

## MÖBEL AUSTRIA UND KÜCHENWOHTRENDS

## Da ging die Post ab



Das österreichische Fachevent für die heimische Einrichtungsszene ist gelaufen. Und es ist gut gelaufen: Gute Stimmung, gute Gespräche, viel Information und das alles komprimiert an einem Ort in nur drei Tagen. Vom 10. bis 12. gab sich „fast“ die gesamte Branche in Salzburg ein Stelldichein.

**E**in guter Gradmesser für guten Besuch ist immer das, was „Herz und Seele“ zusammenhält, in Salzburg konkret das Graticatering. Am ersten Messetag waren für die Besucher 500 Paar Würstel vorgesehen und diese waren gegen Mittag weg. Der kurzfristige Würstelengpass tat der guten Stimmung aber keinen Abbruch.

Einige Aussteller hatten das Gefühl, weniger Besuch am Messestand zu haben als bei der Veranstaltung vor zwei Jahren, könnte vielleicht daran liegen, dass die österreichischen Küchenmöbler zur Gänze fehlten. Die Qualität der Besucher passte aber allemal. Alfred Reindl (Fa. Schösswender) spricht von extrem hoher Qualität. Auch aus Bayern seien viele gekommen und selbst ausländische Einkaufsverbände waren neben Einkäufern von Großfläche und Co geschlossen vertreten. Ins gleiche Horn stößt auch BSH Chef Michael Mehnert. Er ließ sogar aus Bayern für die zahlreichen Besucher von dort eigenes Beratungspersonal „einfiegen“. Staunen gab es auch bei Brigitte-Küchen, die zahlreichen Besuch aus Slowenien und Kroatien hatten. Diesbezüglich war der zuständige Markenvertreter in diesen Regionen kräftig mit der Werbetrommel für die Salzburger Fachmesse unterwegs gewesen.

Staunen gab es aber bei Besuchern und auch bei den Ausstellern, dass sich keiner der österreichischen Küchenmöbler in Salzburg blicken ließ. Einige Besucher fragten zum Teil nach den Firmen. Na ja – wahrscheinlich ist das ge-

samte Budget in die Hausmessen geflossen und wahrscheinlich ist man überzeugt, am österreichischen Markt präsent genug zu sein. Könnte fatal werden: Ein Newcomer am österreichischen Markt, mit einem last minute Ministand, verwies schon nach dem ersten Messetag stolz auf zwei vollbeschriebene DIN A 4 Seiten. Inhalt: Terminvereinbarungen mit heimischen Fachhändlern.

Kritik kam auch von einigen Aussteller im Bereich der möbel austria – speziell im hinteren Teil der Messehalle. Sie wurden von den davor platzierten großflächigen Ständen mit hohen Wänden „zugemauert“. Hier wird es für die nächste Veranstaltung im Jahr 2019 Verbesserungen geben, verspricht Erich Gaffal, Clustermanager und Veranstalter der möbel austria.

Angesprochen wurde auch, speziell von Michael Mehnert (BSH Chef) dass man über angehängte Publikumstage in Salzburg sprechen sollte. Also Diskussionsstoff für die nächste Veranstaltung in 2019 ist gegeben. Für heuer freut man sich einmal über das gelungene Event.

[www.kuechenwohtrends.at](http://www.kuechenwohtrends.at)  
[www.moebel-austria.at](http://www.moebel-austria.at)

### Die Fakten

Das Mengenwachstum der angereisten 4.279 Fachbesucher aus 24 erfassten Ländern war mit 3,3 % gegenüber der Vorveranstaltung (4.143) solide. Mit rund zwei Dritteln der Fachbesucherschulung führt Österreich (2.946) die Länderliste an, gefolgt von Deutschland (27 %).



