter Fotohändler nahm das Erlebte zum Anlass und führte für Kunden, die nicht bei ihm kauften,

eine Servicepauschale in Höhe von 25 Euro ein. Ganz

nach dem Motto:

Editorial

Beratung und Service haben ihren Preis.

Dass dem so ist, steht außer Frage. Ob man diese Aussage jedoch so wörtlich nehmen sollte, wie es der Fotohändler getan hat, ist fraglich. Einen, nein, zwei wichtige Aspekte sollte man nämlich nicht außer Acht lassen: Viele Kunden gehen den anderen Weg, informieren sich also erst im Internet, um dann beim stationären Händler ihres Vertrauens zu kaufen. Und manch ein überzeugter Online-Shopper wurde schon durch gute Beratung geläutert und kauft nun beim Fachmann vor Ort ein. Ein kleines bisschen Psychologie jedenfalls kann nicht schaden. Der Kunde will wissen, wie ein Produkt im Internet bewertet wird? Erzählen Sie es ihm – Beratungsklau ist keine Einbahnstraße!

Sabine Stenzel

s.stenzel@stilundmarkt.de

Jaline Stonage

DIE HALTEN FRISCH!

Und vieles mehr: www.lockandlock.info







Im Handel

- 10 Frage des Monats: Was läuft zurzeit besonders gut?
- 11 EU will neues Reklamationsrecht
- 12 Im Fokus: Für Transparenz in der Branche
- 12 Kommentar: Seismograph der Verlässlichkeit
- 13 Im Fokus: De'Longhi ohne Geltner
- **14** Produkte im Test: Die "leatherixx"-Serie von daff
- 15 NeueTischkultur insolvent
- **16** Fachgeschäft des Monats: Serendipity, Dorsten
- 19 EHI-Studie: E-Commerce belebt stationären Handel
- 19 Herzlichen Glückwunsch!



Unter dem Motto "Herz an Herz" finden Sie in unserem Stil-Guide auf den Seiten 40 und 41 romantische Accessoires und Geschenkideen.

Fürs Sortiment

- **6** Magazin
- **22** Designgeschichten: Inge Müller-Blech und die "Delicious"-Serie
- **24** Titelstory: Robbe & Berking Glücksmomente in Silber
- **26** Im Wohnzimmer
- **32** Im Esszimmer
- 34 In der Küche
- 36 Auf Tour
- **39** Im Kinderzimmer
- **40** Stil-Guide: Da schlagen Herzen höher

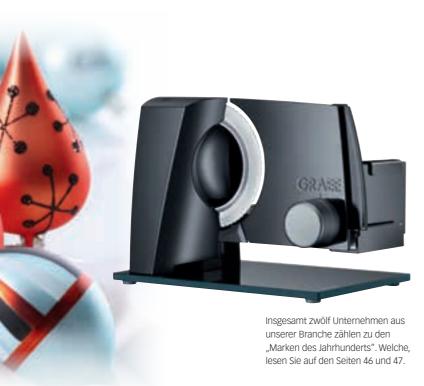


"Eclipse" heißt das neue Besteckmodell, das Robbe & Berking neben vielen weiteren Ideen auf der Ambiente vorstellen wird. Einen ersten Eindruck erhalten Sie auf den Seiten 24 und 25.



farbenfreunde

info@farbenfreunde.com www.farbenfreunde.com



Auf den Messen

- 42 Christmasworld
- 43 creativ salzburg Frühjahr, IHGF Delhi Fair

Aus den Unternehmen

- 8 Newcomer
- **44** Unternehmen des Monats: Goebel Manufaktur der Sinne
- **46** Das sind die Marken des Jahrhunderts
- 48 Neue POS-Aktionen

Für Sie

- 20 Vernetzt: stil & markt im Web
- **49** Gewinnspiel: So weich und kuschelig!
- **50** In der nächsten Ausgabe/Impressum







Gesicht des Monats ... ALEXANDER A. KOHNEN

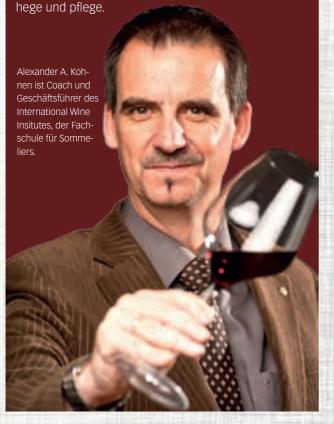
Mein Lebensmotto: Nur Mut, das Risiko kommt von alleine!

Mein liebstes Küchenutensil: Als leidenschaftlicher Hobbykoch habe ich eine regelrechte Beziehung zu meinen Küchenmessern. Die hochwertigsten sind aus Damaszener-Stahl gefertigt und werden wie ein stattliches Automobil täglich benutzt und auch gepflegt. Ein gutes Messer bleibt lange scharf, liegt gut in der Hand und ist als perfektes Handwerkszeug in meiner Küche nicht wegzudenken.

Mein Lieblingsessen: Essen macht mir in großer Runde am meisten Spaß! Je mehr Gäste, Freunde und Familienmitglieder am Tisch sind, je geselliger und je internationaler die Runde ist, desto einfacher sind bei mir die Gerichte. Vom Hühnereintopf mit regionalem Gemüse, Rindergulasch mit Selleriepüree bis hin zur Pasta kommt alles auf unseren Tisch.

Meine Lieblingsbeschäftigung: Ich reise gerne und viel. Vorzugsweise verreise ich dorthin, wo es warm ist – am besten zu einer Zeit, in der es bei uns kalt ist! Fremde Länder, Kulturen und Menschen kennenzulernen ist immer spannend. Am besten ohne Pauschalangebot und mit den öffentlichen Verkehrsmitteln.

Mein Lebenstraum: Mit meiner Familie ein kleines Weingut in Patagonien zu besitzen, das Leben mit Arbeit und Freude zu füllen und Wein zum eigenen Genuss herzustellen, sind Ideen und Tagträume, die ich







Wistiki, Paris

Schlüssel verlegt, Katze entlaufen, Geldbeutel weg - jeder kennt es, jeden nervt es. Eine clevere Idee, die verloren gegangenen Dingen ein Ende machen soll, hatten die drei Brüder Lussato mit Wistiki: Mittels Bluetooth-Technologie verbindet sich der Anhänger mit dem Smartphone und stöbert so verloren Geglaubtes wieder auf. Der Wistiki-Anhänger lässt sich an sämtliche Gegenstände – oder auch Haustiere – anbringen oder ankleben. Über das Smartphone sind dann mehrere Funktionen, wie Klingeltöne, GPS-Ortung und sogar eine Community, verfügbar. Sie alle tragen dazu bei, die aktuelle Position eines Gegenstandes zu bestimmen, um so langes Suchen oder den letztendlichen Verlust zu verhindern. Für den deutschen Markt ist Wistiki noch brandneu, in Frankreich wurde das schlaue System bereits 2014 eingeführt. Zuvor hatten die drei Lussato-Brüder ihre Idee auf einem Crowdfunding Portal präsentiert und mit 35.000 Vorbestellungen eine überwältigende Resonanz erzielt. Die erfinderischen Brüder tüfteln weiter an neuen Ideen und technischen Optimierungen. Ziel ist, ein übergreifendes System an Produkten und Serviceleistungen für Fundgegenstände anzubieten - natürlich vernetzt und digital als eine Art "Lost and Found-Gemeinschaft 2.0".

+ www.wistiki.com



mycoffeecap, Hamburg

Kaffeekapseln sind beliebt, aber in ihrer herkömmlichen Form nicht gerade umweltfreundlich - laut Stiftung Warentest haben sie allein im Jahr 2014 rund 5000 Tonnen Müll verursacht. Eine nachhaltige Alternative bietet "mycoffeecap", eine Idee aus Österreich: wiederverwendbare Kapseln, die in alle Nespresso®-Maschinen ab dem Baujahr 2003 passen. Das patentierte Modell besteht aus Edelstahl und wird inklusive zweier Deckel angeboten: Rotbraun für grob gemahlenen, Schwarz für fein gemahlenen Kaffee. Erst seit Juli 2015 ist "mycoffeecap" auch in Deutschland erhältlich. Das Starter-Set umfasst eine Edelstahlkapsel, zwei Aromamembranen und eine Einfüllhilfe, den sogenannten "Scoop". Der Vertrieb erfolgt hierzulande durch Hans Dunker von Handelspartner Dunker in Hamburg. Bislang sind die Kapseln über den gehobenen Hausratfachhandel und regionale Kaffeemanufakturen erhältlich, ein flächendeckendes Netz über Haushaltsfachhändler und Kaffeeröstereien ist aktuell im Aufbau. Die Konzentration auf Kapseln für Nespresso®-Maschinen soll auch in Zukunft beibehalten werden. Das stil & markt-Team hat das innovative Produkt für Sie genauer unter die Lupe genommen unseren Produkttest lesen Sie auf www.stilundmarkt.de, Suchwort "mycoffeecap".

+ www.mycoffeecap.de

Xanadoo, Köln

Man sagt, Marco Polo habe die chinesische Stadt Xanadoo bereist und mit seinen Berichten die Grundlage für ihren sagenumwobenen Mythos geschaffen. Heute steht die einstige Sommerresidenz des mongolischen Kaisers im alten China metaphorisch für Prunk und Luxus. Aspekte, die auch die exklusiven Geschenkideen mit hohem Designanspruch prägen, die Thomas Wolf mit seinem 2014 gegründeten Unternehmen bietet. Der Name des Projektes ist daher programmatisch: "Xanadoo". "Wir ahmen nichts nach, denn unsere Produkte sind gänzlich unsere Entwicklung und unser Design. Wir wollen als Marke für den Fachhandel vorweg gehen und nicht anderen folgen", erklärt der Gründer und Geschäftsführer Anspruch und Selbstverständnis des ambitionierten StartUps. Ins Jahr 2016 startet Xanadoo mit einer Kollektion, die den Werkstoff Beton in den Mittelpunkt stellt: Neu sind die figürlichen Designs wie der Hase "Pelle", der kein saisonaler Artikel ist, sondern die Kollektion während des ganzen Jahres prägt. Daneben präsentiert Xanadoo mit seinen bunten Windrädern, die es als Gartenstecker oder im Betontopf gibt, schöne Ideen für Terrasse, Balkon und Garten.

+ www.xanadoo.tv





WAS LÄUFT ZURZEIT BESONDERS GUT?

Backen, kochen, Zeit zu Hause verbringen und für seine Liebsten ein schönes Geschenk aussuchen – zwischen den Jahren scheint die Zeit langsamer zu vergehen. Deshalb stehen Produkte hoch im Kurs, die das Leben versüßen und schöner machen.

Was bei uns zurzeit absolut gut läuft ist der Brotkasten von Rig Tig. Außerdem sind hochwertige Elektrokleingeräte von KitchenAid oder Vitamix sehr gefragt. Gleiches gilt für Espressomaschinen. Außerdem verkaufen sich Pfeffermühlen von Zassenhaus und AdHoc sehr gut. Zudem ein Renner: die aus Papier hergestellten Schneidebretter der Firma "Epikurean", die wir über die Jähn Handels GmbH beziehen.

 $Gehard\ Buluschek,$

Tavola – Küchenladen am Grünen Markt, Rosenheim

Bei uns geht das ganze Sortiment sehr gut – von Schmuck über Taschen bis hin zu Schutzengeln. So wird z. B. gerne der Unikat-Schmuck der israelischen Designerin Ayala Bra gekauft. Auch die Filztaschen von Dorothee Lehnen gehen ganz wunderbar. Von ihr haben wir auch Wärmflaschen, die den Kunden sehr gut gefallen. Außerdem sind die getöpferten Schutzengel von Susanne Boerner der Renner.

Sabine Spars,Zauberhaft, Bamberg



Alles rund ums Backen. Ob fertige Backmischungen oder -utensielen, zusammen mit einem schönen Geschirrtuch ist das ein schnelles Geschenk. Schlecht dagegen läuft bei uns Geschirr. Dafür umso mehr gefragt sind Heimtextilien, z. B. weihnachtliche Tischwäsche der Firma Sander.

