

„Einfach eine geniale Messe“

Ein Plus bei Ausstellern, Fläche und auch Besuchern - so lässt sich das am 12. Mai zu Ende gegangene Fachmessedoppel küchenwohntrends & möbel austria auf den Punkt bringen. Veranstalter Trendfairs hat für dieses Event wieder mal alle Register gezogen und sich damit selbst übertroffen. Michael Rambach zeigt sich im E&W Gespräch dementsprechend zufrieden aber auch voller Tatendrang, was die nächste Vorstellung 2019 betrifft. Darüber hinaus erläutert „Mr. küchenwohntrends“, was eine gute Messe aus- bzw. Trendfairs anders macht.

TEXT: Stefanie Bruckbauer | FOTOS: S. Bruckbauer, Trendfairs | INFO: www.kuechenwohntrends.at

Drei Tage Sonnenschein – so die wohl kürzeste Zusammenfassung für das jüngst beendete Fachmessedoppel küchenwohntrends und möbel austria 2017 in Salzburg. Ein Blick auf die Details zeigt: Deutlich gewachsene Messefläche, über 10% mehr Aussteller und Marken plus nochmaliger Besucherzuwachs. „Doch bei allem Erfolg“, wirft Veranstalter Trendfairs ein, „das Zahlenwerk allein sollte nicht im Mittelpunkt stehen. Mindestens genauso wichtig für die Bilanz dieser nunmehr länderübergreifenden Präsentation für die Möbel- und Küchenmöbelindustrie, ihre Zulieferer und Zubehörlieferanten, die Elektrogerätebranche, wichtige Verbundgruppen und Dienstleister ist nämlich der bleibende Eindruck und das sichere Gefühl, bei einem hochwertigen, hervorragend nachgefragten Spitzenevent dabei gewesen zu sein.“

STIMMUNGSBAROMETER

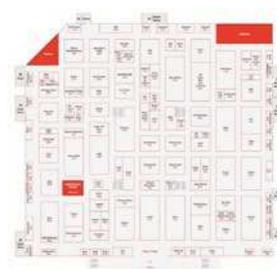
Die Stimmung von Aussteller- wie Besucherseite war an allen drei Messtagen hervorragend, von allen Seiten gab es reichlich Lob: für die einzigartigen Präsentationen und die qualifizierten Vorträge auf den Siemens Podium Events, für begleitende Services und die perfekte Infrastruktur. Ausstellerseitig wurde zudem vor allem die von Trendfairs geleistete Vorarbeit gelobt. „Die Organisation war wie immer top“, sagt zB. Sebastian Dunkl, VL bei Schüller Küchen. „Im Vorfeld der Messe wurde viel getan, dementsprechend

positiv fiel die Besucherfrequenz aus.“ Und auch Martin Oberwallner, GF Der Kreis, stellt fest: „Die Messe war wirklich sehr gut organisiert. Es hat alles sehr gut funktioniert.“

Das Thema der Show lautete auch dieses Jahr „das Verschmelzen der Lebensbereiche Kochen, Wohnen, Leben und Kommunikation“. Die Ausstellungsfläche von küchenwohntrends und möbel austria war bereits vor Buchungsende vollständig belegt und umfasste heuer 15.165 Quadratmeter. Das sind 11,5% mehr als 2015, wo 13.600 Quadratmeter bespielt wurden, was bereits einem Zuwachs um ein Drittel im Vergleich zur Premierveranstaltung 2013 (10.048 m²) entsprach. Insgesamt stellten heuer 221 Aussteller und Marken aus. Im Vergleich dazu: 2015 zählte die Messe 200 Aussteller, bei der Premiere 2013 waren es 130.

„PUNKTLANDUNG“

Dieses Jahr reisten insgesamt 4.279 Fachbesucher aus 24 erfassten Ländern an. Das entspricht einem Plus von +3,3% gegenüber der Vorveranstaltung mit 4.143 Besuchern. Trendfairs spricht in diesem Zusammenhang von einem „soliden Wachstum“. Mit 2.946 Fachbesuchern, also rund zwei Drittel, führt Österreich die Länderliste an, gefolgt von Deutschland (27%), Italien, der Schweiz und Slowenien. Weitere Besuchergruppen kamen aus Ungarn, der Slowakei und Tschechien, aus Polen sowie Kroatien



So muss Messe! Loungeatmosphäre, ein roter Teppich vor der Messe sowie ein freundliches Lächeln vom Veranstalterteam als allmorgendliche Begrüßung. Und: Eine perfekte Hallenplanung gemäß dem Motto „alle unter einem Dach“

und sogar „Exoten“ aus den USA oder Südafrika fanden den Weg nach Salzburg.