## Eindrücke, Statements, News und vieles mehr von der möbel austria und küchenwohtrends

### AEG

#### Alfred Janovsky (Geschäftsführer)



Eine breite Palette an Neuheiten gab es auch bei AEG in Salzburg zu sehen. Geschäftsführer Alfred Janovsky unterstreicht im Gespräch etwa die Steam-Range der neuen Mastery-Range: „Wir bieten bei jedem Gerät eine Dampfunterstützung an. Von der Kompaktversion bis zum AEG SteamPro mit Sous Vide-Funktion. Alles wird bereits mit externen Verdampfern erzeugt.“ Denn eines ist seiner Meinung nach gewiss: „Wir haben das Ende der Fahnenstange bei Dampfgarern noch nicht erreicht.“ Dem zugute

kommt auch ein Trend: „Es ist heute bereits ganz normal, mehrere Backöfen in einer Küche zu installieren. Dazu eine Wärmeschublade, eine Kaffeemaschine. Und auch die Vakuumiergeräte sind jetzt in einem leistbaren Bereich gelandet.“ Auch rein äußerlich imponiert die neue Einbau-Range, die Touch-Elemente sind übersichtlich, die zentrale Steuereinheit liefert eine Haptik, „wie man sie aus dem Auto, bei Audi oder BMW kennt“, so Janovsky begeistert.

Eine Neuheit hat es dem Vernehmen nach dem AEG-Messepublikum besonders angehtan: „Wir haben den Geschirrspüler nicht neu erfunden, aber mit diesem neuen Feature haben wir ein wesentliches Problem gelöst.“ Die Rede ist vom mit dem iF Gold Award, dem iF Design Award sowie dem Red Dot Best of the Best ausgezeichneten AEG Comfort Lift, dem Geschirrspüler, bei dem der Geschirrkorb dem Anwender entgegenkommt. Janovsky: „Bereits in Berlin waren die Leute begeistert. Egal, wem wir es gezeigt haben, alle meinten, ‘das ist ein perfektes Feature’. Die Nachfrage danach war einfach irre. Und auch in Salzburg war die Resonanz enorm. Jetzt gehen wir damit in die Ausstellungen rein.“

Bei den Kühlgeräten verwies Janovsky auf die bereits im Jänner auch für den Einbau eingeführten Kühlgeräte mit costumflex: „Damit kann ich mir den Kühlschrank jedes Mal so herrichten, wie ich ihn gerade benötige.“ Für Kochbegeisterte bedeutet das überdies, mise en place wird damit noch einfacher. Die vorbereiteten Zutaten können ohne umpacken im Kühlschrank gelagert werden.

Weiteres Highlight am Stand: Das breite Angebot an Kochfeldern. „Wir zeigen nur mehr Induktion. In der Erstausrüstung sind es bereits 70% Induktion. Und jede fünfte oder sechste Planungsküche ist bereits eine Lösung mit Muldenlüftung.“ Passend dazu zeigten Janovsky und sein Team die ComboHob. Ebenfalls im Portfolio: Kochfelder mit weißem LED.

Noch eine Besonderheit gab es bei AEG zu sehen. Janovsky: „Wir haben gemeinsam mit der Firma Lechner ein vollkommen flexibles Kochfeld entwickelt, das in jeder Breite zwischen 90cm Tiefe und 120 cm Breite ausgefräst und eingepasst werden kann. Wir starten damit einen Versuch und sehen, wie es angenommen wird.“

[www.electrolux.at](http://www.electrolux.at)

### MIELE

#### Mag. Martin Melzer (Geschäftsführer)

Geschäftsführer Mag. Martin Melzer zeigt sich einmal mehr vom Auftritt am Salzburger Messedoppel überzeugt: „Auch heuer waren wir mit der Fachmesse und den dort getätigten Kontakten außerordentlich zufrieden. Wir konnten fast 80 % der Fachhändler, mit denen wir direkt zusammenarbeiten, auf unserem Messestand begrüßen – ich finde, eine unglaublich hohe Zahl! Die Küchenwohtrends hat sich als sehr wichtige Messe für den Küchenfachhandel etabliert und für uns

hat sie sich auch dieses Jahr in jeder Hinsicht gelohnt.“

Die Produkthighlights für die Besucher waren vor allem das individuelle Kochzentrum „SmartLine“ für höchste Ansprüche, die „Black Wing Music“, Musik aus der Dunstabzugshaube, sowie die neuen attraktiven Einstiegsmodelle „Active“ bei Herden und Backöfen.“

