



CEO Carsten Bergmann (rechts) und Geschäftsführer Dr. Herwig Mehrwald blicken bereits auf der Interzum sehr optimistisch in die Zukunft und planen die nächsten Steps für 2024. Foto: Schultheiß

Gleich dreimal auf dem roten Teppich

Das neue Design-Profil „Facet“ von Raumplus feiert seine Premiere auf den drei wichtigsten Messen der Saison | Neue Programme



Auf der imm Spring Edition überzeugte „Facet“ in dem Ausstellungsformat Pure Galleries. Foto: Raumplus

Besondere Situationen erfordern besondere Maßnahmen. Das dachten sich wohl auch die Macher bei Raumplus, als sie darüber nachdachten, wie „Facet“, das erste komplett neue Profil des Gleittür-Spezialisten seit langem, in dem Markt eingeführt werden sollte. Schließlich wollte man „Facet“, das in Zusammenarbeit mit dem Designer Michael Hilgers entstanden ist, die passende, aufmerksamkeitsstarke Bühne bieten. Und so wurden es statt einer gleich drei Bühnen, wo die Premiere zelebriert wurde: Den ersten Aufschlag machte „Facet“ auf dem Fuorisalone in Mailand, danach folgten die Interzum und die imm Spring Edition, beide in Köln. Und die Resonanz hätte aus Sicht der Verantwortlichen nicht besser sein können.

Ein Hauch von Hollywood

Da Mailand den Anfang machte im Messe-Marathon von „Facet“, wurde hier auch die eigentliche Weltpremiere

für das neue Profil gefeiert. Und wie es sich für eine Premiere gehört, wurde nicht nur symbolisch der rote Teppich ausgerollt. Nach längerer Mailand-Abstinenz hatte sich Raumplus erstmals für eine Teilnahme am Fuorisalone im Stadtteil Brera parallel zum Salone del Mobile entschieden. Der für „Facet“ komplett neu entwickelte Ausstellungs-Kubus, der später auch auf Interzum und imm zum Einsatz kam, wurde hier in einer Galerie in der Corso Garibaldi installiert, der Eingangsbereich ganz im Stile einer Hollywood-Premiere mit rotem Teppich, Absperr-Pylonen und vielem mehr ausgestattet. Ein perfekter erster Auftritt, obwohl die Entscheidung, nach Mailand zu gehen, im Unternehmen erst recht kurzfristig gefällt wurde. Umso besser war die Resonanz: „Wir waren ‚Back in Mailand‘ vor den Augen der ganzen Möbelwelt – und mit unserem neuen prämierten Produkt „Facet“ direkt auch in aller Munde. Entsprechend sind wir mit unserem Auftritt auf dem Fuorisalone

sehr zufrieden“, so Geschäftsführer Carsten Bergmann.“ Gelobt an „Facet“ wurde dabei vor allem der designige Gesamteindruck, das Profil wirkt besonders edel und ästhetisch, einfach anders als das, was man in diesem Marktsegment gewohnt ist. Dazu tragen auch die beiden Design-Farben Champagner und Kupfer bei, gerade Letztere kam beim internationalen Publikum in Mailand und später auch auf der Interzum sehr gut an. Designer Michael Hilgers zeigt sich entsprechend zufrieden mit der Resonanz seiner ersten Zusammenarbeit mit Raumplus: „„Facet“ orientiert sich in seiner grundsätzlichen Konzeption nicht an irgendwelchen flüchtigen Einrichtungstrends. Idee war es vielmehr, ein möglichst minimalistisches und dennoch elegantes System zu schaffen, das zeitlos und somit langlebig ist. Vergleichbar mit einem Möbelklassiker fügt sich ‚Facet‘ dezent harmonisch, jedoch selbstbewusst in jedes bestehende oder neu zu gestaltende Wohn-

Designer und Architekt Michael Hilgers, Kathrin Strauß, Leiterin Marketing & Art Director Raumplus, und Moritz Fischer, Produkmanager Raumplus, freuen sich über die positive Resonanz auf der Weltpremiere von ‚Facet‘ in Mailand.
Foto: Raumplus



umfeld ein. Durch die charakteristische Facettengeometrie wirkt das System weniger ‚kantig konstruktiv‘ als die klassischen Profilsysteme der Raumplus-Kollektion; gleichzeitig unterstreicht dieses Detail insbesondere die hochwertige Materialität des Entwurfes: Die ‚Facet‘-Oberfläche besitzt die Anmutung eines geschliffenen Edelmetalls. Diese sinnlich erfahrbare Textur verleiht dem System eine besondere Plastizität und verleiht gleichzeitig dem geschaffenen Raum beziehungsweise der individuellen Füllung einen wertigen Rahmen.“

für das Unternehmen vergleichsweise kleinen Messestand viel Lob von den Besuchern, die trotz des Juni-Termins und der damit zusammenhängenden niedrigeren Gesamtfrequenz auf der Messe zahlreich zu Raumplus kamen. „Die Entscheidung, mit ‚Facet‘ auch an der imm Spring Edition teilzunehmen, hat sich für uns als völlig richtig erwiesen“, so Geschäftsführer Dr. Herwig Mehrwald und DACH-Vertriebsleiter René Spies übereinstimmend.

