

Pressekonferenz Rede Matthias Pollmann

imm cologne 2020

Ausführungen von Matthias Pollmann, Geschäftsbereichsleiter Messemanagement der Koelnmesse, anlässlich der imm cologne Pressekonferenz in Athen am 25. September 2019



imm cologne 2020
13.01. - 19.01.2020
www.imm-cologne.de

Sehr geehrte Damen und Herren,

in den letzten Jahren hat die Koelnmesse konsequent an ihrer Zukunftsfähigkeit gearbeitet - bei der Digitalisierung, dem Investitionsprogramm und der Internationalisierung. Sie nimmt einen Platz unter den Top-Ten-Veranstaltern und -Standorten des weltweiten Messewesens ein. Zugleich bilden wir mit unseren drei Kompetenzfeldern Food, Interior und Digital alle wichtigen Bereiche des Lebens ab, was uns eine Vielzahl von synergetischen Möglichkeiten bietet. Aber auch innerhalb der Kompetenzfelder gibt es eine Menge von Synergien. Unterm Strich ergeben sich so Zukunftsoptionen, die in dieser Form kein Messeveranstalter weltweit bieten kann.

Bezogen auf die kommende imm cologne werden wir auch im nächsten Jahr die internationale Vielfalt der Einrichtung umfassend, kompakt und strukturiert abbilden.

Schon immer hat die imm cologne ein besonderes Augenmerk daraufgelegt, gesellschaftliche und globale Trends aufzugreifen, die die Möbel- und Einrichtungsindustrie beeinflussen. Auch bei der kommenden Veranstaltung werden wir wieder die für die Branche relevanten Themen in spannenden, emotional ansprechenden Präsentationen beleuchten und damit Ausstellern wie Besuchern einen inhaltlichen Mehrwert bieten. Das Besucherlebnis bestimmt immer mehr, wie die imm cologne in der Zukunft wahrgenommen wird.

Mit unserem Innovationsprogramm imm cologne 2030 gehen wir selbstbewusst voran. Wir sind in den 50er-ahren als internationale Möbelsmesse gestartet, und interessanter Weise lag schon damals der Schwerpunkt auf der Internationalität des Angebotes. Mit mehr als 70 Prozent Auslandsanteil bei den Ausstellern ist die imm cologne heute die internationalste Veranstaltung weltweit und der wichtigste Termin gleich zum Jahresstart. Hier trifft sich die gesamte Interior Design-Branche, um Neuheiten aus der ganzen Welt vorzustellen und zu entdecken.

Im ersten Schritt dieses Innovations- und Investitionsprogramms hat das Messteam die imm cologne in Themenwelten eingeteilt, die am jeweiligen Sortiments-Charakter ausgerichtet sind. Ausrichtung anhand des Verhaltens der Einkäufer! Indem wir den Besuchern die Orientierung erleichtern und den Ausstellern die

bestmögliche Positionierung ermöglichen, steigern wir mit dem neuen Konzept die Orientierungs- und Transparenzfunktion der Messe. Damit bieten wir die ideale Grundlage für das New Business der Zukunft auf der einen Seite und lassen andererseits genügend Raum, damit die Besucher ihre eigenen Interior Moments entdecken können.

Seite

2/5

Einhergehend mit dieser Entwicklung verändert sich die imm cologne als Plattform für Interior Design und Interior Business auch inhaltlich. Indem wir ausgehend von dem Gedanken „discover interior Ideas“ jetzt „interior moments“ in den Vordergrund stellen, werden wir deutlich emotionaler und persönlicher (Der eigene Interior Moment...). Ergänzend hierzu setzt die imm cologne der Zukunft einen stärkeren Akzent auf das Thema smart living. Gerade durch diesen Mix aus New Business, Emotion, Internationalität und Zukunftsthemen wird die imm cologne 2030 zur bedeutendsten Plattform ihre Art werden.

