

9 OBSAH

1	ÚVOD.....	3
1.1	Distribuce, východiska nábytkové výroby a obchodu.....	4
2	HISTORIE VÝROBY A OBCHODU S NÁBYTKEM.....	5
2.1	Výroba pro vlastní potřebu, řemeslná výroba a cechy, nábytek jako umění.....	5
2.2	Oddělení výroby a prodeje, počátek sériové výroby.....	7
2.3	Počátky českého nábytkářského průmyslu – firma Thonet.....	9
2.3.1	Významné momenty historie firmy v 19. století.....	10
2.3.2	Thonet 20. století.....	12
2.4	Výroba a obchod s nábytkem v období 1. republiky.....	14
2.4.1	Spojené UP závody.....	14
2.4.2	Jindřich Halabala.....	16
2.4	Jan Vaněk.....	18
2.4.4	Obchod s nábytkem v období první republiky.....	20
2.5	Výroba nábytku a obchod v období socialismu.....	22
2.5.1	UP závody Rousínov.....	23
2.5.2	Nábytkářský výzkum.....	24
2.5.3	Obchod s nábytkem, o.p. Nábytek Brno.....	26
3	SOUČASNÝ NÁBYTKÁŘSKÝ PRŮMYSL A OBCHOD.....	32
3.1	Světový a evropský nábytkářský průmysl.....	32
3.2	Klasifikace produkce nábytkářského průmyslu.....	34
3.3	Současný nábytkářský průmysl.....	34
3.3.1	Nábytkářský průmysl po vstupu ČR do EU.....	37

3.3.2	Perspektivy českého nábytkářského průmyslu.....	38
3.3.3	Významní čeští výrobci nábytku.....	41
3.3.3.1	Alliance Jitona/Tuculum.....	41
3.3.3.2	Hanák Nábytek.....	43
3.3.4	Asociace českých nábytkářů.....	44
3.4	Evropský obchod s nábytkem.....	46
3.4.1	Německo.....	46
3.4.1.1	Porsche v kuchyni – Poggenpohl.....	47
3.4.2	Itálie.....	48
3.4.2.1	Světový obr ve výrobě a prodeji plastů Kartell.....	48
3.4.3	Francie.....	49
3.4.3.1	Příklad rodinného podniku - Ligne Roset.....	49
3.5	Současný obchod s nábytkem v ČR.....	50
3.5.1	Zlaté časy českého nábykářství do počátku krize.....	52
3.5.2	Konkurence a perspektivy českého obchodu s nábytkem.....	52
3.5.3	Fenomén IKEA.....	54
3.5.4	Současná struktura prodejen.....	57
3.5.5	Design.....	59
3.5.5.1	Designcentrum České republiky.....	63
4	MARKETING.....	64
4.1	Segmentace trhu, stanovení pozice produktu či obchodní značky.....	65
4.2	Nástroje marketingu.....	66
4.2.1	Produkt – 1. nástroj marketingového mixu.....	67
4.3	Značka.....	68
4.4	Marketing a inovace.....	68
4.5	Strategie maloobchodní organizace, cílová skupina a sortiment.....	69
4.2.2	Propagace – 4. nástroj marketingového mixu.....	69
4.2.2.1	Rozumově a citově zaměřená zpráva, její struktura, komunikační cesty.....	69
4.2.2.2	Reklama, tištěná reklama, rozhlasová a televizní reklama.....	71
4.2.2.2.1	Jak zvýšit účinnost reklamy.....	73
4.2.2.2.2	Reklamní kampaň a mediaplán.....	74
4.2.2.3	Podpora prodeje - nástroj propagace.....	75
4.2.2.4	Publicita.....	77
4.2.2.5	Osobní prodej.....	77
4.2.2.6	Životní cyklus produktu a účinnost nástrojů propagace.....	78
5	PROPAGACE V NÁBYTKÁŘSKÉ FIRMĚ.....	78
5.1	Rozpočet propagace a jednotlivé položky.....	78
5.1.1	Výstavy.....	80
5.1.2	Firemní tiskové materiály.....	80
5.1.3	Plošná inzerce v tištěných médiích.....	82
5.1.4	Rozhlasová a televizní reklama ve vztahu k nábytku.....	84
5.1.5	Reklamní plochy.....	85
5.1.6	Další kapitoly rozpočtu.....	87
5.2	Vizuální styl - designmanuál.....	87
5.2.1	Vizuální konstanty jednotného firemního stylu.....	88
5.3	Prodejna - místo realizace prodeje nábytku, umístění, orientace.....	90
5.3.1	Dispoziční a výstavní řešení, aranžmá.....	92
5.3.2	Informace o výrobcích a prodejní personál.....	94
5.3.3	Jak nakupovat nábytek.....	95
6	VÝSTAVNICTVÍ.....	97
6.1	Rozvoj obchodní a výstavní činnosti.....	97
6.2	Zajímavosti z dějin světových výstav.....	97
6.2.1	I. Světová výstava v Londýně.....	97
6.2.2	II. Světová výstava v Paříži.....	99
6.2.3	IV. Světová výstava v Paříži.....	100
6.2.4	V. Světová výstava v Paříži.....	101
6.2.5	Výstava dekorativního umění a průmyslu v Paříži.....	102
6.2.6	Světová výstava Brusel – EXPO 58.....	104
6.3	Evropské nábytkářské výstavy.....	106
6.3.1	Salone Internazionale del Mobile Miláno.....	106