Der Edelstein für das Interieur

Das neue Profil „Facet“ konnte auf allen drei Messen direkt überzeugen. Das lag vor allem an dem außergewöhnlichen Design von Michael Hilgers, der sich bei dem Entwurf von den geschliffenen Facetten eines Edelsteins hat inspirieren lassen. Egal ob als Raumteiler, Schranktür oder Entrée zum begehbaren Schrank überzeugt das Profil vor allem auch durch die unterschiedliche Intensität, mit der die verschiedenen Facetten des Profils das Umgebungslicht reflektieren. Das verleiht „Facet“ nicht nur eine besondere Dreidimensionalität, sondern auch ein unvergleichlich edles Aussehen. Dabei bleibt Hilgers‘ Entwurf aber trotzdem minimalistisch clean und geradlinig und wirkt so besonders wertig. Eine perfekte Ergänzung für das Raumplus-Sortiment und eine Bereicherung

für die Gestaltungsmöglichkeiten, die die Systeme des Unternehmens bieten.

Ausstellungen aktualisieren

Dr. Herwig Mehrwald und René Spies sind sich in Sachen Zukunftspläne einig: „In der zweiten Jahreshälfte 2023 widmen wir uns der Aktualisierung von Kunden-Ausstellungen, denn wir verspüren im Handel derzeit den Trend einer Investitionsbereitschaft im Ausstellungsbereich. Mit der Einführung von ‚Facet‘ wurden Begehrlichkeiten geweckt, die wir ernst nehmen und dies bedeutet für uns, unsere Planungssoftware weiterzuentwickeln und durch Schulungen weiter im Markt zu verbreiten.“ Auf 2024 blickend sagt Mehrwald abschließend, „auch 2024 dürfen unsere Händler sich auf Neuigkeiten aus dem Hause Raumplus freuen.“

Arnd Schwarze 
moebelmarkt.de → PRODUKT



Doppel-Premiere in Köln

Nach Mailand war Köln gleich zweimal der Schauplatz für den Premieren-Marathon von „Facet“, den Anfang machte im Mai die Interzum, die für Raumplus ganz im Zeichen des Exports steht und mit der eine gänzlich andere Kundenschicht angesprochen wird. Denn in vielen Exportmärkten stehen nicht die ganzheitlichen Einrichtungskonzepte des Unternehmens im Mittelpunkt, sondern die Profile und Zubehörkomponenten, wie Schösser und Griffe, die dann individuell für den jeweiligen Markt weiterverarbeitet werden. Umso wichtiger, dass das neue Profil auch bei diesen Kunden gut ankommt. Und die Interzum wurde ihrem Ruf als internationale Branchen-Plattform wieder voll gerecht, so dass Raumplus-Exportleiter Roland Lühmann alle wichtigen Auslands-Kunden des Unternehmens, gerade auch aus Übersee, begrüßen konnte – darunter auch eine große Delegation aus Indien. Und auch hier verfestigte sich der Eindruck aus Mailand, dass das neue Design-Profil „Facet“ und gerade auch die neuen Farben Kupfer und Champagner das Portfolio nicht nur ergänzen, sondern eine echte Bereicherung im Bereich der wertigen Eleganz sind.

So wichtig, wie die Interzum für den Export von Raumplus ist, so wichtig ist die imm cologne für den Vertrieb in der DACH-Region – und da machte auch die Spring Edition im Juni keine Ausnahme. Der aus Mailand und von der Interzum bewährte Messe-Kubus war quasi wie dafür gemacht, um auf dem neuen Messeformat „Pure Gallery“ in der Halle 11.2 zu glänzen. Dementsprechend erntete die Präsentation auf dem



Das neue Profil „Facet“ wirkt in den beiden Farben Kupfer und Champagner besonders elegant.
Foto: Raumplus

Den roten Teppich hatte Raumplus seinem neuen Profil zur Weltpremiere auf dem Fuoralone im mailänder Stadtteil Brera ausgerollt.
Foto: Raumplus