

GZ: 14Z04017/P.b.b. Motopress Werbe- u. VerlagsgesmbH /Wilhelminenstraße 91/11c/1160 Wien/Retouren an „Postfach 555, 1008 Wien“



ÖSTERREICHS INSIDERBLATT FÜR DIE ELEKTROBRANCHE
Ausgabe 6/2015

KÜCHENWOHNTRENDS

SO MUSS MESSE!

Statt Eiertanz um die Branchenmessen überzeugen die Küchenmöbler mit Sterne-Niveau.

JÖRG BAUER
Neue Wege im Vertrieb

PFLICHT & KÜR
E-Commerce für Fortgeschrittene

BRENNPUNKT
Audio-Mekka München

DIGITALER BINNENMARKT
Die ambitionierten Pläne der EU

LUFT & LEITUNG
4K-Content bahnt sich den Weg

Liebe Leser!

Vor kurzem bin ich auf alte Notizen gestoßen, auf denen unter anderem „Thomas Theorem!“ geschrieben stand. Ich gebe zu, dass ich zuerst keinen blassen Tau hatte, warum ich mir das damals notiert hatte und was dieser Begriff überhaupt bedeutete. Nachdem ich mich ein wenig schlau gemacht habe, kann ich nun mit Fug und Recht behaupten, dass ich erstens weiß, was ich mir dabei gedacht habe, und zweitens, dass damit ein allzu verbreitetes Phänomen beschrieben wird.

Unter dem „Thomas Theorem“ versteht man nämlich eine soziologische Gesetzmäßigkeit, die besagt, dass Menschen ihr Handeln im Allgemeinen nicht nach Tatsachen richten, sondern danach, was sie dafür halten – vielfach ohne sich um Objektivität zu bemühen und egal wie verzerrt ihre Sicht der Wirklichkeit auch sein mag. Das ist nicht neu. Bereits Alexander von Humboldt stellte in der ersten Hälfte des 19. Jahrhunderts fest, dass „nicht die Tatsachen, sondern die Meinungen, die wir über Tatsachen haben“ entscheiden.

Was da so gelehrt daherkommt, bezeichnet etwas ganz Einfaches und ist unter dem Begriff der selbsterfüllenden Prophezeiung bekannt. Der Soziologie Robert King Merton hat das in den 30er Jahren des vergangenen Jahrhunderts mit einem schlichten und gerade äußerst aktuellen Beispiel (Parabel der „Last National Bank“) illustriert. Hier die Kurzform: Stellen Sie sich vor, in einer Kleinstadt gibt es ein örtliches, wirtschaftlich stabiles Bankinstitut. Plötzlich macht das (falsche) Gerücht die Runde, die Bank würde kurz vor dem Ruin stehen. Was passiert? Innerhalb kürzester Zeit heben die Bürger der Kleinstadt von Panik getrieben ihr gesamtes Geld ab. Dass die Bank (ursprünglich) gar nicht in Gefahr war, will niemand zur Kenntnis nehmen – Meinungen zählen eben oft weit mehr als Tatsachen. Und absurderweise gibt die Entwicklung den Menschen letztlich auch noch Recht – tatsächlich muss die Bank bald darauf schließen... Ursache und Wirkung scheinen durcheinandergeraten zu sein. Nicht selten bestimmen bloße Stimmungen Aufstieg und Untergang von Märkten.

Das hat auch etwas mit den jüngsten österreichischen Messeentwicklungen zu tun. Auf den ersten Blick scheint es doch verwunderlich, in welchen Tönen die „küchenwohntrends“ (inklusive Möbel Austria) allerorts gelobt wurden. Geradezu euphorisch waren die Reaktionen selbst von jenen, die in der Vergangenheit Messen pauschal als anachronistisch und unwirtschaftlich bewertet und die Frühjahrsordertage kurzerhand von der Landkarte radiert hatten. Unter anderem mit dem Argument, man habe im Frühjahr nichts zu präsentieren ...

Auf den zweiten Blick scheint die Entwicklung jedoch geradezu zwingend gewesen zu sein. Erstens gilt der Küchenfachhandel bei den Weißwarenherstellern unisono als großes Hoffungsgebiet, ganz im Gegensatz zum Elektrofachhandel, dessen Bedeutung und Beachtung linear dazu sinkt. Und zweitens waren die küchenwohntrends tatsächlich eine hervorragende Messe. Dabei hängt das Eine, so meine These, direkt vom



Stimmungsmacher

Unsere Handlungen werden nicht von Tatsachen bestimmt, sondern von dem, was wir dafür halten.

Anderen ab. Insofern nämlich, als man die positive Stimmung, die man seitens der Weißen Richtung Küchenfachhandel hat, direkt auf das damit verbundene Messeereignis projiziert.

Ich erinnere mich, als ich vor über einem Jahr zu einem Brainstorming bezüglich einer Neuausrichtung der Futura eingeladen wurde. Bei dieser Gelegenheit warb ich für eine Idee, die ich mir vom Pharma-, Medizin- und Medizintechnikbereich abgeschaut hatte, wo seit Jahrzehnten Kongresse veranstaltet werden, bei denen die messeähnlichen Produktpräsentationen der Pharma- und Medizintechnikunternehmen bloß (wichtiges) Beiwerk zu einem interessanten Vortrags- und Informationsangebot sind. Das schien mir auch für unsere Branche modern und sinnvoll: eine Art Handelskongress mit Produktpräsentation.

