Branchen-Event
DID 2017 - Interview mit Pierre Haarfeld

Freitag, 13.10.2017

Pierre Haarfeld (Foto), Gründer und Geschäftsführer der Digital Apartment GmbH und Co-Veranstalter des Digital Interior Day 2017 ***im Kurzgespräch mit Lior Yarom, Head of Digital Business bei der Ritthammer Media Group, für den MÖBELMARKT:***

MM: Warum wurde es höchste Zeit für ein neues Veranstaltungsformat zum Thema Digitalisierung in der Einrichtungsbranche?

Pierre Haarfeld: *Es gibt eine Vielzahl an unterschiedlichen Formaten, die meines Erachtens auch zum größten Teil ihre Daseinsberechtigung haben. Bisher gab es allerdings kein Format, welches systematisch die New- und die Old-Economy in der Home & Living Branche miteinander verbindet. Das systematische Vernetzen von etablierten Unternehmen und Start-Ups beziehungsweise digitalen Geschäftsmodellen ist die Kernaufgabe unseres Unternehmens. Dabei geht es um den Zugang zu Investments, die Unterstützung bei der Beteiligung erfolgreicher Online-Unternehmen, Start-Up Touren, den Aufbau digitaler Geschäftsmodelle oder Workshops zu digitalen Home & Living Themen. Genau diese Themen wollen wir einer hochkarätigen Zielgruppe auch in Form eines Events zugänglich machen. Letztendlich soll mit diesen Aktivitäten der Aufbau digitaler Innovationen in der Branche gefördert werden.*

MM: Was hat Dich selbst während der Veranstaltung am meisten überrascht?

Haarfeld: *Ich bin nach wie vor sehr beeindruckt von der positiven Aufbruchsstimmung. Die Teilnehmer haben die Chance genutzt und sich intensiv ausgetauscht. Das Besondere war sicherlich die Zusammensetzung der Teilnehmer. Wir hatten vor Ort etablierte Unternehmen, wie XXXLutz, Porta, Vitra, Poco, Vivonio, Walter Knoll, Hettich, Hülsta, Zimmer + Rohde und viele weitere. Auf der anderen Seite waren aber auch eine Vielzahl der erfolgreichen digitalen Newcomer da, wie z.B. Tylko, Roomle, KitchenAdvisor, Wohnklamotte, 99chairs, massivum oder Tikamoon. Ich finde es klasse, dass direkt zum ersten Digital Interior Day neue Kooperationen zwischen den Teilnehmern entstanden sind.*

MM: Welche Zahl oder Aussage geht Dir seit dem DID 2017 nicht mehr aus dem Kopf? Warum?

Haarfeld: *130 Teilnehmer für eine Erstveranstaltung ist eine hervorragende Zahl. Damit hat keiner gerechnet. Es zeigt aber auch, dass digitale Geschäftsmodellinnovationen in der Branche gefragt sind wie nie zu vor. Zusätzlich finde ich es unglaublich motivierend, dass wir gemeinsam mit unseren Sponsoren über 40.000€ Geld- und Sachpreise für die beiden Pitch-Gewinner zur Verfügung stellen konnten. Das werden wir nächstes Jahr noch toppen.*

MM: Was ist Dein ganz persönliches Fazit nach der Veranstaltung und was sind rückblickend Deine ersten Learnings?

Haarfeld: *Der Digital Interior Day ist eine gemeinsame Veranstaltung von Digital Apartment und der Koelnmesse. Wir wissen, dass wir für 2018 noch viel mehr unser gemeinsames Netzwerk aktivieren können. Ich glaube, dass eine Vielzahl der Marktteilnehmer, insbesondere die Old Economy, noch nichts von dem*

tollen Format mitbekommen hat. Hier werden wir sicherlich verstärkt die Home & Living Messen der Koelnmesse nutzen, um auf den DID2018 aufmerksam zu machen. Zusätzlich haben wir gemerkt, dass wir die Finalisten für das Pitch-Finale des „Home & Living Start-Up des Jahres" noch mehr unterstützen können. Geplant ist, dass wir z.B. die Finalisten mit Trainings auf das Finale vorbereiten.

MM: Was siehst Du als die wichtigste Herausforderung für die kommenden 12 - 18 Monate hinsichtlich der digitalen Transformation in der Branche?

Haarfeld: *Aus meiner Erfahrung ist es ganz deutlich die Veränderung des Mindsets. Der Begriff der Digitalisierung ist zunächst richtig zu verstehen und zu deuten. Digitalisierung bedeutet nicht die Umstellung von Fax auf E-Mail oder EDI. Hier bringe ich immer gerne den Vergleich von Elektrifizierung vs. Digitalisierung. Elektrifizierung ist das Umstellen von analogen Prozessen auf digitale Prozesse. Digitalisierung ist der Aufbau neuer digitaler Geschäftsmodelle, bis hin zur Disruption eigener Erlösströme.*

MM: Welche Entwicklung wirst Du bis zum DID 2018 mit ganz besonderem Interesse beobachten?

Haarfeld: *Mit besonderem Fokus beobachte ich zur Zeit die Konsolidierung einiger Online Pure-Player. Aktuell verbünden sich mehrere mittlere Online-Unternehmen in unterschiedlichen Segmenten. Das wird den Markt wieder ein ganzes Stück nach vorne bringen. Außerdem entsteht aktuell eine Vielzahl von vertikal integrierten Marken. Also neue Online-Direktvertriebsmarken von Herstellern, sowie Mono-Brands neuer Marktteilnehmer, die hauptsächlich über Marktplätze vertrieben werden. Insgesamt tut sich einiges und ich freue mich jetzt schon diese Inhalte auf dem DID2018 präsentieren zu können.*

MM: Danke, Pierre, weiterhin viel Erfolg und vielleicht demnächst mal wieder, wie in alten Sportpalast-Zeiten, auf ein Sparring im Ring.

Hier geht's zum MÖBELMARKT-Artikel zum DID 2017.

DID 2017 - Interview mit Pierre Haarfeld

Links

- Digital Interior Day
- MM-Bericht zum DID 2017

Weiterführende Links

- Digital Apartment (Co-Veranstalter)