6.3.2	Salon du meuble de Paris a Maison&objet.....	110
6.3.3	IMM Kolín nad Rýnem (Internationale Möbelmesse).....	116
6.3.4	Kalendář významných evropských výstav nábytku.....	121
6.4	Rozvoj obchodní a výstavní činnosti na území České republiky.....	121
6.4.1	Výstavní činnost v Praze.....	123
6.4.1.1	Všeobecná zemská výstava (jubilejní) v Praze.....	123
6.4.1.2	Národopisná výstava v Praze.....	124
6.4.2	Brněnské výstaviště na Bauerově rampě.....	124
6.4.2.1	Období první republiky.....	124
6.4.2.2	Výstava soudobé kultury.....	125
6.4.2.3	Poválečné období brněnského výstaviště.....	127
6.4.2.4	Porevoluční období brněnského výstaviště.....	130
6.4.2.5	Mezinárodní veletrh nábytku a interiérového designu Mobitex.....	131
6.4.3	Výstavní aktivity v jiných městech ČR.....	133
6.5	Výstava nábytkové firmy.....	134
6.5.1	Proč a jak vystavovat nábytek.....	134
6.5.2	Organizace výstavy.....	135
6.5.2.1	Komunikace s organizátorem.....	135
6.5.3	Příprava výstavy.....	137
6.5.3.1	Exponátová náplň.....	138
6.5.3.2	Výstavní systémy a atypy.....	139
6.5.3.3	Vymezení expozice.....	140
6.5.3.4	Aranžmá.....	141
6.5.3.4.1	Členění výstavní plochy, podlaha, pohled, stěny.....	141
6.5.3.4.2	Instalace exponátů.....	142
6.5.3.4.3	Osvětlení.....	142
6.5.3.4.4	Dekorace.....	143
6.5.3.4.5	Zeleň – květinová dekorace.....	144
6.5.3.4.6	Dynamická dekorace expozice, lidé.....	144
6.5.4	Provoz výstavy.....	145
6.5.4.1	Informace pro zákazníky.....	145
6.5.4.2	Starifikace designéra.....	145
6.5.4.3	Hodnocení exponátů.....	146
6.5.4.4	Péče organizátora o vystavovatele a návštěvníky výstavy.....	146
6.5.4.5	Péče vystavovatele o firemní zákazníky a média.....	147
6.5.5	Ukončení výstavy.....	147
7	ZÁVĚR.....	149
8	LITERATURA.....	149
9	OBSAH.....	150