

Heidrun Brinkmeyer (Ballerina) und Phillip Blum, Geschäftsführer des österreichischen Beschlag-spezialisten aus Höchst, präsentieren das Auszugssystem „Legrabox“ im neuen Farbton „Art Pepper“. Damit wertet der Küchenmöbelhersteller sein Produkt durchgehend auf. Ab 1. November 2021 werden alle Ballerina-Küchen nur noch mit der „Legrabox“ ausgeliefert. Die Farbvariante ist Standard, die Edelstahlzarge („Inox“) gegen Aufpreis.





Fotos: Biermann



Die neue Innenorganisation „OrganiQ“ wurde zusammen mit der TU Kaiserslautern entwickelt, wobei der Focus auf der Nachhaltigkeit der gesamten Prozesskette lag. Der Verbundstoff besteht zu 78% aus Naturfasern, konkret aus Hanf und Kenaf zu gleichen Teilen. Hinzu kommen duroplastische Bindemittel auf Wasserbasis zur Vernetzung. Das Produkt ist laut Ballerina frei von Formaldehyd und Phenolharzen.

Unter der Überschrift „FreeWORLD“ fasst Ballerina mobil bzw. flexibel einsetzbare Küchenausstattungen zusammen. In der Kollektion 2021 ergänzen das vielseitig einsetzbare Modul „FreeBRIDGE“ (Foto) und der Servierwagen „FreeMOBILE“ (für drinnen und draußen) dieses Angebot. Und gesellen sich damit zu den bereits erhältlichen Gestaltungselementen „FreeSTYLE“, „TakeAway“ und „FreeSTYLE WALL“. Konzipiert und gestaltet wurden alle Produkte der „FreeWORLD“ von Kristina Meyer und Thorsten Rosenstengel.

Premiumauszug wird neuer Standard

Die „Legrabox“ von Blum ist der neue Auszug-Standard bei Ballerina-Küchen. Mit dieser hochwertigen und geradlinigen Unterflur-Lösung unterstreicht der Küchenmöbelhersteller seinen Anspruch an die gehobene Küche. Neben der schon seit 2014 im Ballerina-Programm erhältlichen Edelstahlvariante „Legrabox Inox“ ergänzt nun die Ausführung „Legrabox ART“ in den Varianten „pure“ und „free“ das Angebot - und ersetzt das bisher

eingesetzte Auszugssystem „Agantis Select“ von Grass. Hand in Hand geht diese Neuheit mit der Einführung der neuen Designfarbe „Art Pepper“. Dabei handelt es sich um einen warmen, dunklen Grauton, der vielfach kombinierbar ist und sich als Alternative zu Schwarz empfiehlt. „Mit der ‚Legrabox‘ in ‚Art Pepper‘ wollen wir einen neuen Branchenstandard setzen“, sagte Heidrun Brinkmeyer, geschäftsführende Gesellschafterin. Im

Gespräch betonte sie, Ballerina bei Endverbrauchern noch stärker als Marke positionieren zu wollen. Dafür setzt das Unternehmen noch intensiver als bisher auf die Mechanismen des verzahnten Marketings sowie auf eigene Markenshops (als Shop-in-Shop oder Monobrand) und exklusive Marketingkooperationen, wie aktuell mit dem Saug-Wisch-Roboterhersteller ZACO. Für ein Jahr exklusiv bei Ballerina ist auch die Oberfläche „Resopal PRO“.

„Karbon-metallic satinierter“: ein weiterer „Smart Glas“-Ton (Acrylglas) bei Ballerina. Die Insel wurde mit der neuen Korpushöhe 84,5 cm gestaltet. Dabei handelt es sich um den extra-hohen XL-Korpus.



Anzeige



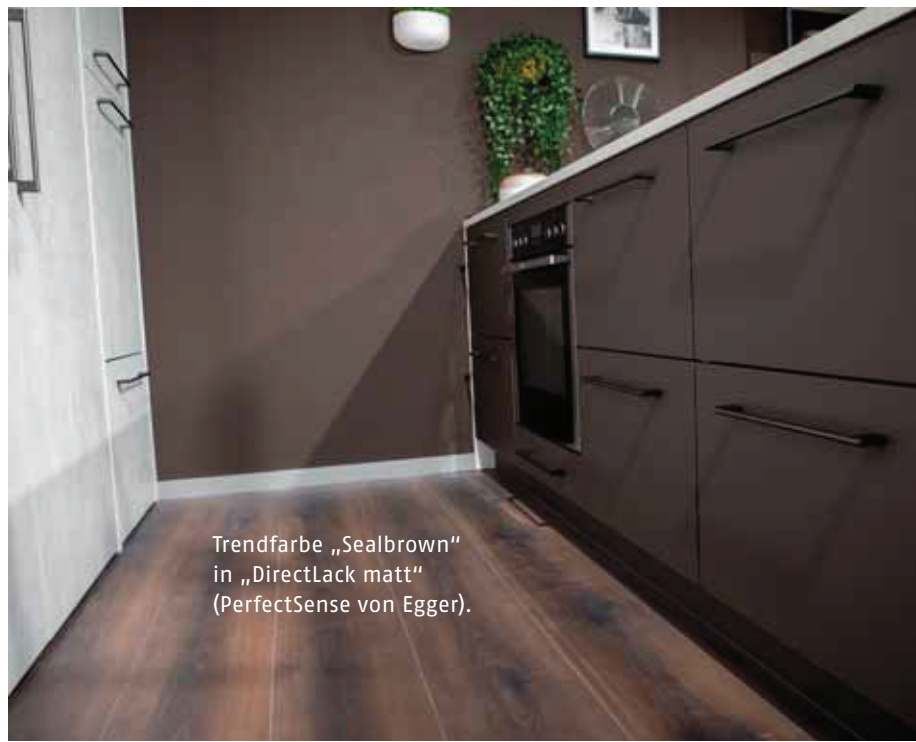
Wirkt warm und edel: Elegante Rahmenfronten in der Trendfarbe „Royalgrün“ (Samt-Lack), kombiniert mit „Classic Oak“ und Glas-Vitrinenschränken.



„Resopal PRO“ (Preisgruppe 3) ist eine supermatte, besonders robuste und dazu antibakterielle Oberfläche (hier in Titangrau), die Ballerina als künftige Alternative zu „Fenix“ sieht. „Fenix“-Fronten (PG 4) bleiben aber weiter im Programm.



Vom neuen Eichedekor „Classic Oak“ (Synchronpore) erwartet sich Ballerina viel. Wer möchte, kann auch den Fußboden mit dem Kaindl-Dekor gestalten.



Trendfarbe „Sealbrown“ in „DirectLack matt“ (PerfectSense von Egger).



Die Design-Rückwandverkleidung im neuen Ritzenhoff-Design setzt einen betont individuellen Akzent. Gestaltet wurde es von der aus Prag stammenden Designerin Lenka Kühnertová.



10/11/2020

Fotos: Biermann



Der derzeit besonders beliebte Saug- und Wischroboter von ZACO bekommt in der Ballerina-Küche eine eigene Garage. Solche Lösungen integriert der Küchenmöbelhersteller schon seit vier Jahren – und nun auch speziell in dieser Marketingkooperation. Unter dem Motto „Küche und Roboter im gleichen Design“ (in diesem Fall im neuen Farbton „Art Pepper“) werden die beiden Unternehmen in sozialen Medien auftreten und Handelspartnern Aktionen anbieten.