

Pressemappe zur Pressekonferenz neue Messehalle 1plus 14.01.2020, Köln



Living Kitchen 2021
18.01. - 24.01.2021
<https://www.livingkitchen-cologne.com/>

LivingKitchen Rede Herr Böse	2 >>
image_1	6 >>
image_2	7 >>
image_3	8 >>
image_4	9 >>
Portrait_Gerald Böse	10 >>
Portrait_Matthias Pollmann	11 >>

Rede von Gerald Böse, Vorsitzender der Geschäftsführung der Koelnmesse GmbH, und Matthias Pollmann, Geschäftsbereichsleiter Messemanagement anlässlich der Pressekonferenz zum neuen Konzept der Halle 1+



LivingKitchen 2021

Living Kitchen 2021
18.01. - 24.01.2021
<https://www.livingkitchen-cologne.de/>

Meine sehr geehrten Damen und Herren,

die Einrichtungswelt ist fortwährenden Veränderungen unterworfen, mit gewaltigen Herausforderungen und Paradigmenwechseln. Seit mehr als 70 Jahren bildet die imm cologne nicht nur die internationale Vielfalt der Einrichtungswelt umfassend, kompakt und strukturiert ab, sondern hat konsequent auch an ihrer eigenen Zukunftsfähigkeit gearbeitet - ebenso wie die LivingKitchen. Dabei haben wir immer ein besonderes Augenmerk darauf gelegt, gesellschaftliche und globale Trends aufzugreifen, die unser Leben beeinflussen. In spannenden, emotional ansprechenden Themenwelten schaffen wir für die Besucher einen inhaltlichen Mehrwert und ermöglichen es jedem, seinen eigenen interior Moment zu kreieren.

Um diese Mehrwerte differenziert und individuell zu generieren und nachvollziehbar zu vermitteln, entwickeln wir Formate wie „let's be smart - Smart Village“ in dem wir uns heute hier befinden oder im vergangenen Jahr „Future Technology“ bei der LivingKitchen. Hier wird ein zukunftsorientierter, aber auch realistischer Umgang im Spannungsfeld neuer Technologien und realistischer Mehrwerte präsentiert - denn die Frage, die uns alle bewegt ist: Wie leben wir in der Zukunft?

Smart Home, Internet of Things und Künstliche Intelligenz sind dabei die drei Begriffe, die unser Leben in der Zukunft auf jeden Fall prägen werden. Schon heute wächst der Markt für Smart-Home-Geräte zwar stetig, doch das volle Potenzial, das die vernetzte Technologie bietet, steht immer noch am Anfang. Die Prognose für den Umsatz, die die Smart Home Technologie bis 2025 erwirtschaftet, liegt alleine für den deutschen Markt bei 19 Milliarden Euro (Quelle: Deloitte), Tendenz weiter stark steigend.

Betrachtet man also die Potenziale, die dieses Thema bietet, sieht man, welche hohe Relevanz Smart Living - also das vernetzte Zuhause - für viele Branchen hat. Solche Entwicklungen und Lösungen, die auf die Erleichterung des Alltagslebens in den privaten Haushalten abzielen, zählen zu den potenziellen Schlüsseltechnologien dieses Jahrzehnts. Die Frage ist aber: Wie lassen sie sich einbinden in das gesamte Leben? Wie vernetzen wir Prozesse außerhalb unserer eigenen Wände und kommen so von smart Home zu smart oder besser noch zu Urban living?

Klar ist: Das gesamte Leben wird in nicht allzu ferner Zukunft viel digitaler werden. Die Küche, oftmals Herzstück unserer Wohnung, bietet schon heute viele Bereiche, in denen smarte Anwendungen eine sinnvolle Aufgabe erfüllen können. Viele Hersteller von Küchen und Küchengeräten haben dies erkannt und erweitern ihre Produkte für den Küchenbereich mit intelligenter Technik und Vernetzungsmöglichkeiten. Aber nicht nur die Küche, sondern unser ganzes Zuhause ist immer mehr permanent online. Die Entwicklung steht dennoch erst am Anfang. Ganze Straßenzüge, Städte und Regionen werden miteinander vernetzt sein. Das betrifft insbesondere die Bereiche Bildung, Energie, Gesundheit, Verkehr und Verwaltung. Die Stadt der Zukunft wird smart - und auch das Zuhause von uns allen wird smart und vernetzt. Nur zeigt dies bisher niemand in ausreichendem Maße und in einer Art und Weise, die Zukunft erkennbar werden lässt. Dies wollen wir ändern.

Denn, meine Damen und Herren, was heute definitiv, sowohl in europäischer als auch in internationaler Hinsicht fehlt, ist eine thematische Aufbereitung entlang der künftigen lebensweltlichen Realitäten anstelle von Technologie- und Branchensilos, die immer nur Einzelaspekte beleuchten. Dies wollen wir ändern!

Einen ersten Schritt in diese Richtung haben wir mit den Präsentationen von „Let`s be Smart“ hier auf der imm cologne oder zur ORGATEC mit der Initiative „Work to Go“ gemacht. Die Sonderausstellung let`s be smart befasst sich mit den Mehrwerten der technologischen Innovationen. Sie präsentiert Produkte und Services verschiedener Branchen, Hersteller und Gewerke, die in ganzheitliche und nutzerorientierte Wohnwelten für den einzelnen Verbraucher und unsere Gesellschaft integriert sind. Das Ausstellungskonzept erlaubt dem Besucher eine konstruktive Auseinandersetzung mit der Technik im Verhältnis zu seiner eigenen Lebensrealität.

