

## **SCHLUSSBERICHT:**

**>Wohnen & Interieur< 2006 in Wien:**

**Bessere Konjunktur bringt Investitionsfreude -  
jeder zweite kam, um zu kaufen**

**MessezentrumWienNeu:**

**370.000 Besucher im ersten Quartal**

**Österreichs größte Messe für Wohn(t)räume, Accessoires, Design  
und Garten unterstreicht den hohen Stellenwert des Wohnens +++  
Alle vier Hallen und die Mall des MessezentrumWienNeu waren belegt  
+++ Rund 500 Aussteller mobilisierten 81.314 Besucher +++  
Lebhaftes Interesse an den Sonderschauen +++**

WIEN (20. März 2006). – Ein mit rund 500 Ausstellern ausgebuchtes MessezentrumWienNeu und exakt 81.314 Besucher. Das ist die erfreuliche Bilanz der Publikumsmesse >Wohnen & Interieur< 2006, die am 19. März zu Ende gegangen ist. „Als größte heimische Messe für Wohn(t)räume, Accessoires, Design und Garten hat die >Wohnen & Interieur< eine enorme Impulsfunktion für die Branche“, beschreibt Direktor Johann Jungreithmair, CEO von Organisator Reed Exhibitions Messe Wien, den Stellenwert der neuntägigen Veranstaltung. Laut den Ergebnissen der unabhängigen Besucherbefragung hat jeden zweiten Besucher (52 %) eine konkrete Kaufabsicht zum Besuch der Messe motiviert. Johann Jungreithmair: „Das ist für ein Publikumsmesse eine sehr gute Quote, die auch belegt, dass die deutlich verbesserte Konjunkturlage auch ein gestiegenes Investitionsverhalten mit sich bringt. Gesundes Wohnen, hochwertige Designmöbel und moderne Küchen haben Saison.“

### **Hohe Besucherzustimmung für die Produktpräsentationen**

Aus den Umfrageergebnissen geht hervor, dass sich annähernd neun von zehn Besuchern (87,3 %) mit der Messe zufrieden zeigten (Schulnoten 1 und 2), rechnet man die „Befriedigend“ hinzu, ergibt sich eine Zustimmungsquote von imposanten 98,2 %. Christian Fischer, themenverantwortlicher Bereichsleiter Messen bei Reed Exhibitions Messe Wien, freut sich entsprechend: „Insbesondere wurden von den Befragten der Gesamtüberblick über den Markt (83,4 %) und die Fülle an Neuheiten (87,6 %) hervorgehoben. Rund 95 % der befragten Besucher vertraten die Meinung, dass die Bedeutung der >Wohnen & Interieur< in Zukunft noch steigen werde. Jedenfalls erklärten 70,7 Prozent spontan, dass sie auch den nächstjährigen Termin wahrnehmen werden“.

### **Ausgewogenes Besucherinteresse**

Die Ausgewogenheit des Messekonzepts spiegelte sich entsprechend gewichtet in den Interessenschwerpunkten des Publikums wider. Messeleiterin Mag. Christine Kosar präzisiert: „Orientiert man sich an den Befragungsergebnissen (Mehrfachnennungen), so standen im Vordergrund des Publikumsinteresses die Bereiche Möbel (33 %) und Innenausstattung (29,8 %), gefolgt von den Themen Küchen und Küchentechnik (23,2 %), Bad/ Sanitär (22,3 %), Design-Möbel (21,9 %) sowie Garten/ Gartenausstattung (15,8 %)“.

Auf lebhaftes Interesse stießen auch die Sonderschauen bzw. Sonderveranstaltungen, was sich ebenfalls in den Befragungsergebnissen widerspiegelt. Jeweils rund neun von zehn Befragten bekundeten ihr Interesse an der Küchenwelt, in der prominente Köche ihr Können in den Trendküchen vorführten, an der Sonderschau „Slowakisches Design“, an der Sonderschau „Unikate-Wald“ und am Holz-Lehrpfad.

### **Auch Männer interessieren sich fürs Wohnen**

Wer vermutet, dass Möbel und Einrichtungsmessen eine Domäne weiblicher Besucher seien, hat nur bedingt recht. Zwar stellten Damen mit 54,5 % tatsächlich die Mehrheit, doch 45,5 % männlicher Besucheranteil zeigt, dass das Thema Wohnungseinrichtung das „starke Geschlecht“

kaum weniger interessiert, beziehungsweise hier partnerschaftliche Entscheidungen erfreulicherweise die Regel sein dürften.