Axel Francke, Francke Wohn-und Tischkultur, Northeim

Frage des Monats

Das Weihnachtsgeschäft war anfangs ein bisschen lau. Aber Backutensilien, z. B. für Cake-Pops und Co., laufen gut. Außerdem ist KitchenAid ein Renner, gerade, wenn die Maschinen im Angebot sind. Auch Le Creuset wird gerne gekauft, von der Schale bis zum Gusseisenbräter. Zudem gehen Geschenkkörbe mit Essig & Öl sehr gut.

Nicole Himmel, Himmel Schenken-Kochen-Genießen, Tutzing



10 stil & markt 1 | 2016

EU WILL NEUES _

REKLAMA-TIONSRECHT

Eine Vereinheitlichung des Vertragsrechtes im Online-Handel fordert die EU-Kommission, um den grenzübergreifenden E-Commerce zu fördern. Damit einhergehen würde auch die Umkehr der Beweispflicht, die dann die Händler stärker in die Pflicht nehmen würde.

Mit der vorgeschlagenen europaweiten Angleichung des Vertragsrechtes im Online-Handel soll auch eine Stärkung des Verbraucherschutzes einhergehen: Weist ein Artikel Mängel auf, kann der Verbraucher aktuell zwar zwei Jahre lang reklamieren, muss aber nach Ablauf der ersten sechs Monate nachweisen, dass der Mangel bereits von Anfang an vorlag. Nach der neuen Regelung soll sich diese Beweispflicht drehen: Dann müsste der Händler auch nach zwei Jahren beweisen können, dass der Artikel bei Lieferung in einem einwandfreien Zustand war. Der HDE begrüßt zwar prinzipiell die Bemühungen zur Harmonisierung des Rechtsrahmens im Online-Handel, warnt aber auch vor Risiken: "Die Umsetzung der Kommissions-Pläne würde viele kleine und mittelständische Multichannel-Händler vor Probleme stellen, da sie in Zukunft für den stationären und den Online-Handel unterschiedliche Regelungen beachten müssten", betont HDE-Hauptgeschäftsführer Stefan Genth und fordert daher gleiche Regeln für alle Vertriebskanäle - "ohne überzogene Verbraucherschutzvorschriften".

+ www.einzelhandel.de



Durch die neue Regelung müssten Händler auch zwei Jahre nach dem Versand die damalige Unversehrtheit des Produktes beweisen.

christmasworld Seasonal Decoration at its best 29.1. - 2.2.2016Ihr Platz in der 1. Reihe! Seien Sie dem Wettbewerb einen Schritt voraus: Erleben Sie aktuelle Trends und Top-Aussteller für Ihr Business von morgen auf internationaler Bühne. Starten Sie auf der Weltleitmesse für Dekoration und Festschmuck in ein erfolgreiches Jahr. Mit dem Besten, was die Branche zu bieten hat. Jetzt Tickets sichern: christmasworld.messefrankfurt.com/tickets

messe frankfurt





Wendt & Kühn belegte im vergangenen Jahr bei der Partnerwahl des Fachhandels den ersten Platz im Sortimentsbereich Geschenkartikel.

FÜR **TRANSPARENZ**IN DER BRANCHE

Entscheidungshilfe für den Handel und Würdigung besonders fachhandelsorientierter Lieferanten zugleich soll die Partnerwahl des Fachhandels 2015 sein. Zum 26. Mal ist die Branche aufgerufen, ihre Stimme abzugeben.

Der Fachkreis Hausrat/GPK (FHG) im Zentralverband Hartwarenhandel e. V., Düsseldorf, versendet dafür an rund 1500 Fachhändler aus dem gesamten Bundesgebiet die entsprechenden Wahlbogen. Abgestimmt wird in den Sortimentsbereichen Hausrat, Glas, Porzellan/Keramik, Besteck, Geschenkartikel und Elektrokleingeräte. Sie werden nach den fünf Kriterien Fachhandelstreue, aktuelle Produkte, realisierte Marge/Marktpflege, Reklamationsverhalten und Marktbedeutung beurteilt. Einsendeschluss ist der 25. Januar.

Mit der Partnerwahl des Fachhandels wollen die Verantwortlichen den "offline-Kanal Fachhandel" aktiv unterstützen. Denn gerade in Zeiten des zunehmenden Internetverkaufs sei dieser mehr denn je auf Lieferanten angewiesen, die sich klar zum Fachhandel bekennen und ihm die notwendigen Rahmenbedingungen verschaffen.

Unter allen Teilnehmern, die den ausgefüllten Fragebogen zurückschicken, verlost der FHG im Zentralverband Hartwarenhandel u. a. 15 Tulip Club-Karten für die Tendence 2016 und Ambiente 2017 der Frankfurter Messe. Die Partner des Fachhandels 2015 werden anlässlich der Ambiente 2016 geehrt. Der Wahlbogen kann auf der ZHH-Website unter www.zhh.de/Veröffentlichungen/Pressemitteilungen heruntergeladen oder in der Geschäftsstelle angefordert werden:

Tel.: 0211/47050-11, Fax: 0211/47050-19, E-Mail: simone.hansen@zhh.de.

+ www.zhh.de/ Veröffentlichungen/ Pressemitteilungen





Seismograph der Verlässlichkeit

Sortiment und Ladengestaltung, Serviceleistung und Beratungskompetenz, Aktionen und Events – Elemente, die zu einem erfolgreichen Einzelhandelskonzept beitragen, gibt es zahlreiche. Viele von ihnen haben Inhaber und Personal in der Hand, bei manchen aber muss der Handel auf gute Kooperationen und verlässliche Partner aus der Industrie hoffen. Die wichtigsten von ihnen benennt der Fachkreis Hausrat/GPK im Zentralverband Hartwarenhandel e. V.: Fachhandelstreue, realisierte Marge/Marktpflege, aktuelle Produkte, Reklamationsverhalten und Marktbedeutung. Gleichzeitig sind dies die fünf Kriterien, auf deren Grundlage der Fachhandel jetzt zum 26. Mal aufgerufen ist, seine Wahl zum Fachhandelspartner des

Jahres zu treffen. Dass bei diesem schon zur Tradition gewordenen Wettbewerb oftmals die gleichen Unternehmen die Nase vorn haben, mag auf den ersten Blick langweilig oder redundant wirken. Auf den zweiten Blick liefern diese immer wieder erfolgreichen Unternehmen einen Beweis, wie konstant sie auch in Zeiten von Amazon und Co. fest zu ihren Partnern im (stationären) Fachhandel stehen. Für den Handel selbst bietet die jährliche Partnerwahl eine wichtige Orientierungshilfe dafür, welche Hersteller ihnen langfristig und verlässlich Unterstützung in den Bereichen bieten, die sie nicht allein in der Hand haben. Wer diesmal das Rennen macht? Es liegt in Ihrer Hand. Wir sind auf jeden Fall gespannt.

12 stil & markt 1 | 2016 Im Handel

DE'LONGHI OHNE GELTNER

Mehr als 14 Jahre stand er an der Spitze der De'Longhi Deutschland GmbH. Ende 2015 nun hat Helmut Geltner das Unternehmen verlassen und damit den Generationswechsel eingeläutet.



De'Longhi verlassen: der langjährige Geschäftsführer

Während seiner Tätigkeit für den italienischen Konzern schrieb Geltner, wie verlautet, eine Erfolgsgeschichte. Seit seinem Eintritt als Geschäftsführer 2001 steigerte er den Umsatz der deutschen Tochtergesellschaft von rund 11 Mio. Euro auf zuletzt 226 Mio. Euro im Jahr 2014. Besonders im Kaffeemarkt erzielte das Unternehmen deutliches Wachstum. Außerdem verantwortete Geltner, der 2011 im Rahmen des Plus X Awards zum "Manager des Jahrzehnts" gekürt wurde, den Umzug der Deutschlandzentrale nach Neu-Isenburg bei Frankfurt am Main und die Integration der Marke Braun Haushaltsgeräte. CEO Fabio De'Longhi würdigte die Arbeit des 58-Jährigen in den vergangenen Jahren: "Er hat De'Longhi mit strategischem Weitblick und herausragendem persönlichen Einsatz in Deutschland aufgebaut und die Marken De'Longhi, Kenwood und Braun zu dem gemacht, was sie heute sind: Premium-Brands und Marktführer in ihren jeweiligen Bereichen."

Wie es in einer Mitteilung des Unternehmens heißt, will sich Geltner zunächst eine berufliche Auszeit gönnen. Bis ein Nachfolger für ihn gefunden ist, wird Stefano Cappellini, Commercial Director West & South Europe, die Geschäftsführung interimsweise übernehmen.

+ www.delonghi.de



© 2015 The Chemours Company FC,LLC. Teflon™ und alle zugehörigen Logos sind Marken der oder geschützt für die Chemours Company FC, LLC. Chemours™ und das Chemours Logo sind Warenzeichen der Chemours Company.

DIE "LEATHERIXX"-SERIE VON DAFF

Beratung und Service sind das A und O im stationären Fachhandel. Doch nur, wer ein Produkt auch wirklich kennt und weiß, wie es funktioniert, kann beides bieten. In unserer Rubrik "Produkte im Test" nehmen deshalb Händler und ihre Verkaufsteams jeweils einen Artikel unserer Branche ganz genau unter die Lupe. In dieser Ausgabe hat Andrea Mergenthaler von Bärle am Friedrichsplatz, Bruchsal, die neue "leatherixx"-Serie von daff getestet.

Prüfkriterien und Bewertung*:

Qualität & Verarbeitung: +++++ *Optik* & *Design*: + + + + (wirken etwas künstlich) Reinigung & Pflege: +++++ Größen- & Farbauswahl: ++++ Strapazierfähigkeit: +++++ Gesamtbewertung: + + + + +

* (+ = sehr schlecht, + + + + = sehr gut)

Fazit

Die Tischsets und Untersetzer von daff sind nicht nur optisch ansprechend und funktional, sondern überzeugen auch, was die Produktion betrifft. Sie werden nicht nur in Deutschland hergestellt, sondern folgen auch noch dem Prinzip der Nachhaltigkeit. Das heißt, sie werden zu 100 % aus Lederresten produziert. Die Tischsets liegen gleichmäßig, formstabil und rutschfest auf dem Tisch auf. Außerdem sind sie robust und einfach mit einem feuchten Tuch rückstandsfrei zu reinigen. Weder heiße Teller noch Lebensmittelreste hinterlassen bleibende Spuren. Bei den hellen Farben sollten entstandene Flecken jedoch gleich abgewischt werden, da das Naturmaterial schließlich doch vor ab-

> färbenden Lebensmitteln, wie z.B. Rotwein, kapituliert. Die Materialstärke ist angenehm dünn und doch dick genug, um den Tisch wirkungsvoll zu schützen. Lediglich die Oberfläche der Variante "Dumbo" wirkt für echtes Leder etwas künstlich.

Einem echten Härtetest hat Andrea Mergenthaler von Bärle am Friedrichsplatz die "leatherixx"-Produkte von daff unterzogen.

Der getesteten Serie von daff gibt Andrea Mergenthaler volle Punktzahl: fünf Sterne für "leatherixx".

NEUETISCHKULTUR

INSOLVENT

Am 1. Dezember 2015 wurde das Insolvenzverfahren für NeueTischkultur.de eröffnet – obwohl der Versandhandel Überschüsse erwirtschaftet. Jetzt werden neue Investoren gesucht. Erste Gespräche sind für Januar geplant.

Aus dem stationären Geschäft seiner Eltern für Glas, Keramik und Haushaltswaren baute Rico Kretschel einen Online-Shop auf. Doch 2012 kam der erste Rückschlag: Weil man Produkte über den Online-Marktplatz von Neckermann angeboten hatte und dieser pleite ging, musste Kretschel auf viel Geld verzichten. 2013 sollte dann ein neuer Concept Store wirtschaftliche Erfolge erzielen, doch kurz nach der Eröffnung wurde das Geschäft vom Jahrhunderthochwasser komplett ruiniert. "Rund 200.000 Euro Schaden sind entstanden. Am Standort, an den Produkten und an dem stationären Geschäft. Wir waren fast sechs Wochen offline und nicht handlungsfähig", erklärt Rico Kretschel gegenüber stil & markt. Absatzeinbußen in China und Russland bedrohten zusätzlich die finanzielle Lage. 2015 kam der nächste Schlag: Der Insolvenzverwalter von Neckermann forderte eine hohe Rückzahlung, so dass Rico Kretschel keine andere Wahl blieb als Insolvenz zu beantragen.

