

Heimtex



Europas große Wirtschafts- und Handelszeitschrift für
Bodenbeläge, Tapeten, Farben, Heimtextilien, Sonnenschutz

INTERVIEW DES MONATS
Regina Hebbeln-Röttjer und
Frank Böttner, Geschäftsführer
Decor-Union Seite 122

DAW Seit 125 Jahren mit Innovationen erfolgreich





Foto: Reed Exhibitions Österreich

Die runde Kuppelarchitektur verlieh der Belétage in Hamburg besonderen Charme und eine ganz eigene Atmosphäre.

Belétage Hamburg kann auf Anhieb überzeugen

Die Belétage, 2011 als „Zwischen-Veranstaltung“ zur Casa in Salzburg ins Leben gerufen, hat bei ihrer Auslandspremiere in Hamburg aus dem Stand heraus überzeugt. Aussteller und Veranstalter waren gleichermaßen zufrieden mit dem Event für Stoffe und Design.

Nach einem mit Messen prall gefüllten Januar fand die erste Belétage Hamburg am 4. und 5. Februar 2020 in der Kuppel statt, einer Location an der Trabrennbahn, die mit ihrem Zirkuszelt-Charme so rein gar

nichts mit den herkömmlichen Messeplätzen gemein hat. Die 37 Aussteller aus acht Ländern (Italien, Schweiz, Frankreich, Belgien, Großbritannien, Niederlande, Deutschland und Österreich) verwandelten sie



Der Eingang zur Messe hatte einen sehr speziellen Charakter – umso erstaunlicher war das, was die Besucher dahinter erwartete.



Volle Gänge, volle Stände: Auf der Belétage im Hamburg wurde intensiv gearbeitet und geordert.

Foto: Reed Exhibitions Österreich



Geos Geilfuß war in diesem Jahr nicht auf der Heimtextil. Geschäftsführerin Katharina Geilfuß nutzte daher die Belétage, um Kunden aus dem norddeutschen Raum persönlich zu treffen.



Entspannt und überaus zufrieden mit dem Verlauf der Premiere in Hamburg zeigte sich Peter J. Schroeder, Leiter MZE/2HK: „Die Belétage hat den Charakter einer Ordermesse, so wie früher die Raumausstattung in Dortmund.“

jedoch in einen stimmungsvollen Ort der schönen Wohntextilien und Accessoires und präsentierten gut 900 Fachbesuchern ihre aktuellen Kollektionen. Dabei setzte sich die Ausstellerschaft bunt zusammen aus Textilverlagen, Anbietern von Gardinen, Deko- und Möbelstoffen, Sicht- und Sonnenschutz, Accessoires sowie Importeuren und Großhändlern.

Die ungewöhnliche, weil runde Kuppelarchitektur sorgte im Zusammenspiel mit der farbig unterlegten Beleuchtung für eine besondere Stimmung. Über das gesamte Ausstellungsgelände verteilte Snack- und Getränke-Inseln – die Jedermann kostenlos zur Verfügung standen – schufen eine entspannte Atmosphäre, in der sich in Ruhe vertiefende Gespräche führen ließen. Es herrschte im positivsten Sinne Arbeitsstimmung.

Aufbruchsstimmung lag in der Luft

Zufriedene Gesichter und das geschäftige Treiben an beiden Tagen hatten sogar etwas von Aufbruchsstimmung. Nach eher ernüchternden zurückliegenden Monaten war das ohne Zweifel genau das Signal, auf das die Branche so dringend gewartet hat. Hier in Hamburg war es klar zu vernehmen.

Reed-Exhibitions Österreich betrat als Veranstalter mit dem Engagement in Deutschland Neuland, allerdings

mit eingeschränktem Risiko. Denn der Impuls, eine Veranstaltung in Norddeutschland zu etablieren, kam aus Ausstellerkreisen der Salzburger Belétage. Hier war die Idee entstanden, nach dem Prinzip „Hin zum Kunden“ eine regionale Veranstaltung zu realisieren, bei der Aufwand und Nutzen in einem wirtschaftlich vernünftigen Verhältnis für Aussteller und Besucher stehen. Hamburg als Einzugsgebiet mit Potenzial, engagierte Aussteller, ein stimmiges Veranstaltungskonzept, eine unkonventionelle Location, das →



Gut gelaunt: Silvera-Geschäftsführer Dennis Silbernberg und Björn Lorenz, Deutschland-Vertriebsleiter bei dem niederländischen Textilverlag.

„Es war ein richtiger Schritt, nach Hamburg zu gehen“



Paul Hammerl,
Director Brand PR,
Reed Exhibitions
Österreich.

BTH Heimtex: Das Debüt der Belétage in Hamburg war ein Erfolg. Haben Sie selbst mit diesem Ergebnis gerechnet?

Paul Hammerl: Da die Belétage Hamburg auch für uns eine Premiere war, sind wir natürlich glücklich darüber, dass das Erfolgskonzept der bereits erfolgreich etablierten Belétage Salzburg auch im norddeutschen Markt so großen Anklang fand. Es war ein mutiger, richtiger Schritt, mit der Belétage nach Hamburg zu gehen.

BTH Heimtex: Was ist aus Ihrer Sicht das Erfolgsrezept?

Hammerl: Da gibt es natürlich mehrere Erfolgsfaktoren: Ein Einzugsgebiet mit Potenzial, engagierte Aussteller, ein stimmiges Inszenierungskonzept samt unkonventioneller Eventlocation und Reed Exhibitions als professioneller Veranstalter mit reichlich Branchen-Know-how. Im Fokus stehen aber ganz klar die Produkte der Ausstellerschaft und der Kundenkontakt.