Man müsste, so war mein Vorschlag, dazu entweder Vortragende mit großer Zugkraft einladen und/oder Themen bieten, die jedem Händler unter den Nägeln brennen. Außerdem sollte die Vortragstätigkeit am besten direkt in das Messegeschehen integriert werden. Die Anwesenden nickten interessiert – das Ergebnis kennen wir. Und dann kamen die küchenwohntrends: Sieben hochkarätige Speaker sprachen bei den so genannten „AEG Podiumevents“ an drei Tagen in 16(!) Vorträgen über alles, was die Branche und ihre Unternehmer so berührt – mitten in der Messehalle.

Es scheint so, als hätten – ganz im Sinne des Thomas Theorems – in der Vergangenheit zu viele Industrie-Manager zu oft die Meinung geäußert, dass die „Branchenbanken“ FJOT und Futura kurz vor der Insolvenz stünden. Als Reaktion darauf haben immer mehr Akteure ihr Vertrauen dort abgehoben und zu einer anderen „Branchenbank“ getragen. Mit dem Effekt, dass es den einen immer schlechter und der anderen immer besser geht. Was irgendwie kein Wunder ist.

Damit hier kein falscher Eindruck entsteht: Der Erfolg der küchenwohntrends war vor allem das Ergebnis eines hervorragenden Messekonzepts (zu dem ich die Initiatoren beglückwünsche) und einer ebensolchen Umsetzung. Aber der Grundoptimismus der Branche – getragen vor allem von jenem der Industrie – hat Entscheidendes zum Gelingen beigetragen.

Das wird auch bei E&W Spuren hinterlassen. Nachdem schon seit längerem eine wachsende Anzahl unserer Leser aus dem Küchenfachhandel kommt und sich diese zusammen mit dem Elektrofachhandel sogar eine Interessensvertretung teilen, wird es in E&W ab sofort eine deutlich verstärkte Berichterstattung in dieser Richtung geben. Außerdem wird der gesamte Weißwarenteil innerhalb des Heftes deutlich nach vorne wandern und ab dieser Ausgabe gleich hinter dem „Hintergrund“ zu finden sein.

DI Andreas Rockenbauer
Herausgeber

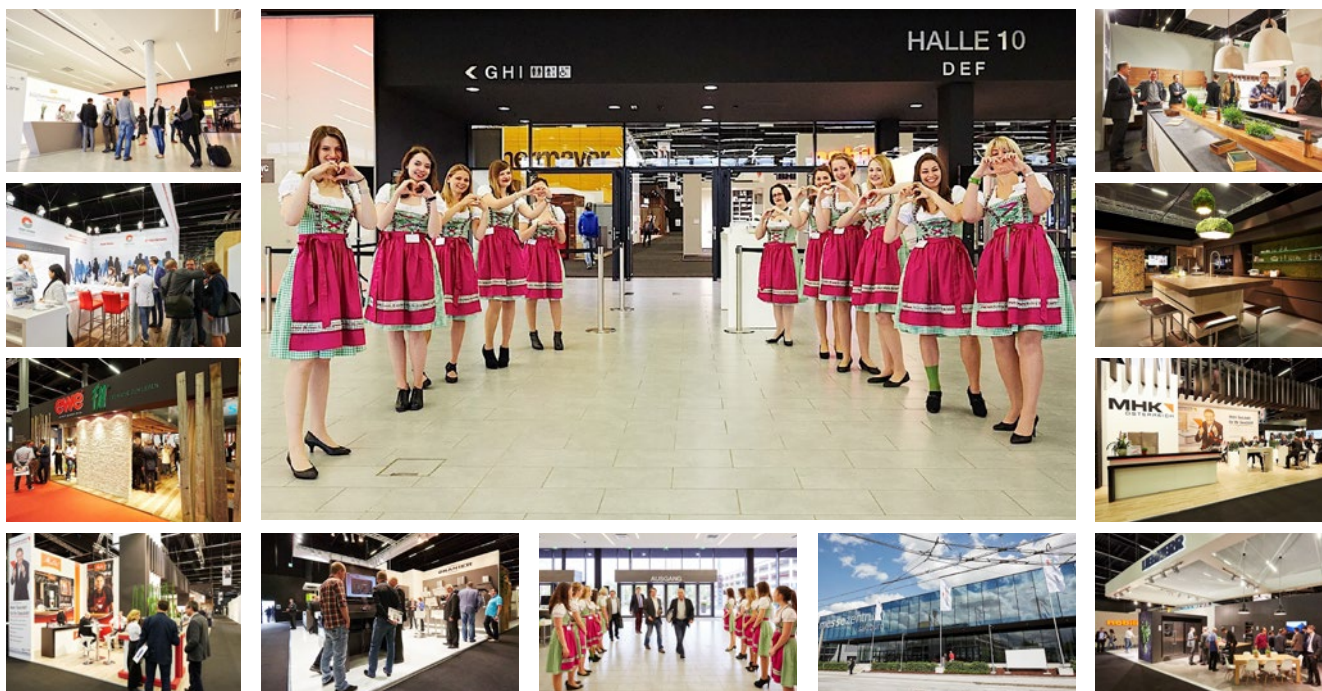
FACHMESSEDOPPEL KÜCHENWOHNTRENDS & MÖBEL AUSTRIA 2015 - BESSER GEHT'S NICHT

So muss Messe!

