Starker Auftritt von DFM auf der M.O.W. mit dem neuen Markenkonzept Sitzkunst bis hin zu POS-Materialien, Vermarktungs-Tools, Homepage und Social-Media-Auftritt.

Starkes Signal für den deutschen Markt

DFM launcht Polstermöbel-Kollektion Sitzkunst I Neue Marke als Bekenntnis zu den Handelspartnern und zu Wachstum in Deutschland

Unter dem Label Sitzkunst lancierte DFM auf der M.O.W. eine neue Polstermöbel-Kollektion und bekräftigt damit sein klares Bekenntnis sowohl zum deutschen Markt als auch zum stationären Fachhandel.
Die neue Marke steht für die Verbindung aus handwerklicher Präzision, moderner Formensprache und verantwortungsvoller Produktion und unterstreicht die Ambitionen von DFM, seine langjährige Präsenz auf dem deutschen Markt weiter auszubauen.

Antworten auf einen bewussteren Konsum

In Zeiten, in denen Menschen Konsumausgaben bewusster tätigen, steige die Nachfrage nach hochwertigen, langlebigen Produkten, so DFM. Sitzkunst sei die Antwort auf genau diese Entwicklung: Die neue Marke soll für Möbel mit Charakter stehen, die Komfort, Design und Wertbeständigkeit vereinen – und somit Kunden ansprechen, die ganz bewusst investieren.

„Kunst“ als Leitmotiv – Sitzen neu interpretiert

Der Namen Sitzkunst stehe für Vielfältigkeit und Kreativität, da Kunst in jedem Bereich des Lebens eine Rolle spiele – auch in der Möbelproduktion. Für DFM ist es die Kunst der Gestaltung, die sich in der Balance zwischen Komfort und Ästhetik zeigt.
Hinzu komme die Kunst der Fertigung. Präzision und handwerkliches Können würden – wie bei einem Tätowierer – auf den Punkt gebracht. Auch die Kunst der Präsentation, die an die Malerei erinnere, wenn Materialien, Farben und Formen harmonisch zusammenwirkten, gehöre dazu. Ebenso die Eleganz der Bewegung, die – wie beim Tanz – in der feinen Linienführung und den perfekten Proportionen der Sofas und Sessel sichtbar werde.
Entsprechend will Sitzkunst sämtliche Ausdrucksformen von Kunst zu einem harmonischen Ganzen verbinden – mit einem Ziel: Das Sitzen neu zu interpretieren – als ästhetisches, sinnliches und emotionales Erlebnis.

Vollstufige Kompetenz

DFM bündelt die Kompetenz eines vollstufigen Produktionsbetriebs vom Design über Holzverarbeitung, Polsterfertigung und Näherei bis zur Endmontage in zwei Werken, die ca. 60 Kilometer voneinander entfernt sind und damit quasi unter einem Dach. Diese vertikale Struktur ermöglicht hohe Qualität, kurze Wege und maximale Flexibilität.
Zugleich lebt DFM ständige Optimierung und Nachhaltigkeit: Digital gestützte Planung, materialeffizienter Zuschnitt, ressourcenschonende Prozesse sowie reparaturfreundliche Komponenten helfen, Ausschuss zu reduzieren, und Durchlaufzeiten zu verkürzen.
Über die Jahre hat DFM durch Know-how, Teamwork und einen umfassenden Full-Service-Ansatz nach eigener Einschätzung immer wieder bewiesen, dass durch enge Zusammenarbeit mit Handelspartnern formschöne, marktorientierte Produkte entstehen, welche die vielfältigen Bedürfnisse der Konsumenten erfüllen. DFM stehe für durchdachte Lösungen, kurze Wege und höchste Verlässlichkeit – von der Entwicklung bis zur Auslieferung.

