



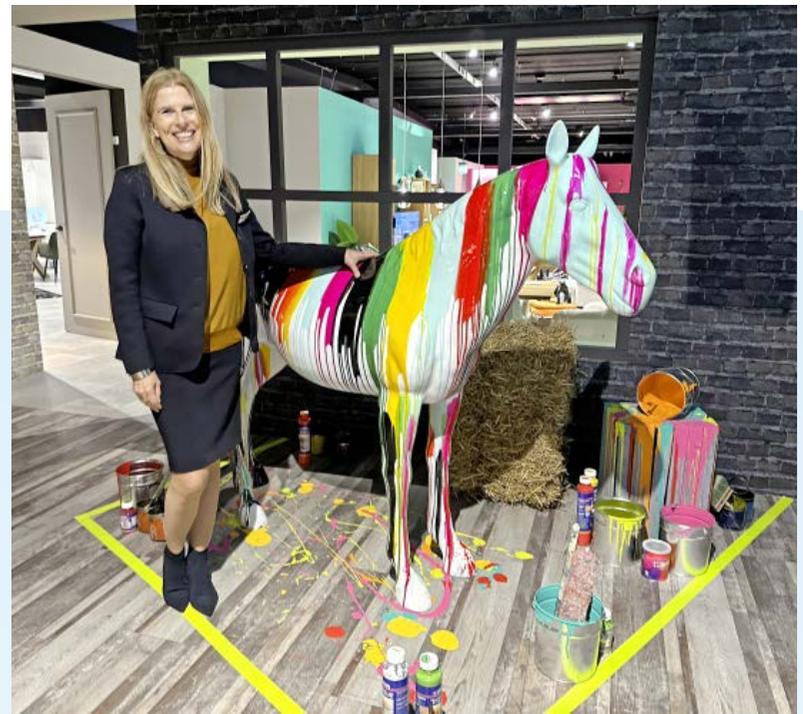
Bettina Zimmermann ist nicht nur erfolgreiches Testimonial für Musterring, sondern auch Produktentwicklerin für ihre „JustBI“-Kollektion. Passend zu den Betten und Sofas gibt es jetzt auch neue Heimtextilien in der Kollektion. Fotos: Musterring/Schwarze



Nicht nur Möbel, sondern auch die vielfältigen Marketing-Themen wie die „starken Seiten“ des druckfrischen Kataloges standen im Mittelpunkt des Interesses bei der Hausmesse.



Set one by Musterring überzeugte unter anderem durch ein flexibles Kommoden-Programm.



Das Bett „Eforma“ ist eine Weltneuheit und lässt sich individuell an den Körper des Besitzers anpassen.

Marketingleiterin Bettina Höner freut sich über die Kooperation von set one mit Kare, die dabei helfen soll, die Marke differenziert darzustellen.

Musterring: Starke Seiten für den Handel

Musterring zeigt zahlreiche Neuheiten für alle Marken und setzt Maßstäbe beim Marketing | Neue Programme

Wohl kaum in einer anderen Hausmesse bekommt man im Herbst einen so umfassenden Marktüberblick wie bei den Internationalen Partnertagen von Musterring im Rahmen der Möbelmeile. Vom Preiseinstieg bei set one über die trendige Marke Gallery M branded by Musterring und die Hauptmarke Musterring bis zum Premium-Einrichten bei WK Wohnen ist hier alles vertreten. Doch direkt zum Einstieg des Rundgangs im Rietberger Messezentrum wurde deutlich, dass Musterring den Schwerpunkt eben nicht nur auf neue Möbel setzt, sondern vor allem auch auf umfassende Marketing-Konzepte. Unter dem Motto „Die starken Seiten von Musterring“ wurden die Gäste deswegen nicht nur von übergroßen Seiten aus dem druckfrischen Wohnbuch für die Hauptmarke begrüßt. Die Schlüsselthemen der Präsentation waren Inspiration, Qualität und Kundennähe und auch in die Diskussion um mehr Nachhaltigkeit in der Möbelwelt wurden die Besucher mit einbezogen. Für das laufende Jahr plant Musterring



Das Gallery-M-Wohnmöbelprogramm „Yannik“ ist jetzt auch in trendigem Light-Grey erhältlich.



WK Wohnen setzte den Fokus vor allem auf das neue Schlafzimmer-Programm „WK 104 Sanremo“.