Von „fulminant“ und „höchst professionell“ bis „ausgezeichnet“, „besser geht's nicht“ und „alle Erwartungen wurden übertroffen“ reichen die Messeresümees der Aussteller und Besucher. Ein einziges „Manko“ kam bei all den zahlreichen Befragungen zutage, und zwar, dass die Veranstaltung ruhig einen Tag länger dauern könnte. Die Veranstalter trendfairs und MHC haben mit der zweiten Auflage von küchenwohntrends und möbel austria in Salzburg gezeigt: So muss Messe! E&W war vor Ort, hat sich selbst vom gelungenen Messedoppel überzeugt und darüber hinaus mit Michael Rambach von trendfairs gesprochen, wie man so eine Messe, die offenbar jeden begeistert, auf die Beine stellt.

elektro.at via **STORYLINK: 1506024**

TEXT: S. Bruckbauer | FOTOS: S.B. / küchenwohntrends | INFO: www.kuechenwohntrends.at



Die 2. Auflage des Fachmesse-Doppels küchenwohntrends & möbel austria hat die Erwartungen aller Beteiligten übertroffen.

Plus 35% bei der Ausstellungsfläche, plus 50% bei Ausstellern bzw. Marken und plus 42% Besucherzuwachs - solche Zahlen lassen jeden Messeveranstalter breit grinsen und erregt vibrieren. Geschafft hat das die österreichische Landesfachmesse küchenwohntrends und möbel austria 2015, die von 6. bis 8. Mai auf dem Salzburger Messegelände stattfand. Sie hat mit ihrer zweiten Auflage alle Erwartungen übertroffen und bewiesen: Diese Branche hat eine Fachmesse gebraucht.

VON ANFANG AN

Die Küchen- und Möbel-Fachmesse wurde ursprünglich jährlich in München veranstaltet. Seit zwei Jahren findet sie alternierend in München und Salzburg statt, und bereits die Premiere in der Mozartstadt 2013 war sehr gelungen, wie Michael Rambach von Veranstalter trendfairs zurückblickt: „Obwohl die Vorlaufzeit

2013 nur sehr kurz war, wurde die Messe von Anfang an gut aufgenommen. Aussteller und Besucher waren begeistert.“ Und zwar so sehr, dass schnell beschlossen wurde, das Messedoppel bei seiner zweiten Auflage um einen Messetag zu verlängern.

Bis zur diesjährigen zweiten küchenwohntrends in Salzburg hatte der Veranstalter mehr Vorlaufzeit, und die wurde gut genutzt. „Der Zuspruch war dieses Jahr noch größer als im Jahr 2013. küchenwohntrends und möbel austria sind als Landesfachmesse gesetzt. Sie haben sich zum Top-Event der Branche in Österreich und den Nachbarländern entwickelt“, sagt Rambach. Ein Blick ins Ausstellerverzeichnis gibt ihm recht: Das Who is Who der Küchenmöbelszene gab sich in Salzburg die Klinke in die Hand: Beckermann, EWE und

FM, Häcker, dan-küchen, Leicht, Nolte, Sachsenküchen und Schüller - um nur einige zu nennen. Und natürlich waren auch die großen Verbundgruppen in Salzburg. Von Der Küchenring, Europa Möbel und MHK Österreich bis MZE, Olina und Service & More (Garant Österreich).

ZAHLEN IM DETAIL

Die Zahlen im Detail sprechen klar für sich: Von 130 Ausstellern zur Premiere 2013 stieg die Messebeteiligung um über 50% auf 200 Präsentationen führender Unternehmen und Marken aus der Wohn- und Küchenmöbelfertigung, der Elektrogeräteindustrie, der Zubehörbranche sowie verschiedener Verbundgruppen. Die Konsequenz vor Messebeginn: Die Ausstellungsfläche in Halle 10 des modernen Salzburger

Wir versuchen an allen Stellschrauben zu drehen, um jede unserer Veranstaltungen noch besser zu machen.

Michael Rambach



Messekomplexe war bis zum letzten Quadratmeter ausgereizt. „Das bedeutet einen Flächenzuwachs zu 2013 um 35% auf jetzt 13.600 Quadratmeter“, sagt der Veranstalter, der sich auch mit der Entwicklung des Besucherinteresses überaus zufrieden zeigt: 4.348 Fachbesucher aus Österreich (Anteil 75,21%), Deutschland (20,2%), Italien (2,39%) sowie aus Tschechien, Slowakei, Ungarn, Slowenien, Kroatien, Polen, Italien, der Schweiz und anderen Ländern besuchten küchenwohntrends und möbel austria. Darunter mittelständische Betriebe, Kunden der Großfläche, Architekten und Innenarchitekten, Objekteinrichter und Projektanten bis hin zu Schreibern bzw. Tischlern. Das entspricht einem Plus von 42% (gegenüber der Vorveranstaltung) bei den Besucherzahlen, was den Veranstalter besonders freut - die zu erwartenden Fachbesucher wurden im Vorfeld der Messe nämlich auf (nur) plus 15% geschätzt.

