

imm cologne

Für neue Ansprüche bestens gerüstet

Dienstag, 28.04.2020

Die Koelnmesse sieht die imm cologne gerade in Zeiten der Coronakrise als „sehr gut aufgestellt in ihrer Rolle als Impulsgeber und Plattform für Innovationen“.

Der Einrichtungssektor ist einer der Wirtschaftsbereiche, der auf Änderungen im Konsumentenverhalten einzugehen gewohnt ist. „Diese Anpassungsfähigkeit gilt es durch ein vielseitiges Messe-Layout zu verstärken. Grundsätzlich sind Messen gerade in der aktuellen Situation elementar in ihrer Funktion als Marktplätze und Katalysatoren“, erklärt Matthias Pollmann, Geschäftsbereichsleiter Messemanagement für die Themen Möbel, Einrichten und Design bei der Koelnmesse. „Eine Veranstaltung wie die internationale Einrichtungsmesse imm cologne ist immer in Bewegung. In den letzten Jahren wurde sie kontinuierlich den sich immer schneller verändernden Marktanforderungen angepasst. Vieles, was jetzt gefordert sein wird, haben wir in unseren Planungen schon vorweggenommen. Das wird sich jetzt auszahlen.“

Und obwohl niemand mit einer solchen Dynamik rechnen konnte, sieht Pollmann die Messe sehr gut aufgestellt: „Wir haben eine Vision von der imm cologne, die ihre Rolle als Impulsgeber und Plattform für Innovationen auf ein neues Niveau heben wird – und diese Vision wollen wir nun fokussiert verfolgen und 2021 in der Umsetzung sehen. Ich denke, dass unser Timing genau richtig ist“, so Pollmann.

Neue Perspektive auf das Wohnen der Zukunft

Die Wohnqualität wird künftig nicht nur durch die Gestaltung der Räume, sondern auch durch die Übergänge von innen und außen bestimmt werden. Architektur und Interior Design spielen mit offenen Fassaden, Loft-ähnlichen Konzepten und Möbeln, die Raumfunktionen übernehmen. Zur Durchlässigkeit modernen Wohnens gehören WLAN und Konnektivität genauso wie der wohnlich ausgestattete Balkon oder der Garten, das Home-Office genauso wie der Raum zum Socializing.

Solche Trends verändern auch Messelandschaften. Bei der internationalen Einrichtungsmesse imm cologne etwa wird eine eigens errichtete Halle der wachsenden Konnektivität der Branche Raum geben. „Als ganzheitlich aufgestellte Einrichtungsmesse beobachten wir ein immer größer werdendes Interesse eigentlich branchenferner Industrien an der Wohnung als gemeinsamer Schnittstelle“, so Pollmann weiter. „Wir wollen die gesamte Welt des Einrichtens abbilden und müssen uns proaktiv auf die aktuellen Entwicklungen einstellen, um unsere Aussteller bei ihrem Neustart zu unterstützen. Bei den Trends geht es schließlich nicht nur um neue Farben – es geht ums Business“, erklärt Pollmann mit Blick auf die wirtschaftlichen Herausforderungen nach der Corona-Krise.

Welches sind die drei wichtigsten Trends, die sich in dieser sich verändernden Welt eine Rolle spielen werden!

1. Home wird zum Hub

Die Infrastruktur innerhalb (Stichwort Konnektivität) und außerhalb der Wohnung wird immer wichtiger.

Das digitale Management der Energieversorgung wird durch autonome Einheiten wie Pelletheizung oder Solarenergie ergänzt – wichtige Themen für das Smart Home. Die zunehmende Bedeutung von Logistik für die Haushaltsorganisation wird aber auch ganz analoge Rahmenbedingungen für Serviceräume und Andock-Stationen in Apartment- und Privathäusern erfordern.

Vor allem aber wird das Home-Office zu einem festen Bestandteil vieler Wohnungseinrichtungen werden. Mit der Videotelefonie und geschäftlichen Videokonferenzen steigt auch der gestalterische Anspruch an die häusliche Umgebung. Das Home-Office wird nicht nur ergonomische, sondern auch kommunikative und repräsentative Rahmenbedingungen erfüllen müssen. Farbhersteller bieten bereits spezielle Farbkonzepte fürs Home-Office an. Tapeten als cooles Wandkleid, Raumteiler, Schreibtische als Design-Editionen, Paravents und Akustik-Panels für den Privatbereich werden das Angebot für dieses wachsende Sortiment für den Privatier weit attraktiver als bisher machen.

2. Hospitality als Second Home

Normalerweise werden Trends aus der Berufswelt für die Gestaltung von Produkten für private Endkunden und die Nutzung im privaten Umfeld adaptiert. Doch der Trend zur Wohnlichkeit, der sich mit „German Gemütlichkeit“ und dänischem „Hygge“ in den letzten Jahren in Hotels, Restaurants und Eventbereichen durchgesetzt hat, wird sich nun verstärkt fortsetzen: Hospitality Design wird auf Cosyness getrimmt und mit originellen, „authentischen“ Konzepten um Besucher werben, coole Locations werden genauso wichtig wie Essen oder Musik, und das Motto „Seien Sie unser Gast“ wird konsequent gelebt. Dekoration ist kein Tabu mehr. Professionelles Interior Design wird zum Standard und wirkt zurück auf die in Privathaushalten umgesetzte Wohnästhetik.

„Auf der imm cologne 2021 werden wir in einer Sonderausgabe unseres Design-Events Das Haus eine experimentelle Plattform auch für solch innovative Konzepte schaffen, um die für die Branche wichtigen Impulse aufzunehmen“, so Dick Spierenburg, Creative Director der imm cologne

3. Outdoor Living

Der Trend zum Outdoor Living hat den Möbelmarkt verändert. Seit ein paar Jahren gewinnt das „zweite Wohnzimmer“ immer mehr an Bedeutung. Egal, ob großer Garten oder kleine Mietwohnung: Balkon, Terrasse oder Garten werden aufgemöbelt und mit hochwertigen Outdoormöbeln, cleveren Möbelkonzepten, wasserabweisenden Stoffen und Leuchten zum vollwertigen Wohnraum ausgebaut. Insgesamt wird das moderne Wohnen in der Zukunft durch Offenheit der Grundrisse, Transparenz zwischen außen und innen sowie durch ein Bewusstsein für die gesellschaftliche Bedeutung von Wohnästhetik gekennzeichnet.

Für neue Ansprüche bestens gerüstet

Links

- [imm cologne](#)

