



Presseinformation Heimtextil Frankfurt 2010

Rekordjahr bei Vossen

2009 war für Vossen ein außergewöhnliches Rekordjahr: Trotz spürbarer Auswirkungen der Wirtschaftskrise in wichtigen Exportländern wie VAE, England und im gesamten osteuropäischen Raum, gelang in den Kernmärkten Deutschland und Österreich eine überdurchschnittliche Umsatzsteigerung, was insgesamt ein Umsatzplus im abgelaufenen Geschäftsjahr von mehr als 15 % bedeutete sowie das beste Betriebsergebnis seit 15 Jahren.

Besonders erfreut ist man bei Vossen über das Ergebnis der im letzten Oktober durchgeführten Marktanalyse: diese ergab, dass die Bekanntheit von Vossen (ungestützt, repräsentativ für die gesamte deutsche Bevölkerung) doppelt (!) so hoch ist wie für die Nr. 2 und fünfmal so hoch wie für die Nr. 3. Weiters gaben 61 % aller Befragten an, dass sie sich sehr gut vorstellen können, dass Vossen ihr Lieblingshandtuch (!) sein könnte. Das entspricht 50 Millionen Bundesbürger - eine äußerst interessante und chancenreiche Ausgangsposition für alle Vossen Händler in der Zukunft.

Neue Produktionstechnik: Die Vossen „AIR-pillow Technologie“:

In den letzten 24 Monaten wurde die Produktion am Hauptstandort Jennersdorf total erneuert und logistisch sowie prozesstechnisch auf den neuesten Stand gebracht. Kernelement dieser ultramodernen Produktion ist ein völlig neues und einzigartiges Ausrüstungsverfahren, das die herkömmlichen, alten Walkprozesse ablöst:

Die „AIR-pillow Technologie“:

Unter höchster Schonung der einzelnen Frotterschlingen entstehen unter heißen Luftdüsen Handtücher, die nicht mehr weich bis lappig sind sondern „zart“.

Dadurch entsteht auf der Haut ein angenehmer, zärtlicher Streicheleffekt, der „die Sinne“ sprich die Nervenzellen wohltuend anregt. Das ergibt ein angenehmes Gefühl von Entspannung und neuer Kraft.

Immer mehr Leute leiden unter Stress, Hektik und Anspannung, wir nehmen uns immer weniger Zeit für uns selbst und zahlen dafür einen hohen Preis... Vossen folgt deshalb der jahrhundert, ja Jahrtausende alten Erkenntnis asiatischer und europäischer Kulturen, die schon damals die entspannende, belebende und neue Kraft spendende Wirkung eines Bades erkannten.

Vossen mit der neuen Air pillow Technologie ist die perfekte Vollendung eines wohltuenden Bades ... kurz „A Touch of Energy“.

Die neuesten Farben und Dessins, alles mit der neuen „AIR-pillow Technologie“

Die bewährten Vossen Kollektionen wie Calypso Feeling, Paris Supersoft, Vienna Style und Deluxe wurden um die neuesten Farbtrends, überwiegend aus dem pink bis viola sowie grün - Bereich ergänzt. Immer 3 oder 4 harmonische Farbnuancen bilden eine attraktive Farbgruppe, die auch so zusammen im Regal präsentiert werden sollte.

Der Höhepunkt des Sortiments ist aber die neue „Energy“ – Kollektion: 3 Sortimentslinien mit je 6 perfekt zum Thema passenden Farben werden unter dem Begriff „Energie Tanken mit Vossen“ vorgestellt:

1. „Natural Energy“, mit einer zeitlosen Kästchenborte deren „peeling effect“ durch **Leinengarne** unterstützt wird; in Farben, die sich aus Steinen, Holz und Erde ableiten.

2. „Elements of Energy“: Hinter einer ultramodernen Netzbordüre liegt ein Gewebe mit **Silberfäden**, als Symbol für die beste Leitfähigkeit negativer Energieströme und für absolute Reinheit, alles in 6 supermodernen Pastellfarben.

3. „Asian Energy“: Hier spürt man schon im optischen Gesamtbild die Ruhe und Eleganz der asiatischen Religionen, symbolisiert durch eine eingewebte Lotusblume, die Borte mit **Seidengarnen** durchwebt, was eine einzigartige, samtene Zartheit ergibt.

In 6 opulenten Farben der asiatischen Fauna.