DIE MACHER

Hinter dem erfolgreichen Fachmesse-doppel stehen zwei Veranstalter: Zum einen das Möbel- und Holzbau-Cluster Oberösterreich (MHC) - verantwortlich für die „möbel austria“, also den auf der Messe im Verhältnis kleineren Möbel-Teil. Zum anderen die trendfairs GmbH - zuständig für die „küchenwohntrends“, also den Küchenfachhandels-Bereich. Letztere veranstaltet insgesamt drei Messen für die Küchenbranche: die Münchner küchenwohntrends, die Area 30 im Deutschen Löhne und eben die küchenwohntrends in Salzburg. Das Münchner Pendant, das seit kurzem (abgeleitet aus „küchentrends“ plus „wohntrends“) auch „küchenwohntrends“ heißt, fand 2014 bereits zum sechsten Mal statt und hat gut vorgelegt: Mit jedem Mal wurden zweistellige Wachstumsraten erreicht.

DIE MACHER

Der Mann im Messehintergrund bzw. Ansprechpartner für alle Beteiligten ist Michael Rambach von trendfairs. Auf die Frage, was eine gelungene Messe ausmacht bzw. warum die küchenwohntrends so erfolgreich ist, erklärt der Deutsche: „Es gibt ein paar wesentliche Punkte, die man berücksichtigen sollte. Allen

voran stehen unzählige, ausführliche Gespräche, die wir mit den Ausstellern das ganze Jahr über führen. Wir versuchen dabei ganz genau festzustellen, wie so eine Messe aus Sicht des Ausstellers zu funktionieren hat. Wir wollen herausfinden, was der Aussteller von uns als Veranstalter erwartet. Das ist unsere Arbeit unterm Jahr, damit wir dann zielgerichtet exakt das umsetzen können, was gefragt ist.“ Im Fall der vor kurzem über die Bühne gegangenen küchenwohntrends handelte es sich - wie Rambach sagt - um „unzählige intensive Gespräche mit nahezu der gesamten Küchen- und Geräteindustrie“. In Kooperation mit dem möbel austria-Veranstalter MHC wurde darüber intensiv mit Möbelherstellern kommuniziert.

Auf der Messe selbst bzw. direkt danach wird jeder einzelne Aussteller noch einmal mittels Fragebogen mit ungestützten Fragen zu ganz vielen Details befragt. U.a. zu Medienarbeit, Organisation, technischem Support, Stimmung, Check-in, Catering-Qualität und -Quantität. Daneben werden weitere ausführliche Einzelgespräche geführt.

Auf Besuchersseite ist der Aufwand ähnlich hoch. Mit Tablets und einem eigens entwickelten Onlinetool werden rund 10% der Besucher detailliert auf der Messe befragt. Im Anschluss an die Veranstaltung werden darüber hinaus Mails an alle Besucher versandt. Damit wird abgefragt, ob es gefallen hat und wo Optimierungspotential gesehen wird. Nachdem alle Daten eingesammelt wurden, geht das trendfairs-Team in interne Gespräche und wertet alle Angaben aus. Das Resultat dieser tagelangen intensiven Meetings ist eine sehr detaillierte Optimierungsliste, mit deren Umsetzung gleich begonnen

wird. „Wir versuchen an allen Stellschrauben zu drehen, um jede unserer Veranstaltungen noch besser zu machen. Wir versuchen, nichts dem Zufall zu überlassen“, so Rambach.

ALFRED JANOVSKY, GF AEG/ELECTROLUX

Unsere Erwartungen wurden komplett erfüllt, sowohl Qualität als auch Quantität betreffend. Es war definitiv die richtige Entscheidung, hierher zu kommen. Bei der Premiere der küchenwohntrends in Salzburg 2013 waren wir nur Besucher. Schon damals stellten wir fest: Die Messe ist toll. Nur eines fehlt - nämlich wir, also AEG.

Es beginnt schon am Morgen, wenn man das Messezentrum betritt. Das Messe-Team steht Spalier und begrüßt jeden Einzelnen aufs herzlichste. Da herrscht von Anfang an eine positive Stimmung. Darüber hinaus ist die Qualität der Stände vorbildhaft. Nahezu kein Aussteller schwächelt. Die Stände

S. DUNKL, VL GORENJE

Wir sind mit der Messe sehr zufrieden. Die Atmosphäre war toll und die Frequenz sehr gut. Insbesondere hat uns die hohe Qualität der Gespräche sehr gefreut. Das Interesse an unserer neuen, speziell für den Küchen- und Möbelfachhandel ins Leben gerufenen Gorenje+ Linie war bemerkenswert. Auch die Kochvorführungen mit unserem neuen Kombi-Dampfgarer und dem IQ-Cook-Sensor-Kochfeld kamen gut an, wie man am großen Andrang erkennen konnte. Das Gesamtpaket der Messe stimmt. Von der Organisation und Werbung im Vorfeld über den Ablauf und die Stimmung vor Ort bis zur Berichterstattung im Nachhinein. Besonders gefallen hat uns auch das Standkonzept. So gibt es keine übergroßen Stände. Alles hat ‚normale‘ Ausmaße und ist sehr schön und hochwertig präsentiert. Aus der jetzigen Sicht werden wir wahrscheinlich wieder teilnehmen.

