

imm cologne/LivingKitchen 2017

Mit „guter Grundstimmung“ Richtung Januar 2017

Donnerstag, 29.09.2016

Über 60 Medienvertreter folgten der Einladung der Koelnmesse zur europäischen Pressekonferenz der imm cologne/LivingKitchen. Recht zuversichtlich zeigte sich Messechef Gerald Böse, der von einer „guten Grundstimmung“ im Umfeld des kommenden Messe-Doppels vom 16. bis 22. Januar 2017 ausgeht.

Mit rund 1.300 Ausstellungen sei das Event so gut wie ausgebucht. „70% ausländische Aussteller und 40% erwartete ausländische Besucher unterstreichen die hohe internationale Strahlkraft der imm cologne“, so Böse. Der Messechef betonte, dass es den Veranstaltern um mehr geht als Quadratmeter zu vermieten. Wichtig sei es vielmehr, ganzheitliches Einrichten darzustellen. Alle Angebotsschwerpunkte entwickelten sich positiv. Die gelte insbesondere für den gesamten Pure-Bereich, aber auch für Sleep, wo eine ganz besondere Dynamik zu erkennen sei.

Eine ausgesprochen positive und spontane Flächen-Nachfrage registriert Böse auch in den Smart-Hallen 7 und 8, wo schwerpunktmäßig Junges Wohnen und Mitnahme untergebracht sind. Dennoch wolle man vor allem Smart in den kommenden Jahren konzeptionell weiterentwickeln. Offensichtlich geht man an dieses Thema recht tabulos heran. „Nicht alle Aussteller in dieser Halle haben ein Interesse an den Endverbraucher-Tagen“, so Böse. Dies deutet darauf hin, dass man sich bei der Koelnmesse auch mit der Frage beschäftigt, die Messedauer in diesem Angebotsschwerpunkt zu reduzieren – was letzten Endes auch weniger Kosten für die Aussteller bedeuten würde. Auf Nachfrage erklärte Böse, dass es eventuell bereits zur imm 2017 konkrete Informationen zum Smart-Bereich geben könne.

Optimistisch ist man auch hinsichtlich der vierten Auflage der LivingKitchen, deren 45.000 qm Fläche bereits ausgebucht seien. Rund 200 Unternehmen hätten ihre Teilnahme bestätigt. Die deutsche Küchenmöbel-Industrie sei so gut wie vollständig in Köln vertreten, aber auch ausländische Anbieter würden verstärkt die Bedeutung der LivingKitchen erkennen. Allein aus Italien hätten 30 neue Aussteller gewonnen werden können. Als Gründe für die positive Entwicklung der LivingKitchen nannte Böse zum einen das Komplettangebot von Küchenmöbeln, Zubehör und E-Geräten, die Kombination von B2B und Endverbraucher-Orientierung sowie die öffentliche Wahrnehmung der LivingKitchen. Last but not least sei die LivingKitchen in das ganzheitliche Einrichtungsmesse-Konzept eingebunden.

[zum Seitenanfang](#)