Objekttyp: **Advertising**

Zeitschrift: **Werk, Bauen + Wohnen**

Band (Jahr): **99 (2012)**

Heft 4: **Commons**

PDF erstellt am: **19.03.2024**

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.
Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

Frische Brise am Rhein

Trends von der Kölner Möbelmesse

Ein kleines Fläschchen Kölnisch Wasser gehörte früher in jede Reisehandtasche. «4711» ist untrennbar mit der Stadt Köln verbunden. Seit fast 220 Jahren soll das Parfum Körper, Geist und Seele erfrischen. Doch der Klassiker aus der Domstadt ist zwar berühmt in der ganzen Welt, gilt jedoch auch als angestaubt. Das soll sich nun ändern: Das Traditionshaus lancierte kürzlich einen neuen Duft. «Nouveau Cologne» fegt mit einer spritzigen Duftkomposition die Spinnweben von der Traditionsmarke. Ein «Feel-Good-Duft», der für Inspiration im hektischen Alltag sorgen soll.

So frisch wie das neue Eau de Cologne präsentierte sich im Januar auch die diesjährige Möbelmesse. Und dies war dringend nötig. Denn die «imm cologne» hatte sich in den vergangenen Jahren vom «Salone Internazionale del Mobile» in Mailand und der Pariser «Maison & Objet» den Rang ablaufen lassen. Doch plötzlich kann Köln wieder mit jenen Qualitäten punkten, für die es lange kritisiert wurde – seine Unaufgeregtheit und der klare Fokus auf das Business. So waren die wichtigsten Messehallen in Köln-Deutz ausgebucht, zurück an Bord waren Aussteller wie Thonet, die es zuletzt vorzogen, ihre Neuheiten erst in Mailand zu zeigen. Mit insgesamt rund 1160 Ausstellern aus 54 Ländern ist die Messe internationaler geworden. Viele italienische Firmen wie Magis oder Cappellini verstärkten ihr Engagement in diesem Jahr spürbar. Und es kamen sogar jene, die bislang noch gar nicht in Köln vertreten waren wie etwa B&B Italia.

Kontakt zum deutschen Kunden

«In Köln werden Geschäfte gemacht», dieses Motto gilt mehr denn je. Denn entgegen dem Europatrend legten die Umsätze der deutschen Möbelindustrie um sechs Prozent zu, und auch die Aussichten für das Möbeljahr 2012 sind rosig. In diesem Jahr werde die Branche wieder das Umsatzniveau von vor der Wirtschaftskrise des Jahres 2008 in Höhe von mehr als 17 Milliarden Euro erreichen, so Dirk-Uwe Klaas, Hauptgeschäftsführer des Verbands der Deutschen Möbelindus-