Der Aufwand ist laut Rambach in der Tat sehr groß. „Wir bedienen zwei große Kundengruppen: die Aussteller und die Besucher, und damit es denen gefällt, muss man intensiv zu- und reinhören. Wir sind auch mit übergeordneten Verbundgruppen in sehr engem Kontakt;

IN DER TAT

sind nicht zu groß und überladen. Hier wird nicht das gesamte Sortiment ausgestellt, der Fokus liegt bei jedem Einzelnen auf den Highlights.

Die küchenwohntrends hat keinen unmittelbaren Verkaufscharakter, sondern mehr Informationscharakter. Die Atmosphäre ist sehr entspannt. In Österreich gab es die letzten 15 Jahre keine Fachmesse für den Küchenfachhandel. Wie man sieht, gibt es jedoch Bedarf. Man hat das Gefühl, jeder will auf diese Messe. Und man sieht, jeder geht motiviert wieder nach Hause.





Michael Rambach: küchenwohntrends-Ansprechpartner bei Veranstalter trendfairs.

diskutieren viel darüber, was die Branche von einer Fachmesse erwartet.“ Laut Rambach muss man die beteiligten Unternehmen in ihren Handlungen verstehen: wie sie am Markt agieren, welchen Neuheitenzyklen sie folgen und welche Messen noch besucht werden. „Als Veranstalter sollte man all das berücksichtigen. Man sollte aber auch eigene Ideen entwickeln und umsetzen. Darüber hinaus kann man sich Anregungen von anderen Messen aus ganz anderen Branchen holen. Alles zusammen ist am Anfang sicher eine Herausforderung, aber mit der Zeit bekommt man ein Gefühl dafür.“

VIELE GUTE DETAILS

Eine der Anregungen, die trendfairs umgesetzt hat, war z.B., dass kein Flächengigantismus entsteht. „Bei uns gibt es nicht den einen Hersteller mit dem größten Messestand, der automatisch auch gleich der stärkste und mächtigste ist. Auf küchenwohntrends und möbel

austria sind die Stände ähnlich groß und überschaubar. Da bleiben dann auch die Kosten im Rahmen.“ Die Qualität des Standbaus war nichtsdestotrotz außergewöhnlich hoch. Reduziert und mit dem Blick aufs Wesentliche wurden nur die Highlights gezeigt: edle Materialien, Farben und Formen - teils extravagant kombiniert; stimmige Dekorationen, die Lust auf Küche und Wohnen machten und mittendrin die jüngsten, edel designten Technologien der Hausgerätehersteller, die die ganze Inszenierung mit ihrem Können komplettierten.

Zu den vielen Details, die diese Veranstaltung in die Premiumklasse befördern, gehören auch der durchgehend verlegte Teppich in der Messehalle, die leise Musik im Hintergrund, der freie Eintritt, die vignettenfreie Zufahrt aus Deutschland und das für Aussteller und Besucher kostenfreie Catering mitten in der Ausstellungshalle. Zum Erfolg des Fachmessedoppels trug aber ebenso die umfangreiche Medienarbeit im Vorfeld auf allen Kommunikationskanälen bei: „Fachmagazine, E-Mail-Newsletter, Social Media, trendfairs. TV etc. - es gibt kaum ein Medium, das wir ausgelassen haben“, so Rambach.

MITTENDRIN

Ein weiteres Highlight auf der küchenwohntrends waren die von AEG gesponserten Podiumevents: Insgesamt sieben Top-Referenten unterhielten mit fesselnden Vorträgen zu echt interessanten

JÜRGEN PICHLER, BAUKNECHT

Die küchenwohntrends war für Bauknecht sehr erfolgreich. Wir haben sehr gute Gespräche mit unseren bestehenden Händlern geführt, neue Händler angesprochen und eine breite Auswahl unserer Produkt-Highlights vorgestellt.



Die küchenwohntrends ist DIE österreichische Landesfachmesse für marktrelevante Unternehmen und Marken der Möbel- und Küchenmöbelindustrie. Die Professionalität der Organisation spiegelt sich in der Größe der diesjährigen Ausstellungsfläche und Anzahl der Ausstellerunternehmen wieder. Unternehmen und Marken nutzten die Gelegenheit, ihre Produkte mit Hilfe sehr gut durchdachter Konzepte zu präsentieren. Vor allem die Erreichung des marktrelevanten Zielpublikums ist der Messeleitung sehr gut gelungen.

Themen. Das Angebot wurde laut dem Veranstalter sehr gut angenommen, was mit Sicherheit auch daran lag, dass die Vorträge nicht fernab vom Messegeschehen stattfanden. Im Gegenteil: Der Podiumbereich befand sich mitten in Halle 10. Messetrubel und Vorträge beeinträchtigten einander jedoch gar nicht. Denn der Veranstalter fand eine geniale Lösung mit vertikal über die gesamte Höhe reichenden Fadenvorhängen, die ebenso Intimität und Abgrenzung erzeugten wie Transparenz und Offenheit.

WW-ZUWACHS

An den diesjährigen Salzburger küchenwohntrends nahmen erstmals auch viele Hersteller großer Hausgeräte teil. So z.B. AEG/Electrolux, BSH, Liebherr, Gorenje und Elektrabregenz. Rambach erklärt diesen Zuwachs wie folgt: „Die Vorlaufzeit bei der Premiere in 2013 war einfach zu kurz, um auch die Hausgeräte-szene von der Teilnahme zu überzeugen. Es ist verständlich, dass sich diese Branche – auch auf Grund der damals noch herrschenden Messesituation mit Futura



Der große, kostenlose Cateringbereich in Messehalle 10 kam besonders gut an.

