

HEIMTEXTIL

# Gelungener mit Start ins Messejahr



Messestand von A.S. Création: die neue Tapetenakademie

Die Heimtextil hat bereits eine 40-jährige Tradition. Auch in diesem Jahr ist in Frankfurt wieder der Mittelpunkt für die Wohntextil- und Tapetenindustrie. Während viele Hersteller auf prominente Unterstützung für die Vermarktung ihrer Produkte setzen, geht ein Produzent nun einen ande-

ren Weg. Etwa 2.700 Aussteller zeigten Trends, Innovationen und POS-Lösungen rund um die Themen Heimtextilien, Tapeten und zum Teil auch Farbe. Was Wohntextilien angeht, waren für den Baumarktbereich insbesondere die Präsentationen von Albani, Schöner Wohnen und Gardinia hervor-

zuheben. Bei den Gardinen hält der Trend zum Digitaldruck an, außerdem dominieren florale Dessins hier die Szenerie. Im Bereich der Tapeten sind u. a. die Hersteller A.S. Création, Erismann, Marburger, Pickhardt & Siebert sowie Rasch vertreten. Auffällig ist, dass viele Tapetenhersteller mit einem Testimo-

nial zusammenarbeiten, um ihre Kollektionen zu vermarkten. Rasch kooperiert bereits seit einigen Jahren mit Barbara Becker, Marburger mit der Deutschrock-Ikone Nena und Pickhardt & Siebert neuerdings mit dem Designer Guido Maria Kretschmer. A.S. Création arbeitet zwar auch mit namhaften Designern zusammen wie Lars Contzen und Michael Michalsky, das Gummersbacher Unternehmen stellt in Frankfurt jedoch seine neue Tapetenakademie in den Vordergrund. In Zusammenarbeit mit der IHK zu Köln bietet A.S. Création seit dem 01.01 ein praxisnahes Seminarprogramm an, das von den Absolventen mit einem IHK-Zertifikat abgeschlossen werden kann. Eine sehr interessante Form der Weiterbildung von Verkäufern in den Baumärkten, weshalb die ersten beiden Seminartermine bereits ausgebucht sind. Zur Tapetenakademie von A.S. Création und der IHK lesen Sie einen ausführlichen Bericht in der dieser Ausgabe des baumarktmanager. Der Nachbericht zur Heimtextil folgt in der Märzausgabe.

BERICHTIGUNG

## Weber-Stephen

In der Ausgabe 1.2016 von baumarktmanager berichteten wir im Editorial, Weber-Stephen würde zwei eigene Stores neben dem Berliner Flagshipstore eröffnen und damit gleichsam Direktvertrieb machen. Dazu merkt Weber-Stephen-Deutschland-Geschäftsführer Frank Miedaner an: „Weber-Stephen eröffnet neben dem Berliner Flagshipstore keine ‚eigenen Stores‘ und ver-

treibt in diesen Geschäften daher auch keine Produkte selbst. Bei den beiden geplanten Stores handelt es sich um Eröffnungen von unabhängigen Handelspartnern im Rahmen unseres Fachhandelskonzepts. Die Eröffnung in Gründau-Lieblos tätigt zudem ein langjähriger Weber World Partner und somit klassischer Fachhändler am bestehenden Standort.“