Interessanter ist laut Trendfairs die Zusammensetzung der Fachbesucher, denn diese sagt Wesentliches über die hohe Qualität der Veranstaltung aus. So stellten der Möbelhandel (1.030) sowie Tischler und Schreiner mit Handelsschwerpunkt (1.006) gemeinsam rund die Hälfte der Besucher. „Ein fast perfektes Spiegelbild der österreichischen Vermarktungsstruktur für Möbel“, stellt Trendfairs fest. An dritter Stelle fanden sich Küchenstudios (ca. 700) und an vierter Stelle (Innen-) Architekten, deren Zahl sich mit 400 Vertretern im Vergleich zur Vorveranstaltung 2015 fast verdoppelte. Eine Analyse der Besuchergruppen zeigt: Etwa 1.450 Besucher waren dieses Jahr Inhaber oder Geschäftsführer. Die nächstgrößere Besuchergruppe (über 1.100) stellte der Bereich Vertrieb und Verkauf.

GEFÜHLT VERSUS GEZÄHLT

Interessant ist: Einige Aussteller meinen, dass die Frequenz auf der diesjährigen

AM PUNKT

küchenwohntrends gefühlt etwas schwächer war als in den vergangenen Jahren, was durch die offiziellen Zahlen jedoch wiederlegt wird. Michael Rambach hat eine Erklärung für die ungleiche Wahrnehmung der Teilnehmer: „Wir haben für küchenwohntrends und möbel austria erstmals die gesamte Halle 10 komplett beansprucht. Selbst wenn es gleich viele Besucher wie 2015 gewesen wären, hätte sich die Frequenz auf Grund der größeren Halle anders angefühlt, als die Jahre zuvor.“ Der Trendfairs Gesellschafter lässt sich nicht aus der Ruhe bringen: „Es wäre ja verrückt, wenn alle gleich wahrnehmen. Die neue Situation muss sich bei den Ausstellern und Besuchern jetzt erst mal setzen. Zudem werden wir was die Hallenplanung betrifft noch ein paar Veränderungsmaßnahmen für 2019 durchführen.“ Rambach stellt fest: „Wissen Sie, wir jammern hier auf einem sehr hohen Niveau. Eigentlich war alles super, es hat perfekt funktioniert. Die Zahlen sprechen für sich. Die Aussteller waren begeistert davon, wie wir die Messe hochgezogen haben. Die Podiumsevents waren gut besucht, der Check In hat sauber funktioniert, wie die Besucherbefragung ergeben hat.“ Apropos Besucherbefragung: Dieses Jahr beinhaltete sie 20 Punkte und die finale Auswertung zeigt laut Rambach ausnehmend gute Werte für das Event. Doch ausgeruht wird jetzt nicht, ganz im Gegenteil. Die Arbeiten für 2019 haben bereits begonnen. „Wir geben Gas! Langweilig wird uns sicherlich nicht!“, versichert Rambach.

ZURÜCKGEWINNUNG

Ein Thema, das Rambach (hinsichtlich der Veranstaltung 2019) am Herzen liegt und das auch unter den diesjährigen Besuchern und Ausstellern laut diskutiert wurde, ist: Einige große, wichtige österreichische Hersteller, wie zB. DAN, Ewe/FM oder Bauknecht, nahmen nicht an der heurigen Ausgabe teil. Rambach wünscht sich für die nächsten Veranstaltungen, auch diese Unternehmen an Bord holen



Gut besucht! Im Cateringbereich musste man schon nach einem freien Plätzchen suchen.

zu können: „Die Besucher fordern auch ein, dass die ganze Branche anwesend ist und dem versuchen wir gerecht zu werden. Wir wollen einige wichtige Österreicher als Aussteller zurückgewinnen!“

„KEINE KOPIERER“

Auf die Frage was Trendfairs anders macht als die anderen und worauf es bei einer guten Messeplanung ankommt, erklärt Rambach: „Wir sind ungern Kopierer. Wir versuchen Dinge, die zuvor vielleicht noch keiner gemacht hat, auch mal

Wenn sich der Fachbesucher ins Auto oder in den Flieger setzt, um eine unserer Veranstaltungen zu besuchen, dann erwartet und will er ein Erlebnis. Und es ist unsere Aufgabe ihm das zu bieten.

