



Gerald Böse (oben),
Vorstandsvorsitzender der
Koelnmesse, und Matthias
Pollmann, für die imm
cologne verantwortlicher
Geschäftsbereichsleiter,
stellen sich im Sommer-
Interview den Fragen von
Gerald Schultheiß.

„Gemeinsam eine starke imm cologne schaffen!“

Die Koelnmesse will mit der imm cologne im Januar wieder voll durchstarten. Gemeinsam mit der Branche soll das Event wieder zum internationalen Hotspot für alle Marktsegmente werden – denn dass Deutschland eine starke Leitmesse braucht, da sind sich fast alle in der Möbelbranche einig. Damit das im aktuell wirtschaftlich schwierigen Umfeld gelingt, braucht es einen offenen, konstruktiven Dialog zwischen allen Marktpartnern und einen Schulterschluss. Dazu geht die Messe auf diese zu und will gemeinsam mit allen interessierten Ausstellern flexible Lösungen finden. Das betonen Messechef Gerald Böse und Geschäftsbereichsleiter Matthias Pollmann im Sommer-Interview mit MÖBELMARKT-Chefredakteur Gerald Schultheiß.

MM: Was nehmen Sie von der imm Spring Edition mit zur imm cologne im Januar?

Gerald Böse: Zunächst einmal haben wir uns gefreut, nach fast drei Jahren wieder mit der imm cologne an den Start zu gehen, auch wenn es sicherlich nicht das gewohnte Format war. Die Branche braucht in Deutschland eine internationale Plattform, wo Handel und Industrie zu einem persönlichen Austausch zusammenkommen. Um ein Gespür für die Trends zu entwickeln, muss man Produkte und die Menschen hinter den Marken „live“ erleben. Ein wichtiges Learning war aber auch: die imm cologne gehört wieder in den Januar! Aussteller und Besucher haben dieses Signal klar gespiegelt! Deshalb eröffnen wir unser Messejahr 2024 wieder mit der imm cologne! Was nehmen wir noch mit? Sicherlich, dass es an der Zeit ist, auch mal quer zu denken, neue Ideen und Konzepte auszuprobieren und sich damit zukunftsfähig aufzustellen.

Matthias Pollmann: Die durch Corona bedingte Zwangspause und die Herausforderungen, die der Neustart mit sich gebracht hat, haben uns einige Dinge ausprobieren lassen, die wir sonst so sicher nicht gemacht hätten. Mit Pure Galleries haben wir ein kompaktes, kreatives Konzept entwickelt, das perfekt zu Einrichtungsmarken mit hohem Anspruch an ihre Markenidentität passt. Aus unserer Sicht konnten die Aussteller so sehr modern ihre aktuellen Produkte zielgruppengerecht für die Märkte präsentieren. Das perfekte Preis-Leistungs-Verhältnis machte die Teilnahme an der Spring Edition der imm cologne 2023 damit zu einer Win-win-Situation. Genau diese neuen Konzept-

ideen sind bei den Medien und den Besuchern sehr gut angekommen. Zur ganzen Wahrheit gehört aber auch, dass wir uns solche Konzepte, die ja am Ende auf einer Flächenbegrenzung beruhten, vor der Pandemie kaum hätten vorstellen können. Indem das Anmeldeverhalten zur Spring Edition aber eben nicht mit dem einer regulären imm cologne vergleichbar war, mussten wir gemeinsam mit den Industrie-Vertretern über neue Konzepte nachdenken. Zum damaligen Zeitpunkt, rund neun Monate vor der Messe, waren die Kosten einer Messeteilnahme das

wollen Sie solche Aussteller – auch die, für die sich Pure Galleries nicht eignet – wieder für den Messestandort Köln begeistern?

Böse: Dass die wirtschaftliche Situation in der Möbelindustrie momentan nicht einfach ist, wissen wir natürlich, und wir haben deswegen auch großes Verständnis für jedes Unternehmen, das hier auf die Kosten achten muss. Deshalb haben wir bewusst unsere Quadratmeterpreise von 2023 für den Januar 2024 nicht erhöht, trotz der hohen Inflation.

Wir haben die unterschiedlichsten Beteiligungsformate aufgelegt, Pure Galleries ist nur eines davon, um Angebote für jedes Portemonnaie zu schaffen. Unser Ziel ist es, für alle Unternehmen, die gerne ausstellen wollen, aber nicht über dasselbe Budget wie vielleicht noch vor einigen Jahren verfügen, ein maßgeschneidertes Angebot zu entwickeln. Wir finden also für jeden das passende Angebot und eine gute Lösung!