### **Menschen legen Wert auf gutes Wohnen**

Die Menschen legen zusehends mehr Wert auf gutes Wohnen, wobei gutes Wohnen nicht nur schönes, sondern vor allem auch gesundes, gemütliches und funktionelles Wohnen meint. Maria Rauch-Kallat, Bundesministerin für Gesundheit, präsentierte anlässlich der Eröffnung der >Wohnen & Interieur< die Ergebnisse einer Studie, aus der eindeutig hervorgeht, dass das gesunde, individuelle Wohnen noch nie so populär war wie heute. „Schon der Trend zum ‚Homing‘ zeigt, dass der Mensch zusehends mehr Lebenszeit in seiner Wohnung verbringen will, was dazu führt, dass der Gestaltung der Wohnwelt verstärktes Augenmerk geschenkt wird. Die dominierenden Komponenten beim Einrichten sind neben der Gesundheit und dem Individualismus vor allem die Ökologie und die Technik. Der Mensch will in seiner Wohnung Natur pur und schafft sich Grünoasen der Ruhe. Er möchte aber auch Individualismus und erfüllt sich den Wunsch nach Einzigartigkeit und Rückzugsmöglichkeiten in seine vier Wände“, so die Bundesministerin. Werner Faymann, amtsführender Stadtrat für Wohnen, Wohnbau und Stadterneuerung in Wien, sieht die >Wohnen & Interieur< in Wien gut platziert. In seiner Eröffnungsrede wies er darauf hin, welche Lebensqualität Wien seinen Bewohnern biete. „Um diese Lebensqualität beneiden uns viele andere Millionenstädte. Einen großen Beitrag dafür leistet sicherlich der Bereich des Wohnens. Denn kaum in einer anderen Stadt lässt es sich so kostengünstig und zugleich komfortabel wohnen. Und dass dabei auch exzellente architektonische Ausstattung nicht zu kurz kommt, dafür sorgen wir in Wien ebenfalls“, erläuterte der Stadtrat. KommR Erwin Pellet, Obmann des Bundesgremium des Einrichtungsfachhandels, begrüßte die >Wohnen & Interieur< ebenfalls und sieht in dieser Messe eine optimale Plattform, um die Allgemeinheit über die Neuheiten im Wohn- und Einrichtungsbereich zu informieren“.

### **Messeerfolg dank starker Partner**

Wesentlich zu jedem Messeerfolg tragen die Partner bei, die mit ihrem Engagement in der Planungs- und Umsetzungsphase wertvolle Unterstützer sind. „Einen besonderen Dank wollen wir insbesondere Lubica Fabri aussprechen, die als Kuratorin für die Sonderausstellung ‚slowakisches Design‘ verantwortlich zeichnete. Eine enorme Bereicherung für die Messe war auch Prof. Franz Zödl, der die Inszenierungen der Köche in der ‚Küchen‘-Halle A maßgeblich mitgeprägt hat. Für die Ausstellung ‚Unikate-Wald‘, war Herbert Gahr hauptverantwortlich, der mit viel Energie dazu beigetragen hat, dass sich die Schau zu einem Publikumsmagneten entwickeln konnte. Ein besonders herzlicher Dank gebührt jedoch jedem einzelnen Aussteller, denn sie sind es, die letztlich die Attraktivität maßgeblich beeinflussen“, unterstreicht Reed-Bereichsleiter Messen, Christian Fischer.

### **Design das funktioniert**

Mit einer sehr hohen Zufriedenheitsrate endete für viele Aussteller der Auftritt auf der diesjährigen >Wohnen & Interieur<.

Dr. Georg Schratzenthaller, Geschäftsführer von „Thalia Möbel Wien“, stellte fest, dass vor allem ältere Personen der Zweckmäßigkeit von Möbeln Bedeutung beimessen. „Menschen im Alter von 50+“, erläuterte der Einrichtungsfachmann, „interessieren sich für Möbel mit einem Mehrwert und mit Funktion und sind bereit, für diesen Mehrwert mehr zu zahlen. Verstellbare, versenkbare, schwenkbare Möbel, einfach mittels Fernbedienung gesteuert, sprechen die Bequemlichkeit und das Komfortbedürfnis der Menschen an und sind stark im Trend. Am Messestand konnte Georg Schratzenthaller vor allem Stammkunden, aber auch Neukunden begrüßen, Menschen zwischen 35 und 50 Jahren, die sich zum ersten Mal anspruchsvoll einrichten und Menschen ab 50, die dies bereit zum zweiten Mal tun.“