Michael Rambach

mutig anzugehen. Immer mit dem Ziel: Die Veranstaltung muss in jeder Hinsicht attraktiv sein – sowohl faktisch (tolle Aussteller, tolle Fachbesucher) als auch emotional.“ Das Emotionale darf man laut Rambach nicht unterschätzen: „Wir machen sehr viele Dinge, die dazu führen sollen, dass sich alle gut fühlen. Wir versuchen Sternenstaub zu versprühen.“ Das begann bei der küchenwohntrends bereits im Eingangsbereich, mit Lounge, Musik und rotem Teppich, setzte sich fort beim Check In. „Wir wollen eine ganz tolle Eventatmosphä-

re zaubern und vor allem ein Erlebnis bieten. Die Kunden wollen heutzutage ein Erlebnis, zB. auch im Handel. Viele Menschen kaufen heutzutage online ein. Wenn sie sich dann aber doch in die reale Welt rausbewegen, wollen sie etwas erleben. Genauso ist das bei einer Messe. Wenn sich der Fachbesucher ins Auto oder in den Flieger setzt, um eine unserer Veranstaltungen zu besuchen, dann erwartet und will er ein Erlebnis. Und es ist unsere Aufgabe, ihm das zu bieten. Wir müssen, soweit es in unserer Macht steht, Erlebnisse schaffen! Sodass die Kunden sagen: Wau, toll, ist das schön!“

MUTIG ENTSCHEIDEN

Rambach stellt fest: „Wir sind ein sehr kleines, aber auch sehr kreatives Team und da wird auch mal mutig entschieden, etwas zu tun, was bisher vielleicht noch nicht versucht wurde.“ Als Beispiel für so eine „mutige Entscheidung“ führt Rambach das „Hinaustragen“ der Messe vor das Veranstaltungsgebäude in Form einer Lounge mit bequemen Garnituren, Musik und großen Schirmen an. Ein weiteres Beispiel für einen mutigen Versuch ist der Rechtsanwalt, der als Redner auf das Podium geholt wurde. Dieser Jurist erklärte dem Fachbesucher, wie er mit



Michael Rambach „Mr. küchenwohntrends“

Reklamationen umgehen soll, wie er Treffen vor Gericht charmant umgehen und Konflikte auch mal anders lösen kann. „Dazu braucht es Mut“, sagt Rambach. „Das kann die Besucher nämlich auch verärgern. Hat es aber nicht, ganz im Gegenteil, der Vortrag kam sehr gut an.“ Zur Vortragsthemenwahl ergänzt der Deutsche: „Wir wollen keine flachen Themen bringen, sondern spannende. Durchaus auch Themen, bei denen sich die Besucher im Vorfeld denken, ‚oh Gott was ist denn das? Jetzt bin ich neugierig.‘“

Als allerwichtigsten Aspekt einer Messeplanung erachtet Rambach die ständige Kommunikation mit den Ausstellern:

(...) wir versuchen Sternenstaub zu versprühen.

Michael Rambach

„Wir beginnen nicht erst im Herbst 2018 mit den Ausstellern über den Mai 2019 zu sprechen, sondern wir haben jetzt

bereits mit den Arbeiten und Gesprächen für die nächste küchenwohntrends in Salzburg begonnen. Mein Kalender für die nächsten Wochen und Monate ist voll. Ich werde viel reisen, insbesondere in Österreich, und viele persönliche Gespräche mit Unternehmen führen. Das machen wir zusätzlich zu den schriftlichen Feedbacks, die wir einholen.“

EHRGEIZIGE ZIELE

Das Trendfairs-Team ist hochmotiviert für die kommenden Events, vor allem für 2019 in Salzburg. Mit Wachstumsraten von durchschnittlich 50% in wichtigen messbaren Kriterien von der Premiere 2013 bis heute in nur drei Veranstaltungen liegt die Messlatte hoch. Das weiß auch der Veranstalter, der dennoch verspricht: „2019 wird noch aufregender!“ Die Ziele sind entsprechend ehrgeizig: „Das Möbelland Österreich ins internationale Rampenlicht zu stellen, die Anzahl der Aussteller - insbesondere der österreichischen - auszubauen, die Anziehungskraft zu steigern und weitere neue Produktgruppen zu integrieren.“ Dass all das gelingen kann, stellt Rambach nicht in Zweifel: „Wir werden auch in Zukunft einfach eine geniale Messe machen!“