[www.miele.at](http://www.miele.at)





## KÜPPERSBUSCH

### Mag. Hannes Kolb (Geschäftsführer)

TEKA/Küppersbusch-Geschäftsführer Hannes Kolb gibt sich von der küchenwohntrends begeistert: „95% der relevanten Leute sind da, das ist zweifelsohne der Branchen-event. Wenn man da nicht ist, hat man etwas versäumt.“ Auch hinsichtlich der neuen Ranges bei TEKA und Küppersbusch lässt die Resonanz auf der Messe für Kolb keine Wünsche offen: „Die Kunden sehen, dass sich da so viel tut. Es hat sich auch schon herumgesprochen. Sowohl qualitativ als auch optisch haben wir eine neue Welt geboten, wie versprochen. Damit haben wir nun tat-

sächlich die Chance, bei vielen wieder anzuknüpfen und auch wieder Neukunden zu gewinnen. Auch die Tatsache, dass es bei uns keinen Preisverriss gibt, überzeugt.“ So konnte die Mannschaft rund um Hannes Kolb sowohl bestehende als auch neue Kontakte knüpfen. „Da wir nun eine Zweimarkenstrategie haben, die schön aneinander anschließt, mit der Aufwertung von TEKA, gibt es auch keinen Gap mehr. Wir reden daher mit jedem Kunden über beide Marken. Wir zeigen jedem Kunden alles.“

[www.kueppersbusch.at](http://www.kueppersbusch.at)

## PRENNEIS

### Dietmar Aiglsperger (Verlaufsleiter Österreich)

Die Fachmesse möbel austria und küchenwohntrends war für uns eine sehr wichtige Veranstaltung um unsere Produktneuentwicklungen einem interessierten und vor allem qualifizierten Fach-Publikum vorzustellen. Besonders freuen wir uns über die tolle Steigerung der Fachbesucher an unserem Messestand im Vergleich zu 2015. Belohnt wurden unsere Besucher mit Neuentwicklungen im Bereich Wohnen, Schlafen, Garderobe und Jugendzimmer die bald die Serienreife erlangen werden. Gerade die positiven Diskussionen und deren Ergebnisse werden wir bei unseren Neuprodukten noch berücksichtigen und einbringen. Wir konnten die Messe also für einen wertvollen Gedankenaustausch zwischen Fachhändler und der Industrie nutzen. So entstehen Win - Win Situationen für beide Partner. Ein besonderes Highlight war ein Garderobenpaneel mit der Optik und Haptik eines massiven „Schwartling“, der von uns aus hochwertigem Dekor material gefertigt wird. So mancher Besucher war sichtlich erstaunt was in diesem Bereich schon alles möglich ist. Abschließend möchten wir uns noch mal bei allen Besuchern sehr herzlich für ihr Kommen bedanken.

www.prenneis.com



## NEFF

### Thomas Pfalzer (Markenleiter)

„Mit der Genussküche und der gedeckten Genusschüssel bringt NEFF jetzt auch in Österreich Emotionen auf die Verkaufsfläche und fördert die Partnerschaft mit den Händlern. Das Ganze ist eine Marketinggeschichte und der Startschuss für Österreich war jetzt in Salzburg. Wenn der Kunde ins Geschäft kommt, dann soll er sich gleich wohlfühlen. Im Mittelpunkt ist der attraktive Holztisch, schön eingedeckt mit Geschirr, Gläsern und Kerzenleuchtern. Alles kommt direkt von uns, im ersten Jahr jetzt zu 80 Partnern österreichweit. Und alles kann der Kunden nicht nur bestaunen, sondern auch kaufen ... bis zu den Stühlen.“

[www.neff.at](http://www.neff.at)

**BOSCH****Daniel Engelhard (Markenleiter)**

„Die Messe war für uns sehr positiv. Unsere interne Statistik nach dem dritten Messtags bescheinigte uns ein Besucherplus von knapp unter 30 Prozent gegenüber der Veranstaltung 2015. Zeigt, dass unsere Bemühungen hier eine Kommunikationsplattform für den Fachhandel zu schaffen, voll aufgegangen ist.“

