

DAS WAR DIE KÜCHENWOHNTRENDS

„Unisono genial“

4.000 Fachbesucher, also nur rund 700 weniger als im Nicht-Corona-Jahr 2019, veranlassen Trendfairs GF Michael Rambach zu einem positiven Fazit des am 8. Oktober zu Ende gegangenen Fachmessedoppels „küchenwohntrends & möbel austria“. Die Messe wurde von einem Onlineevent begleitet, das bei weitem nicht so gut besucht war wie die Präsenzmesse. Dennoch möchte Rambach auch in Zukunft an den parallelen Onlinemessen festhalten.

TEXT: Stefanie Bruckbauer | FOTOS: Trendfairs



Trendfairs GF Michael Rambach, Mastermind hinter den küchenwohntrends, zieht ein positives Fazit der Veranstaltung.

Von 6. bis 8. Oktober 2021 fand das Fachmessedoppel küchenwohntrends und möbel austria in der Messe Salzburg statt. Der Geschäftsführer des Veranstalters Trendfairs, Michael Rambach, zieht im Gespräch mit E&W ein positives Fazit: „Unsere Erwartungen wurden übertroffen, denn wir haben ehrlich gesagt mit einer geringeren Frequenz gerechnet. Es kamen dann aber doch rund 4.000 Fachbesucher.“

Die Stimmung sei sowohl bei den Ausstellern als auch bei den Fachbesuchern „nahezu ohne Ausnahme unisono genial“ gewesen. Das hatte mehrere Gründe, wie Rambach ausführt: „Zunächst freuten sich die Leute, dass es endlich wieder einmal eine Präsenzmesse gab, auf der man sich persönlich sehen und miteinander reden konnte. Das freute die Leute unheimlich. Es war auf den küchenwohntrends ja immerhin das erste – und auch einzige – Mal in diesem Jahr, wo so etwas möglich war.“

Auf Grund der positiven Resonanz von allen Seiten hofft Rambach, dass die nächste Ausgabe der Fachmesse in Salzburg im Jahr 2023 weiter wachsen wird: „Ich gehe sogar davon aus. Und vielleicht kommen ja sogar mehr Leute als bei der Ausgabe im Jahr 2019, bei der wir insgesamt 4.700 Fachbesucher begrüßen durften.“ Zum Aussteller- und Besucherrückgang der diesjährigen Auflage sagt Rambach: „Es ist in meinen Augen absolut nachvollziehbar, dass der eine oder andere coronabedingt zögerlich war und schließlich nicht zur Messe kam. Das wird sich aber wieder ändern.“

PHYSISCH & VIRTUELL

Parallel zur Präsenzmesse in Salzburg veranstaltete Trendfairs die küchenwohntrends-Online-messe, die schon zwei Tage früher begann. Rambach sagt: „Nachdem die küchenwohntrends als physisches Event stattfinden konnte, war klar,

dass der Zulauf zum Online-Event bei weitem nicht so stark sein wird, als wenn nur eine Onlinemesse stattgefunden hätte.“ Trotzdem hält Trendfairs daran fest, auch weiterhin parallele Online-Events zu Live-Messen zu veranstalten. „Die Besucher können die Online-Formate im Vorfeld aber auch während der Live-Messen als Informations-, Organisations- und Kommunikationsplattform nutzen.“ Das müsse sich aber erst entwickeln bzw. müssten sich die Leute erst daran gewöhnen, dass es dieses Angebot gibt und dass es wie eine Art interaktives Messemagazin genutzt werden kann.

Auch für die Aussteller hätte die Online-Variante große Vorteile, wie Rambach erklärt: „Das gab es vorher noch nie, dass sich ein Aussteller bei einer Veranstaltung, die er auch physisch bespielt, so fulminant und umfangreich präsentieren kann.“

Auch Rambach ist der Meinung, dass ein virtuelles ein physisches Event niemals ersetzen kann, aber gut ergänzen: „Es wird kaum Besucher geben, die eine Onlinemesse einer physischen Messe vorziehen. Ich denke eher, dass wir mit einer Onlinemesse den Besucherkreis erweitern um jene Personen, die das physische Event ohnehin nicht besucht hätten, weil sie keine Zeit haben, der Aufwand zu groß ist o.Ä.“

Es stellt sich die Frage, ob die Aussteller künftig auch mitspielen bei Rambachs

„Parallel-Messe“-Plänen. So ein Onlineauftritt kostet sowohl Geld als auch Aufwand, und wenn sich beides nicht rechnet, weil virtuell lediglich ein paar Besucher vorbeischneiden, könnten die Hersteller als Aussteller auf der Onlineplattform abspringen.

Die Frage um's Mitspielen ist laut Rambach tatsächlich entscheidend. Auch heuer im Herbst haben nicht alle bei der parallelen Onlinevariante mitgespielt – „aber die meisten“, sagt Rambach, der der Meinung ist, dass sich das alles erst einspielen müsse, dass die Leute also erst lernen müssten, dass zu einem physischen Messeauftritt parallel virtuell auch Text, Bild und Film angeboten wird. „Dass der Onlineauftritt also quasi Teil des Gesamtmesseauftrittes wird. Neben Messestand und Beleuchtung gehört das dann ein Stück weit zum Marketing dazu“, so der Trendfairs GF, der die Debatte „Print- vs. Online-Medium“ als Beispiel heranzieht: „Vor ein paar Jahren hieß es noch: ‚Printmedien sind tot, nur online lebt‘. Nun hat sich aber herausgestellt, dass ein Verlag beides braucht: ein Printmedium und ein Onlinemedium, weil beides gerne genutzt wird. Ja, das bedeutet mehr Aufwand. Heutzutage hat aber jeder mehr Arbeit, das gilt für jedes Unternehmen.“

Rambach: „Ich glaube, dass es Sinn macht, sich auf beiden Ebenen zu präsentieren: analog und virtuell. Auch wenn der Aufwand wächst, erreicht man damit viel mehr Leute. Und es wird sich etablieren.“ ■