AUSSTELLERSTIMMEN

EWE KÜCHEN/ FM KÜCHEN GÜNTER SCHWARZLMÜLLER

Wir hatten einen fulminanten Start, unser Stand war den ganzen Tag voll. Wir erfuhren einen extrem positiven Zuspruch von allen Seiten. Das lässt uns optimistisch in das heurige Jahr blicken.

NOLTE KÜCHEN HANS-JOACHIM KALEK

Die küchenwohntrends ist eine Top-Messe. Wir sind das erste Mal hier. Bei der Premiere 2013 waren wir nur stiller Beobachter. Dieses Jahr ist kein Vergleich zum Auftritt vor zwei Jahren. Das Niveau ist heute top - Logistik, Freundlichkeit, Darstellung etc. betreffend. Die Aussteller zeigen in Perfektion, was sie können, auch die Verbände sind hier. Es wird schwer sein, diese Veranstaltung in zwei Jahren zu toppen! Es gibt ein einziges Manko: Wir als Industrie, die sehr aufwendig gebaut haben, würden uns über einen weiteren Messetag freuen. Für die kleinen Händler z.B., an die müssen wir auch denken. Und ein offener Tag für Endverbraucher wäre aus unserer Sicht auch wünschenswert. Ansonsten: Besser geht's nicht! Glückwunsch!

SERVICE&MORE GMBH CHRISTIAN WIMMER

Die küchenwohntrends ist eine sehr wichtige Veranstaltung in Österreich. Alle Verbände und wichtigen Hersteller sind hier. Das Niveau ist überraschend hoch. Jeder bemühte sich, seinen Stand optimal und hochwertig zu gestalten. Das kleine Österreich präsentiert sich hier sehr gut. Der Handelspartner kann sich an einem Tag sehr gut informieren. Es soll so übersichtlich bleiben und nicht ausgeweitet werden. Kompliment an die Organisation. Danke an Herrn Rambach, er hat das sehr gut gemacht. Seine Ambitionen sind hoch zu schätzen. Wir sind gespannt, wie die Messe 2017 aussehen wird. Ich denke, da kann noch das eine oder andere draufgesetzt werden.

MHK ÖSTERREICH ERNST TANZLER

Diese Messe präsentiert sich in hoher Perfektion - kein Aussteller ließ sich in irgendeiner Weise lumpen. Und auch die Organisation ist perfekt. Die Stände sind überschaubar, es herrscht kein Gigantismus, das sollte beibehalten werden. So eine Veranstaltung braucht Österreich. Alle sind zufrieden, rundherum herrscht positive Stimmung.

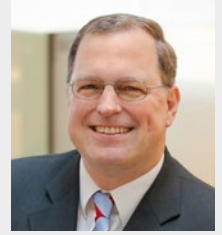
und FJOT – unsere Veranstaltung erst einmal ansehen wollte. Seitens der Küchenmöbelhersteller war die Situation 2013 anders. Diese Branche bespielte die letzten Jahre kaum eine Messe in Österreich – in seltensten Fällen die Wohnen & Interieur. Daher war es klar, dass die Küchenmöbler 2013 auf die küchenwohntrends in Salzburg gingen, zumal es die Veranstaltung in München nicht gab.“ Viele Hausgerätehersteller sahen sich die Premiere in Salzburg also an, und offenbar konnte trendfairs mit seinem Konzept überzeugen: Die meisten nahmen 2015 teil, und ausnahmslos alle davon sagen jetzt im Nachhinein: Das war die beste Entscheidung. „Offenbar haben wir alles richtig gemacht“, sagt Rambach stolz, und: „Wer uns kennt, der weiß: Wir halten, was wir versprechen. Unser Motto ist ja: Nicht zu viel versprechen, im Zweifel immer etwas mehr halten.“

Was Rambach wichtig ist: „küchenwohntrends und möbel austria ist ein Fachmessedoppel für den Möbelhandel und nicht für das Hausgerätegeschäft. Unser Zielpublikum ist der Möbel- und Küchenhandel, Tischler, Architekten und Innenarchitekten - das wurde auch klar kommuniziert. Das Elektrogeschäft haben wir nicht auf dem Radar, darüber müssen wir uns im Klaren sein. Für diese Branche gibt es die Futura.“ Apropos Futura - Rambach dazu: „Ich bin der Meinung, dass die Futura eine gute Messe ist und auch bleibt - vor allem, wenn man auf allen Seiten noch ein bisschen detaillierter hinhört. Darum geht es nämlich: Genau zuhören und gemeinsam etwas erarbeiten. Ganz wichtig dabei ist: Der Aussteller muss spüren, dass das vorher Erfragte auch umgesetzt wird.“

Diese Abgrenzung zwischen den Branchen ist laut Rambach wichtig. „Um die Teilnahme an einer Messe entscheiden zu können, muss der Aussteller wissen, was ihn auf dieser Messe

