

## Interzum (Teil 2)

# Auf der Suche nach dem Schlüsselloch

Die Nacharbeiten zur Interzum laufen bei Anbietern und Abnehmern. Auch hier in der Redaktion: Ein zweiter und letzter Rückblick auf die Interzum 2017.

Über die Stimmung und das Gedränge auf der Messe ist alles gesagt. Auch über die Tatsache, dass die Treiber der Entwicklung in der Küchen- und Möbelindustrie auf der Messe in Köln mit zahlreichen guten Ideen und technischen Neuerungen dabei waren, haben wir geschrieben. Die ganz großen Neuerfindungen des berühmten Rads hat es auch auf der **Interzum** nicht gegeben. Doch der beliebte Messe-Spruch, dass man vergeblich nach Innovationen gesucht habe, der stimmt für die letzte Interzum nicht.



Arm in Arm bei Interprint: Atilla Kuzu, Maurizio Burrati, Salvatore Figliuzzi, Jochen Flacke, Luca Tormena, Thorsten Keissner, Peter Kern

Das eigentliche Problem ist ja nicht, was im Angebot ist an Innovationen. Das Problem ist eher, was davon im Handel ankommt. Im Fachhandel wie auf der Großfläche.

Erhellend dazu war die Diskussion in der **Design Post**, die **Interprint-Strategie Salvatore Figliuzzi** initiiert hatte. Auf Einladung von Interprint waren fünf zentrale Produktentwickler des europäischen Möbelmarkts gekommen. Mit **Jochen Flacke**, **Thorsten Keissner** aus dem Büro **Dolf Langemann**, **Peter Kern**, **Atilla Kuzu** und **Luca Tormena** saßen mehr als 100 Jahre Designerfahrung auf der Bühne der **Design Post**. Es ging um die Digitalisierung, die Transformation im Möbelmarkt, die veränderten Wohnbedürfnisse der Menschen und die Antworten des Massenmarkts darauf. Unter

den Zuhörern waren auch einige aus der Küchen- und Möbelindustrie. Aus dem Handel eher keiner. War ein bisschen schade, hätte der Blick der Entwickler mit ihrer ganzen Erfahrung aus vielen Jahrzehnten in den unterschiedlichsten Ecken des Möbelmarkts auf die anstehenden Herausforderungen doch durchaus hilfreich sein können.

Eigentlich drehte sich die Diskussion immer wieder um die Frage, wie das bitte zusammenpassen soll: Auf der einen Seite eine immer größere Fülle von Trends und Wünschen, auf der anderen Seite immer mehr Einheitsbrei auf der Fläche? Klar. Das passt null zusammen. Und vielleicht liegt hier ja auch ein Grund (neben dem bösen Internet) für die Frequenzprobleme.

Kern sagte es so: „Es wird immer schwieriger das Schlüsselloch im Handel zu finden. Viele Trends werden in der Großfläche auch gar nicht in der Form abgebildet, wie sie in der Gesellschaft präsent sind. Nehmen wir nur mal das moderne Landhaus.“ Auch Altmeister Flacke fand die richtigen Worte für die großen Strömungen im Handel, blieb dabei aber immer noch politisch korrekt. Flacke: „Das muss aufhören. Der Handel muss sich von vielem trennen, wenn er seine Kunden auch in Zukunft erreichen will. Er muss sein Angebot völlig anders aufbauen und präsentieren.“ ■

## Nehl-Beschläge: „Der neue Nehl“

Eine neue Beschlägedimension, deren Präsentation stand bei **Nehl-Geschäftsführer Dr. Jürgen Schnittke** eigentlich schon vor zwei Jahren auf der Agenda. Dann kamen andere Themen dazwischen. Lieferprobleme bei einem Wettbewerber erforderten Neuentwicklungen im Bereich Rolladenschränke. Und so wurde es dann erst die **Interzum 2017**, bei der die „Beschlägerevolution“ ausgerufen wurde. Live gehen soll **N-Swing**, so heißt das Produkt, ohnehin erst zur nächsten **Eurocucina**. Es handelt sich um einen Glaslamellenschrank in schniekem Design, dessen Lamellen sich bei Berührung eines Sensors zusammenfallen wie das Dach eines Cabrios und dann verschwinden – jedenfalls aus dem Blickfeld des Küchenbenutzers. Als „neuer Nehl“ will das Bündler Familienunternehmen mit dem **N-Swing** punkten. Man muss ihn gesehen haben, um sich von der Begeisterung der Schnittkes anstecken zu lassen. ■



Familienfoto mit Cabrio: Ines Oberberg-Schnittke, Dr. Jürgen Schnittke

## Elco: Messe-Einsteiger

Blicktechnisch etwas vom Nachbar-Stand in Halle 8 abgeschildert stand **Elco** in diesem Jahr als Combacker auf der **Interzum**: Nach vielen Jahren. „Hat sich auch auf dem kleinen Einsteigerstand voll gelohnt“, sagt **Elco-Strategie Manfred Zeyen**. Die eigene Blickrichtung auf der **Interzum** war für **Elco**: der Export. ■

## Halemeier: Hettich-Schub

Ein neuer Katalog mit einer Auflage von 100.000 Exemplaren, ein neues Sortiment mit 400 Artikeln, neuer Liefer-Quick-Service, neue Leute im Team: Bei **Halemeier** ist auch durch die **Hettich-Leuchten-Bündelung** durch Inhaber **Dr. Andreas Hettich** einiges in Bewegung gekommen. Ein neuer Technik-Mann ist im Anmarsch, **Michael Wälter** von **Gera Leuchten** als Verstärkung ist schon da. 69 Mitarbeiter hat **Halemeier** aktuell. Der Umsatz liegt bei rund 13 Mio Euro. Die über allem stehende Überschrift laut Vertriebs- und Marketingchef **Ralf Köhne**: „Komplexitätsreduktion.“ ■