Partnerschaften vertiefen

Daher sieht sich DFM seit vielen Jahren als verlässlicher Partner des deutschen Möbelhandels. Mit Sitzkunst will der Polsterspezialist diese Zusammenarbeit vertiefen und dazu ein durchdachtes Konzept schaffen, das auf gegenseitigem Vertrauen, klaren Strukturen und echter Exklusivität basiere. Ziel sei es, gemeinsam mit den Handelspartnern die Marke am Markt zu positionieren und langfristig zu etablieren.
Der Auftritt von Sitzkunst am POS ist wesentlicher Bestandteil der Marken-Strategie. Daher stellt DFM seinen Partnern professionell gestaltete POS-Materialien, Vermarktungs-Tools, eine eigene Homepage mit Verlinkungen sowie einen professionellen Social-Media-Auftritt zur Verfügung.
Zu den klaren Regeln und einem konsistenten Markenbild von Sitzkunst gehört auch eine einheitliche Ausstellung in einem zusammenhängenden Studio oder einer Kojenstraße.

Großes Interesse auf M.O.W.

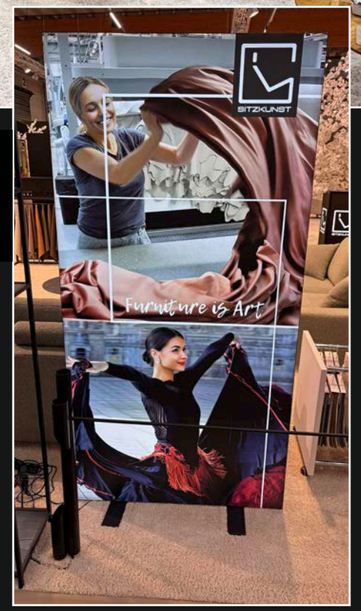
Auf der M.O.W. stieß das neue Markenkonzept laut DFM auf großes Interesse – ein starkes Signal, dass Sitzkunst auch im aktuell anspruchsvollen Marktumfeld breite Akzeptanz finden könne. Schon zum Jahresende plant DFM die Einrichtung der ersten speziellen Sitzkunst-Zonen im stationären Handel.

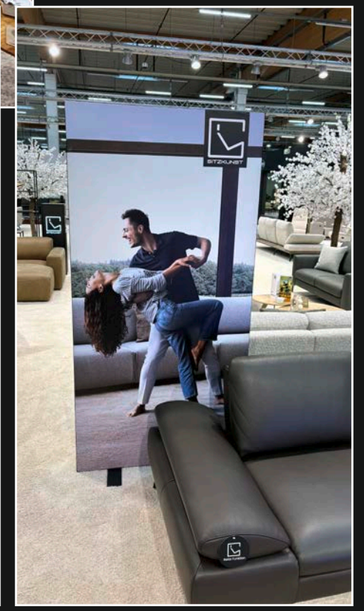
Positionierung der Marke

Sitzkunst richtet sich an qualitäts- und designorientierte Käufer, die vor allem Wert auf Komfort, Funktion und klare Linien legen – von der jungen Familie bis zum stilbewussten Menschen.
Die Kollektion umfasst System-Garnituren und Sofas mit modularen Breiten, Relax-Funktionen, Sessel und TV-Sessel, ein passendes Angebot an Couchtischen sowie ein abgestimmtes Stoff- und Lederprogramm in zeitgemäßen Farben und Haptiken.
Mit der Einführung von Sitzkunst bekräftigt DFM seine klare Strategie, den deutschen Markt weiter auszubauen und die Zusammenarbeit mit dem Fachhandel langfristig zu stärken.
„Die Kollektion steht sinnbildlich für das, was DFM auszeichnet: Design mit Substanz, Qualität mit Verantwortung und Partnerschaft mit Zukunft“, so der polnische Polsterspezialist. gs **MM**

moebelmarkt.de → PRODUKT

Sitzkunst ist die Antwort auf den bewussteren Konsum und steht für Möbel mit Charakter, die Design, Komfort und Wertbeständigkeit in sich vereinen. Fotos: DFM





Sitzkunst will das Sitzen neu interpretieren – als ästhetisches, sinnliches sowie als emotionales Erlebnis.

Sitzkunst will alle Ausdrucksformen der Kunst harmonisch in sich vereinen.