**Cersaie 2019 – „Performed to nuance“**

**XX-Dünn, XX-Stark, XX-Groß.
Detailsubtil, archaisch oder Cosmo Contemporary.
Ströher Gruppe mit Wohn-, Outdoor- und Fassadenkeramik in Bologna**

**Auf der Cersaie 2019 präsentiert sich die Dillenburger Keramikgruppe nach drei Jahren Abwesenheit erstmals mit allen drei Marken in ganzer anwendungsspezifischer Bandbreite auf einem Stand. Im Fokus stehen dabei nicht nur designstarke Produktneuheiten in gewohnt klarer Handschrift aus den Bereichen Wohn- und Outdoorkeramik sowie Fassade, sondern auch ein neues Vermarktungskonzept, das zwei Keramikwelten miteinander verbindet.**

Unter dem Motto „Performed to nuance“ sind die Messeneuheiten der Ströher Gruppe ein Beispiel dafür, wie man Böden, Wände und Fassaden mit dem Naturprodukt Keramik um die Nuancen differenziert oder auch die Statements setzt, die den feinen Unterschied in der Wirkung erkennbar machen. Die innovative Entwicklung und Anwendung neuer Ströher-Design-Technologien in puncto Oberflächenveredlung und Farbgebungsverfahren ermöglicht dies und liefert eine detailsubtile Keramik-Höchstleistung für anwendungssichere Ursprünglichkeit.

Patrick Schneider, Geschäftsführer Ströher Gruppe: „Die Cersaie gehört neben der Bau in München wieder zu unserem festen Messekalender. Wir haben uns in den vergangenen Jahren vom Nischenanbieter für Funktionskeramik zu einer Keramik-Gruppe entwickelt, die sich mit ihren drei starken Marken, in unterschiedlichen Produktsegmenten und mit differenzierten Vertriebskonzepten auch in puncto Architektur- und Projektkompetenz stark entwickelt und international etabliert hat. Die Cersaie liefert uns jetzt eine gute Plattform, um diese Internationalisierung weiter voranzutreiben und gerade auch die Marke Gepadi, die wir bisher nur in Deutschland vertrieben haben, international zu launchen. Denn auch die Cersaie verzeichnet in den letzten Jahren eine gestiegene Attraktivität für Architekten und Planer sowie eine sehr hohe Internationalität. Das macht Bologna für uns als Gruppe zur idealen Präsentations- und Dialogplattform unserer Produkt-, Architektur- und Anwendungskompetenz. Und liefert für unser Multi-Channel-Vertrieb-System interessante Perspektiven, das neben dem Industriekundengeschäft für die Fassade vor allem auf den Fachhandel für den Vertrieb unserer Wohn- und Outdoor- und Fassadenkeramik setzt. Denn gerade für den Fachhandel stellen wir ein Vermarktungskonzept vor, das die Produktbereiche Klinker und Wohnkeramik miteinander verbindet.“

**Cosmo Contemporary: Wohnkeramik- und Outdoortrends von Gepadi**

Cosmo Contemporary ist bei Gepadi weiterhin Programm: Neue Serien, neue Oberflächen und Produkt-Upgrades von XX-Dünn über XX-Stark bis XX-Groß. In Bologna stellt der Interieur-Experte für das zu Beginn des Jahres vorgestellte Architekturkonzept Gepadi Surround weitere Formatergänzungen vor. 6 mm ultra-dünn in High-End 1 x 1 m. Oder als eindrucksvolle Gartenplatte im extrastarken High-End-Format 60 x 120 cm. Nicht Cosmo, sondern „Wooden Contemporay“ präsentiert sich Gepadi Woodchic, ein täuschend echter Eichenlook im Holzdielenformat 20 x 120 cm.

**Ströher: Retromodern auf Terrassen und Balkonen**

Mit der neuen grobkeramischen Bodenserie „Selected“ beweist Ströher einmal mehr seine Outdoor-Kompetenz und setzt in Sachen verlegesicherer Grobkeramik ein neues Ausrufezeichen. Als retromoderner Sichtbeton-Mix bietet „Selected“ in drei Farben plus Dekor in den Formaten 30 x 60 und 30 x 30 cm und dem Loft-Formteilsortiment den gewohnt anwendungsstarken Konzeptkomfort.

**Ausdrucksstarke Fassaden und Wände**

Mit gleich drei neuen Serien präsentiert der Extrudierspezialist Ströher auf der Cersaie 2019 ein leistungsgeballtes Produktfeuerwerk in Sachen Klinkerriemchen. Archaische Ausbrände, rußige Schmauchfahnen, Schmolz und Setzspuren akzentuieren innovativ und facettenreich in der Serie „Brickwerk“ einen ausdrucksstarken Kohlebrand- und Ringofen-Look im NF/DF-Format. Noch kraftvoller proportioniert präsentiert sich die Serie „Brick 60“, das derzeit längste auf dem Markt erhältliche Klinkerriemchen-Format von ungebändigten 60 Zentimetern. Dagegen sanftrau im Ausdruck, aber dennoch selbstbewusst inszeniert „Wasserbrand“ im Dünnformat den historischen Wasserstrich-Look in progressiver Art und Weise.

**Neuer Vermarktungsansatz: Innenwände betonen – für mehr Atmosphäre**

Dass Klinker nicht nur was für Außenfassaden sind, beweisst die neue Vermarktungskampagne „Statementwände“, welche die Produktbereiche Klinkerriemchen und Wohnkeramik miteinander verbindet. In der wohnkulturellen Gestaltung von Innenwänden ersetzen Klinkerriemchen Sichtbackstein und liefern dabei ganz unaufgeregt Akzente. Ein teilverklinkerter Bereich oder eine ganze Wand werden so zum echten Statement. Das aus Ton gebrannte Naturprodukt liefert dabei nicht nur optisch, sondern auch energetisch eine Wohlfühl-Atmosphäre, wertet den Raum auf und verleiht ihm eine individuelle Handschrift. Für den Fachhandel steht ab sofort ein ganzheitliches Konzept zur differenzierten Zielgruppenansprache zur Verfügung.

 **Signature Ceramic and Clinker**

Die Ströher Gruppe ist ein weltweit agierendes hessisches Keramik-Unternehmen, das am Standort Dillenburg auf die Produktion und den Vertrieb von Signatur Keramik und Klinker spezialisiert ist, also auf Keramikfliesen und Klinkerriemchen, die eine besondere Handschrift tragen. Die Muttergesellschaft Ströher gilt seit 1884 als einer der führenden deutschen Hersteller von stranggezogenen Klinkerriemchen für Fassaden und frostsicherer Outdoorkeramik für Terrassen und Balkone. Die Tochtergesellschaften Gepadi und Ströher Living vermarkten im Geschäftsfeld der Wohnkeramik Feinsteinzeug-Lifestyle-Fliesen für den Boden und die Wand.

Anschläge mit Leerzeichen: 5.698

Hinweis: Der Artikel ist ab sofort zur Veröffentlichung freigegeben. Abdruck kostenfrei. Belegexemplar an unten stehende Adresse erbeten.

Noch Fragen? Ihr Kontakt:

Ströher GmbH, René Skotarczyk, Marketingleiter

Ströherstraße 2–10, 35683 Dillenburg

Fon: +49 2771 391-315, Fax: +49 2771 391-330 rene.skotarczyk@stroeher.de, www.stroeher.de