Pollmann: Grundsätzlich ist es erstmal so, dass die imm cologne eine der wichtigsten Messen für Möbel und Einrichtung ist, die wir auf der Welt haben, mit einer hohen Relevanz gerade für den europäischen Markt. Im Vergleich mit dem Wettbewerb anderer großer Messen sind unsere Preise sehr wettbewerbsfähig, das beobachten wir natürlich genau. Mit Pure Galleries kommt nun noch ein Format hinzu, bei dem man zum Fixpreis ab 12.400 Euro ausstellen kann – ich denke, da stimmt das Kosten-Nutzen-Verhältnis wirklich. Im Zusammenhang mit der Preisdiskussion kommt aber auch immer wieder der Punkt der angeblich „versteckten“ Zu-

„Die imm cologne wird auch in der Zukunft Chefsache bleiben!“

Gerald Böse

entscheidende Thema für viele Aussteller – auch weil ja keiner wusste, wie eine imm im Juni bei den Besuchern ankommt. Am Ende haben wir also nicht ganz freiwillig dieses modulare, günstige Fixpreis-Konzept Pure Galleries entwickelt. Das hätten wir, zugegeben, ohne den Druck durch die Zwangspause sicherlich nicht so gemacht. Am Ende war es richtig, die „ausgetretenen“ Pfade zu verlassen, Neues auszuprobieren und damit der Veranstaltung einen Schub zu geben, den wir gerne mit nach 2024 nehmen.

MM: Die Kosten sind ein gutes Stichwort. Mittlerweile ist die Kosten-Nutzen-Relation für viele Möbel-Lieferanten zum entscheidenden Faktor für eine Beteiligung an der imm cologne geworden. Wie



Gerald Böse erinnert daran, dass Messeveranstalter über weite Strecken der Corona-Pandemie quasi ein Berufsverbot hatten.

satzkosten. Hier möchte ich klar zum Ausdruck bringen, dass es bei uns keine versteckten Kosten gibt. Gerade in diesem Punkt sind wir transparent! Unsere Angebote beinhalten immer alle Kosten.

„Wir wollen für jedes Portemonnaie das passende Angebot schaffen.“

Matthias Pollmann

MM: Auf das Kosten-Nutzen-Thema zahlt ja auch Ihr neues Motto „Connecting Communities“ ein, das es auch ermöglicht, dass Aussteller mit ergänzenden Sortimenten sich gemeinsam auf einem Stand präsentieren. Das reduziert die Kosten des Einzelnen und bringt dem Besucher sogar einen Mehrwert ...

Pollmann: Das ist völlig richtig – wir profitieren hier von den guten Erfahrungen, die wir damit z. B. auf der Orgatec gemacht haben, wo sich beispielsweise ein Bodenbelags-Hersteller und ein Leuchten-Hersteller gemeinsam gezeigt haben und ihre jeweiligen Stärken zu einem stimmigen Gesamtbild gebündelt haben. Für die imm cologne 2024 planen jetzt bereits einige benachbarte Aussteller aus dem neuen Pure-Bereich in der Halle 1 ein gemeinsames Catering – auch eine tolle Lösung, um Synergien zu nutzen. Insgesamt ist das eine Erfahrung, die wir jetzt nach Corona immer wieder machen, nämlich dass auch die Unternehmen offener für solche Kooperationen sind und neue Wege mit uns gehen wollen. Fakt ist: Wir können das „Produkt“ imm cologne nur gemeinsam verändern, Messe, Industrie und Besucher zusammen.

Böse: Letztlich müssen wir hier gemeinsam mit den Ausstellern ein Event schaffen, an dem der Markt und damit

die Besucher nicht vorbeikommen. Nach der Corona-Pandemie wurde ja oft in Frage gestellt, ob Messen überhaupt wieder zurückkommen. Aber wir haben es hier ja auf der Interzum, der Orgatec oder der spoga+gafa gesehen, wie stark die Veranstaltungen zurückgekommen sind. Messen sind Kraftzentren einer Branche, einer Community. Mehr gemeinsames Handeln auf Ausstellerseite kann diesen Community-Aspekt nur unterstützen.

MM: Die meisten in der Branche sind sich einig, dass wir in Deutschland eine globale Leitmesse brauchen. Dabei interessieren sie sich vor allem für das Business und damit für die Besucher aus dem deutschen und internationalen Handel. Was tun Sie, um diese Besucher anzuziehen und zu begeistern?

Pollmann: Neben den innovativen Ausstellungsformaten wollen wir auch andere wichtige Impulse geben. Wir sehen doch alle, dass sich der Möbelhandel und die Art, wie die Konsumenten einkaufen, massiv verändern. Das müssen wir alle gemeinsam diskutieren. Deswegen planen wir eine Neuauflage unseres Kongresses und sind dafür bereits mit dem VDM und dem BVDM in intensiven Vorbereitungen für 2024. Dabei soll es ganz ausdrücklich um Zukunftskonzepte für den Handel gehen.