Konkret möchte ich es an folgenden Punkten festmachen:

Mission trifft Business

Das Messegeschäft in Köln lebt seit jeher von der Vielfalt der Branchen, die ihren Weg mit uns gehen; von der Internationalität der Aussteller und Besucher; von der Relevanz der Themen, die sie mitbringen und vor Ort umsetzen. Es ist aber auch deutlichen Veränderungen unterworfen: Messen müssen immer mehr eine inspirierende Umgebung für das Geschäft schaffen, denn heute wird weniger „geschrieben“ als Geschichten oder besser Content verkauft. Veranstaltungen sind Events, die emotional in die Branchen und die Öffentlichkeit strahlen und die digitale Transformation leben. Aber trotz aller Digitalisierungsinitiativen und innovativer Veranstaltungsformate, die das Messegeschäft heute natürlich und sinnvollerweise prägen, sind es im Kern die Begegnungen und vor allem die Qualität der Begegnungen, die den Erfolg einer imm cologne ausmachen. Wir schaffen Raum, damit sich Typen und Charaktere, Entscheider und Macher, Innovatoren und Investoren, Visionäre und Realisten treffen können. Ausschlaggebend ist: Eine Messe muss es immer wieder schaffen, neue Zielgruppen anzusprechen, ohne die alten aus dem Blick zu verlieren. Wenn wir weiterhin diese Ergebnisse erzielen wollen, müssen wir kreativ sein und uns am Bedarf der Branche und unserer Zielgruppen orientieren. Denn erst durch die Vielfalt der Besucher sowie durch die Internationalität des Angebotes in Kombination mit dem Content der Aussteller entsteht das, was wir New Business nennen. Indem wir mit Projekten wie „Das Haus“ „Trend Atmospheres“ oder „DesignFest“ zukunftsweisende Lösungen anbieten zeigen wir auch Ideen und Produkte, die inspirieren und informieren sollen. Ziel ist es, für unsere Besucher einen Wissensmehrwert zu schaffen und ihnen dadurch Orientierung für ihr Business zu geben. Damit wird unser Eventprogramm zur Management Summary eines Themenschwerpunktes

Power und Potenziale!

In Köln inszenieren die ausstellenden Unternehmen ihre Marke, präsentieren ihre Innovationen oder Kollektionen und schaffen so interior moments, die die internationale Szene jedes Jahr aufs Neue begeistern. Nach der erfolgreichen

Einführung von neuen Themenwelten im Pure-Bereich wie etwa Pure Editions oder Pure Atmospheres erfolgt mit der imm cologne 2020 die Umstrukturierung des Nordbereichs, der künftig Home heißen wird. Damit stellen wir sicher, dass die Aussteller optimale Zielgruppenkontakte generieren und sich die Besucher effizient informieren können.

Seite

3/5

Was heißt das im Einzelnen?

Die neue Home-Welt der imm cologne wird aufgeteilt in drei Schwerpunkte: „Home Sleep“, „Home Scenes“ und „Home Settings“.

„Home Sleep“ in der Halle 9 repräsentiert Produkte als hochemotionales Thema Produkte und Konzepte für einen guten Schlaf. Die Matratzen- und Schlafsysteme, Boxspring-Betten und Wasserbetten dieser Themenwelt bieten innovativen Schlafkomfort, ergänzt durch dekorative Bettwaren und Accessoires. Kein anderes Segment setzt so stark auf Evolution durch technische Innovation. Home Sleep ist daher weniger Schaufenster als Labor - eine Plattform für das wohl erklärungsintensivste Sortiment der imm cologne.

Die Themenwelt „Home Scenes“ zeigt über 1.000 Ideen für das Lifestyle-orientierte Wohnen. Auf großflächigen Messeständen werden Sitzgarnituren, Sessel, Liegen, Einzelsofas, Funktionscouches, Schlaf- und Wohnzimmer-Ausstattungen und Regalsysteme gezeigt. Die Besucher der imm cologne finden in den Hallen 5.2, 6, 10.1 und 10.2 moderne Wohnwelten und Qualitäts-Möbel mit Lifestyle-Garantie.

Clevere Einrichtungslösungen für junges, stylisches Wohnen präsentiert die Themenwelt „Home Settings“. Home Settings bietet mit den Hallen 4.1, 5.1, 5.2, 7 und 8 das großzügige Raumangebot, das nötig ist, um die ganze Vielfalt cleverer Produktlösungen in modernen Materialqualitäten zu zeigen, die genügend Stauraum und vielseitige Nutzungsangebote für die Erstausrüstung und Junges Wohnen bieten.