Premium-Flair im Schlafrum

„All Eyes on Bedroom“ hieß es zur Hausmesse bei der die Premium-Marke WK Wohnen. Denn neben den nochmals gezeigten Neuheiten aus dem Frühjahr, wo der Großteil der frischen WK-Möbel seine Premiere feierte, wurde auf der großzügig gestalteten Fläche das neue Schlafzimmer „WK 104 Sanremo“ vorgestellt. Mit seinen attraktiven Frontoptiken und ganz vielen Individualisierungsmöglichkeiten bei Gestaltung und Höhe überzeugt „WK 104 Sanremo“ im Premium-Wohnumfeld und bringt pure Eleganz ins Schlafzimmer. Der ganzheitliche Einrichtungsansatz von WK Wohnen wird auch hier aufge-

noch die Umsetzung vieler aufmerksamkeitstarker Marketing-Themen: von Beilegern in Frauen- und Wohnzeitschriften über Anzeigen und Großflächenwerbung bis zum Ad Sequencing auf YouTube. Musterring setzt auf einen ausgewogenen Mix zwischen Print und digital. Auch 50 Influencer-Kooperationen verschaffen der Marke eine verstärkte Reichweite.

Kompetenz in allen Bereichen

Doch natürlich weiß man bei Musterring auch, dass das beste Marketing nicht zählt, wenn die Produkte nicht stimmen, weswegen man in allen Bereichen wieder kompetente Neuheiten zeigte. Auffällig dabei, wie eng die einzelnen Warengruppen miteinander verzahnt sind, um einheitliches Einrichten aus einem Guss zu ermöglichen. So wurde die Heimtextil-Kollektion nicht nur um neue Bad-Textilien erweitert, sondern auch

die gemeinsam mit Testimonial Bettina Zimmermann entwickelte „JustB!“-Kollektion wurde um zu den Sofas und Betten passende Heimtextilien wie Bettwäsche, Decken und Kissen erweitert. Aber auch die neuen „Match it!“-Relax-Sessel zahlen auf dieses Konzept ein, lassen Sie sich doch ganz flexibel zu verschiedenen Polster- und Wohnmöbeln kombinieren und machen selbst im Schlafzimmer als gemütliche Sitzecke eine gute Figur.

Im Schlafzimmer konnte Musterring zudem nicht nur mit dem neuen Studio-Konzept „Airline“ überzeugen, das ein echtes Raumwunder ist und in drei Höhen, sechs Elementbreiten und 13 Ausführungen erhältlich ist, sondern auch mit der Weltneuheit „Eforma“. Dabei handelt es sich um ein neuartiges, mit Femira entwickeltes Boxspringbett mit Body-ID-System. Die Unterfederung kann dank seiner beidseitigen, fieberglasbasierten Flexelemente exakt auf

Körpergewicht, Statur und individuelle Vorlieben des Besitzers angepasst werden. Das Ergebnis ist ein besonders gesunder, wirbelsäulen-schonender Schlaf.

Gallery M und set one überzeugen

Viel Aufmerksamkeit wurde auch den Marken Gallery M branded by Musterring und set one by Musterring zuteil. So überzeugte bei Gallery M nicht nur das erfolgreiche Wohnmöbelprogramm „Yannik“ in der neuen Ausführung Light-Grey, sondern auch der neue Esstisch „Tom“ aus massiver Eiche mit viel Beinfreiheit und die neue Preiseinstiegs-Garnitur „Lena“, die der Endverbraucher schon für 1.998 Euro bekommen kann.

Die Präsentation von set one by Musterring hatten die Innenarchitekten des Unternehmens besonders frisch und frech gestaltet und mit dem bunten Pferd im Eingangsbereich, das die Kooperation mit den Deko-Spezialisten von Kare symbolisiert, einen echten Eye-Catcher geschaffen. Erstmals wurde in dieser Markenwelt auch ein teilmassives Wohnprogramm – „Jackson“ – präsentiert, das Endkunden auch in günstigen Preislagen für Massivholz begeistern soll. Optisches Alleinstellungsmerkmal sind dabei die Vitrinenrückwände in der Optik von Akustik-Paneelen. Viel Stauraum auf kleinem Raum kann der Handel dem Endkunden zudem mit dem neuen Kommoden-Programm „riverside“ präsentieren, das mit wenigen Typen große Flexibilität bietet.

Der außergewöhnliche Erfolgs-Tisch „WK 855“, der vom Endkunden individuell gestaltbar ist, geht auf Tournee durch den Handel.



Auch bei der Premium-Marke WK Wohnen soll das neu gestaltete Marketing-Material die Positionierung schärfen.

griffen, weswegen die Lackfarben auf die Teppiche, Bilder und Beistelltische der WK-Kollektion abgestimmt sind. Das Marketing spielt auch im Premium-Segment eine wichtige Rolle und deswegen wurde bei WK Wohnen der Markenauftritt mit dem neuen Slogan „Die Kunst zu wohnen“ geschärft und zeitgemäß angepasst. Werte wie Kreativität, Originalität und Stilsicherheit rücken dabei in den Vordergrund. Besondere Aufmerksamkeit verdient zudem die anstehende „Table-Tour“: Der Esstisch WK 855 ist mit seiner außergewöhnlichen Massivholzplatte so spektakulär, dass WK Wohnen ihn in den nächsten Monaten auf Deutschlandtournee durch die Einrichtungshäuser schickt.

Arnd Schwarze

[moebelmarkt.de](https://www.moebelmarkt.de) → **PRODUKT**