Die Insolvenz dauert laut Kretschel voraussichtlich bis Ende April – "das hängt aber von den Investoren ab, die Anteile am Unternehmen kaufen wollen", sagt Kretschel. Erste Gespräche seien für Januar geplant.

Rico Kretschel

+ www.neuetischkultur.de





WIR MACHEN IHREN KUNDEN

APPETIT AUF GRILLEN...

... und als Ihr Partner sichert Weber Ihnen eine **starke Marke**, **attraktive Produkte** und **hohe Absatzzahlen**. Nutzen Sie die Strahl-kraft und Sympathiewerte der Marke Weber, unsere durchdachten Grillsysteme sowie unser vielfältiges Zubehör **für Ihren Erfolg!**



SPIRIT® E-330 PREMIUM GBS®

Voll ausgestattet mit Seitenkocher, Gourmet BBQ System (GBS)-Grillrost und Sear Station trifft er mit Sicherheit den Geschmack Ihrer Kunden. Und mit dem Zubehör des GBS haben Sie das Argument der grenzenlosen Grillvielfalt voll auf Ihrer Seite. **UVP 1.199,00 €**





FUNDSTÜCKE, _____ DIE GLÜCKLICH MACHEN

Originelle Karten, schöne Stoffe, ungewöhnliche Backutensilien und ausgefallene Geschenke. Dinge wie diese sind es, die man beim Stöbern in Jennifer Eikenkamps Concept Store Serendipity in Dorsten findet. Jede Menge kreativer Ideen, was sich mit den vielen schönen Produkten anfangen lässt, gibt es obendrauf.

Sie hat in den USA gelebt und in Berlin, in Schottland und in München. Jennifer Eikenkamp hat schon einiges gesehen von der Welt – und dabei Inspirationen und viele Ideen gesammelt. Ihren eigenen Laden hat sie trotzdem nicht im Szeneviertel einer Großstadt eröffnet, sondern in der 75.000-Einwohner-Gemeinde Dorsten in Nordrhein-Westfalen. Gründe für das ein bisschen gewagte Projekt, ausgerechnet dort einen Concept Store mit außergewöhnlichen Artikeln rund um die Bereiche Papier, Nähen, Backen und Schenken zu eröffnen, kann sie viele nennen: "Ich komme aus Dorsten und hatte die Idee, dort einen eigenen Laden zu führen, schon sehr lange im Hinterkopf", erklärt die Inhaberin des erst im September vorigen Jahres eröffneten Stores. Neben dem Wunsch, voller Inspiration in die Heimatgemeinde zurückzukehren, gab es aber auch praktische und pragmatische Gründe: "Einen Laden wie Serendipity kann man sich zwar erst

einmal besser in Berlin-Kreuzberg als in Dorsten vorstellen. Dafür bin ich mit Serendipity in Dorsten auch einzigartig – in Berlin oder Hamburg wäre ich eine von vielen." Daneben erhält Eikenkamp in Dorsten familiären Beistand und praktische Unterstützung durch ihre Mutter, die auch mal im Laden mit anpackt, wenn gerade Not am Mann ist: "Zwar habe ich Serendipity erst im September eröffnet, eines kann ich aber jetzt schon sagen: Der Kundenandrang kommt stoßweise. Daher ist es immer von Vorteil, nicht ganz allein im Laden zu stehen."

Umbau in drei Monaten

Eigentlich kommt Eikenkamp aus einer ganz anderen Branche: Studiert hat sie BWL mit Schwerpunkt Hotelwesen, war danach u. a. im Sales Marketing und als Grafik- und Webdesignerin tätig. "Das hat zwar alles Spaß gemacht, dennoch hat mir bei all

16 stil & markt 1 | 2016 Im Handel



Erst im September 2015 hat Eikenkamp Serendipity in der Dorstener Lippestraße eröffnet.

den Bürojobs immer das Kreative gefehlt", erklärt Eikenkamp im Rückblick. Im Frühjahr letzten Jahres kam dann die große Chance auf den eigenen Laden, die sie sich nicht entgehen ließ: Als ihr das 85 m² große Ladenlokal in der Dorstener Lippestraße angeboten wurde, schlug sie zu - obwohl sie gerade mal wieder in der Welt unterwegs war. Noch von Schottland aus unterzeichnete Jennifer Eikenkamp den Mietvertrag, und nach ihrer Rückkehr nach Deutschland im Juni 2015 musste dann alles ganz schnell gehen: Wände wurden rausgerissen und neu eingezogen, der Fußboden verlegt, die Decke erneuert und eine Küchenecke eingebaut. Neben den baulichen Arbeiten im Eilverfahren, bei denen Eikenkamp auf persönliche Kontakte zurückgreifen konnte, stand sie auch vor der Aufgabe, ein Konzept und Sortiment festzulegen. "Da ich sehr viele Interessen habe, war das am Anfang gar nicht so einfach. Auch hätte ich gerne ein Café in den Laden integriert, was aber leider erstmal nicht möglich war. Dennoch steht jetzt eine Sitzecke mit Kaffeeverkauf zur Verfügung. Meine selbstgebackenen Köstlichkeiten gebe ich als kleine Kundengeschenke obendrauf", so die Inhaberin, die den Anschluss einer eigenen Gastronomie an den Laden für die Zukunft aber nicht ausschließen will.

Auch an den Mann ist gedacht

Aktuell ist Serendipity in vier große Sortimentsbereiche aufgeteilt und umfasst außergewöhnliche und originelle Produkte rund ums Backen, Nähen und Schenken sowie Papeterie. Der Name, der frei übersetzt so viel wie "Glücksfund" bedeutet, ist gewissermaßen programmatisch: "Ich möchte schöne und unge-



SOMPEX® design for life

SOMPEX GmbH & Co. KG

Werftstraße 20-22 40549 Düsseldorf Tel. +49(0)211.522807-0 Mail: info@sompex.de

www.sompex.de

Christmasworld Halle 9.0 E 54



wöhnliche Dinge anbieten, so dass auch Menschen, die eigentlich schon alles haben, etwas Neues bei mir finden können", so Eikenkamp. Daher wählt sie das Sortiment auch nach zwei Kriterien aus: Erstens muss das Bauchgefühl passen, zweitens darf der Artikel in Dorsten noch nicht erhältlich sein. Und so finden sich auf der länglichen, fast schlauchförmigen Ladenfläche Produkte von kaum bekannten Kleinstfirmen und Manufakturen neben originellen Angeboten von größeren Herstellern - vom Patchworkset zum Selbernähen, bestehend aus 40 einzelnen Stoffteilen, bis hin zur Keksschaufel des amerikanischen Backzubehör-Herstellers Wilton, die aktuell ein absoluter Publikumsliebling ist. In diesem Paradies für das weibliche Sammlerherz hat die Händlerin aber auch an den Mann gedacht und bietet eine eigene Ecke mit Geschenkideen für ihn: Dort finden sich Produkte rund um die Bartpflege und Rasur, aber auch originelle Ideen wie ein Gin-Set zum Selberbrauen.

Die Inneneinrichtung und Präsentation der Ware erfolgt bei Serendipity übrigens in kreativer Eigenregie. Neben eigens angeschafften, z. T. antiken Möbelstücken, wie dem massiven Schreibtisch für die Papeterie-Ecke, haben auch Stücke aus Eikenkamps Privatwohnung Einzug in das Ladengeschäft gehalten. So der mintfarbene Schrank, den sie in einem Berliner Trödelladen entdeckt und selbst restauriert hat – und der jetzt ein echter Hingucker im Laden ist. "Prinzipiell war mir wichtig, dass jeder Bereich sein Herzstück erhält. Ansonsten möchte ich flexibel bleiben, denn obwohl ich die Grundaufteilung beibehalten möchte, will ich mir offen halten, wo genau die Reise hingeht", erklärt die Besitzerin. Denn Ideen hat sie mehr als genug, auch wenn sie jetzt schon an die Grenze ihrer räumlichen Kapazitäten stößt. Dennoch sind für das Jahr 2016 bereits viele Aktionen und Angebote in Planung: Neben Patchwork- und Quiltworkshops

möchte Eikenkamp u. a. auch einen Designservice für individuelle Karten anbieten – und damit nicht nur die eigene Kreativität ausleben, sondern auch ihre Kunden zum Selbermachen und Ausprobieren anregen.

+ www.serendipity-dorsten.de

Serendipity – Der Glücksfund, Dorsten

- **Gegründet:** September 2015.
- Inhaber: Jennifer Eikenkamp.
- Verkaufsfläche: 85 m² abzüglich Workshop- und Küchenecke.
- Sortiment: Geschenkartikel, Papeterie, Stoffe & Nähzubehör. Backutensilien.
- Ladenbau und Warenpräsentation: intern.
- Besonderheiten: Stoff- und Näh-Workshops, Designservice für Papeterie, selbstgebackene Kostproben, selbstgenähte Ansichtsexemplare.
- Top-Ten-Lieferanten: cats on appletrees (Papeterie aus Dresden), Coco Chocolate (Schokoladenmanufaktur aus Schottland), Die Kompotterie (vegane Aufstriche, Chutneys & mehr), Greta Gold (Retro-Bonbons), Robert Kaufmann (Stoffe), Moda (Stoffe), Revier Souvenir (Ruhrgebiets-Mitbringsel), si&rup (ausgefallener Sirup aus Potsdam), Talking Tables (Tischdekoration aus England), Wilton (Backzubehör).

18 stil & markt 1 | 2016 Im Handel

E-COMMERCE BELEBT____ STATIONÄREN HANDEL

Der stetig zunehmende E-Commerce hat verschiedene Auswirkungen auf die Entwicklung des Handels: Die Konkurrenz aus dem Internet wirkt als Anreiz für attraktive Store-Konzepte, die beiden Pole Off- und Online verbinden sich zu einem ganzheitlichen Omnichannel-Angebot.

Dies sind die zentralen Ergebnisse der EHI-Studie "Der Store im Omnichannel-Zeitalter" unter 41 Planungsleitern aus dem Handel sowie 50 Ladenbauunternehmen und Planungsbüros. Dabei gab gut die Hälfte (52,6 %) der befragten Handelsunternehmen an, verstärkt auf individuelle Einrichtungselemente zu setzen, über 70 % planen einen Anstieg der Investitionen in ihren Laden von bis zu 10 %. Neben dem Fokus auf ein attraktiveres stationäres Angebot machen sich viele Händler inzwischen auch die Vorteile von Online zunutze und setzen auf eine Vernetzung der Kanäle mit immer fließenderen Übergängen. Derzeit am stärksten verbreitetet sind die Omnichannel-Services Instore-Order und -Return sowie Click & Collect - wobei gerade letzteres zu deutlichen Umsatzzuwächsen führen kann: 60 % der Händler berichten von zum Teil deutlichen Zusatzumsätzen durch Impulskäufe beim Abholen der Ware, daneben gaben 41,7 % ein Umsatzplus in Höhe von mindestens 10 % bei online bestellten Warenwerten an.

+ www.ehi.org

Herzlichen Glückwunsch!

Für das Gewinnspiel in unserer Oktober-Ausgabe hat WMF drei attraktive Preise zur Verfügung gestellt. Um zu gewinnen, sollten Sie uns folgende Frage beantworten: Wie heißt eine Besteck-Serie von WMF? Richtig ist die Antwort "Evoque". Die gleichnamige Serie mit 68 Teilen ist gleichzeitig unser erster Preis, der an Barbara Fallenbacher von Siller + Laar in Augsburg geht. Über den zweiten Preis, vier Töpfe aus der Serie "Quality One", darf sich Christine Falk, Abteilungsleiterin bei W. Stober in Karlsruhe, freuen. Den dritten Preis, ein Kochmesser der "Chef's Edition", erhält Gerrit Beckhuis, Inhaber des gleichnamigen Fachgeschäftes in Uelsen.