Das Gleiche gilt für die „Circles“, mit denen wir die Diskussion in die Hallen bringen. Wir bieten damit überall auf der Messe Anknüpfungspunkte für inhaltliche Diskussionen, anstatt auf nur ein Leuchtturm-Projekt zu setzen, wie wir das früher vielleicht gemacht haben. Da geht es dann um Themen wie Nachhaltigkeit, Kreislaufwirtschaft, Materialität und vieles mehr. Und Aussteller können sich mit ihren dazu passenden Produkten an der inhaltlichen Debatte beteiligen.

„Wir sind bei den Kosten wahnsinnig transparent!“

Gerald Böse

Durch solche Formate soll sich die Reise des Besuchers nach Köln noch mehr lohnen. Das ist übrigens auch etwas, das wir aus der Spring Edition mitnehmen zur imm cologne 2024. Ebenso wie die Messe-Party, bei der die Branche in ungezwungener Atmo-

sphäre ins Gespräch kommt. Wir wollen die Branche feiern! Das kam im Juni noch viel besser an, als wir erwartet haben, und das werden wir fortsetzen.

„Die digitalen Möglichkeiten ermöglichen das Match-Making schon lange vor dem Messe-Start.“

Matthias Pollmann

MM: Können Sie denn schon noch etwas mehr zum Anmeldestand sagen?

Pollmann: Ja, insgesamt läuft es derzeit wirklich gut für die imm cologne. Wir werden mit rund 200.000 qm Brutto-Ausstellungsfläche auf zwölf Hallenebenen ins Ziel geben, also mit sehr viel mehr Fläche als im Juni. Und dabei haben wir auch bereits Zusagen von vielen wichtigen Ausstellern in allen Segmenten wie Cor, Bielefelder Werkstätten, Rolf Benz, Walter Knoll, Edra, Kettner, Jori, Leolux, Knoll International, Interlücke, Schramm, Vispring, Montis Gandia Blasco, Koinor, Team 7, Voglauer, Polipol, Natuzzi, Furninova, Hjort Knudsen, Tvillum, Actona, Aquinos, Banenia, Kluft, fan Frankenstein, Dormiente und viele mehr.

Es gibt aber auch noch Angebotsbereiche, wo wir noch nachlegen wollen und müssen. Die italienischen Aussteller werden sich tendenziell erst im Laufe des Septembers entscheiden, das ist nichts Neues, macht die Planung aber natürlich nicht einfacher. Trotzdem: Nachdem die imm cologne zweimal gar nicht stattfinden konnte und einmal verschoben wurde, finde ich den aktuellen Anmeldestand richtig gut.

MM: Also insgesamt mehr kuratierter Qualität als nur Quantität?

Böse: Kuratiert trifft es hier nicht so ganz. Den besonderen Charme der Messe macht es aus meiner Sicht aber aus, dass sie neben den großen Playern der Branche auch für viele kleine und mittelständische Unternehmen eine wichtige Businessplattform ist. Für den Inspirationsfaktor der imm cologne sorgen die innovativen Produkte unserer Aussteller, die müssen aber intelligent segmentiert werden. Darin besteht unser Beratungsauftrag, damit die Fachbesucher auch eine bessere Orientierung für die Sortimentsplanung bekommen.

MM: Was die Aussteller ja auch immer sehr interessiert, ist die Fachbesucher-Seite. Wie sind Ihre Erfahrungen von den übrigen Messen, was die Besucher allgemein, aber vor allem auch aus den internationalen Märkten angeht?

Böse: Ich denke, der Januar-Termin wird wieder zu einer deutlichen Belegung des internationalen Besuches auf der Messe führen. Das Feedback, das wir aus den internationalen Märkten bekommen, deutet hierauf hin. Man darf nicht vergessen, dass viele Besucher besonders aus Übersee mit ihrer Reise zwei Messen verbinden: Köln und Paris. Mit dem Thalys zwischen Köln und Paris kann der Besucher eine effiziente Reise mit zwei tollen Messen mit Einrichtungsbezug in Europa absolvieren.

Pollmann: Und wir haben auch schon einige Gruppenzusagen aus Übersee, z. B. aus den USA und Indien, für die Messe. Aber es ist natürlich noch sehr früh vor der Messe, und da kommen sicher noch etliche dazu, da werden wir auch viel dafür tun.