Unsere Highlights waren sicherlich unser integriertes Abzugsmodul, das wir hier offen – also mit Verrohrung, einbaugerecht – präsentierten. Die simple Plug- and Play-Lösung kam bei unseren Partnern sehr gut an. Dann heißt es bei Bosch jetzt nicht mehr Geschirrspülen, sondern Geschirrtrocknen. Und da sind wir gleich bei unserem zweiten Highlight: Unserem Bosch PerfectDry Geschirrspüler mit Zeolith. Die Ergebnisse sprechen für sich. Kein Nachtrocknen mehr und das sogar bei Kunststoff.“

[www.bosch-home.at](http://www.bosch-home.at)

**SIEMENS****Mag. Erich Scheithauer (Markenleiter)**

*Markenchef Scheithauer ist von der Spracherkennung auch in der Küche überzeugt.*

Gleich mehrere Schwerpunkte hatte Weißwaren-Riese Siemens im Rahmen der küchenwohntrends auf dem Programm. Zum einen wurde im Rahmen der Generalversammlung des Vereins Forum Küche die neue Studio-Line im neuen Design präsentiert. Mag. Erich Scheithauer, Siemens-Markenchef, äußert sich begeistert: „Wir haben dort die neue Linie vorgestellt, und das Thema Vakuumierschublade und Sous Vide hervorgehoben. Mit Erfolg, alle haben darüber gesprochen.“ Zeitgleich mit Deutschland wird die für die Forum-Küche-Mitglieder ausgelegte Küchenlinie eingeführt. Aber auch der Fokus soll sich etwas verschieben: Die Marke Studio-Line soll in den Vordergrund gerückt werden, gleichzeitig wurden die Qualitätsmerkmale der Handelspartner neu und klarer definiert. „Wir wollen eine

Aktivküche bei jedem Partner“, so Scheithauer. Zur Unterstützung des Möbelhandels wird mit 1. August die Mannschaft um eine Person aufgestockt.

Unterstützend für die Marke Siemens wurde auch der CookingClub auf neue Beine gestellt, wie Karin Zörner, Siemens Brand Marketing, betont. „Wir bieten an unterschiedlichen Locations, in Kochschulen, einem EWE-Schauraum sowie im eigenen Schauraum zum einen CookingShows (um 10 Euro) zur Gerätepräsentation und zum anderen CookingClasses (ab 69 Euro), die in die Tiefe gehen und auf hohem Niveau angesetzt sind.“ Die Bedeutung und Wirksamkeit dieser Veranstaltung steht für Zörner außer Frage: „Hier schaffen wir direkt beim Endkunden eine Auseinandersetzung mit der Marke und den Geräten, die keine TV-Werbung leisten kann.“

**Muldenlüftung, Connectivity und MyKIE**

Produktseitig hatte Siemens neben der Vakuumierschublade und der neuen StudioLine natürlich die eben auch durch eine breite Marketing-Kampagne unterstützte InductionAir im Fokus. Scheithauer ist von der Produktgruppe überzeugt: „Der Konsument kennt es und will es. Wir sind jetzt vor dem Punkt, wo es eine größere Marktverbreiterung erreichen wird. Die Marktstückzahlen

werden deutlich wachsen.“ Und Scheithauer bringt einen Vorteil auf den Punkt: „Du verkaufst zwei Geräte in einem.“

Eine Österreich-Premiere feierte Siemens auf der küchenwohntrends mit der Präsentation von MYKIE (kurz für My Kitchen Elf), einem im Konzept-Stadium befindlichen elektronischen Küchenassistenten. Fabian Kinkel präsentierte den schnuckeligen Computer mit zwinkernden Augen und zog Vergleiche zum bekannten Amazon-Gegenstück Alexa. Kinkel: „Alle Küchengeräte, die connect-fähig sind können mit MYKIE angesteuert werden.“ Noch ist der kleine Küchenhelfer zwar nur der englischen Sprache mächtig, aber das dürfte sich spätestens mit der nächsten Konzeptphase ändern. So kann MYKIE bereits jetzt über den Befüllungsgrad des Kühlschranks Auskunft geben, Rezepte aus dem Internet suchen und vorlesen, das Backrohr auf Ansage vorheizen oder weltweit nach ebenfalls verbundenen Köchen suchen und so einen Austausch quer über den Globus ermöglichen. Scheithauer ist von dem Projekt überzeugt: „Der vernetzte Haushalt, den wir bereits seit einiger Zeit bearbeiten, ist die Zukunft. Die Spracherkennung wird (wie auch bereits auf der IFA gezeigt) in unsere Haushalte einziehen und in die interaktive Steuerung übergehen.“