SMart MOVE

Der alljährliche Besuch der Messe ist für mich immer ein fester Termin in meinem Kalender. Ich treffe dort die für mich wichtigen Lieferanten, auch die aus Deutschland. Vor Allem schaue ich mir die Handelskonzepte in Chicago an und werde dabei stets sehr gut von der Messeorganisation unterstützt.

> Bernd Horenkamp, Vorstand EK/servicegroup

- + 2.100 Aussteller aus mehr als 40 Ländern
- + 60.000 Fachbesucher aus mehr als 125 Ländern



5.-8. März • Chicago, USA

Weitere Messe-Informationen und Ihre kostenlose Online-Registrierung:

Für Besucher: www.housewares.org/attend Für Aussteller: www.housewares.org/exhibit



IHA Deutschland Büro, EK/servicegroup, Melina Meyer, +49 521 2092-834, Melina.Meyer@ek-servicegroup.de



STIL & MARKT **IM WEB**

Ihr Fachmagazin ist nicht nur im Print, sondern auch in den digitalen Medien zu Hause. Erzählen wir eine Geschichte im Heft, wird sie auf stilundmarkt.de weitergeschrieben, auf Facebook geteilt oder auf Twitter veröffentlicht. Wir vernetzen uns täglich, auf mehreren Wegen. Vernetzen Sie sich mit!



Aus dem Heft ...

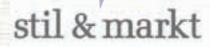
Die Christmasworld im Überblick

Unserem Dezemberheft lag kurz vor der Christmasworld ein umfassender Messeguide bei, der Sie auf Ihren Besuch der Fachmesse für Advents- und Weihnachtsdeko, saisonale Innenund Außendekoration sowie Großflächendeko gut vorbereiten soll. Wer es lieber digital mag, findet auf www.stilundmarkt.de unter Messetermine eine eigene Seite zur Christmasworld.

... ins Netz!

Weihnachten auf Facebook

Die etwas andere Weihnachtsgeschichte inszenierte unser gia-Gewinner Homann schenken-kochen-wohnen. In dem selbstgedrehten Video erzählt Bernd Homann die Geschichte des deutschen Facheinzelhandels nach, der durch den Online-Handel mächtige Konkurrenz erhalten hat. Das unterhaltsame Video gefiel auch unseren Followern.













Christmasworld 2016

Waret 25. Januar bls 2. Februar 2056

Why Manuscripture Franchist are black

Wen Verenstalter ist die Messe Frankfurt Exhibition Gestiff

Was Union then Motto, Second Contration at its best' wealth die Fachinesse Produkte aus den Bereichen Advente und Wehrschischen, saborute neuen, und Außerdebergsten zuwe Oralifischendenz zu unterschiedlichen Außeum, im fürf Hallen priparetierten im Frühlich 2005 über 100 Ausbelle

er Nahen parallel Ander die belder Fachmeisen Paperworld und Crestheworld in Frankfurt statt. Für die PRS Brache ist das ein is, an über die hewesten Produkte und Trenis Informiert zu werden. Diverse Sonderuntauen und Fraisserhillungen machen die M Melowert, auch für Onlütnassorbt Besucher

elCust Mose





stil & mar Motivationsschub gefällig?

20 stil & markt 12 | 2015

Für Sie

Facebook # Twitter 10 Vo

Aktuelles

Im Handel

Fürs Sortiment V

Aus den Unternehmen

Auf den Messen

Archiv ~

a

Saisonale Produkte auf Twitter

Kurz vor Weihnachten nutzten wir unseren Twitter-Auftritt, um weihnachtliche Produkte vorzustellen, darunter Herrnhuter Sterne, Weihnachtsengel von Lang Kunstgewerbe und Teelichthalter von Leonardo.

Noch schneller zu unseren Videos

Schon gesehen? Auf unserer Startseite finden Sie jetzt auch ein Youtube-Icon. Mit nur einem Klick gelangen Sie damit direkt zu unserer Videoauswahl. Der neue Youtube-Kanal von stil & markt präsentiert Ihnen aktuelle, außergewöhnliche und mitunter kuriose Videos aus unserer Branche – unterteilt in die drei Rubriken Wohnen. Kochen und Schenken.

You Tube





Hong Kong Houseware Fair-Pfiffige Ideen & Qualitätsprodukte

Asiens größte Haushaltswarenmesse, die **HKTDC Hong Kong Houseware Fair,** präsentiert **mehr als 2.100 Aussteller** und bietet Besuchern einen umfassenden Überblick über die neuesten Markttrends. Mehr als 28.000 Einkäufer aus 115 Ländern und Regionen kamen im vergangenen Jahr zur Messe – Indiz für deren Effizienz als Branchentreff und Sourcing-Plattform.

Zahlreiche Themenzonen und Highlights

- Die **Hall of Elegance** zeigt Designer-Kollektionen und trendige Haushaltswaren.
- Die neue Sonderausstellung Interior Furnishing Materials präsentiert Materialien für Innenausstattung, Raumdesign und Renovierung.
- Möbel
- Baby-Produkte
- Bad, Beauty & Wellness
- World of Pet Supplies
- Small Order Zone hktdc.com für Bestellungen in kleinen Mengen von 5 bis 1.000 Stück.

Das Messeerlebnis optimieren

- Seminare
- Networking Events
- Produktpräsentationen und Neueinführungen

Synergien nutzen

- Zeitgleich mit der HKTDC Hong Kong International Home Textiles and Furnishings Fair
- Vom 27. bis 30. April: die weltgrößte Geschenkartikelmesse HKTDC Hong Kong Gifts and Premium Fair





HKTDC Hong Kong Houseware Fair

20. - 23. April 2016 Hong Kong Convention and Exhibition Centre

Freier Eintritt für registrierte Fachbesucher

Website: www.hktdc.com/ex/hkhousewarefair/08 Wap: hktdc.com/wap/houseware/T119 App: HKTDC Mobile



Hotel-Sponsorship für Messe-Erstbesucher

Informationen über das HKTDC Frankfurt, Telefon: 069-957720, E-Mail: frankfurt.office@hktdc.org







INGE MÜLLER-BLECH UND DIE "DELICIOUS"-SERIE

Das CamembertOrnament war das
erste Motiv in der
"Delicious"-Serie.

Wenn Inge Müller-Blech an Glaskugeln denkt, denkt sie nicht automatisch nur an Weihnachten. Denn mit ihren originellen Objekten stellt die Designerin und Geschäftsführerin von Inge's Christmas Decor unter Beweis, dass Glasschmuck mehr kann, als nur den Christbaum zu verschönern: In der Manufaktur im fränkischen Neustadt bei Coburg entstehen auch komplette Kollektionen, die sich zum ganzjährigen Einsatz in der Wohnung eignen - ob am Küchenfenster oder für den gedeckten Tisch. "Als Designer achtet man auf den Lifestyle der Menschen, was sie beschäftigt und interessiert", erklärt Inge Müller-Blech ihren Weg zur Inspiration. Und so brachte der seit Jahren anhaltende und zunehmende Kochtrend Müller-Blech auf die Idee zu einer ganz speziellen Serie, deren Teile die Form von Nahrungsmitteln und Delikatessen besitzen. Den Anstoß für das erste Modell, das Ornament "Camembert", lieferte passenderweise ein vorweihnachtlicher Käseabend mit Freunden und einer guten Flasche Rotwein. "Christbaumschmuck diente schon in der Vergangenheit oft als Spiegelbild des jeweiligen Zeitgeistes", so die Designerin. Und so spiegelt die Serie "Delicious" die aktuelle Vorliebe für hochwertiges Essen wider und weitet gleichzeitig ganz automatisch den eigenen Wirkungskreis auf die Küche oder eine festlich gedeckte Tafel aus. Die Palette der Köstlichkeiten aus Glas umfasst heute vom Weihnachtsstollen über die Salami bis hin zur Sushi-Rolle Nahrungsmittel aus aller Herren Länder und wird permanent erweitert. Ideenschmiede und Manufaktur finden sich im fränkischen Örtchen Neustadt, wo die Glasobjekte von Inge-Glas® noch immer in Handarbeit hergestellt werden. Der Herstellungsprozess hat sich seit 100 Jahren kaum verändert: Die Ornamente werden von Mund geblasen, von innen mit Sterlingsilber verspiegelt und mit viel Liebe zum Detail von Hand spritzlackiert und veredelt. Abschließend erhalten sie den Inge-Glas-Sternkrönchen-Aufhänger, bevor sie als gläserne Highlights das Zuhause ihrer Besitzer schmücken - ob nun an Weihnachten oder während des ganzen Jahres.

+ www.inge-glas.de



22 stil & markt 1 | 2016 Fürs Sortiment



- 1965 in Kronach geboren.
- ab 1984 Betriebswirtschaftsstudium in Nürnberg.
- 1988 Arbeitsbeginn im elterlichen Betrieb Erwin Eichhorn Christbaumschmuck-Herstellung in Neustadt bei Coburg.
- 1992 Einstieg bei Inge-Glas® im Bereich Produkt und Design; Leitung des Unternehmens mit Ehemann Klaus Müller-Blech.

Das Produkt:

- 2009 kam mit "Camembert" das erste Ornament der "Delicious"-Serie auf den Markt.
- Seitdem wird die Kollektion jährlich weiterentwickelt und beinhaltet heute u. a. Baguettes, Spirituosen und Salami, aber auch Sushi, Kaviar, Spiegeleier sowie Kaffee-Spezialitäten und Gebäck.
- Für 2016 kommen u. a. Smoothie-Ornamente in verschiedenen Farben hinzu.
- Die gläsernen Objekte sind mundgeblasen, von Hand bemalt und im Inneren mit Sterlingsilber verspiegelt.



Aus dem heißen Glaskolben wird ein Ornament in Form eines Käsestückes geblasen.



Nachdem das Ornament seine Form erhalten hat, bekommt es eine farbige Grundierung



Vom Glaskolben zum fertigen Parmesan-Ornament: Jedes Stück wird bei Inge Glas mundgeblasen und handgefertigt.





Jedes Produkt erzählt eine Geschichte! www.raeder.de

Maison & Objet. Paris. 22. - 26.01.2016 Halle 6, Stand F12-G11

Christmas World. Frankfurt. 29.01. - 02.02.2016 Halle 9.1, Stand D21

> Ambiente. Frankfurt. 12. – 16.02.2016 Halle 11.1, Stand C51

Wir freuen uns auf Ihren Besuch!

"Eclipse" steht für Sonnenfinsternis, eine Megayacht und die Robbe & Berking Besteckneuheit 2016. Lieferbar ist die Kollektion in 925 Sterling Silber und in 150 g Massivversilberung.



Der neue Eisbehälter mit Eiszange und die zwei Alta-Becher sind stilvolle Begleiter für den nächsten Segelsommer.



GLÜCKSMOMENTE IN SILBER

"Glück kann man nicht kaufen. Eigentlich." Unter diesem Motto unterstützten die Kampagnen von Robbe & Berking den Fachhandel in den vergangenen Wochen bei einem umsatzstarken Weihnachtsgeschäft. Mit dem neuen Besteckmodell "Eclipse", das auf der Ambiente Premiere feiern wird, startet die Flensburger Silbermanufaktur ins neue Jahr.

Mit der Illustration der Kampagnen hatte Robbe & Berking den Hamburger Graphiker und Künstler Hinnerk Bodendieck beauftragt, dessen Bilder zu echten Hinguckern wurden und so den Silbermond – das Punzeichen für Silber – hell scheinen ließen. Die Kampagnen sollten nicht nur zur Ankurbelung des Weihnachtsgeschäftes beitragen, sondern bieten dem Fachhandel auch in den ersten Wochen des neuen Jahres bis zum Valentinstag am 14. Februar viele Umsatzchancen. Wie zu erwarten, möchte die Flensburger Manufaktur daran auch im neuen Jahr anknüpfen. Deshalb wird sie auf der Ambiente eine ganze Reihe einzigartiger Neuheiten präsentieren.