Die Firma „Interlücke“ ist ebenfalls Anbieter qualitativ hochwertiger Möbel aus dem Designbereich. Der Familienbetrieb aus Deutschland verkauft moderne, zeitlose Möbel, denn „gutes Design soll nicht nur optisch ansprechend, sondern auch funktionell und vor allem zeitlos sein, wie

Christian Kriz, Interlübke-Handelsvertreter in Österreich, betont. In der Halle D mit ihrem eindrucksvollen Designschwerpunkt empfand er sich gut platziert. „Ich befürworte die Designkonzentration, denn sie bietet allen designsuchenden Menschen Orientierung“, sagt Christian Kriz. Die Frequenz am Stand war vor allem an den Wochenenden gut.

Die Designorientierung spielt nicht nur im Innenbereich, sondern auch bei den Gartenmöbeln eine herausragende Rolle. „Gartenmöbel und Gartengestaltungen unterliegen Trends, die jenen in der Mode sehr ähnlich sind“, erklärt Karl-Heinz Schrems, Geschäftsführer der „Schrems GmbH“. Die Trends für heuer sind klar: Modern sind Waren, die aus Kunstfaser geflochten und mit verschiedenen Materialien wie Aluminium, Edelstahl oder massives Teak-Holz kombiniert sind. Gefragt sind auch hippe Produkte für den Garten, die vor allem dann passend sind, wenn das Haus ebenfalls eine trendige Architektur hat. Bei den Farben dominieren Weiß und Grün. Jedem Trend übergeordnet sind die Wetterbeständigkeit und der wohnliche Charakter, die insbesondere bei Gartenmöbeln eine entscheidende Rolle spielen. „Das Nachgeschäft zur >Wohnen & Interieur< erfassen wir statistisch. Mit den Ergebnissen aus den Vorjahren sind wir sehr zufrieden, sodass wir mit ähnlichen Erfolgen auch im heurigen Jahr rechnen“, sagt der Gartenmöbel-Spezialist.

### **17 Mal slowakisches Design**

Neben den designorientierten Ausstellungen in der Halle D und im Foyer D stand auch die Mall ganz im Zeichen des Designs. Dort präsentierten sich 17 slowakische Designer und Designstudenten unter dem Titel „Living and Lifestyle“ mit ihren Werken. Die geschickte Kombination aus Möbelpräsentationen und Lifestyle kam bei den Messebesuchern sehr gut an. Design verstehen die Künstler aus der Slowakei „als Schaufenster, durch das man die Kultur eines Landes erkennen kann. Gutes Design steht demnach für Kreativität, Qualität und gutes Design ist Kunst, die funktioniert“.

### **Tischlerhandwerk - ein echtes Unikat erstehen**

Tischler sind Meister in der individuellen Gestaltung mit Holz. Die Ergebnisse ihres Können wurden auf der >Wohnen & Interieur< eindrucksvoll gezeigt, so unter anderem von den niederösterreichischen Tischlern, den Tischlern aus Wien, aber auch den steirischen Tischlern, die sich in einer Gruppe von 13 Betrieben ordentlich Aufmerksamkeit bei den Besuchern verschaffen konnte. Evelyn Ulrich von der „Tischlerei Ulrich“: „In der Gruppe fallen wir auf. Der Messeauftritt ist für uns steirische Tischler sehr wertvoll, denn Wien ist nicht nur ein Ballungsraum mit hoher Kaufkraft, sondern auch unser Ruf in der Bundeshauptstadt ist sehr gut. Wir haben viele Kunden in Wien, sodass wir auf der >Wohnen & Interieur< insbesondere Stammklientel betreuen dürfen, aber auch neue Kunden optimal ansprechen können“. Jeder Tischler fährt seine eigene Linie. Die Tischlerei Ulrich beispielsweise setzt auf das Geradlinige, Gediegene, Edle, gefertigt aus heimischen Hölzern, die durch ihre hohe Qualität und Vielfalt beeindrucken. „Das ist das, was uns selber gefällt“, beschreibt Evelyn Ulrich die Geschäftsphilosophie und ist überzeugt davon, „dass das, was selber gefällt, auch sehr viel besser verkauft werden kann“.