MARTIN MELZER, GF MIELE ÖSTERREICH

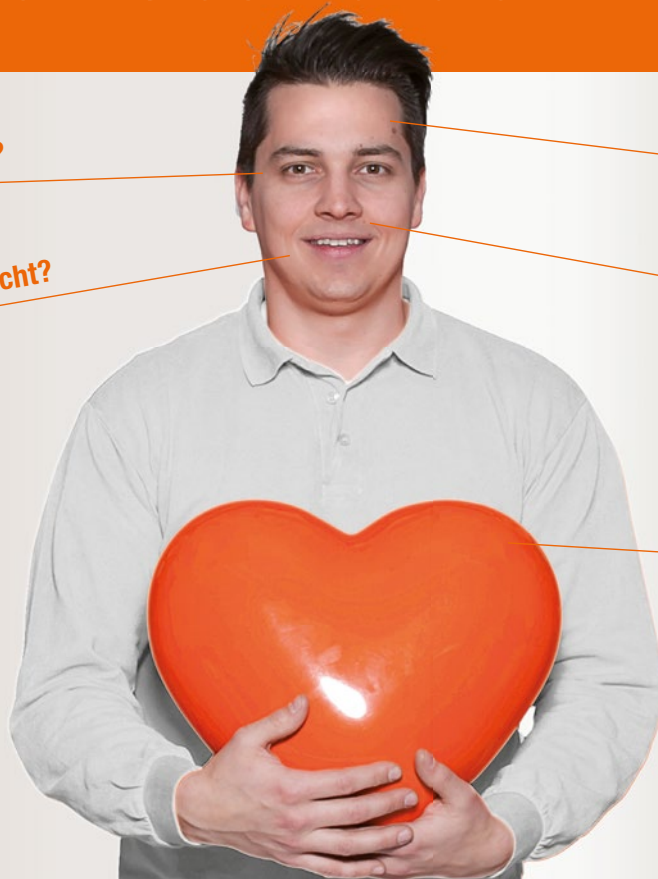
Wir waren rundum zufrieden! Wir haben 80% aller Händler, mit denen wir zusammenarbeiten, gesehen und hatten auch einige Neukontakte. Wir führten Gespräche mit den Geschäftsführern der Verbände wie Service & More, MHK, der Kreis – es hat sich ausgezahlt.



Ich bin der Meinung, dass sich einige Messeveranstalter etwas von der küchenwohntrends abschauen könnten – z.B. den hochwertigen Gesamteindruck der Messe betreffend. Das beginnt damit, dass das einheitlich gekleidete Messteam in der Früh Spalier steht und jeden hereinkommenden Aussteller persönlich mit Namen begrüßt. Geht über den durchgängig verlegten schwarzen Teppich in den Hallen sowie Gängen und über das gemeinsame Catering bis hin zum hochkarätigen Vortragsangebot. Die küchenwohntrends haben gezeigt, dass man solche Vorträge nicht weitab vom Messegelände, z.B. in Foyers, abhalten darf. Noch schlimmer wären wahrscheinlich Konferenzräume irgendwo im zweiten Stock als Vortragsbühne – da würde voraussichtlich kein einziger Zuhörer kommen. Die Vorträge auf den küchenwohntrends fanden quasi mitten im Messegelände in der Halle statt – ohne dass es akustisch gestört hat. Die Dauer betrug im Schnitt rund 40 Minuten. Das waren Informationshappen, die vom Besucher gut in den Messetag integriert werden konnten. trendfairs hat definitiv vorgezeigt, wie man eine gute Fachhandelsmesse macht.

Woran erkennt man einen Expert Elektrofachhändler?

expert



Am Durchblick?

An der Stirn ohne Sorgenfalten?

Am Klartext, den er spricht?

Am richtigen Riecher?

Am Herz für Technik?

Walter Sabitzer
Expert SABITZER
in Althofen

Man erkennt ihn am Erfolg.

Werden auch Sie Expert-Partner und nutzen Sie die vielen Vorteile, die Ihnen die weltweit größte Elektrofachhandels-Organisation bietet. Alfred Kapfer hat ein offenes Ohr für Sie: **07242/290 700** oder **a.kapfer@expert.at**



Neuzugänge 2015 waren u.a. AEG/Electrolux, die BSH mit ihren drei Marken Bosch, Siemens und Neff sowie Gorenje.

erwartet und wen er dort trifft. Würde jeder Messeveranstalter sagen, dass er die Besucher aus allen Branchen auf seine Messe bekommt, dann würde er erstens lügen und die Aussteller vermutlich enttäuschen. Man muss klar Farbe bekennen. Es kann nicht jeder alles haben, dafür sollte gelingen, was wir tun.“

Apropos gelingen: Fragt man die Aussteller, was ihnen an der küchenwohntrends besonders gefallen hat, kommt mit Sicherheit die Antwort: Jeden Morgen die persönliche Begrüßung vom Messteam, das in Uniform Spalier steht. Rambach erklärt: „Wir betrachten das in erster Linie als Wertschätzung den Ausstellern gegenüber. Immerhin nehmen die viel Geld in die Hand, um an den küchenwohntrends teilnehmen zu können. Es handelt sich dabei um eine Begegnung, die wir, das Team, sehr schätzen. Es ist uns ein Bedürfnis, unseren Kunden am Morgen ein herzliches ‚Grüß Gott‘ zu sagen. Das tun wir nicht nur so. Da stehen wir wirklich dahinter, das liegt uns am Herzen. Immerhin sind das die Menschen, mit denen wir zusammenarbeiten. Das ist die Basis für unsere Arbeit,

Wichtig ist: Der Aussteller muss spüren, dass das vorher Erfragte auch umgesetzt wird.

