

Stimmung super, Ordertätigkeit kräftig, Besuchsinteresse großartig

Die neunte Veranstaltung der „area30 design. kitchen. technics“ hat sich in gelungenem Zusammenspiel mit dem nahen Ausstellungszentrum cube30 in jeder Richtung nochmals selbst übertroffen. Neue Spitzenwerte nach Messefläche, Besucher- und Ausstellerzahlen sind ein wunderbarer Erfolg für alle Akteure. Die erfolgreiche europäische Fachmesse der Küchenmöbelindustrie, Zulieferer und Zubehörhersteller verzeichnete über 13 Prozent Besucherplus.



Das erste Fazit lautet: Florierendes Wachstum von area30 und cube30 zwischen 14. und 19. September. Damit hat das Ordermesse-Doppel mit seiner bekannt einzigartigen Fülle an Neuheiten, der großartigen Stimmung und intensiven Ordertätigkeit 2019 seine führende Position als einer der wichtigsten Geschäftstermine rund um die Küche sowohl als Teil der Küchenmeile A30, als auch in gesamt-europäischem Rahmen ausgebaut.

Dazu beigetragen hat die gewohnt hochwertige, dennoch außergewöhnliche Business-Atmosphäre – vom Online- bis zum Live-Check In, vom entspannten Parken über das Catering bis zu dem erweiterten Shuttle-Service. Im Vergleich zur Vorjahresveranstaltung wurden viele Optimierungen vor allem „back end“ umgesetzt – am augenfälligsten war dies sichtbar an den Check In-Countern.

Die Aussteller der area30 und des cube30 glänzten ihrerseits mit anspruchsvoll gestalteten und interessanten Standbauten. Der größte Teil der über 130 Aussteller und Marken sind Stammassteller und von der ersten Stunde dabei. Viele Unternehmen und zunehmend Küchenmö-

belhersteller sind zwischenzeitlich dazu gekommen. Mit einem gekonnten Mix aus Newcomern, Marktführern und Marken zeigt das Ordermesse-Duo in Löhne auf insgesamt 11.300 m² Ausstellungsfläche die facettenreiche Welt moderner Küchen und erzielt eine faszinierende Sogwirkung auf Fachbesucher und Medienvertreter.

Besucherszahl gewachsen, Internationalität steigt

Besucherseitig überrascht die weiter gestiegene Internationalität besonders positiv. Von 14.817 Fachbesuchern (+13,3 % zum Vorjahr mit 13.070 Besuchern) war fast ein Drittel aus dem Ausland (ca. 25 % 2018; ca. 18 % 2017), rund 60 Länder waren vertreten. Bei den auswärtigen Besuchern kamen viele von außerhalb Europas – offensiv vertreten China (65 Gäste), Türkei (42), die USA (25), Ukraine (20), aber auch Vietnam (6) oder der Iran (5). Die Aussteller auf area30 und cube30 konnten zudem sehr weit angereiste Messebesucher begrüßen, wie z.B. aus Swasiland, Kenia, Mexico, Neuseeland und Australien. Die nach Deutschland mit 10.291 Besuchern am stärksten vertretene Nation war wie in den Vorjahren die Niederlande (8,87 % Besucheranteil) – gefolgt von Belgien (3,16 %), Österreich (2,08 %), Frankreich, der Schweiz, Italien, Großbritannien, Polen, Russland und Spanien. All diese Märkte wiesen zu 2018 steigende Besucherzahlen aus.

Küchenfachhandel dominiert, Handwerk interessiert

Stets wichtig ist die Herkunft der Fachbesucher nach Branchenzweigen. Das Gros stellen Vertreter von Küchenstudios (6.091 Besucher zu 4.960 im Vorjahr) plus Küchenfachhandel (1.136 zu 930 Vj.). Aus Möbelhandel, -kooperationen und -Einkaufsverbänden kamen 1.684 Besucher auf die area30. Die Industrie war stark vertreten mit 1.070 Gästen aus der Kü-

chenmöbelindustrie, 479 aus der Elektrogeräteindustrie sowie 371 aus der Möbelindustrie.

Hier hinzu kommen weitere 425 Tischler. Neben zahlreichen Netzwerkern und Journalisten wurden 189 Vertreter von Bau- und Elektromärkten erfasst. Stark im Kommen scheint erneut die Gruppe der Architekten, Innenarchitekten, Objektore, Projektanten und Kontrakter zu sein, die in Summe mit 548 Vertretern auf area30 und cube30 unterwegs waren.

Messe der Entscheider

Auf der anderen Seite spielt für Aussteller besonders die Position ihrer Gäste in den jeweiligen Unternehmen eine bedeutende Rolle. Die Mehrzahl der Messebesucher kommt aus dem Vertrieb bzw. dem Verkauf: 4.714 Besucher wurden hiervon im engeren Sinn gezählt – bezieht man Produktmanager und -entwickler, den Kundendienst, das Marketing sowie freie Vertreter ebenfalls ein, erhöht sich diese Besuchergruppe um weitere 1.263 Personen. Was verdeutlicht, dass nahezu jeder zweite Messegast eine besondere Nähe zu seinem jeweiligen Markt ausweist.

Die nächst große Besuchergruppe sind mit 4.165 Gästen die Inhaber, Vorstände oder Geschäftsführer der Unternehmen selbst. Zahlenmäßig folgen Designer (629 Personen), Einkäufer (566) sowie Medienvertreter (129) – davon allein 72 Journalisten, die sich akkreditiert hatten. Von den Haupt-Handelsnationen im Bereich Küche fallen Großbritannien, Belgien und die Schweiz ins Auge, von denen überproportional viele Entscheider aus der ersten Ebene angereist waren. Hingegen war die Vertriebspräsenz außergewöhnlich hoch aus Österreich, Frankreich und Italien – getoppt von den Niederlanden, wo jeder dritte Messebesucher Vertriebskompetenz zeigt.

www.area-30.de