### **Zugkräftiger „Unikate-Wald“**

Richtige Individualisten sind bei der Möbelwahl immer auf der Suche nach dem Besonderen, nach dem Unikat eben. Ihr optimaler Fundplatz wurde heuer auf der >Wohnen & Interieur< mit dem Projekt „Unikate-Wald“ geschaffen, zu dem sich Künstler und Handwerker in einer Kooperation ohne Verpflichtungen zusammengetan haben. Diese Künstler fertigen Werke aus dem Bauch heraus weil sie frei sind in ihrem Denken. Oft sind es Autodidakten ohne spezielle handwerkliche Ausbildung. Herbert Gahr, spezialisiert auf die künstlerische Gestaltung mit Metall, engagierte sich sehr für das Projekt „Unikate-Wald“, das eigens für die Messe ins Leben gerufen wurde. „Auf der Messe haben wir Einzelkämpfer die Möglichkeit, als Gruppe Wind zu machen, aufzufallen und eine kaufkräftige Klientel anzusprechen“, sagt Herbert Gahr. Die Künstler fertigen Unikate, die sich bewusst von Designwaren unterscheiden. „Design ist reproduzierbar, spricht die Masse an, weil es ‚in‘ ist. Ein Unikat gibt es garantiert nur einmal, richten sich an Individualisten mit starker Persönlichkeit, die sich

etwas trauen, an Menschen, die alles andere schon hatten und jetzt das Besondere wollen“. Die Zielgruppe ist daher klein, aber interessant. Herbert Gahr und seine Künstlerkollegen fühlten sich auf der >Wohnen & Interieur< bestens platziert und vom Messteam optimal betreut. „Darum wollen wir wachsen, so wie dies der Wald tut. Unsere Vision ist es, dass wir mit dem Unikate-Wald in Zukunft ein Viertel der Halle belegen und dass sich rund 50 Künstler an der Präsentation beteiligen. Es wäre schön, wenn wir schon im kommenden Jahr aufforsten könnten“, schaut Herbert Gahr in die Zukunft, der von seinen Künstlerkollegen ob seiner Ambitionen daher auch liebevoll der „Oberförster“ genannt wird.

### **Holz, massiv**

Massives Holz ist der Rohstoff, aus dem die hochwertigen Möbel von „Team 7“ sind. Ing. Stephan Tischer, Gebietsleiter Österreich-Ost: „Die >Wohnen & Interieur< ist für das Unternehmen sehr gut verlaufen. Die Kunden und potenziellen Kunden informierten sich sehr konkret und zeigten sich von unseren Produkten so begeistert, dass wir auch etliche Kaufabschlüsse auf der Messe tätigen konnten. Darüber hinaus erwarten wir uns ein sehr gutes Messenachgeschäft“. Zu den Neuheiten, die besonders gut angenommen wurden, gehören runde bzw. ovale Tische. Eine Wiederbelebung erfährt auch das Nussholz, das mit seiner dunkleren Farbe eine besondere Wärme ausstrahlt.

Überaus glücklich mit dem Messeverlauf war Walter Postlbauer, Prokurist bei „Breitschopf Küchen“, einem Familienunternehmen, das heuer seinen 50. Geburtstag feiert. „Unser sehr gutes Messeergebnis führen wir darauf zurück, dass die >Wohnen & Interieur< perfekt beworben wurde und dass sie sich klar als Publikumsmesse positioniert hat“, sagte Walter Postlbauer. „Die >Wohnen & Interieur< ist einzigartig in Europa und soll diese Einzigartigkeit noch stärker hervorheben“. Breitschopf hat auf der Messe einen guten Überblick über die Küchenpalette gezeigt. Vom Kunden nachgefragt wird eine breite Palette, von der traditionellen Holzküche bis hin zur supermodernen Hightech-Küche. Auch die Wahl der Materialien und der Farben ist sehr unterschiedlich. Nachgefragt werden Holz, Edelstahl, Glas und Stein, und die Farben von Weiß, Schwarz, Pastell und

Kontraste. „Grundsätzlich jedoch stellen wir fest, dass es Unterschiede im Geschmack zwischen dem urbanen und der ländlichen Bevölkerung gibt und dass das, was in den Hochglanzmagazinen an (Design)-Küchen abgebildet wird nicht dem entspricht, was ein Großteil der Kunden nachfragt.“

### **Menschen suchen das Wohlbefinden**

Beim Einrichten legen die Menschen verstärktes Augenmerk auf die Wohnlichkeit und das Wohlbefinden, die Gesundheit. So verwundert es nicht, dass Kachelöfen stark im Trend liegen. Hafnermeister Leopold Hallach kann den Trend bestätigen: „Die Messebesucher haben sich professionell über unsere Produkte informiert. Es waren sehr viele Interessenten Menschen am Stand“. Dass der Kachelofen wieder stark nachgefragt wird, hat aber nicht nur mit dem Wohlfühl zu tun, das seine Wärme erzeugt, sondern natürlich auch mit den hohen Energiepreisen wie Leopold Hallach bestätigt. Insgesamt wertet der Hafnermeister den Messeauftritt als „sehr erfolgreich“ und spricht vor allem der Messeorganisation ein großes Lob aus.