Aber mindestens genauso entscheidend ist aus unserer Sicht, das Match-Making von Ausstellern und potenziellen Besuchern schon vor der Messe anzustoßen. Mit unserer App ist das einfach möglich. Sobald sich ein Besucher für die Messe mit seinem Ticket in der App registriert hat, kann er auf die Ausstellerdatenbank zugreifen und mit ihnen Kontakt aufnehmen – und umgekehrt. So kann man schon vor der Messe und auch danach noch seine Zielgruppen – beispielsweise für den Export nach Ländern sortiert – sehr direkt ansprechen, Termine vereinbaren

und mehr. Alle Teilnehmer, also Besucher, Aussteller sowie Branchenvertreter wie Medien sind in der App abgebildet und können untereinander netzwerken. Die Messe beginnt also bereits mit der Installation der App auf dem eigenen Mobiltelefon. Zudem beinhaltet die App ein sehr gut funktionierendes Navigationssystem. Damit kann der Besucher einen Aussteller herausuchen und sich von der App direkt zum Stand führen lassen. Das sind ebenfalls wichtige Mehrwerte, mit denen wir den Nutzen der imm cologne für Aussteller und Besucher verbessern wollen.

„Wir können das „Produkt“ imm cologne nur gemeinsam verändern, Messe, Industrie und Besucher zusammen.“

Matthias Pollmann

Böse: In Bezug auf die Besucher möchte ich noch einen anderen Aspekt ansprechen. Fast alle B2B-Messen, also nicht nur die, die bei uns stattfinden, haben in der Post-Corona-Zeit noch nicht die Besucherzahlen erreichen können wie vorher. Gleichzeitig ist aber die Qualität der Besucher gestiegen. Gerade bei den Besuchern aus Übersee kommen heute Gruppen, die nicht mehr aus vier, sondern aus zwei Personen bestehen – diese kaufen aber trotzdem weiterhin für vier ein! Diese Fokussierung erlaubt es uns eben

auch, die Messe von der Dauer her kompakter zu gestalten, was auch ein Wunsch der Industrie war. In diesem Sinne werden wir auch die imm cologne 2024 zeitlich straffen und auf die Fachbesucher ausrichten und als Folge die Publikumstage am Wochenende streichen.

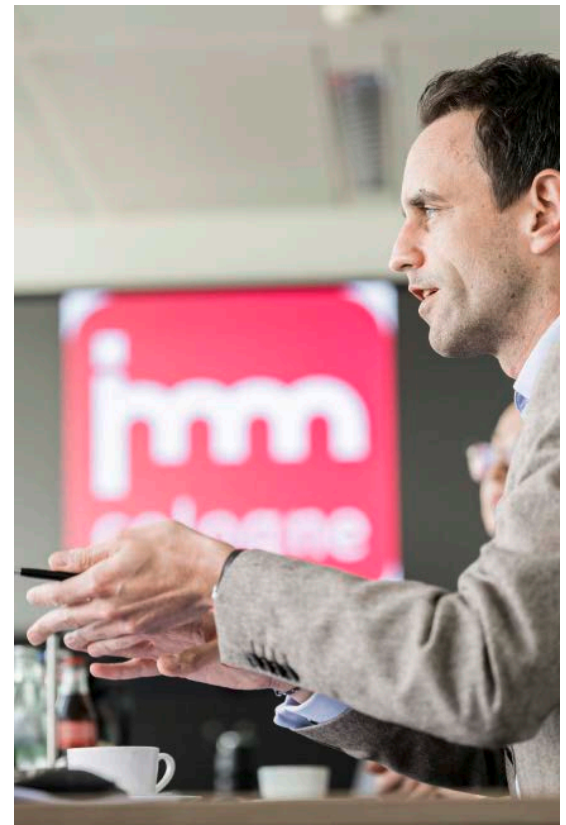
MM: Ein wichtiges Thema sind ja auf solchen Messen immer auch die Ticketpreise, die manchmal die Besucher abschrecken. Was tun Sie in diesem Bereich?

Pollmann: Die Aussteller haben die Möglichkeit, bei uns Ticketcodes kostenlos anzufordern, die sie an ihre Kunden weitergeben – und zwar unlimitiert je nach dem individuellen Bedarf.

Böse: Sie sehen: Wir tun wirklich viel dafür, die imm cologne nach der Corona-Pandemie wieder zu dem wichtigsten Branchen-Event zu machen. Und wir spüren auch, dass der Markt, Handel wie Industrie, eine starke imm cologne als Aushängeschild der deutschen Möbel-Branche will. Aber am Ende können wir eine solche Messe nur alle gemeinsam im Schulterschluss zum Erfolg bringen.

MM: Meine Herren, herzlichen Dank für dieses sehr offene Gespräch!

Gerald Schultheiß/Arnd Schwarze



Matthias Pollmann will die imm cologne mit neuen Konzepten wieder zu alter Stärke führen.



Die Zukunft der imm cologne und der Möbel-Branche diskutierte Gerald Schultheiß (rechts) mit Messe-Chef Gerald Böse (Mitte) und imm-Chef Matthias Pollmann. Fotos: Koelnmesse