

küchenwohntrends: Erfolgreich mit neuem Konzept

Viel Inspiration für moderne Koch-, Wohn- und Lebenswelten bot die küchenwohntrends im Münchner Location-Ensemble Zenith, Kohlebunker und Kesselhaus. Zeigten im Zenith große Marken aus den Bereichen Möbel, Küche und Technik ihre Produkte, hatte man im Kesselhaus und Kohlebunker bewusst auf typische Messestände verzichtet – dies bot den Besuchern noch stärker die Möglichkeit zur direkten Kommunikation und wurde, so Aussteller und Veranstalter, sehr gut angenommen. „Wir zeigen im Kohlebunker in der Sonderfläche ‚Lebensraum‘ ein Zusammenspiel der Marken. Unsere Architekten haben sieben Wohnwelten innerhalb dieser eindrucksvollen Halle gestaltet. Für Besucher und Aussteller ergeben sich so ganz neue Möglichkeiten und Blickwinkel“, erklärt Michael Rambach, Gründer und Gesellschafter der trendfairs GmbH. Positiv war auch die Besucherentwicklung: 386 Konsumenten und 2.465 Fachbesucher kamen in diesem Jahr, und zwar aus ganz Deutschland und Österreich, was die Messe, so die Veranstalter, langfristig als überregionale Leitmesse positioniere.

www.kuechenwohntrends.de



telering: „IQ-Fachhändler sind mehr als Verkäufer“

Unter dem Motto „Zukunft gestalten mit IQ“ standen bei der telering-Jahresversammlung Entwicklungsperspektiven und -strategien im Zentrum. Geschäftsführer Franz Schnur zeichnete ein positives Bild der Lage – sowohl für das vergangene Jahr, als auch in die Zukunft blickend: Besonders gut lief der Bereich Unterhaltungselektronik, wo telering das Wachstum des gesamten Marktes von 5,9 % mit einem Umsatzplus von 9,3 % deutlich überflügeln konnte. Im laufenden Jahr steht neben der Weiterentwicklung der Leitstrategie „IQ – Immer Qualität“ die Optimierung des digitalen Erscheinungsbildes im Fokus. Allerdings, so betonte Schnur, dürfe man bei allen digitalen Bemühungen nicht das wichtigste Alleinstellungsmerkmal des stationären Fachhandels aus den Augen verlieren: Service. „Die Kunden benötigen nicht noch weitere Onlineshops, sondern Nischen und spezielle Lösungen. Reduzieren Sie Ihr Format auf das, was wirklich (noch) gebraucht wird“, riet Schnur den IQ-Händlern. Für den Herbst kündigte er eine bewusst politische Imagekampagne an, die die gesellschaftliche Bedeutung des stationären, inhabergeführten Fachhandels betonen wird.

www.telering.de



High End: Audio-Branche traf sich in München

Insgesamt kamen 19.899 Besucher, darunter 7.557 Fachbesucher, aus 73 Nationen nach München, um sich dort über die neuesten Trends und Entwicklungen der Audio-Branche zu informieren – knapp 6 % weniger als im Vorjahr. Der internationale Anteil lag erneut bei 70 % – nach Deutschland waren Besucher aus Großbritannien, der Schweiz, Italien und den Niederlanden am stärksten vertreten. Auf rund 29.000 m² Ausstellungsfläche präsentierten 530 Aussteller aus 41 Ländern ihre Highlights. Zufrieden mit dem Messeverlauf zeigte sich High End-Geschäftsführer Stefan Dreischärf, lediglich die Besucherzahlen hätten die Erwartungen nicht ganz erfüllt – dies sei aufgrund der hochsommerlichen Temperaturen jedoch absehbar gewesen. Wer aber in die Münchner Messehallen kam, den erwartete eine Mischung aus Musikvorführungen, hochwertigen Produktpräsentationen, Workshops und Vorträgen.

www.highendsociety.de



HEPT: Jubiläumstour ein voller Erfolg

Zum 15. Mal fand in diesem Jahr die High Event Product Tour (HEPT) statt. An zwölf Standorten in ganz Deutschland hatten Händler die Gelegenheit, sich Einblicke in die Sortimente und

Neuheiten von AEG, Beurer, Jura, Jura Gastro, Kärcher, Miele und Remington/Russell Hobbs zu verschaffen, die Produkte live zu erleben und sich persönlich auszutauschen. Nach Abschluss der Tour zogen Veranstalter und Aussteller eine zufriedene Bilanz: „Mit der 15. HEPT geht

eine überaus erfolgreiche Jubiläumstour zu Ende“, betont Rolf Diehl, Geschäftsführer der Jura Elektrogeräte Vertriebs-GmbH, die die Tour veranstaltet. „Wieder einmal beeindruckten mich der intensive Austausch mit unseren Handelspartnern und die überwältigende Resonanz der Besucher am Jura-Stand“, so Diehl weiter. Für das nächste Jahr kündigt Diehl bereits eine Neuauflage der HEPT an: „Meine Beobachtungen in diesem Jahr geben mir die Sicherheit, dass die HEPT auch in Zukunft von unseren Fachhandelspartnern als attraktive Plattform für Produktpräsentationen und intensiven Gedankenaustausch genutzt werden wird.“

www.hept.de