

Frommholz: Mit neuem Stand zurück in Köln

Modern und design-orientiert



Leicht und geradlinig avancierte „Liberty“ zum Designklassiker im Frommholz-Portfolio. Im schwarzen Alcantara und mit gebürstetem Chromgestell zieht das Möbel schnell alle Blicke auf sich.

Hell und einladend offen: Frommholz präsentierte sich bei seiner Rückkehr in die Kölner Messehallen mit einer frischen und attraktiven Standgestaltung. Einladende und kommunikative Kojen, in denen die modernen Kollektionen optimal zur Geltung kamen, wurden schnell zum Publikumsmagneten. Für seine Handelspartner und Besucher hatte der Hersteller aus Spenge interessante Neuheiten entwickelt. So wurde die moderne Linie mit „Joy“ und „Giro“ fortgesetzt. Passend dazu präsentierten sich die Relaxer „Zeta“ und „Zola“ in schlanker, zeitgemäßer Form. Außerdem zog

der Verwandlungskünstler „Avenue“ (siehe auch Seite 77) die Aufmerksamkeit auf sich. „Diese Modelle, die zum einen sehr modisch und filigran anmuten, zum anderen aber mit vielen handwerklichen Details, Funktionen und Relax-Möglichkeiten aufwarten, verbinden internationalen Lifestyle mit unserer hochwertigen Fertigung“, erklärt Gero Walter Frommholz, Geschäftsführer des Traditionsunternehmens. „Unserem Designer-Team ist mit dieser Sofakollektion der große Wurf gelungen.“

Als Star der Präsentation stand daneben wieder der Designklassi-

Mit „Giro“ setzt Frommholz die Modernisierung seiner Modellpolitik gekonnt fort.



Zurücklehnen und entspannen: Der Relaxessel „Zola“ mit leicht bedienbaren Komfortfunktionen passt sich mit seiner filigranen Optik jedem Ambiente an.



ker „Liberty“ im Rampenlicht. Vor zwei Jahren mit dem „Winner“ des „Interior Innovation Award“ ausgezeichnet, stellt er die hohe Polsterkunst des Herstellers unter Beweis. „Mit ‚Liberty‘ konnten wir bereits in den vergangenen Jahren sehr gute Umsätze verzeichnen. Das hat uns in unserem Vorhaben, die Modellpolitik weiterhin zu modernisieren, bestärkt. Die Modelle ‚Joy‘, ‚Giro‘ und ‚Avenue‘ waren eine logische Konsequenz der konzeptionellen Vermarktung. Die positive Stimmung, das große Händler-Interesse waren auf dem Messestand in jeder Minute zu spüren. Das gibt ein gutes Gefühl für das kommende Geschäftsjahr“, freut

sich Gero Walter Frommholz über die positive Resonanz.

Neben den frischen Modellen punktete Frommholz bei seinen Handelspartnern nicht zuletzt aber auch mit einem optimierten Studiokonzept, das mit neuen und größeren Stoff-Trailern aufwartet. Europaweit sind bereits 120 Premium-Studios am Netz. Bis zu 30 weitere sollen dieses Jahr hinzukommen. Flankiert wird der Erfolg der Studios von einem durchdachten Marketingkonzept, das Frommholz-Prospekte in Tageszeitungen vorsieht und auf Neuheiten aufmerksam macht.

● www.frommholz.de