Im Mittelpunkt steht ein neues Besteckmuster, dessen Name Programm zu sein scheint: "Eclipse", das englische Wort für Sonnenfinsternis. Auch sie wäre ohne den silbernen Mond nicht möglich, der die Sonne ganz verdeckt oder nur eine Korona aus Sonnenstrahlen um sie herum sichtbar lässt. Dieses Lichterspiel ist eines der eleganten Gestaltungsmerkmale von "Eclipse", dem

neuen Robbe & Berking Besteckmodell, das auf der Ambiente in Frankfurt und auf der Maison&Objet in Paris seine Premiere feiern wird. An der Flensburger Förde hat der Begriff "Eclipse" aber noch eine weitere Bedeutung: Er ist auch der Name der großen Yacht, ausgestattet mit Robbe & Berking Silber, die Roman Abramowitsch im April 2010 nach vierjähriger Bauzeit in Dienst gestellt hat. Die in Hamburg gebaute "Eclipse" wurde seit Baubeginn zweimal verlängert, um die Länge der damals längsten Yacht der Welt, der ebenfalls in Flensburger Silber erstrahlenden "Dubai", zu übertreffen.

Während der Öffentlichkeit der Zutritt zu diesen beiden Yachten natürlich verwehrt bleibt, ist er ab März dieses Jahres auf einer ganz anderen, straßentauglichen Yacht sogar erwünscht. In Zusammenarbeit mit dem französischen Delikatessen- und Feinkostunternehmen Caviar House & Prunier und der ebenfalls aus Frankreich stammenden Champagnermarke Pommery eröffnet Robbe & Berking ein mobiles Geschäft und kleines Restaurant

24 stil & markt 1 | 2016 Fürs Sortiment



Fürs Sortiment 1 | 2016 stil & markt 25



Retro-Optik, naturverbundene Farben und Muster, schlichte, aber auch glamouröse Materialien: Die Trends 2016/2017, die anlässlich der diesjährigen Christmasworld präsentiert werden, lassen viel Raum für eigene Deko-Interpretationen. Im Spiel der Gegensätze findet die traditionelle Handwerkskunst ebenso ihren Platz wie futuristische Ideen. Glas, Holz, Keramik und Porzellan, Leinen und Wolle treffen auf Töne wie Tannengrün, Jeansblau, Emaille-Weiß, Vanille und Honig, Kürbis-Gelb, Erbsen-Grün und Rote Bete. Ein wahrer Schatz also, aus dem Sie bei der Gestaltung Ihrer Fest-Sortimente aus dem Vollen schöpfen können!

Die Farbreihe reicht von Tannengrün bis Sand.





Ein Fest für Sammler

Auch 2016 lässt Hutschenreuther mit den neuen, handgezeichneten Motivwelten von Ole Winther Sammlerherzen höherschlagen. Neben Glocke, Kugel, Zapfen oder Stiefel aus Porzellan oder Glas umfasst die Kollektion ein Märchenlicht mit dem Motiv der kleinen Meerjungfrau.

+ info@rosenthal.de, www.hutschenreuther.com

> **FESTLICH DEKORIERT**

Glanzvolle Sternstunden

Ein Dunkelblau mit dem Namen "Nachthimmel" ist die Trendfarbe der Weihnachtskollektion 2016 von Goebel. Das sechsteilige Engel-Set ist mit einer handbemalten Echtgolddekoration versehen, die die sternenklare "Heilige Nacht" symbolisiert.

> + verkauf@goebel.de, www.goebel.de





Ein Hauch von **Nostalgie**

Zarte Pastelltöne von Apricot bis Champagner und Weiß bis Mint prägen die Kollektion "Lovely Retro" von Inge-Glas®. Bei den Formen schickt die Manufaktur aus Neustadt bei Coburg u. a. teilgeformte Kugeln und Zapfen ins weihnachtliche Rennen.

+ info@inge-glas.de, www.inge-glasmanufaktur.de

Funkelnde Punkte

Stilvolle Eleganz verleiht das Design "Sparkling Dots silver" von Ambiente Europe jeder Tischdekoration. Die Papierservietten, Tissue-Tischläufer und Kerzen lassen sich gut mit weißem Porzellan und Silberbesteck, aber auch mit dunklen Tönen kombinieren.

+ info@ambiente.eu, www.ambiente.eu







NATÜRLICH SCHÖNE WEIHNACHT

Materialien wie Holz und Zement sowie sanfte Farben prägen die neuen Kollektionen von Lang Kunstgewerbe. Auch Tiermotive, besonders Elch und Eule, sind 2016 oft zu finden.

Die kommende Festsaison steht bei Lang Kunstgewerbe ganz im Zeichen der Natur. Ein Beispiel ist die Holzserie "Schneeflocke", die vom kleinen Geschenk bis hin zu weihnachtlichen Dekorationsartikeln eine große Auswahl bietet. Naturholz sorgt in Kombination mit den Farben Weiß, Grau und erdigen Tönen für ein harmonisches Bild. Ergänzt wird die Serie u. a. durch Filz und verschiedene Stoffe. Neu aufgegriffen wird das Material Zement: Neben Deko-Artikeln bietet Lang auch kleine Geschenke wie Figuren und Christbaumanhänger aus dem bislang ungewöhnlichen Material, das sich besonders ansprechend mit Holz kombinieren lässt.

 info@lang-kunstgewerbe.at, www.lang-kunstgewerbe.at

GANZ SICHER BESINNLICH

Nach dem Fest ist vor dem Fest: Zahlreiche Neuheiten für die Weihnachtssaison 2016 präsentiert Krinner. Neben der nächsten Generation des Premium-Christbaumständers sind auch Anregungen für Dekorations-Fans dabei.

Mit einer originellen und funktionalen Innovation ist das neue Premium-Christbaumständer-Modell von Krinner ausgestattet: Ein Glöckchen im Fußpedal erklingt, sobald die Klauen optimal am Stamm liegen, zugleich erfolgt automatisch die Verriegelung. So lässt sich der Christbaum sicher, unkompliziert und bequem im Ständer platzieren. Daneben präsentiert Krinner Neues von Lumix: Die kabellosen Lichter gibt es in der kommenden Saison als Lumix Premium auch in den Nuancen Rot, Gold und Cashmere sowie als Mini-Variante. Und auch die Lumix Deco-Highlights aus Acrylglas, die sich dank Ösen und Saugnapf an vielen verschiedenen Stellen anbringen lassen, bringen mit weihnachtlichen Motiven besinnliche Stimmung ins Zuhause.

+ office@krinner.com, www.krinner.com



Lichteffekte ans Fenster oder den Christbaum bringen die neuen Lumix-LED-Taler von Krinner.

30 stil & markt 1 | 2016 Fürs Sortiment



DER **FRÜHLING**KANN KOMMEN!

Mit frischem Weiß und sanften Pastellnuancen stimmen die neuen Osterartikel von räder aufs Frühjahr ein. Neben Deko-Eiern umfasst die Kollektion u. a. auch Servietten und Postkarten.

Ob aus Porzellan oder Glas, hängend oder stehend: In der neuen Serie bietet räder eine große Auswahl an dekorativen Eiern mit verschiedenen Mustern oder auch humorvollen Sprüchen. Für diejenigen, die keine Muße zum Selbermachen haben, gibt es zudem echte handbemalte Ostereier in verschiedenen Pastelltönen und passenden Dekoren. Außerdem bringen die neuen Federornamente mit Porzellanmedaillon einen Hauch von Frühling ins Wohnzimmer. Die sechs verschiedenen frühlingshaften Postkarten eignen sich ideal, um Freunde oder Familie zum Osterfest einzuladen oder einen lieben Gruß zu verschicken. Und auch für die Dekoration der Ostertafel ist gesorgt: Neben zweierlei Servietten gibt es eine Auswahl an Lichttüten in zwei Größen und mit verschiedenen Motiven, die die Frühlingssonne dabei unterstützen, das Zuhause in ein angenehmes Licht zu tauchen.

+ info@raeder.de, www.raeder.de

FAURLINGS GAU

Frühlingsboten in Pastell: Neue Lichttüten mit verschiedenen Größen und Motiven präsentiert räder in der Osterkollektion.



paperworld

Halle 6.1 Stand D47 30.01. bis 02.02.2016

ambiente

Halle 11.1 Stand D78 12.02. bis 16.02.2015



Festlich in Silber

In zweierlei Lichterglanz erstrahlt der Adventskranz "Purley" von Casablanca: Auf seiner Oberfläche bietet der antik-silberne Festschmuck Platz für vier Adventskerzen, im Inneren zudem für eine Lichterkette.

+ kundenservice@casablanca-design.de, www.casablanca-design.de



Nordische Leichtigkeit

Skandinavisches Flair bringt das Servietten-Trio "Gunda", "Greta" und "Gustaf" aus der neuen "Nordic Christmas"-Kollektion von IHR auf den Tisch. Komplettiert wird der Look durch passende Accessoires wie Becher, Milchkännchen und Textilien.

+ service@ihr.eu, www.ihr.eu



GLANZVOLLE GENUSS-STUNDEN



Speisen mit Stern

Als Teller, Schale oder Anhänger – bei seiner Weihnachts-Serie setzt ASA Selection auf Keramik in Sternform. Erhältlich sind die Artikel in Weiß sowie mit mattroter oder anthrazitfarbener Dekor-Glasur.

+ kontakt@asa-selection.com, www.asa-selection.com





Klassiker im neuen Gewand

Weiße Christrosen, leuchtend rote Amaryllis, Weihnachtssterne und grüne Nadeln: Der Weihnachtsdekor "Winter Rose", den Regula Stüdli für Rosenthal entworfen hat, stimmt festlich. Er kommt auf dem beliebten Geschirrklassiker "Maria".

 info@rosenthal.de, www.rosenthal.de





Als deutsche Vertriebsgesellschaft des renommiertesten italienischen Glaskonzerns suchen wir zur Verstärkung unseres Vertriebs im Bereich Möbelhandel/Tableware

gut eingeführte Handelsvertreter

für die Gebietsaufteilungen:

NORD mit Berlin, Brandenburg, Bremen, Hamburg, Mecklenburg-Vorpommern, Niedersachsen, Nordrhein-Westfalen, Sachsen-Anhalt und Schleswig-Holstein

SÜD mit Baden-Württemberg, Bayern, Hessen, Rheinland-Pfalz, Saarland, Sachsen und Thüringen

Sie sind motiviert und engagiert und können sich für innovative, hochwertige Produkte aus Glas, designed und made in Italy begeistern?

Sie möchten gemeinsam mit uns bestehende Wachstumspotentiale ausschöpfen und weiter entwickeln?

Sie möchten Teil eines professionellen und engagierten Teams sein und von einer starken Marke profitieren?

Dann freuen wir uns auf Ihre Bewerbung, die Sie bitte unter Chiffre SM CH2016 senden an: Meisenbach GmbH, Postfach 2069, 96011 Bamberg.

Fürs Sortiment 1 | 2016 stil & markt 33

CREMIG, SAHNIG, **LECKER!**



Ob als Krönung von heißer Schokolade oder Eiscreme: Schlagsahne hat immer Saison. Umweltschonend und unkompliziert lässt sie sich mit dem Easy Whip von iSi herstellen, den es jetzt in neuer Ausführung gibt.

Ganz ohne Einsatz von Zusatzstoffen lässt sich im iSi Easy Whip Sahne auf Knopfdruck zubereiten. Die neue Variante, Easy Whip Plus, präsentiert sich mit hochwertiger Edelstahlflasche, Silikonkapselhalter und einem handlichen Druckknopf für eine einfache Dosierung. Erhältlich ist das Plus-Modell mit einem Fassungsvermögen von 0,25 oder 0,5 l. Da die iSi-Geräte wiederbefüllbar sind, stellen sie eine umweltfreundliche Alternative zu Einweg-Sprühdosen dar. Daneben lässt sich mit dem Easy Whip laut iSi ein deutlich größeres Aufschlagvolumen erreichen als z. B. im Mixer – für extra cremigen Sahnegenuss.

 isideutschland@isi-group.com, www.isi.com/culinary/de



Ausstechformen für Tannenbaum-Plätzchen in drei Größen bietet Dr. Oetker an.



O TANNEN-BAUM____

Weihnachtlichen Küchenspaß bietet Dr. Oetker mit seinen saisonalen Plätzchen-Ausstechern. Die Backhelfer bestehen aus hochwertigem Edelstahl und sind in verschiedenen Formen und Größen erhältlich.