Eine erfolgreiche Messe verzeichnete auch Franz Krewenka, Geschäftsführer bei „Junek“, einem Unternehmen, das Badkultur in Vollendung bieten kann. Franz Krewenka zeigte sich mit der Qualität der Besucher höchst zufrieden, ebenso mit dem Ambiente der Messe. Bei der Badezimmersausstattung bestätigt Franz Krewenka den Trend hin zur Natur: „Materialien wie Holz oder Stein sind stark im Kommen“, erklärt der Bäderspezialist.

Wohlfühlen und Gesundheit verdienen insbesondere bei der Ausstattung des Schlafzimmers Augenmerk. Insbesondere dann, wenn es um die Wahl des individuell geeigneten Bettensystems geht. Martin Dörr, Inhaber der Firma „Dörr Bettensysteme“ in Wien und sein Team leisteten an den neun Messetagen sehr viel Informationsarbeit, was das gesunde Schlafen betrifft. „Gefragt ist alles, vom Luftbett bis zu den motorisch verstellbaren Betten. Unsere Kunden sind Menschen, die Komfort suchen, aus orthopädischen Gründen ein spezielles Bettensystem benötigen oder das Natürliche lieben und schätzen, erläutert Martin Dörr. Die Messe ist für ihn

eine Gelegenheit, viele Menschen aufzuklären und das Unternehmen zu präsentieren.

### **Blick auf 2007: Garten- und Accessoires-Bereich ausbauen**

Da „nach der Messe“ immer schon „vor der kommenden Messe“ bedeutet, richtet das Organisationsteam bei Reed Exhibitions Messe Wien den Blick schon in das Jahr 2007. „Der Erfolg der diesjährigen >Wohnen & Interieur< motiviert uns enorm bei der Planung für das kommende Jahr“, erklärte Christian Fischer. „Wir haben uns vorgenommen, vor allem die Bereiche Garten-, Balkon- und Terrassengestaltung auszubauen, denn dieser stellt vor allem im städtischen Siedlungsgebiet ein zugkräftiges Thema dar. Ebenso wollen wir - entsprechend dem Trend – das gesunde Wohnen akzentuieren und auch das breite Themenspektrum Wohnaccessoires stärker zur Geltung bringen.“ Insgesamt will Reed Exhibitions Messe Wien die Dynamik der >Wohnen & Interieur< 2006 auf die Messe des kommenden Jahres übertragen, was unter anderem auch heißt, dass der Themenschwerpunkt Design-Möbel nicht nur fortgeführt, sondern noch stärker betont wird.

### **Erfolgreicher Verlauf der Messesaison**

Mit dem Ausklang der >Wohnen & Interieur< zieht Reed Exhibitions Messe Wien eine außerordentlich erfreuliche Quartals-Messebilanz. „Insgesamt“, so Direktor Johann Jungreithmair, „haben in den ersten drei Monaten dieses Jahres bereits rund 370.000 Besucher das Messezentrum WienNeu frequentiert. Dieses positive Ergebnis unterstreicht eindeutig den Stellenwert, den Messen und Events haben. Die Entscheidung der Stadt Wien, in die Messe- und Congress-Infrastruktur zu investieren, hat sich klar als richtig und zukunftsweisend herausgestellt“. (+++)

**Wichtig: Presseinformationen und Fotos sind auch im Internet unter [www.wohnen-interieur.at](http://www.wohnen-interieur.at) abrufbar. Bitte vergessen Sie nicht, die Fotoquelle anzugeben.**

Leitung: Mag. Paul Hammerl,

E-Mail: [paul.hammerl@reedexpo.at](mailto:paul.hammerl@reedexpo.at)

Iris Maier, Tel. +43 (0)1 72720 224

E-Mail: [iris.maier@messe.at](mailto:iris.maier@messe.at)

The logo for 'Pago' is written in a bold, red, stylized font.The logo for 'Gasteiner' features a blue mountain peak icon above the word 'GASTEINER' in a blue, sans-serif font, with 'GASTBEREICH' in a smaller font below it.The logo for 'Canon' is written in a bold, red, sans-serif font.