BTH Heimtex: Sind weitere Standorte für die Belétage in Deutschland denkbar?

Hammerl: Die erste Belétage Hamburg war ein feiner Event auf Topniveau, der viel Potenzial besitzt. Wir werden jetzt gemeinsam dieses Konzept weiterentwickeln und die Belétage im deutschen Markt noch tiefer verankern.

BTH Heimtex: Das Gros der Aussteller in Hamburg würde einen jährlichen Turnus in der Hansestadt begrüßen. Gibt es dazu Überlegungen?

Hammerl: Wir arbeiten bereits an der Auswertung einer in Hamburg durchgeführten Befragung und sind in Feedback-Gesprächen mit unseren Ausstellern. Ableitend daraus werden wir natürlich gemeinsam eine optimale Lösung ausarbeiten.

BTH Heimtex: Die Branche steht vor großen Veränderungen quer durch die gesamte Wertschöpfungskette. Wie reagieren Sie darauf?

Hammerl: Fachkompetente Beratung, individuelle Bedarfsanalyse und professionelle Planung von und mit Experten werden immer wichtiger. Und genau hier setzt die Belétage Hamburg an.

Ganze koordiniert von einem professionellen Veranstalter mit Branchen-Know-how – so fasst es Paul Hammerl von der Reed Messe Salzburg zusammen (siehe Interview). Die Rahmenbedingungen waren in der Tat günstig.

Einer der Mitinitiatoren der Belétage Hamburg ist Andreas Klenk. Im Gespräch mit BTH Heimtex betonte der Geschäftsführer von Saum & Viebahn und Heco



Lagom heißt die neue Kollektion von Nya Nordiska, die Verkaufsleiter Marco Vieregge mit zur Belétage gebracht hatte.

die Bedeutung von regionalen Messen für die Branche: „Wir freuen uns darüber, das Erfolgskonzept aus Salzburg in den hohen Norden gebracht zu haben. Ich glaube fest daran, dass es richtig ist, kurze und kleine Events zu machen, wo wir als Lieferanten eine Plattform schaffen, um mit Kunden in Kontakt zu kommen und unsere Produkte zu präsentieren. Denn es ist einfach so, dass wir unsere klassischen Kunden auf den großen internationalen Messen leider nicht mehr abholen. Daher hoffen wir, die Belétage Hamburg die nächsten Jahre als optimale Plattform ausbauen und als jährlich wiederkehrendes Event nach vorne bringen zu können.“

„Große Messen können Regionalität nicht spielen“

Auch wenn eine regionale Veranstaltung wie die Belétagé nicht mit einer internationalen Messe wie der Heimtextil vergleichbar ist, war genau das vielerorts Gesprächsthema. Peter J. Schoeder, Leiter MZE/2 HK, brachte es auf den Punkt: „Die Belétagé in Hamburg ist ein interessantes Messeformat mit regionalem Bezug. Das ist ihr USP, denn große Messen können Regionalität nicht spielen. Die Belétagé hat den typischen Charakter einer Ordermesse, so wie früher einmal die Raumausstattung in Dortmund, und dieses Konzept passt gut nach Deutschland. Dessen ungeachtet bleibt die Heimtextil als die internationale Veranstaltung die Leitmesse unserer Branche.“

Heinz Wymetal-Fleischmann, Geschäftsführer Englisch Dekor, zählt ebenfalls zu den Mitinitiatoren des Hamburger Messe-Ablegers und zog ein positives Resümee: „Die Belétagé Hamburg ist für uns ein ganz wesentliches Event, da wir bis jetzt noch keine Möglichkeit hatten, in Norddeutschland auszustellen und unsere Produkte zu zeigen. Den Rahmen, den Reed Exhibitions hier in Hamburg geschaffen hat, ist genial und gefällt mir sehr gut. Wir sind bei

einer nächsten Ausgabe und die kommenden Jahre fix mit dabei.“

Thomas Schmölz, Verkaufsleiter bei Kobe Interior Design, bezeichnete die Belétagé Hamburg als „gelingenen Auftakt“. Schmölz wörtlich: „Ich war schon vom neuen Casa-Konzept in Salzburg sehr angetan, aber die Belétagé in Hamburg hat das für mich noch einmal getoppt. Gute Location, gute Stimmung, gut organisiert, unkompliziert – so wie wir es von Reed Exhibitions gewohnt sind. Ich könnte mir zukünftig auch eine Belétagé in Düsseldorf vorstellen, auf jeden Fall einen Termin zu Beginn des Jahres im einjährigen Turnus im Norden Deutschlands. Die Region braucht eine solche Messe, das war deutlich zu spüren. Diese Stimmung müssen wir jetzt ausnützen“.

Es bleibt abzuwarten, ob und mit welchem Konzept die Macher auf den Wunsch zahlreicher Aussteller in Hamburg reagieren werden, die Belétagé im Jahres-Turnus in Deutschland zu organisieren. Fest steht indes, dass sich die Zufriedenheit von Besuchern und Ausstellern – und damit an Messeveranstaltungen insgesamt – nicht länger nur an abstrakten Zahlen bemessen lässt, sondern immer stärker an soften Wohlfühl-Faktoren.

» michaela.fischer@snfachpresse.de



Inge Lidl, Inhaberin von Ili-Stoffe, hatte eine ganz neue Stickerei-Serie im Messegepäck, die bei den Kunden im hohen Norden sehr gut ankam.



Foto: Reed Exhibitions Österreich