

Neue Design-Kollektion feiert in Frankfurt am Main Premiere

Beurer auf der Ambiente 2008: Von der Waage zum Designobjekt

Pressekontakt:

Kerstin Kreuchauf
Beurer GmbH & Co. KG
Söflinger Straße 218
89077 Ulm
Tel. 0731/3989-137
Fax 0731/3989-139
kerstin.kreuchauf@
beurer.de

Marian Weber
Trademark PR GmbH
Goethestr. 66
80336 München
Tel. 089/44446740
Fax. 089/444467479
beurer@trademarkpr.eu

Ulm/München, 22. Januar 2008 – Auf der diesjährigen Ambiente (08.02 - 12.02.) in Frankfurt am Main führt Beurer die Besucher in aufregende Designwelten. Das Ulmer Unternehmen präsentiert in Halle 8.0/Gang K/Stand 99 seine neue „DesignLine – next generation“ und verwandelt damit den **ambiente Alltagsgegenstand Körperwaage in ein Einrichtungs-Accessoire. Die „DesignLine“ vereint ausgefeilte Technik mit abwechslungsreichen Drucken, hochwertigen Materialien und passenden Accessoires. Vier Kollektionen, von dezent spielerisch bis hin zu luxuriös, feiern auf der weltgrößten Konsumgütermesse Premiere und lassen keine Wünsche offen. Dabei gerät das Wiegen fast zur Nebensache.**

DESIGNLINE.

Mit der neuen „DesignLine – next generation“ greift Beurer das erfolgreiche Konzept der im letzten Jahr vorgestellten Reihe „GS 27/28“ auf und entwickelt dieses konsequent weiter. Insgesamt fünf Kollektionen mit unterschiedlichen Design-Ausrichtungen erwarten die Besucher auf der Ambiente. Während die *Home Collection* auf eine frische, farbenfrohe und klar strukturierte Formsprache setzt und aktuelle Badtrends aufgreift, die *Ornaments Collection* durch verspielte Ornamente besticht, ist die *Style Collection* von Einflüssen verschiedener Kulturen (z.B. asiatisch oder afrikanisch) inspiriert. Die *Luxury Collection* krönt die Design-Linie durch die Verwendung edler Materialien. Hierbei wird die Waage beispielsweise mit einem Lederbezug versehen oder mit Strass-Applikationen verziert, was in diesem Produktsegment bisher einzigartig ist.

„Die DesignLine – next generation trägt dem Trend eines wachsenden Anspruchs an Ästhetik und Stil-Bewusstsein Rechnung. Mit insgesamt fünf verschiedenen Kollektionen versuchen wir einen möglichst großen Kundenkreis anzusprechen und dabei aktuelle Design-Strömungen zu berücksichtigen. Ziel ist es, die Waage zu einem integrierten Lifestyle-

Produkt in den eigenen vier Wänden werden zu lassen.“, kommentiert Kerstin Kreuchauf, Marketingleiterin Beurer, das Konzept.

Die Home Collection – Beurer setzt Akzente im Bad

Mit einer Waage aus der Home Collection lassen sich in jedem Bad auf einfache Weise stilvolle Akzente setzen. Die Dekors reichen von dezent leichten grafischen Illustrationen bis hin zu farbenfrohen Streifenmotiven. Für alle, die den Designgedanken noch ein Stück weiter denken wollen, bietet Beurer etwas ganzes Besonderes. Passend zum Design der Waage erhält der Kunde ein Accessoire (z.B. Handtuch), welches das entsprechende Dekor widerspiegelt. Design-Liebhaber können somit ihr Bad in einem völlig neuen Ambiente erleben.



Über Beurer

Beurer wurde 1919 gegründet und steht für Gesundheit und Wohlbefinden. Angefangen mit den ersten Heizkissen in Deutschland umfasst das Produktportfolio unter anderem Heizdecken, Blutdruckmessgeräte, Fieberthermometer, Personen- und Küchenwaagen, Fußbäder und Luftbefeuchter sowie Pulsuhren. Das Unternehmen mit Hauptsitz in Ulm unterhält ein weltweites Distributionsnetz in über 80 Länder und beschäftigt derzeit ca. 350 Mitarbeiter. Weitere Informationen finden Sie unter www.Beurer.de.