[www.siemens-home.at](http://www.siemens-home.at) ➤



### BSH Consumer Products Florian Oberkofler (Leiter Consumer Products)

BSH-CP-Leiter Florian Oberkofler war mit seinem Team heuer erstmals am Salzburger Messedoppel und sieht sich in seiner Entscheidung mehr als bestätigt. Oberkofler: „Die Resonanz bei dieser Premiere war sehr gut! Im Fokus der zahlreichen, sehr positiven Gespräche standen klar die vielfältigen Möglichkeiten der Kücheninszenierung in der Ausstellung mit Hilfe von Kleingeräten. Mit geringem Aufwand lässt sich die Wirkung der Küche wunderbar highlighten, so die Erkenntnis der Besucher im Gespräch.“ Auch wurde die Messe ihrem Auftrag als Ordermesse gerecht: „Einige Händler haben gleich vor Ort erste Aufträge platziert, weitere folgen in den nächsten Wochen“, so Oberkofler.

Hinsichtlich Produkten punktete Siemens bei den Kaffeevollautomaten EQ.9 und EQ.6. Bei der Marke Bosch war das Interesse seinen Angaben zufolge für die Küchenmaschinen MUM5 sowie die Stabmixer und Handrührer und die OptiMUM als Ikone in der Küche mit ihrem Vollmetallgehäuse sehr groß.

Es bleibt ein mehr als positiver Eindruck beim gesamten CP-Team rund um Florian Oberkofler: „Es waren ständig Besucher auf dem Stand und die Qualität der Gespräche, aber auch der gesamten Messe war mehr als beeindruckend. Es hat uns viel Spaß gemacht und wir kommen auf jeden Fall wieder!“

[www.bsh-group.com](http://www.bsh-group.com)

### SEDDA

#### Mag. Roland Ragailer (Geschäftsführer)

„Die möbel austria hat in Kombination mit der küchenwohtrends nun ihren fixen Platz im Kalender der Fachmessen. Das hat uns wieder die positive Stimmung unter den Besuchern gezeigt. Das große Interesse des heimischen Möbelfachhandels an sedda's neuen Polstermöbelcreationen hat unseren Weg, funktionelle Polstermöbel mit dem hohen Anspruch an Design und Nachhaltigkeit zu bauen, bestätigt. Entgegen der IMM in Köln haben die österreichischen Händler nicht nur ihr Interesse an Innovationen gezeigt, sondern auch mit Bestellungen ihre positive Haltung zu den heimischen Produzenten bestätigt.“

Auffallend war das Interesse an unseren Boxspring-Systembetten, wie auch an den zahlreichen Polstermöbeln mit elektrischen Verwandlungsmöglichkeiten. Edle Materialien wie Wasserbüffelleder und feinen Möbelstoffen haben das gesamte sedda Sortiment stimmig gemacht und stehen beim Österreicher hoch im Kurs; alles im Sinne nach dem Wunsch nach Authentizität der Materialien, absoluter Bequemlichkeit und purem Relaxen. Wir waren mit der Möbel Austria sehr zufrieden und können nur jedem raten, sich auf Österreichs einziger Plattform heimischen Möbelproduzenten zu präsentieren.“

[www.sedda.at](http://www.sedda.at)



#### Messeschnappschuss

In die Mitte genommen wurde Bettina Brandstötter, Tochter von HKT Geschäftsführer Andreas Brandstötter (links), bei ihrem ersten Messeinsatz. Geschäftsführerin Dr. Brigitte Kornmüller (rechts).