**Keine neuen Jacquards,
dafür wunderschöne
Kombinationen
mit Dekorstoff-Bordüren**

Vossen verzichtet auf Grund von Marktforschungen diesmal ganz auf Jacquard Dessins, da diese in der BRD im Verhältnis zur tatsächlichen Konsumentennachfrage bei weitem überrepräsentiert sind: Dafür gibt es zu den Kollektionen „Vienna Style“ und „Calypso Feeling“ Abwandlungen mit wunderschönen Dekorstoff-Bordüren. Dekorstoffe als Flachgewebe lassen Dessins viel attraktiver erscheinen als auf den unruhigen Flor eines Frottiergewebes. Echte Gustostücker! moderner Handtuch Dessins.

**Jeansstoffe in verschiedenen
stone-washed Optiken nun
auch bei Hand- und
Strandtüchern.**

Die Marktforschung zeigte auch einen Bedarf an „jungen, frechen Dessins“: Die Antwort 2010:

„Vossen Jeans“.

Mehrere Indigo-Farbstellungen in „stone-washed“ Ausführungen, z.T. wiederum mit attraktiver Dekorstoffapplikation und für ganz Mutige auch in einem „Flicken – Dessin“.

Dazu passende Strandtücher (natürlich mit Handy Tasche) und freche Bademäntel, zwar nicht im „five pockets“ aber immerhin im „two pockets“ style.

**Bademäntel in 2 Richtungen:
modisch leicht und klassisch.
Alle mit modischen und
bequemen Extras**

Völlig neu präsentiert sich auch die aktuelle Bademantel-Kollektion, in einer guten Mischung aus modisch leichten Stoffen und klassischen, schwereren Frottierqualitäten für das perfekte Kuschn nach dem Baden. Zu jedem Thema gibt es top modische „Apps“ und alle Mäntel sind mit einem „musterrechtlich geschütztem Element versehen, das das Tragen von Vossen Bademäntel viel, viel angenehmer macht. - Lassen Sie sich überraschen.

**Vossen setzt voll auf
das Thema „Energie“:
Energie Tanken
und Energie sparen.**

Vossen bringt im dt. Sprachraum das erste Handtuch in „Energiespargröße“. Statt nur im herkömmlichen Handtuchformat 50 x 100 cm gibt es Calypso auch in der Größe 50 x 80 cm, völlig ausreichend für eine Hand- oder Gesichtswäsche. Das spart 20 % Energie- bzw. Anschaffungskosten.

Außerdem trocknet die gesamte neue Vossen Hotelkollektion „Vossen Energy ***** um 20 % schneller, was wiederum mindestens 20 % Energie spart. Und schließlich setzt sich Vossen voll für die Senkung der Waschtemperaturen von 95, 60 bzw. 45 Grad auf 20 Grad ein. Dies ist Beitrag zum Thema „Zukunft gestalten“.

Der Messestand ist voll vom Thema „Energie Tanken“ inspiriert, beginnend mit einer chill out Lounge und Bar bis zu einem „Energie Tempel“ mit Massage-Möglichkeit zur Entspannung für unsere Besucher.

Dort werden auch die zwei neuen Shopkonzepte vorgestellt:

In schwarzem Glanzlack oder als asiatische Energy-Box. Ein Erlebnis darin zu schnuppern...

**Unser Ziel: Der „beste Partner“
für den Heimtextilhandel zu sein**

Vossen hat sich zum Ziel gesetzt, der „beste Partner“ des modernen Heimtextilienhandels zu sein. Das beginnt bei der von Vossen angebotenen FOA („Flächen-Optimierungs-Analyse), reicht über die Vossen Merchandisingunterstützung und Farbkombinationsberatung bis zu diversen, sehr attraktiven Möglichkeiten für Werbepartnerschaften.

Hinweis: Da wir jeden Besucher perfekt beraten wollen, ist der Besuch des Messestandes nur nach vorhergehender Anmeldung bei unserem Standzugang möglich.

Wilhelm S. Haböck
Geschäftsführer
Vossen GmbH & Co. KG
Vossenlände 1
A-8380 Jennersdorf

Tel. 0043 664 326 13 85
haboeck@vossen.com

Jennersdorf, 4. Jänner 2010

Alle beiliegenden Bilder:
Frei verwendbar, da alle Rechte bei Vossen Marketing