Mit dem weiteren Ausbau solcher übergreifenden Inszenierungen wollen wir in der Zukunft den Ausstellern die Möglichkeit bieten, ihre Produkte und Dienstleistungen in einem lebensweltlichen Kontext der Nutzer zu positionieren. Dabei erhalten die Aussteller die Möglichkeit, ihre Markenwelt und ihre Ideen zu präsentieren oder sich wie hier in „Let`s be Smart“ thematisch zu integrieren. Unser Ziel ist es, dass die Darstellung einzelner Unternehmen noch mehr zum thematischen Teil des gezeigten Gesamtbildes wird, das es so bis heute nirgendwo gibt.

Neues Denken, meine Damen und Herren, erfordert neue Lösungen. Mit dem, was wir zur imm cologne und LivingKitchen 2021 in der Halle 1+ planen, richten wir uns an eine Vielzahl innovativer Unternehmen aus den Bereichen Elektrogeräte, Telekommunikation, Energie und Mobilität.

Die neue Halle 1+ ist Teil des Maßnahmenplanes „Koelnmesse 3.0“, der bis 2030 Investitionen von rund 700 Millionen Euro umfasst. So soll das Gelände und die Infrastruktur auf die Anforderungen des Messegeschäfts in den kommenden Jahren ausgerichtet werden. Das heißt vor allem: auf die Ansprüche der Aussteller und der Besucher der Koelnmesse. Dabei investiert die Koelnmesse nicht nur in die Zukunft des Messestandorts, sondern in die Zukunft der gesamten Region.

Mit dem Konzept für die Halle 1+ schaffen wir einen Erlebnisraum, der auf drei

Säulen basiert: dem inhaltlichen Rahmen, einer aufeinander abgestimmten räumlichen Inszenierung und einem Wissenstransfer durch Eventformate. Ziel des Austausches zwischen Experten, Wissenschaftlern und Industrievertretern ist die Gewinnung neuer Besucherzielgruppen aus den Bereichen B2C sowie B2B und dem Handel.

Seite

3/4

Was dies ganz konkret bedeutet, wird Ihnen jetzt Herr Pollmann vorstellen:

Meine Damen und Herren,
in dem von Herrn Böse beschriebenen Konzept sehen wir einen Anknüpfungspunkt zur Rückgewinnung wichtiger LivingKitchen-Aussteller aus der Einbauelektrogeräte-Industrie. Hier denke ich in erster Linie an Namen wie Miele und die BSH Gruppe, aber wir werden auch mit weiteren Unternehmen, wie z.B. Haier, Panasonic, LG und anderen sprechen. Anknüpfungspunkte sehen wir auch in den Bereichen Vernetzung und Steuerung, Gebäudesicherheit, Komfort und Licht, Home Entertainment, Digitale Dienstleister - so, wie wir es hier ja schon beispielhaft sehen.

Aber wir wollen noch einen Schritt weiter gehen! Aus dem Telekommunikationsbereich stehen Unternehmen wie die Telekom, Vodafone oder auch lokale Anbieter wie Netcologne auf unserer Zielkundenliste. In Bezug auf das Thema Energie werden wir sicherlich mit Innogy aber auch mit der Rheinergie Kontakt aufnehmen, um sie alle von unserem Konzept zu begeistern.

Den inhaltlichen Rahmen für diese räumliche Inszenierungen bilden folgende thematische Schwerpunkte: Smart Village, Connected Kitchen, Supermarket and Food Delivery, Infrastructure, Telecommunication & Energy, Education (Hier werden wir eine thematische Bandbreite haben, u.a. die Frage, wie werden Küchen in der Zukunft verkauft?)

Wie Sie an dem Hallenplan sehr gut sehen, wird auch das Thema Handel bei uns einen großen Raum einnehmen. Gerade in dieser Zielgruppe sehen wir in den nächsten Jahren deutliche Veränderungsprozesse bei der Kundenansprache. Für den Handel sind digitale Angebote insbesondere dort interessant, wo Wohnräume und Küchen virtuell dargestellt werden. Hier gibt es immer mehr Unternehmen, die sich mit Augmented Reality, der computergestützten Wahrnehmungserweiterung, in die Öffentlichkeit begeben werden. Die ganze Bandbreite an digitalen Möglichkeiten nutzen - diesem Credo hat sich die imm cologne verschrieben. Deshalb haben wir mit Touch, zu sehen im Nordboulevard, in den letzten Jahren die ersten Schritte in diese Richtung unternommen. Langfristiges Ziel ist es, einen eigenen Schwerpunkt für die Digitalwirtschaft zu schaffen und Online-Händlern, Plattformen und Portalen sowie Zulieferern ein eigenes Forum zu bieten.

Böse: Vielen Dank, Herr Pollmann, wie Sie sehen steht die Einrichtungswelt vor disruptiven Veränderungen in der Industrielandschaft und durch die Digitalisierung. Unsere Aufgabe ist es, diese Veränderungen gemeinsam mit der Industrie aufzunehmen und darzustellen. Einen wichtigen Schritt gehen wir im nächsten Jahr, indem wir in der Halle 1+ das Thema Urban Connected Living zeigen. Damit entwickeln sich die imm cologne und LivingKitchen immer mehr zu dem Platz, der die Frage beantwortet „How we live in the Future“.

Vorhang auf für die Zukunft!

Seite
4/4

Stand: 27.01.2020
Kürzel: maj











