

Erfolg mit Lifestyle-Wohnwelten

Quadrato zieht positive Bilanz zum Flächenkonzept „Home“ | Neue Konzepte



„Niagara“: Klar strukturiertes Design, schlichte Formen, warme Eiche. Die Lifestyle-Welt „Niagara“ hat ein breites Spektrum an Einzelobjekten und erfüllt damit nahezu alle Funktionen im Wohn- und Speisezimmer. Diese Kollektion ist perfekt geeignet, wenn es um die Kombination mit anderen Einrichtungsstilen geht.



Abgerundet wird dieses Konzept von der Accessoire-Linie „Freckle“, die sich wunderbar in die schlichte Struktur von „Niagara“ einbettet.

„Die meisten Kunden haben unser Flächenkonzept ‚Home‘ sehr positiv beurteilt“, resümiert Quadrato-Geschäftsführer Claudius Gansbühler die diesjährige M.O.W.

Vor einem Jahr wurde das Konzept auf der M.O.W. erstmals präsentiert und nun habe man den Durchbruch erlebt. „Rund 50 Handelspartner wollen Flächen für unser ‚Home‘-Konzept zur Verfügung stellen, im Oktober starten dann die ersten Studios im Handel“, so Gansbühler weiter.

Für den Start der Studios habe man sich etwas mehr Zeit genommen, um Optimierungspotenziale im Dialog mit dem Handel voll auszuschöpfen. Die meisten Händler fangen zunächst mit zwei der stylischen Themen an, was einer Fläche von 60 bis 80 qm entspricht. Es gibt aber auch schon einige Partner, die die maximale Größe von 150 bis 200 qm umsetzen wollen.

Auf der Messe wurden die vier Lifestyle-Wohnwelten „Reef“, „Niagara“, „Forrest“ und „Trient“ in einer rundum stimmigen Inszenierung präsentiert. Damit dies auch im Handel perfekt umgesetzt wird, plant Quadrato’s Innenarchitektin das Farb- und Präsentationskonzept.

In vier Farbwelten konzipiert

Orientiert an den Wünschen der Zielgruppe zwischen 30 und 60 entwickelte das Eibestädter Kreativ-Team zusammen mit Trend-Forschern und renommierten Designern vier genau auf sie zugeschnittene Wohnwelten für Wohnen und Speisen plus Teppiche, Accessoires, Leuchten und Polstermöbel.

Die vier atmosphärischen, modernen Lifestyle-Welten zur Emotionalisierung des POS sind stilistisch eigenständig und abgestimmt auf den deutschen Markt: Die Konsumenten sollen sich nicht nur in der Atmosphäre, sondern auch im Design und in der Qualität der Produkte wiederfinden, so lautete die Zielsetzung. Die „Home“-Kastenmöbel werden aus furnierter und massiver Eiche produziert. Die „Home“-Polstermöbel sind in trendigen Stoffen erhältlich.



Zufrieden mit der diesjährigen M.O.W.: Quadrato-Chef Claudius Gansbühler (re) und Frank Kossowski, Verkaufsleiter „Home“ und „Direct“. Foto: Schultheiß

Der Sitzkomfort ist hervorragend, denn die Polstermöbel sind teilweise wie Boxspringbetten aufgebaut. „Wir bieten unseren Handelspartnern die Möglichkeit, die ‚Home‘-Wohnwelten zielgerichtet umzusetzen – bis hin zur Flächenplanung alles ‚safe‘ aus einer Hand“, erklärt Claudius Gansbühler. Dazu gibt es umfangreiche POS-Materialien wie Displays, Leuchtsäulen, TV-Attrappen sowie den „Quadrato Home“-Imagefilm. Zusätzlich gibt es ab Ende November ein exklusives Goodie: Die eigens entwickelte Quadrato Home Website www.quadrato-home.net geht Online. Zum Service-Paket von Quadrato gehören unter anderem die regelmäßige Betreuung und Pflege des Flächenkonzeptes, sowie die Schulung und Sensibilisierung der Mitarbeiter vor Ort durch den zuständigen Quadrato-Außendienstmitarbeiter.

Stimmiges Gesamt-Paket

„Das Flächenkonzept ‚Home‘ ist für uns ein ebenso spannender Schritt wie der Einstieg ins konventionelle Segment vor fünf Jahren. Denn wir haben damals nicht nur einfach andere Ware gebracht, sondern auch Strukturen und Prozesse angepasst: Lager, Logistik, EDV, Mitarbeiter und Marketing. Wir haben diesen Schritt durchgezogen und sind heute erfolgreich. Das werden wir jetzt wieder tun. Es hat viel Power gebraucht, um ‚Home‘ auf den Punkt zu bringen. Wir sind fest überzeugt, auch diesen Bereich erfolgreich etablieren zu können“, meint Gansbühler.

„Das Interesse an ‚Quadrato Home‘ ist beim Handel spürbar gestiegen“, freut sich Gansbühler. „Wir haben einen großen Schritt nach vorne gemacht und freuen uns jetzt auf den Start der ersten Studios im Handel.“ Diese sind zum Beispiel zu sehen bei mittelständischen sowie großen Möbelfirmen wie Möbel Hesse bei Hannover, Möbel Sommerlad in Gießen sowie an vier Standorten von XXXLutz, nämlich in Aschheim bei München, in Hirschaid, Nürnberg und Wiesbaden.



„Reef“ – eine Kollektion, die Natürlichkeit, Eleganz und Präsenz widerspiegelt. Wer die Kombination aus Natur und modernem Design mag, ist bei der Lifestyle-Welt „Reef“ genau richtig. Und mit den Accessoires aus der Kollektion „Sundance I“ wird das Milieu optimal ergänzt.



„Forrest“: Klare Formen, krasse Kontraste. Hell zu Dunkel, natürliches Eichenholz zu schwarzem Metall. Kühler Industriestil strahlt Wärme aus. So extravagant präsentiert sich die Lifestyle-Welt „Forrest“. Angeheizt wird sie durch feurige Accessoires der Serie „Sundance II“. Fotos: Quadrato



German Brand Award 2018

Der Möbelimporteur Quadrato ist mit dem „German Brand Award 2018“ in der Kategorie „Industry Excellence in Branding Interior & Living“ unter dem Zusatz „SpecialMention“ ausgezeichnet worden. Für Quadrato ist der Preis gerade deshalb Anlass zur Freude, da gerade das neue „Home“-Konzept gelauncht wurde. Damit positioniert sich Quadrato zum einen im Bereich „Lifestyle“ und eröffnet gleichzeitig einen dritten Unternehmensbereich. Die beiden bestehenden Bereiche „direct“ (Containerware) und „classic“ (Kommissionsware) bleiben weiterhin in bekannter Qualität bestehen. „Über die Auszeichnung mit der Special-Mention des ‚German Brand Awards‘ freuen wir uns sehr. Unser Vorgehen bei Produktdesign und Marketing scheint anzukommen, und so sehen wir positiv in die Zukunft“, sagt Claudius Gansbühler. hoe

moebelmarkt.de → PRODUKT