



Fuggerhaus-Hauptkollektion Mystik Garden umfasst neben Fensterdekorationen auch Hussen, Kissen und Lampen.

phics, Transparency und Colour Courage heißen die drei Unterthemen der Kollektion. Sie umfasst dekorative Designs sowie darauf abgestimmte Unis.

Der größte Ausstellungsraum bot Platz für die Fuggerhaus-Hauptkollektion Mystik Garden. Deren drei neue Farbwelten Cream, Opal und Fern wurden optisch voneinander abgegrenzt und in ganzheitlichen Raumsituationen erlebbar gemacht. Für passende Tapeten sorgte Architects Paper, die exklusive Objektmarke von A.S. Création.

Licht, Transparenz und weich fließende Stoffe prägen die Themenwelt Nordic. Hawaii war Inspirationsquelle für die Linie Tropica mit bunten, fröhlichen Farben und weich fließenden Stoffen. World Edition zeigte exklusive Qualitäten mit ausgefallenen Musterungen. Die neue Kinderkollektion Kid's Island mit den vier Themen Piraten, Plix, Tour und Junior umfasst jeweils zwei kombinierbare Dekos und Ausbrenner mit All-over-Musterungen und raumhohen Motiven.

www.raumausstattung.de

Deko+Gardine

Besucherstimmen auf der Interieurwoche:



„Die neue Contzen-Kollektion wird in allen Altersgruppen laufen“, meint Bernd Wagner vom Wohnstudio Molzberger.

Bernd Wagner, Wohnstudio Molzberger (Wissen):

„Ich bin auf der Suche nach neuen Dekorationsideen, und die finde ich hier eher als bei einem Vertreterbesuch, bei dem nur Musterbügel gezeigt werden.“

Die Chance für unsere Branche sehe ich in hochwertigen Produkten, mit denen wir uns von Kaufhausketten, Baumärkten oder ähnlichem absetzen können. Auch mit Service können wir gut punkten: Beratung vor Ort zu jeder Zeit, auch außerhalb der Geschäftszeiten.“



Für Micaela und Diethelm Schäffer waren vor allem die neuen Farbtrends wichtig.

Micaela und Diethelm Schäffer, Das Stoffhaus (Lauffen am Neckar):

„Ganz wichtig sind für uns die neuen Farbtrends. Bei Fuggerhaus sind viele klassische Naturtöne zu sehen. Genau das wird derzeit stark nachgefragt. Ganz anders wirken die Contzen-Stoffe. Das ist junges Wohnen. Toll, die Farbkombinationen!“

Unsere Kunden sollen die Möglichkeit haben, Räume Schritt für Schritt zu gestalten. Dabei setzen wir auf Individualität. Im Renovierungsbereich wollen wir erweiterbare Rundum-Sorglos-Pakete schnüren, uns dabei auch mit anderen Gewerken abstimmen. Ausgesprochen wichtig ist zum Beispiel die Beleuchtung eines Raumes: Ohne das richtige Licht kommen auch die Stoffe nicht genügend zur Geltung.“



Sylke und Bernd Hofmann setzen auf die neuen Themenwelten von Fuggerhaus.

Sylke und Bernd Hofmann, Maler- & Deko-Studio (Wechselburg):

„Als Maler- und Dekostudio bieten wir unseren Kunden die Komplett-Ausgestaltung von Räumen. Darin und in guter, intensiver Beratung und ausgezeichneten Handwerksleistungen sehen wir eine Chance für die Branche.“

Die neue Fuggerhaus-Kollektion hat ganz tolle Farb- und Musterkombinationen mit einer gewissen Eleganz und dezentem Glanz. Auch Lars Contzen finden wir interessant. Allerdings sitzen wir im ländlichen Raum und Contzen spricht wohl eher eine urbane Kundschaft an.“



Olaf Neetzke von der Decor-Union begrüßte die Versuche, mit dem Namen Lars Contzen Interesse für Wohntextilien zu wecken.

Olaf Neetzke, Decor-Union:

„Ich war sehr gespannt auf die Lars Contzen-Stoffe. Die Tapete verkauft sich bei unseren Mitgliedern sehr gut, deswegen finde ich es konsequent, mit den Dessins auch in den Stoffbereich zu gehen. Die angekündigten Produkterweiterungen in die Bereiche Möbel und Lampen und Accessoires finde ich ebenfalls sinnvoll. Das Ziel besteht also darin, über Markennamen und Markenbewusstsein Interesse für eine ganze Produktwelt zu wecken.“