Michael Rambach

das ist doch unser Job. Man darf nicht vergessen, wer die Rechnung schlussendlich bezahlt: die Aussteller. Und aus diesem Grund sollte man ihnen gut zuhören und versuchen zu verstehen, was genau getan werden muss. Das ist unsere Philosophie.“

Das alles so gut funktioniert, führt Rambach auch darauf zurück, dass trendfairs ein „überschaubares“ Unternehmen ist. „Zum einen besteht unsere Mannschaft nur aus sieben Personen. Es herrscht kein Abteilungs-, sondern ein Team-Denken. Wir sind ständig miteinander vernetzt, synchronisieren laufend untereinander und haben alle dasselbe Wissen. Jeder bringt etwas mit ein.“ Auf der anderen Seite ist die Zahl der Unternehmen, mit denen trendfairs auf seinen drei Messen zusammenarbeitet, nicht übermäßig groß, wie Rambach sagt: „Das ist wie gesagt überschaubar. Ich könnte allerdings nicht sagen, ob all das funktionieren würde, wenn wir zehn Mal so groß wären. Da müssten wir vermutlich umdenken, denn je breiter die Strukturen, desto komplexer werden sie. Wobei: Selbst wenn wir stark wachsen würden, fiel uns etwas ein. Was

dabei immer bleiben wird, ist die Nähe zu unseren Kunden. Darauf richten wir unser gesamtes Handeln aus.“

VERTRAUT, FAST FAMILIÄR

Am 20. und 21. März 2016 geht die küchenwohntrends München in der 7. Auflage an den Start. Von 11. bis 13. Mai 2017 findet die dritte Ausgabe des Fachmesse-Doppels küchenwohntrends und möbel austria in Salzburg statt. Rambach ist sich jetzt schon sicher: „In zwei Jahren wird sich die Messe sicher mit noch größerer Strahlkraft, mit erneut gewachsenem Aussteller- und Besucherkreis und weiter verbessertem Service präsentieren.“ Nur eines soll sich nicht verändern: Die vertraute, fast familiäre Atmosphäre. Erich Gaffal von möbel austria-Veranstalter MHC sagt: „Dieses ‚Wir-Gefühl‘ wurde von allen Akteuren auch 2015 als besonders positiv vermerkt. Die aktive Partizipation an dem Messe-Doppel, das gemeinsame Gestalten dieser Geschäftsplattform vom Vorfeld bis über das Messeeende hinaus macht die Salzburger Veranstaltung für Aussteller wie Besucher zu einem einzigartigen Geschäftsvent und ist ein Best-Practice-Beispiel für gelungene Kooperation.“

BESUCHERSTIMMEN

ADLER LACKE
PETER STECHER

Interessante Aussteller und Gespräche, angenehme Atmosphäre, viele Besucher.

BESKO INTERIEUR
ROLAND SIMMER

Schon beim Betreten des Foyers ist mir die angenehme Musik und die positive Stimmung der Messemitarbeiterinnen aufgefallen. ... Die Referenten, die Themenbereiche über das Tagesgeschäft hinaus angesprochen haben, sind meiner Meinung nach für unsere Branche sehr wichtig. Mein Fazit: Ich erlebte eine elegante Messe mit professionellem, internationalem Niveau und einer sehr angenehmen, positiven und konstruktiven Stimmung.

DOSTAL INNENARCHITEKTUR
ANDREAS ROTH

Gute Fachhandelsmesse, war seit langem in Österreich überfällig. Die örtliche Nähe macht es

möglich, mit dem gesamten Team die Messe zu besuchen. Guter Mix aus österreichischen und deutschen Herstellern.

MITHEIS KG
ADI MITHEIS

So, in diesem schönen Ambiente, habe ich das gar nicht erwartet. Gute Aussteller, schöne Messestände. Wirklich gelungen.

MÖBEL FELLNER
MARIO FELLNER

Gutes Niveau, wichtig für Einrichtungshandel in Österreich, alle wichtigen Entscheidungsträger da. Eventuell zu küchenlastig, stärkere Schwerpunkte in Richtung Wohnen und Schlafen wären wünschenswert. Eventuell auch eine stärkere Konzentration räumlicher ‚Big Player‘.

MÖBELHAUS TREITINGER
ANDY SCHIEKOFER

Sehr schön gestaltete Messestände. Gute At-

mosphäre, ruhiges Ambiente. Einfache Anfahrt, ausreichend Parkmöglichkeiten. Sehr übersichtliche Anordnung. Charmante Betreuung.

SAUNA-VITA
HARALD BEINHOFFER

Angenehme Besucherdichte. Man kann sich in Ruhe umsehen. ... Qualität statt Quantität.

VDE PRÜFUNGSINSTITUT
RAINER KÖHN

Eine tolle Messe mit hohem Informationsgehalt. Sehr übersichtlich und strukturiert; der Besucher bekommt die Möglichkeit, mit den Fachleuten zu sprechen und sich anschaulich über die Neuheiten und Neuentwicklungen zu informieren. ...

WOHNLADEN - GEIGER GMBH
MARTINA WEBER

Freundschaftliche, familiäre Atmosphäre. Spezielle Ausrichtung auf lokalen Handel. Sehr übersichtlich, trotzdem vielfältig.