

Digital Interior Day 2018 – powered by MÖBELMARKT

Pierre Haarfeld im Interview

Freitag, 07.09.2018

[Der MÖBELMARKT begleitet den Digital Interior Day 2018 am 24. und 25. September im Tanzbrunnen in Köln als exklusiver Medienpartner. Im Vorfeld des Events werden wir Ihnen die Speaker beim Digital Interior Day \(DID\) in Interviews vorstellen. Den Anfang macht Pierre Haarfeld \(Foto\), Gründer und Geschäftsführer der Digital Apartment GmbH und Co-Veranstalter des Digital Interior Day 2018.](#)

Exklusiv erhalten alle MÖBELMARKT-Newsletter-Abonnenten 20% Rabatt auf das 2-Day-Ticket.

Pierre Haarfeld ist einer der führenden Köpfe der digitalen Möbelbranche. Der Branchenexperte agiert als Brückenbauer zwischen etablierten Unternehmen und Start-Ups. Als Investor, Impulsgeber, Beirat oder Sparringspartner berät er Unternehmen bei dem Auf- und Ausbau digitaler Geschäftsmodelle. Seit 2017 ist er Gründer und Geschäftsführer der B2B-Plattform nuucon.io. Zuvor hat er die Unternehmensberatung Digital Apartment GmbH gegründet und ist seit 2014 Partner des Hamburger Unternehmernetzwerks Etribes. Haarfeld ist außerdem Autor zahlreicher Fachartikel und Analysen im Home & Living Umfeld.

MM: Der Digital Interior Day hat im vergangenen Jahr erfolgreich mit großer Aufmerksamkeit Premiere gefeiert. Was waren Ihre persönlichen Highlights?

Pierre Haarfeld: Eines meiner persönlichen Highlights war das Zusammenbringen von Gruppen, die sich vorher nicht kannten. Für die Interior Branche völlig neuartig, konnten wir systematisch etablierte Unternehmen mit Start-Ups und Digitalunternehmen vernetzen. Direkt beim ersten DID sind mehrere großartige Kooperationen zwischen den Teilnehmern entstanden. Damit ist es gelungen, aktiv neue Innovationen in der Branche zu fördern. Besonders war sicherlich auch die heterogene Zusammensetzung der Teilnehmer. Wir hatten vor Ort Hersteller, wie Vitra, Walter Knoll, JAB Anstoetz, BoConcept, Hülsta usw., aber auch Händler wie Poco, Connox, XXXLutz, Tikamoon etc. Zusätzlich konnten wir eine Vielzahl der erfolgreichen Newcomer, wie WeDoWood, Tylko, Roomle, Kitchenadvisor, Parcellab, Nui-Studio, Bruno Bett und weitere interessante Unternehmen für Köln gewinnen.

MM: Nun steht die zweite Ausgabe des DID an. Was ist geblieben, was ist neu und worauf können sich die Teilnehmer in diesem Jahr besonders freuen?

Haarfeld: Der DID ist die einzige Home & Living Konferenz im deutschsprachigen Raum, die das Thema digital ganz klar in den Fokus rückt und sich mit Innovationen innerhalb der Branche auseinandersetzt. An diesem Kern des DID's möchten wir unbedingt festhalten.

Jedoch werden wir von Jahr zu Jahr einen neuen Themenschwerpunkt festlegen. Dieses Jahr dreht sich alles um die Markenrevolution. Wir sprechen u.a. über die Besonderheiten von vertikalen Marken. Das macht den DID ebenfalls zu einer besonderen Veranstaltung: wir sind sehr nah am Markt und geben früh Einblicke über die Bewegungen in der digitalen Interior Branche. Somit haben alle Teilnehmer einen enormen Wissensvorteil. Auch setzen wir vermehrt auf das Community-Building. Wir werden beispielsweise dieses Jahr auch Pitch-Teilnehmer vom letzten Jahr dabei haben, die uns erzählen, wie sie sich innerhalb des letzten Jahres entwickelt haben.

MM: Welche Themen sind besonders „heiß“ und werden beim DID 2018 besondere Impulse

setzen?

Haarfeld: Besonders heiß wird sicherlich die Keynote von Prof. Dr. Gunter Dueck, ehemaliger Chief Innovation Officer von IBM. Er wird uns auf frische, ironische Weise erzählen, was Unternehmen an neuen Innovationen hindert. Zudem haben wir viele spannende Vorträge von neuen disruptiven Unternehmen, die Einblicke in ihre Geschäftsmodelle geben. Auch lädt die Experience Area dazu ein, die neuesten Technologietrends, wie CGI (Computer-generated-images) und VR (virtual reality) live zu erleben und auszuprobieren. Dann ist natürlich noch super spannend, dass sich wieder sehr viele hochkarätige Unternehmen, wie Otto, Schramm Werkstätten, Nobilia, Lignet Roset, Hettich, Böhmler und viele mehr bei uns treffen.

MM: Was sind aus Ihrer Sicht die größten Herausforderungen für die Einrichtungsbranche, speziell Hersteller, Händler und Verbundgruppen?

Haarfeld: Eine der größten Herausforderungen für die Branche sind die Vielzahl der neuen vertikalen Marken, welche Messen, Verbundgruppen und Möbelhändler komplett umgehen und direkt an den Konsumenten verkaufen. Hier haben viele Unternehmen Schwierigkeiten mitzuhalten. Auch sehe ich die Veränderung des B2B-Handels als eine Herausforderung gerade für Verbundgruppen. Die rasante Geschwindigkeit mit der sich Technologien wie CGI sich mittlerweile am Markt etablieren sind ebenfalls nicht zu verachten. Das ist keine Zukunft mehr, sondern die großen Player wie Wayfair, Otto, Ikea und Co. sind bereits in der aktiven Nutzung.

MM: Mit welchen Nutzenversprechen für die DID-Teilnehmer aus der Einrichtungsbranche treten Sie ganz konkret an?

Haarfeld: Die Teilnehmer können sich auf hochkarätige Speakerinnen und Speaker freuen, die keine trockenen Unternehmenspräsentationen halten, sondern exklusive Insights und Hands-on Lösungen zu ihren digitalen Geschäftsmodellen liefern. Unsere Experience-Area wird den Teilnehmern die Möglichkeit geben die neusten Technologie- und Produkttrends auszuprobieren. Zudem ist es glaube ich für jeden Teilnehmer spannend, neue Personen aus der Old & New Economy der Home & Living Industrie kennenzulernen. Nur so können Synergieeffekte und Kooperationen entstehen.

MM: Ein Blick in die Zukunft – wohin soll sich der DID in den kommenden fünf Jahren entwickeln?

Haarfeld: Wir finden es wichtig den digitalen Fokus vom DID beizubehalten. Der DID ist keine allgemeine Möbelkonferenz, sondern beschäftigt sich sehr spitz mit digitalen Geschäftsmodellen in der Branche. Zudem werden wir weiterhin den Austausch unter den Teilnehmern stärken, da uns die Community rund um den DID sehr wichtig ist. Wir können uns sogar vorstellen bald DID Roundtables, Fachgruppen oder sogar eine DID Förderung für die Start-ups ins Leben zu rufen. Und sicherlich probieren wir in den nächsten Jahren noch weitere internationale Best-Practices (wie z.B. im letzten Jahr Tylko aus Polen) nach Köln zu bekommen.

Pierre Haarfeld im Interview

Links

- [Digital Interior Day](#)

- [Digital Apartment GmbH](#)

Weiterführende Links

- [DID 2018 - Ticketregistrierung](#)