Ein ganzer "Plätzchenwald" mit Weihnachtsbäumen in drei verschiedenen Größen lässt sich mit dem dreiteiligen Ausstecher-Set "Tannenbaum" von Dr. Oetker (über Zenker Backformen, Aichach) herstellen und fantasievoll verzieren. Die weihnachtlichen Formen haben die Maße 11 x 9 cm, 9 x 7 cm und 7 x 5 cm, lassen sich ineinanderlegen und so platzsparend verstauen. Dank des unkomplizierten Design und des hochwertigen Edelstahls gelingt auch die Reinigung problemlos. Ideale Ergänzung finden die Christbaum-Plätzchen durch weitere weihnachtliche Motive, etwa den Lebkuchenmann, für den Dr. Oetker ebenfalls den passenden Ausstecher anbietet.

+ service@zenker.de, www.oetker-backgeraete.de

34 stil & markt 1 | 2016 Fürs Sortiment

Dori Tscherwinka besuchte Jamie Olivers Restaurants in London und Cornwall.

Dori Tscherwinka unterwegs ...

MIT JAMIE OLIVER IN LONDON UND CORNWALL

Auf ihren Reisen trifft Dori Tscherwinka, Geschäftsführerin von DT-Collection, nicht nur auf fremde Länder und Kulturen, sondern findet dort auch interessanten Lesestoff. Für stil & markt stellt sie ausgewählte Bücher vor – diesmal das Kochbuch "Jamies Superfood für jeden Tag".

"2001 hat Jamie Oliver sein Restaurant 'Fifteen' in London eröffnet, das bis heute sozial benachteiligten Jugendlichen eine Ausbildung in der Gastronomie ermöglicht. Man betritt es über eine ebenerdige Bar und geht dann die Treppen nach unten in den Gastraum mit offener Küche. Dort erlebt man Jamie Oliver in Perfektion: Die einfach guten Gerichte aus frischen Produkten in höchster Qualität sind ein wahrer Genuss – sowohl im Restaurant in London als auch in Cornwall. Das dortige 'Fifteen' ist ein zauberhaftes Lokal in toller Lage direkt am Meer. Natürlich serviert Jamie Oliver dort auch die Gerichte aus seinem neuen Kochbuch 'Jamies Superfood für jeden Tag' (ISBN 978-3-8210-2893-1). Dafür hat sich der Koch auf eine Reise durch die Welt der Gesundheit und Ernährung begeben und präsentiert tolle Speisen, die die Akkus aufladen und den Gaumen kitzeln."

 info@dt-collection.de, www.dt-collection.de

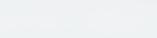




Geschäftsausstattung professionell und günstig

Jetzt Vielfalt entdecken flyeralarm.com





FLYERALARM

Overnight erhältlich (zzgl. Overnight-Konditionen)

30,84 € NETTO

Briefpapier, DIN A4, 90 g Offset, 4/0-farbig bedruckt

DER FRÜHLING KANN KOMMEN!

Passend zur Jahreszeit präsentiert reisenthel neue Dekore für Klassiker und Neuheiten, die mit frischen Farben und fröhlichen Mustern jede Menge gute Laune beim Shoppen bringen. Daneben erhält auch die "mini maxi"-Familie Zuwachs.

Seit über zehn Jahren dienen die flexiblen Taschen des "mini maxi"-Sortimentes als praktische Begleiter im Alltag. Jetzt erweitert reisenthel die Kollektion um drei Neuheiten: Eine umweltfreundliche und schöne Alternative zur Plastiktüte stellt die "mini maxi loftbag" dar, die zusammengefaltet locker in der Jacken- oder Handtasche verstaut werden kann und sich so ideal für spontane Einkäufe eignet. Die Schultertasche "mini maxi happybag" vereint praktischen Nutzen mit ansprechendem Design und sorgt mit vielen Außentaschen für Ordnung und Struktur. Einen besonderen Begleiter für Sport und Freizeit stellt reisenthel mit der "mini maxi dufflebag" vor: Im geräumigen Innenraum findet ein Sportoutfit Platz, in den Außentaschen lassen sich Kleinigkeiten verstauen.



Für einen fröhlichen Start in den Frühling sorgen zudem die beiden neuen Dekore, die sowohl die Neuheiten als auch bewährte reisenthel-Klassiker zieren. Den Trend zu Blumenprints und floralen Mustern greift reisenthel mit "margarite" auf: Weiße Blüten auf schlichtem schwarzen Hintergrund verleihen den mit Blumenmotiven und Bouclé-Optik verbindet. + info@reisenthel.com.



36 stil & markt 1 | 2016 Fürs Sortiment



HOCHLEISTUNG FÜR UNTERWEGS

Ob im Büro, im Urlaub, zu Hause oder auf Geschäftsreise – der "S30" von Vitamix ist dank seines kompakten Formates ein optimaler Begleiter für einen mobilen Lebensstil.

Der Hochleistungsmixer kommt mit einem leistungsstarken 800-950-Watt-Motor, einem besonders langlebigen Antriebssystem aus Metall und lasergeschnittenen Edelstahlklingen. Die von Stufe 0 bis 10 regulierbare Geschwindigkeitskontrolle gewährleistet Flexibilität bei der Verarbeitung. Der "S30" punktet

jedoch nicht nur mit seinen technischen Features, sondern auch mit seinem kompakten Design. Damit vereinfacht der Personal Blender die Zubereitung kleinerer Mengen und individueller Einzelportionen.

Neben einem Standardbehälter bringt der "S30" einen Mix & Go-Behälter mit, so dass man Speisen und Getränke bei Bedarf einfach transportieren kann. Beide sind aus bruchsicherem, BPA-freiem Kunststoff hergestellt.

+ info@vitamix.de, www.vitamix.de

MIT **HIGHSPEED**ZUR ERFRISCHUNG

Troika ist bekannt für originelle und nützliche Geschenkideen. Unter seinen Neuheiten bietet das Müschenbacher Unternehmen jetzt einen Schlüsselanhänger an, der ansprechendes Design mit der Funktionalität eines Kapselhebers verbindet.

"Fast Bottle" heißt der Flaschenöffner im Design eines Sportwagens, der sich mit einem mitgelieferten Ring an den Schlüsselbund anbringen lässt. Gefertigt ist der Kapselheber für unterwegs aus mattem Aluminium. Daher ist er leicht und stabil und liegt dank seiner stromlinienförmigen Gestalt angenehm in der Hand. Daneben bietet Troika auch einen Schutzengel-Schlüsselanhänger in Rose-Gold oder glänzend verchromt mit Swarowski-Elementen. "Emily" heißt das Modell, das nicht nur die Suche nach dem Schlüsselbund in der Handtasche einfacher macht, sondern den Besitzer auch als symbolischer Beschützer begleitet.

⁺ troika@troika.de, www.troika.org

> Design und Funktionalität verbindet der Flaschenöffner-Schlüsselanhänger von Troika



Die neue Batikserie "Splash" ziert u. a. die Homefashion-Sparte von farbenfreunde, z. B. das U-Bootshirt.



AB IN DIE TÜTE!

Verpackungen für individuelle und liebevolle Geschenke präsentiert Braun + Company. Ihren großen Auftritt bekommen Plätzchen, Bonbons und andere Köstlichkeiten mit den Spitztüten und Cellglasbeuteln der aktuellen Kollektion.

Selber Backen liegt voll im Trend. Dabei macht die Herstellung von süßen Leckereien nicht nur viel Spaß, als ganz persönliche Geschenke können die Kreationen auch Freunden und Familie viel Freude bereiten. Braun + Company bietet eine Auswahl an Tüten und Aufklebern, die die Präsente noch zusätzlich aufwerten: Das Sortiment ist dabei umfangreich und hält für jeden Geschmack das richtige parat: so etwa Cellglassbeutel mit oder ohne Clipse in bedruckter oder unbedruckter Variante oder aber Papier-Spitztüten in verschiedenen Formen und Größen. Die neu entwickelten und optisch auf die Kollektion abgestimmten Sticker lassen sich als Verschluss oder zusätzliche Dekoration verwenden. Übrigens: In den Spitztüten lassen sich Plätzchen und Co. auch unkompliziert einpacken, so dass sie als Snack bei Winterspaziergängen genossen werden können.

+ info@braun-company.de, www.braun-company.de





FLAUSCHIG UNTERWEGS

Neben vielen Wohnaccessoires bietet farbenfreunde auch eine umfangreiche Homefashion-Kollektion an. Als neues Design fürs Frühjahr stellt das Löhner Unternehmen "Splash" vor – ein buntes Batikmuster mit dem Charme der 70er Jahre.

Wie alle Artikel der farbenfreunde bestehen auch die Neuheiten aus kuscheligem Nicky-Material, das funktional und angenehm zugleich ist. Das neue Design "Splash" gibt es dabei in drei Farbvarianten: Minze, Hibiskus und Veilchen. Das Batikmuster ziert sowohl Kissen in verschiedenen Größen und Formen als auch die komplette Homefashion-Sparte. Ob Accessoires wie Mützen, Pulswärmer und Schals oder Tops, Hosen und Pullover: Die Homefashion-Artikel von farbenfreunde sind keine Lagerware, sondern werden einzeln auf Kundenwunsch angefertigt. Daher muss man zwar eine Lieferzeit von ca. drei Wochen einplanen, dafür sind die Stücke individuell und persönlich.

 info@farbenfreunde.com, www.farbenfreunde.com

38 stil & markt 1 | 2016 Fürs Sortiment

Flausche-fröhlich

Kunterbuntes Patchwork aus vielen farbenfrohen Karos ziert die Kinderdecke "Daisy" von Steiner 1888. Das 100 x 150 cm große Modell verbreitet auf Anhieb gute Laune und ist – dank des Materials aus 100 % Lammwolle – auch weich und kuschelig.

> + office@steiner1888.at, www.steiner1888.at

KLEIN, **ABER OHO**



Fürs Pausenbrot

Lässt Klassenkameraden Bauklötze staunen: Die "Lunchbox with Handle" von Room Copenhagen (über Jähn) kommt in der Form eines überdimensionierten Lego-Steins daher. Zu haben in Blau oder Rot, ist die Box speziell auf Kinder abgestimmt.

+ info@jaehn.org, www.jaehn.org





BE NINE LIQUE U

Herzige Hüpfer

Die federnden Figuren "Bimble" und "Bumble" von Hoptimist zaubern ein Lächeln auf jedes Gesicht. Das Valentinstagspärchen ist mit großen roten Herzen und liebevollen Botschaften ausgestattet.

Herzige Kissen

Ob allein oder zu zweit: So richtig schön kuscheln lässt es sich mit den Herz-Kissen von farbenfreunde. Sie bestehen aus Nicky, sind made in Germany und u. a. in den Rot-Nuancen Blutorange, Fuchsia, Preiselbeer und Tomate erhältlich.



DA SCHLAGEN_ HERZEN HÖHER

Der Frühling naht und mit ihm die Zeit der Verliebten.
Denn kaum ist Weihnachten vorüber, steht mit dem
Valentinstag am 14. Februar schon das nächste Fest der
Liebe vor der Tür. Für uns Anlass genug, in unserem
Stil-Guide romantische Geschenkideen und Accessoires
vorzustellen, die Herzen höherschlagen lassen – und
zwar nicht nur am Valentinstag, sondern auch bei
Hochzeiten, Jahrestagen oder einfach so zwischendurch:
Freude lässt sich immer schenken ...



Herzige Dekoration

Viele passende Accessoires für romantische Feierlichkeiten bietet Casablanca, darunter die Anhänger im Herzballon-Design. Die silbernen Glasobjekte sind in zwei Größen zu haben und mit Perlonband zum Hängen sowie einem dekorativen Schleifenband versehen.



Herzige Süßigkeit

Für alle, bei denen Liebe durch den Magen geht, hat Lékué (über Jähn) das Richtige parat: Die Backform "Heart Cake Portion" ist in vier herzförmige Segmente aufgeteilt, in denen – je nach Geschmack – unterschiedliche Küchlein gebacken werden können.