Demgegenüber präsentiert Pure in unterschiedlichen Themenwelten die Avantgarde des internationalen Designs: Bei Pure Atmospheres kann der Besucher in atmosphärisch dichte Lifestyle-Inszenierungen eintauchen, denn hier ist der Platz für die Entfaltung der großen Markenwelten. In den galerieartig gestalteten Hallen von Pure Editions hingegen bringen die Design-Editeure mit ihren Highlight-Produkten den Markenkern und die wichtigsten Einrichtungstrends auf den Punkt. Und dazwischen gibt es auf diversen Events einiges zu entdecken: faszinierende Inszenierungen, junges Design und informative Veranstaltungen. 2020 wieder am Start: Pure Architects als begehrter Musterfächer für die Kreativbranche. Besonders Unternehmen aus dem Bereich Licht und Bad wird in dieser Themenwelt die Möglichkeit geboten, ihre kreativen Ideen im Kontext einer internationalen Einrichtungsmesse zu zeigen.

Virtuell trifft Wirklichkeit

Wir arbeiten natürlich nicht nur an der Entwicklung für das „analoge“ Business, sondern auch an unserer digitalen Zukunft. Das Virtuelle und Digitale ist bei uns immer weniger Vision und immer mehr Wirklichkeit. Die Digitalisierung ist für die

Koelnmesse und damit die imm cologne schon lange kein Nice-to-Have, sondern ein ganz zentraler Wegweiser für unseren zukünftigen Erfolg. Die Messe von morgen stellt andere Anforderungen. Die Digitalisierung gibt uns die Chance, sie zu erfüllen.

Seite
4/5

Ganz konkret bedeutet das für uns zum Beispiel:

- einen eigenen Schwerpunkt für die Digitalwirtschaft zu schaffen und Online-Händlern, Plattformen und Portalen sowie Zulieferern ein eigenes Forum zu bieten;
- den Ausbau von ambista dem Online Business-Netzwerk für die internationale Einrichtungsbranche;
- in die digitale Infrastruktur auf unserem Gelände zu investieren;
- digitalen Informations- und Leitsystem auszubauen;
- unseren Kunden ein verbessertes, durchgängigeres Kundenerlebnis und digitale Services zu bieten.

Darüber hinaus beschäftigen uns selbstverständlich auch zukunftsweisende digitale Technologien wie Künstliche Intelligenz, 5G oder Trackingsysteme. Wohin uns diese und mit Sicherheit noch weitere digitale Themen, die wir heute noch gar nicht kennen, einmal führen werden, lässt sich heute noch nicht absehen.

Und da bin ich auch schon bei meinem letzten Punkt

Vision trifft Welt!

Wie können wir den technischen Fortschritt sinnvoll für jeden Einzelnen oder die Allgemeinheit nutzbar machen? Wie wollen wir in der Zukunft leben? Wir haben uns entschieden, für die imm cologne sehr stark in das Thema „Smart Home“ zu investieren. Allerdings ist für uns das Thema nicht alleine smart Home, sondern eher urban living. Dabei denken wir durchaus vernetzter und zukunftsorientierter, denn den einzelnen Branchen fehlt ein Platz, auf dem sie ihre Technik in einem sinnvollen Kontext präsentieren können. Das kann aus unserer Sicht ein Teil der neuen imm cologne sein. Um die Mehrwerte differenziert und individuell zu generieren und nachvollziehbar zu vermitteln, zeigt die Sonderausstellung „let’s be smart - Smart Village“ in einem ersten Schritt 2020 in vier Lebenswelten (Smart Home, Smart Residenz, Smart Loft, Tiny Home) einen zukunftsorientierten, aber zeitgemäßen und realistischen Umgang im Spannungsfeld neuer Technologien und realistischer Mehrwerte. Jede Lebenswelt stellt sich aus einer anderen Perspektive und mit einem anderen Schwerpunkt dar.

Innovator trifft imm cologne

Unsere Aufgabe ist es, die Zukunft der imm cologne zu gestalten.

Für uns ist klar: Begegnungen bleiben auch in Zukunft ein ganz zentrales Element der imm cologne. Als 360-Grad-Messe entspricht die imm cologne mit ihren Themenwelten auch in der Zukunft den Ansprüchen der Einrichtungsbranche. Sie fokussiert sich aber deutlich stärker auf die entscheidenden Fragen, wie wir morgen leben werden, die im Zusammenspiel mit dem Thema Einrichten immer mehr an Bedeutung gewinnen. Die internationale Einrichtungsmesse imm cologne ist somit nicht mehr nur die Plattform für Interior Design und Interior Business. Denn parallel zur permanenten Weiterentwicklung des Kerns der imm cologne wollen wir die

Transformation zu neuen Geschäftsfeldern schaffen.

Seite
5/5

Stand: 27.09.2019

Kürzel: maj