Ein Zuhause für Besucher aus aller Welt: Das Deco Team hat sich zu einem zentralen Anlaufpunkt auf der Heimtextil entwickelt

## DECO TEAM

# MITMACHEN – ERLEBEN – STAUNEN

Die Mitglieder des Deco Teams, Apelt, Gardisette, Heco, Höpke, Porschen, Sonnhaus, Stoeckel & Grimmler und Unland, sorgten für Frequenz an ihren Ständen – mit einem engmaschigen Fachprogramm.

**Text:** Anita Güpping, **Fotos:** Roland Krieg, RZ

Es geht ein bisschen zu wie im Circus Roncalli: Zwischen drehenden Bühnen jonglieren Raumausstatter mit Stoffmustern, stecken Fotos und Tapetenstücke auf weiße Moodboards. Dazwischen lenken und leiten Natalija und Bernhard Zimmermann die Energien der Teilnehmer. Im Rund des Deco Team Forums in Halle 3.0 gibt es keine Zuschauer, nur Akteure. Das Deco Team erfüllte sein Versprechen „Stoffe erleben". Das Setting auf der Heimtextil: eine großzügige Lounge mit Bühne und Bar. Das Angebot: dreimal täglich Trendworkshops mit anschließenden Verlosungen, Cocktails und Abendveranstaltung, ein Frühstück für junge Raumausstatter und Meisterschüler. Als Inspiration zum Mitnehmen und Umsetzen: vier Drehbühnen, die feinsinnig komponierte Stoffdekorationen der Trendthemen „Metropolitan", „Glamour", „Nordic" und „Florida" zeigten. Sie stehen für die Geschmackswelten urban, edel, natürlich und lässig. Ein Fazit? „Unser Zusammenstehen macht uns stark", formulierte es Donata Apelt-Ihling, „wir wollen, dass das Deco Team erfolgreich bleibt." Mit so viel Engagement ist daran kaum zu zweifeln. Die News der Mitglieder lesen Sie auf den nachfolgenden Seiten – die Trends (s. Bilder außen) stellen wir ab der Märzausgabe vor.

## APELT

Das Spiel der Farben beherrscht das Apelt-Designteam: zu beobachten anhand eines Kissenreigens in deckenhohen Regalen. Neu: ein Hauch Exotik mit Schmetterling und Mohnblüte für Mutige. Des Weiteren: warme Grautöne, Türkis, Orange, Karamell und Mokka. „Kunden, die jahreszeitlich dekorieren, schätzen auch unsere Pudertöne“, beobachtete GF Donata Apelt-Ihling. Viel Wert legt man auf unterscheidbare Konzepte – von blumig, über grafisch reduziert bis zu klassisch.

## GARDISETTE

„Mit unserer Besucherfrequenz sind wir bis auf den Freitag sehr zufrieden“, sagte VL Andreas Stanke. Zwar fiel der Dienstag tendenziell etwas ruhiger aus, aber: „Die Qualität der Besucher war sehr gut, wir konnten ergebnisorientierte Gespräche führen.“ Nach einer längeren Pause hat Gardisette wieder eine Kinderkollektion aufgelegt mit Löwe, Pinguin, Fuchs und Co. sowie einem ABC-Druckstoff.

## HECO

„Am Dienstag fehlten uns Besucher, der Mittwoch lief hervorragend“, lautete das Fazit von GF Burkhard Koop. Mit Inbetweens und Doppelgeweben ist die neue Kollektion passgenau auf den deutschsprachigen Markt ausgerichtet. „Wir legen Wert auf spezielle Dinge – batistähnliche Tripplegewebe, lose eingenähte Pailletten, Glanzeffekte, neue Bindungstechniken“, so Koop.

## Trends

So holen Sie Ihre Kunden ab: Mit „Glamour“, „Metropolitan“, „Nordic“ und „Florida“ gibt Deco Team vier Themen vor. Damit werden die gängigen Geschmackswelten abgedeckt.

Alle Tipps und Tricks zur Umsetzung der Trends, Stimmungsbilder und das Making-of gibt es ab der nächsten Ausgabe für Sie zum Nacharbeiten – Inspiration für Ihre tägliche Praxis!

## HÖPKE

Family-Business: Caroline, Olaf und Sigrid Maier, GF, zeigten Verarbeitungsideen: so etwa einen Sessel mit überhoher Lehne, der acht verschiedene Stoffe auf Korpus und Kissen kombiniert. Highlights: die Kollektionen „Q2“ (auf Sessel oben), „Joop“, „Active Line“ und ein Landhausthema. „Die Zahlen sind fast identisch wie im Vorjahr und da lief es gut“, resümierte Olaf Maier, „am Dienstag kamen viele Auslandskunden.“

## PORSCHEN

Den Objektmarkt fokussiert Porschen mit B1-Stoffen in 1,40 und 3,10 Meter Warenbreite, die bei 60 Grad waschbar sind, sowie Blackouts aus Mikrofaser. „Der erste Messetag verlief nicht zufriedenstellend“, sagte VL Sascha Dempwolff. Für Raumausstatter gibt es nun auch einen Konfektionskatalog mit standardisierten Preisen.

## SONNHAUS

Die Beratungsabläufe ändern sich: Der Raumausstatter ist als Problemlöser für das ganzheitliche Einrichten gefragt. Entsprechend hat Sonnhaus mit der „Artcollection“ und den Wandbelägen „Design³“ sein Sortiment abgerundet. Die Artkollektion umfasst 162 neue Artikel – Vasen, Leuchten, Kerzenhalter, Schalen, Garderobenständer – lieferbar ab einem Stück! „Unsere Kunden kommen, weil sie sich inspirieren lassen wollen“, so Stefan und Gerhard Fessl, Alfred Klambauer, GF.

## STOECKEL & GRIMMLER

„Urban Jungle“ und „Deep Summer“ heißen die Kollektionsthemen von Esprit Home. „Urban Jungle“ steht für kräftige Farben und Muster auf weichen Materialien. Bedruckt und gewebt gibt es Kissenhüllen, Fertiggardinen, Plaids und Tischläufer. Bei „Deep Summer“ überwiegen die Pastelltöne.

## UNLAND

„Das Jahr 2015 konnten wir besser als erwartet abschließen“, sagte GF Hendrik Unland. Sonnenschutz und Stoffe in Kombination bleibt 2016 zentrales Thema: „Unser Ideenbuch war dazu ein erster großer Schritt.“ Erstmals wurden Stoffe mit feinen Querverläufen bedruckt, die auch für Plissees geeignet sind – Ergebnis: sehr gelungen. Bei den Schienenfarben kamen Grau und Edelstahl geschliffen hinzu.

## MATERIALO

Bei Active Online, Partner des Deco Teams, stand die Weiterentwicklung der Web-Applikation für den Fachhandel und das Handwerk „Materialo“ im Mittelpunkt. Geschäftsführer Fabian de León stellte eindrucksvoll 3-D-Projektionssysteme für eine neuartige Form der Produktvisualisierung vor. Hierbei lassen sich „live“ Bodenbeläge, Dekorationen oder Heimtextilien im Raumbild darstellen – kaum zu glauben, wenn man es nicht selbst gesehen hat.