40 stil & markt 1 | 2016 Fürs Sortiment



Herzige Karte

Das richtige Umfeld für romantische Liebesgrüße bietet räder mit seinen Valentintags- und Buttonkarten. Der stoffbezogene Herzchenknopf verleiht dem Motiv auf Papier noch das gewisse Etwas und betont den handgemachten Charakter.



Herziger Teegenuss

Zarte Farben und viel Liebe zum Detail prägen die handbemalte Teekanne "Sweatheart" von Mila. Die Keramik-Kanne mit Tasse fasst mit 0,4 l genau die richtige Menge für zwei Portionen so kann man auch dem Liebsten ein Schlückchen abgeben.

Herziger Begleiter

Immer mit dabei, erinnert der Schlüsselanhänger "Lovely Heart" von Troika jeden Tag aufs Neue daran, wie schön die Liebe doch ist. Zu haben ist das süße Herz aus gestanztem Emaille in verschiedenen Farben wie Pink oder Blau.



Herzige Becher

Streicheleinheiten mal anders lassen sich mit den Bechern der "touch!"-Kollektion von Kahla verschenken: Sie besitzen eine samtig weiche Oberfläche für eine besonders angenehme Haptik und sind u. a. mit verschiedenen Herzmotiven erhältlich.

Fürs Sortiment 1 | 2016 stil & markt 41

Messen

Hier gibt's die

Ob regionale Ordertage oder internationale Großveranstaltung: Messen im In- und Ausland bringen unserer Branche immer neue

Produkte, Ideen und Anregungen. Welche Termine Sie sich vormerken sollten und was Sie dort erwartet, zeigen wir Ihnen hier im übersichtlichen Steckbrief-Format.

Neuheiten ...

Christmasworld in Frankfurt

29.01. - 02.02.

Wer: Messe Frankfurt

Was: Trends und Neuheiten rund um saisonale Dekorationen und Festschmuck, Produktkategorien wie Weihnachten & Advent, Saisonale Dekoration & Geschenke, Floristenbedarf & Gartendekoration, Visuelles Merchandising & Licht; knapp 1000 Aussteller (Stand Vorjahr)

Besonderheiten: Sonder- und Trendschauen, Rahmenprogramm mit Experten-Tipps und Fachvorträgen; Ergänzung durch die parallel stattfindenden Messen Paperworld und Creativeworld

+ www.christmasworld.messefrankfurt.com



Unter dem Motto "Seasonal Decorations at its best" gibt es bei der Christmasworld Neuheiten für die nächste Festsaison zu entdecken.



In der Trendschau in der Galleria 1 inszeniert das stilbüro bora.herke.palmisano wieder vier Stilwelten, die die Tendenzen der nächsten Festsaison aufgreifen.

und sozial produzierte Konsumgüter anbieten. Mehr dazu lesen Sie auf der stil & markt-Website unter www.stilundmarkt.de!

Sabine Stenzel

Chefredaktion stil & markt

Merken Sie sich schon

jetzt den "Ethical Style Guide" vor, der erstmals zur Ambiente erscheint. Für diesen neuen Besucherführer hat eine unabhängige Jury Aussteller ausgewählt, die nachhaltige



creativ salzburg Frühjahr in Salzburg

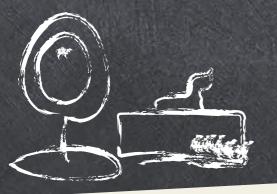
04.03. - 06.03.

Wer: Reed Exhibitions Messe Salzburg

Was: Internationale Fachmesse für Geschenkideen, Wohnaccessoires & Lifestyleartikel; rund 200 Aussteller zeigen auf gut 18.000 m² Ausstellungsfläche ihre Neuheiten u. a. aus den Bereichen Design-, Lifestyle- und Geschenkartikel, Papeterie, Heimtextilien, Hobby- und Bastelbedarf sowie Glas, Porzellan und Keramik

Besonderheiten: Bereich alpines Kunsthandwerk, Souvenirs und Reiseandenken im Alpen-Donau-Adria-Raum; Sonderschauen "Frühjahrs- & Sommerdekoration und Ganzjahresartikel" sowie "Weihnachtsdekoration"

+ www.creativsalzburg.at/fruehjahr



IHGF Delhi Fair in Neu-Delhi/Indien

20.02. - 23.02.

Wer: Export Promotion Council for Handicrafts (EPCH) Was: internationale Messe für Home, Lifestyle & Fashion, 14 Produktkategorien, darunter Geschenke und (saisonale) Dekorationen, Haushaltswaren, Wohnaccessoires, Küchenartikel, GPK, Badezimmer-Accessoires; über 2750 Aussteller, mehr als 190.000 m² Ausstellungsfläche

Besonderheiten: Gezeigt werden sowohl traditionelle, handgemachte Artikel als auch Erzeugnisse kleiner Manufakturen und Nachwuchsunternehmen sowie Bestseller von führenden Exporteuren

+ www.ihgfdelhifair.epch.in



Die Neuheiten von über 2750 Ausstellern zeigt die IHGF Delhi Fair im Februar, ein Schwerpunkt liegt auf dem Bereich Wohnaccessoires.



Seit der Gründung ist Goebel am Standort Rödental verwurzelt – das Bild zeigt die Werkstätte um 1890.

MANUFAKTUR **DER SINNE**

Seit über 140 Jahren bietet Goebel feinste, handgefertigte Objekte aus Porzellan, Glas und verwandten Stoffen an. Heute verbindet das Rödentaler Unternehmen Tradition mit modernem Lifestyle. Damals wie heute verfolgt man den Anspruch, das Bedürfnis der Menschen nach zeitlos schönen Dingen zu stillen und so ein Stück Luxus ins Zuhause zu bringen.

Alles begann anno 1871. Genauer gesagt, am 30. Januar 1871. An diesem Tag im Jahr der deutschen Reichsgründung legten William Goebel und sein Vater Franz Detleff den Grundstein für das Unternehmen Goebel und die heute berühmte Manufaktur der Sinne. 1878 begründete die erste Porzellanfabrik den noch heute bestehenden Standort in Oeslau-Rödental bei Coburg. Von Beginn an stand – wie auch heute noch – der höchste Anspruch an die kunsthandwerkliche Fertigung und der Wille zur Innovation bei Bewahrung der Tradition im Mittelpunkt: "Tradition ist nicht das Bewahren von Asche, sondern die Weitergabe von Feuer", lautet einer der Leitsätze des Unternehmens.

Von Walt Disney bis Pablo Picasso

Und so zeigte sich Goebel in ganz verschiedenen Epochen immer am Puls der Zeit: In der prunkvollen Kaiserzeit mit Luxusporzellan und exotischen Tierfiguren, kleinen Räucherkästchen und Kinderfiguren, die sich auch in Übersee großer Beliebtheit erfreuten. Oder in den Goldenen Zwanzigern, in denen Figuren und Dekorelemente im Stil des Art Déco das Sortiment prägten. Kooperationen mit Schwester Maria Innocentia Hummel oder dem großen Walt Disney prägten die folgenden Jahre, ließen immer neue Ideen ins sich stetig verbreiternde Sortiment einfließen und trugen zur steigenden Beliebtheit bei. Die Entstehung des Geschäftsbereiches "Schenken & Wohnen" im Jahre 1993



legte den Grundstein für die heutige Ausrichtung von Goebel. Weiter verfolgt und ausgebaut wird seit den 1980er Jahren der Ansatz, zeitgenössische Künstler für den Werkstoff Porzellan zu begeistern – ein gelungenes Experiment, durch das ganz besondere Einzelstücke entstehen. Daneben erwirbt Goebel – angefangen mit Pablo Picasso – auch Lizenzen moderner Kunstrichtungen und setzt derzeit die Werke von Klimt, Monet, van Gogh und vielen mehr kreativ in der "Artis Orbis"-Kollektion um. Die Segmente "Nina & Marco", Ostern, Weihnachten und "Rosina Wachtmeister" sind weitere wichtige Sortimentsbereiche. Insgesamt bietet Goebel aktuell rund 2000 Produkte an, darunter 520 Neuheiten.

Der Weg zur fertigen Figur

Bei der Herstellung seiner Produkte setzt Goebel auf ausgewählte Rohstoffe, einen detailgenauen Ablauf des Fertigungsprozesses und kompetente Fachleute, die jeden Schritt in Handarbeit ausführen. Und das sind von der ersten Skizze bis hin zur fertigen Figur so einige: Auf Grundlage der Zeichnungen wird ein Modell aus Ton oder Plastillin hergestellt – ein Prozess, für den selbst erfahrene Mitarbeiter bis zu vier Wochen benötigen. Das fertige Modell wird schließlich in seine Einzelteile zerlegt, von jedem ein Abguss und schließlich eine Gipsform erstellt, mit der

44 stil & markt 1 | 2016 Aus den Unternehmen



Als geschäftsführender Gesellschafter lenkt Hans-Peter Langsch die Geschicke des Unternehmens Goebel.

dann maximal 30 Abgüsse erfolgen können – danach sind die filigranen Details verschlissen und die Form hat ausgedient. Beim sogenannten "Garnieren" werden die noch feuchten Einzelteile zusammengesetzt und von Gießnähten befreit. Als letzten Schritt vor dem ersten Brand bekommt die Figur noch eine "Bossierung", also Nachmodellierung, die ihr noch individuellere Züge gibt. Auch Glasur und Farbaufbringung erfolgen in mehreren aufwändigen Schritten, die jeweils durch einen Dekorbrand besiegelt werden – manche der Figuren gehen bis zu zehn Mal durchs Feuer. Einige von ihnen erhalten abschließend noch eine weitere Veredelung: Bis zu 18 % pures Gold zieren die Unikate, machen sie noch kostbarer und bringen ein Stückchen individuellen Luxus ins Zuhause.

+ verkauf@goebel.de, www.goebel.de

- Unternehmensgründung: 1871.
- Unternehmenssitz: Rödental/Coburg.
- Philosophie: Mit Verbundenheit zum Gestern heute das Morgen gestalten.

Das fertige Modell wird zerlegt und dient dann als Vorlage für die Abgussformen.

Aus den Unternehmen 1 | 2016 stil & markt 45



Ende November 2015 feierte die Neuauflage des Sammelbandes "Marken des Jahrhunderts – Stars 2016" des Verlages Deutsche Standards seine Premiere. Rund 250 deutsche Unternehmen werden darin aufgeführt und mit dem renommierten Preis ausgezeichnet.

Mit seinen Allschnittmaschinen hat es Graef ebenfalls in die Hitliste der "Marken des Jahrhunderts" geschafft.

Unter dem Motto "Stars 2016" wird die Königsklasse der deutschen Marken in einem Buch vereint. Alle drei Jahre wird es von Dr. Florian Langenscheidt publiziert und bietet somit einen Gesamtüberblick der Leistungskraft der deutschen Wirtschaft. Die aktuelle Ausgabe "Stars 2016" präsentiert die am stärksten eingeschätzten deutschen Marken unterschiedlicher Produktsegmente. Aus unserer Branche sind das z. B. alfi, ELO und WMF. Im Rahmen einer feierlichen Gala in Berlin erhielten die Vertreter der rund 250 Gewinner-Unternehmen die renommierte Auszeichnung. Im Vorfeld hatten die Marken ein umfangreiches Auswahlverfahren durchlaufen und waren von einem erfahrenen Beirat für das Kompendium nominiert worden. Mit der Ver-

leihung des Preises sowie der Publikation des Buches geht eine umfangreiche Medienkampagne einher. Dabei steht ein Markenfilm im Mittelpunkt, der – individuell zugeschnitten – jede ausgezeichnete Marke mit Dr. Florian Langenscheidt als Testimonial präsentiert. "Es sind Geschichten, die Marken mit Leben, mit Identität aufladen und sich dadurch ins Gedächtnis der Verbraucher einprägen", begründet der Verleger und Herausgeber die Publikation. "Sie gehören zur Positionierung einer Marke ebenso wie die beständige Arbeit an der Produktqualität, an Innovationen und Werbung."

+ www.deutsche-standards.de

46 stil & markt 1 | 2016 Aus den Unternehmen



Als Spezialist für Tisch und Küche wird WMF als "Marke des Jahrhunderts" gelistet.

Die "Marken des Jahrhunderts"

- alfi die Isolierkanne
- Brita der Tisch-Wasserfilter
- **ELO** die Bratpfanne
- Fürstenberg das Porzellan
- Graef die Allschnittmaschine
- Knirps der Regenschirm
- Leonardo das Glasdesign
- Rastal das Marken-Exclusivglas
- Rösle das Gourmet-Werkzeug
- Wesco die Metall-Manufaktur
- WMF der Spezialist für Tisch und Küche



Wesco (im Bild der Abfallsammler "Pushboy") wird ebenfalls in der Neuauflage des Buches "Marken des Jahrhunderts" aufgeführt.

"Rösle – das Gourmet-



Inge's Christmas Decor, Neustadt

Falls nicht mehr vorhanden, bitte anfordern!

> **Nicht** verpassen!



Aus den Unternehmen 1 | 2016 stil & markt 47

NEUE **POS-AKTIONEN**

Die Unternehmen unserer Branche entwickeln mehrmals im Jahr verschiedene Methoden und Maßnahmen, die u. a. den Verkauf von Produkten fördern sollen. Welche Aktionen demnächst am Point of Sale stattfinden, haben wir für Sie übersichtlich zusammengefasst.

Wer: Gefu, Eslohe.

Was: Frühjahrs-, Sommer- und Winterpromotion in Kooperation mit dem Fitnessmagazin "Fit for Fun".

Wann: während des ganzen Jahres 2016; Ordermöglichkeit bis 30.04.

POS-Material: zu den saisonalen Kampagnen passende Plakate und Warenpräsenter, außerdem Aufsteller, saisonale Rezeptflyer und aktuelle Ausgaben des "Fit for Fun"-Magazins.

Sonstiges: Die Modelle Spirelli, Spirelli 2.0, Spiralfix und Violi erhalten durch das "Fit for Fun"-Logo Empfehlungscharakter.





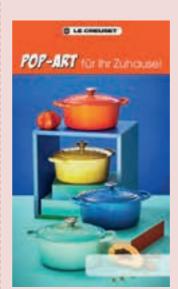
Wer: Severin, Sundern.

Was: Präsentationssysteme für die Multifunktions-Küchenmaschine "James" und den "Wurster".

Wann: ab sofort.

POS-Material: modulares und flexibel einsetzbares System zur Präsentation des Wursters, ergänzt durch eine Produktbroschüre; emotional gestaltetes Verkaufsdisplay mit Anwendervideo für "James".

Sonstiges: umfassende Web- und Social-Media-Aktivitäten, interaktive Microsite www.original-wurster.de und Online-Rezeptdatenbank www.james-and-me.de



Wer: Le Creuset, Kirchheim/

Was: Frühjahrsaktion mit Flyer, Sonderangeboten und Zusatzmaterial für das erste Halbjahr

Wann: 1. Januar bis 31. Mai; Flyer im Fachhandel ab Mitte März

POS-Material: achtseitiger Flyer im Stil der Pop-Art-Bewegung der Sixties mit attraktiven Angeboten; zweierlei Dekofahnen: Das Hochformat "Rainbow" zeigt die Bräter in ihrer Farbvielfalt, das Querformat "Color Splash" ein abstraktes Motiv

48 stil & markt 1 | 2016 Aus den Unternehmen



SO WEICH UND KUSCHELIG!

Die Produkte von farbenfreunde bestehen aus Nicky und sind so besonders angenehm auf der Haut. Optisch setzt das Unternehmen – wie der Name schon sagt – auf kräftige Farben für eine gute Stimmung. Und die wird sich sicher auch bei den Preisträgern unseres Gewinnspiels einstellen, für das farbenfreunde einige Produkte zur Verfügung stellt.

"Ein Team, ein Material, 48 Farben" – das ist Leitspruch und Motto von farbenfreunde. Für den Kunden heißt das: eine große Auswahl an kuschelig-weichen und kunterbunten oder auch dezent gehaltenen Nicky-Produkten – von Kissen und Decken bis hin zu Mode und Accessoires. Für unser stil & markt-Gewinnspiel stellt das Unternehmen mit Sitz in Löhne eine Reihe von Produkten zur Verfügung, die mit ein wenig Glück bald Ihr Zuhause noch ein Stückchen gemütlicher machen könnten.

Ein richtiges "Kuschel-Paket" erhält der Gewinner des ersten Preises: Dieses besteht aus einer 70 x 170 cm großen Strandmatte in



1. Preis

Der erste Preis besteht aus einer Strandmatte mit farblich passendem Kissen

der Farbe "Frozen-Mitternacht", die in einem kuscheligen Frottee-Seesack geliefert wird, sowie einem farblich passenden, quadratischen Kissen in der Nuance "Frozen". Über drei Kissen, allesamt mit den Maßen 40 x 40 cm, darf sich der Gewinner des zweiten Preises freuen. Das Set ist farblich aufeinander abgestimmt: Die Farben "Veilchen Splash", "Veilchen Uni" und "Hummer Uni" lassen sich ideal miteinander kombinieren. Und als dritten Preis stellt farbenfreunde ein kuscheliges Yogakissen in der Farbe "Hibiskus" mit Dinkelspelzfüllung zur Verfügung.



2. Preis

Drei Nicky-Kissen in verschiedenen Farbtönen erhält der Gewinner des zweiten Preises.



3. Preis

Als dritten Preis gibt es das Yogakissen in "Hibiskus" zu gewinnen.

Mitmachen und gewinnen:

Einsendeschluss: 12. Februar 2016 *Welche Antwort ist richtig:*

Aus welchem Material bestehen die Produkte von farbenfreunde?

Seide

Nicky

Mitarbeiter von farbenfreunde sowie des Meisenbach Verlages dürfen leider nicht teilnehmen. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen. Eine Barauszahlung des Gewinns ist nicht möglich. Wir nutzen Ihre Angaben ausschließlich dazu, die Gewinner zu ermitteln. Name und Anschrift der Gewinner werden an das Unternehmen farbenfreunde übermittelt, das die Preise für unser Gewinnspiel zur Verfügung stellt.

Rückfax: 0951/861-149

Oder im Internet: www.stilundmarkt.de

Firma:
Vor- und Zuname:
Funktion/Position:
Betriebstyp/Branche:
Straße (Firmenanschrift):
PL7/Ort (Firmenanschrift):





berichtet stil & markt-Redakteurin Kathrin Frbacher von ihren Erlebnissen als Handelspraktikantin für einen Tag bei One Kitchen in Hannover.

bieten wir einen Vorgeschmack auf die Trends und Neuheiten der Ambiente



Redaktionsmitglied stil & markt

Und zum Schluss ... Sechs Stunden Stau

Das Bild von vollen Straßen und Autobahnen kennt man nur zu gut - vor allem zur beliebten Reisezeit im Sommer kann das Autofahren zur Tortur werden. Stau auf Parkplätzen von Shopping Centern dagegen ist eher selten, kommt aber vor - manchmal in besonders ausgeprägter Form: In England brach kurz vor Weihnachten regelrecht das Chaos aus. Fast alle 13.000 Parkplätze des Bluewater Shopping Centers in Kent waren am Montag vor Weihnachten belegt - eigentlich eine erfreuliche Nachricht für den Handel. Doch heftig wurde es, als sich die einkaufswütige Menge am Nachmittag auf den Heimweg machen wollte. Seltsamerweise überlegte sich eine große Zahl an Kunden gleichzeitig, das Einkaufszentrum zu verlassen. Ausparkende Wagen verstopften schnell die Fahrbahnen und Knotenpunkte wurden blockiert. Nichts ging mehr - fast sechs Stunden lang. Zwar sollen laut der britischen Zeitung Daily Mail Parkwächter versucht haben, einzugreifen und zu koordinieren, doch gegen das große Chaos waren sie machtlos. Die Blechlawine hatte sich festgefahren. Es kam zu lauten Rufen, einschlägigen Gesten und jeder Menge verzweifelten Gesichtern. Statt des Verkehrs flossen bittere Tränen. Eine nervenaufreibende Erfahrung, aus der die Beteiligten hoffentlich lernen, ihren Weihnachtseinkauf künftig besser zu organisieren.

www.stilundmarkt.de

Impressum

17. Jahrgang · Heft 1.2016 91. Jahrgang · DIE SCHAULADE und present ISSN: 1439-3530 · E-Termin: 20.01.2016

Offizieller Partner des



Verlagsanschrift: Meisenbach GmbH Verlag

Franz-Ludwig-Straße 7a 96047 Bamberg Tel.: +49 951 861-0 +49 951 861-158 stilundmarkt@meisenbach de www.meisenbach.de

Geschäftsführer:

Walter Karl Eder w.eder@meisenbach.de

Ulrich Stetter

Print-Chefredaktion:

Sabine Stenzel (DW: -181) s.stenzel@stilundmarkt.de

Ressortleitung:

Daniel Keienburg (DW: -176) d.keienburg@meisenbach.de

Team-Redaktion:

Kathrin Erbacher (DW: -159 k.erbacher@stilundmarkt.de Pia Bohlender (DW: -153) p.bohlender@stilundmarkt.de

Patrick Tonn (DW: -107) p.tonn@meisenbach.de Tanja Kraemer (DW: -119 t.kraemer@meisenbach.de Franziska Smolka (DW: -112) f.smolka@meisenbach.de

Redaktionsassistenz:

Frika Neff-Tahiri (DW: -111) e.neff-tahiri@stilundmarkt.de





www.stilundmarkt.de www.facebook.com/stilundmarkt https://twitter.com/stilundmarkt

Maria Radovanovic (DW: -126)

Anzeigenverkauf:

m.radovanovic@stilundmarkt.de Anzeigen-Monika Schmidt (DW: -100) verwaltung: m.schmidt@meisenbach.de

V.i.S.d.P.:

für Redaktion: Sabine Stenzel (Franz-Ludwig-Straße 7a, 96047 Bamberg)

Fax: +49 951 861-161

Layout:

Katja Herrmann

Druck:

Schleunungdruck GmbH 97828 Marktheidenfeld

Vertrieh:

Ulla Schiel (DW: -101) vertrieb@meisenbach.de

Leserservice:

Meisenbach GmbH Leserservice stil & markt Franz-Ludwig-Straße 7a 96047 Bamberg Tel.: +49 951 861-101 Fax: +49 951 861-158 vertrieb@meisenbach.de Erscheinungs-



monatlich, 10 Ausgaben; Zusammenlegung einzelner Hefte zu Doppelheften vorbehalten.

Bezugspreis

Inland: 95,00 € (inkl. Porto und 7 % MwSt) Ausland Normalpost: 102,00 € Ausland Luftpost: 162,00 € (in der EU bei fehlender Angabe der UID-Nr. zzgl. MwSt.)

Verband Deutscher Zeitschriftenverleger

Mitglied der Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e.V. (IVW), Berlin.

Bei Lieferverzögerungen oder Leistungsausfall infolge höherer Gewalt besteht kein Ersatzanspruch

Die Zeitschrift und alle in ihr enthaltenen einzelnen Bei-Die Zeitschmit und alle ihm enthaltenen einzelnen bei-träge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Mit Annahme des Manuskriptes gehen das Recht zur Veröffentlichung sowie die Rechte zur Übersetzung, zur Vergabe von Nachdruckrechten, zur elektronischen Speicherung in Datenbanken, zur Herstellung von Sonderdrucken, Fotokopien und Mikrokopien an den Sonderdrucken, Fotokopien und Mikrokopien an den Verlag über. Jede Verwertung außerhalb der durch das Urheberrechtsgesetz festgelegten Grenzen ist ohne Zustimmung des Verlages unzulässig. In der unaufgeforderten Zusendung von Beiträgen und Informationen an den Verlag liegt das jederzeit widerrufliche Einverständnis, die zugesandten Beiträge bzw. Informationen in Datenbanken einzustellen, die vom Verlag oder von mit diesem kooperierenden Dritten geführt werden.

Gültig ist die Anzeigenpreisliste Nr. 16.

Inhaber des Verlages Meisenbach GmbH ist die Schleunungdruck GmbH, Marktheidenfeld @Meisenbach GmbH Verlag, 2016

50 stil & markt 1 | 2016 Für Sie