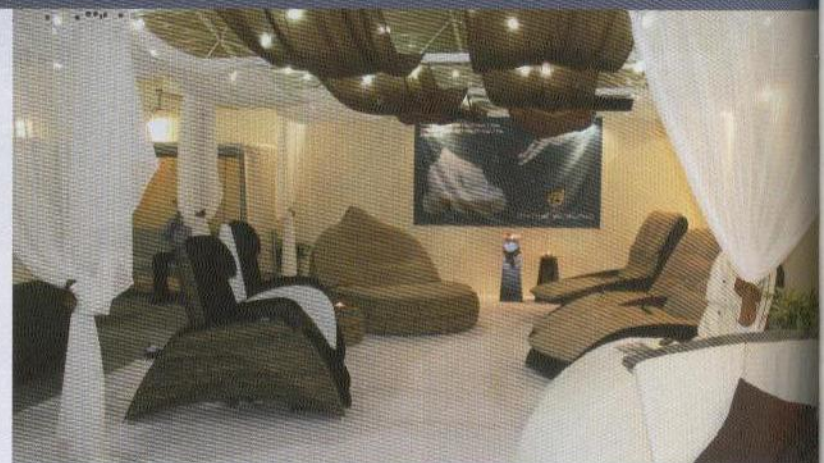
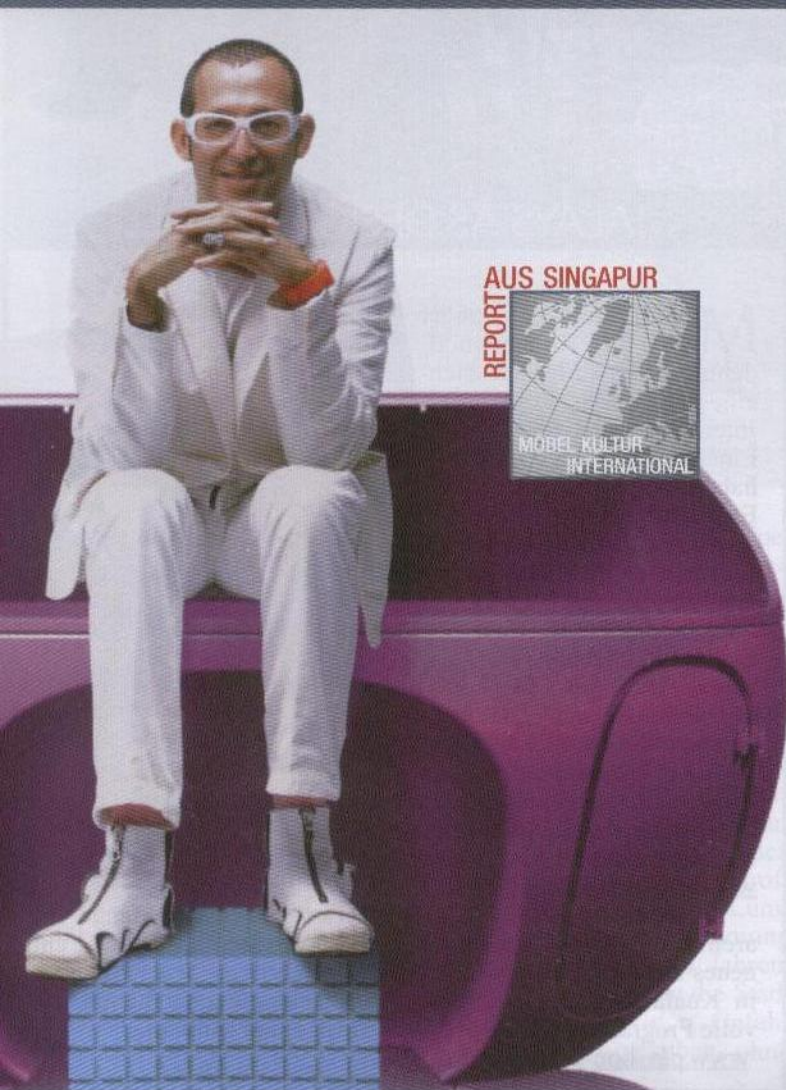


IFFS/AFS: Keine Spur von Krisenstimmung

Handelsoffensive gen Westen

Starker Stadtstaat: Bereits in Köln trat Singapur mit einem Gemeinschaftsauftritt sehr selbstbewusst auf. Um die Handelswege zwischen Ost und West weiter zu ebnen, kreierten Branchenverbände die B2B-Marke „Singapore Mozaic“: Sie steht für serviceorientierte Unternehmen, die langfristige Partner in Europa und den USA gewinnen wollen. In diesem Sinne zeigte sich auch der Ehrengast als Brückenbauer: Star-Designer Karim Rashid gab sich die Ehre.



Die Singapurische Möbelmesse fand vom 9. bis 12. März auf dem bewährten Messegelände Singapore Expo in den Hallen 3 bis 8 statt. Die neue Halle 8 widmete sich in diesem Jahr zum zweiten Mal verstärkt den chinesischen Anbietern, die angeführt vom Dickschiff Kuka Furniture nach Singapur reisten. In Halle 3 gab es wieder eine große und ansprechend präsentierte Auswahl an Komponenten, Stoffen, Bildern, Fasern etc. zu sehen.

Auffallend schon nach dem ersten Rundgang: Die Präsentationen waren auf europäischem Niveau – das Ergebnis einer rigiden Qualitätskontrolle in Bezug auf die Messepräsentationen. Unterstrichen wurde dies erneut von der

B2B-Marke „Singapore Mozaic“. Sie wurde im letzten Jahr auf der IFFS vorgestellt und versammelte auch auf der „imm cologne“ 18 Aussteller unter ihrem Dach. Mit dem Brand stellen die Hersteller unter Beweis, sich rasch an veränderliche Marktanforderungen anzupassen und Mehrwert für ihre Geschäftspartner zu schaffen.

Soviel Einsatz honorierten viele ausländische Einkäufer, die sich nach Singapur aufmachten. Zudem ging das Konzept auf, den Termin näher an die chinesischen Messen zu legen: Ein Stelldichein unter anderem aus Uganda, dem Libanon, den USA, England, Russland, Neuseeland und Finnland sorgte für eine internationale Messe-Atmosphäre.



Oben: Rehau ist in Singapur seit einigen Jahren dabei – und setzt den Schwerpunkt auf Outdoor-Möbel. Links: Sitz-Modul „Gin“ von Punt Mobles. Unten links: Ravi Fibres, ein junges wendiges Unternehmen, präsentierte das breite Spektrum seiner Kollektionen. Verkauft wird mittlerweile auf allen europäischen Märkten. Unten rechts: Mama Green heißt das Label des Erfolgsduos Erik de Winnie und Vincent Cantaert. Auch in diesem Jahr räumten sie wieder einen Designpreis ab, der auf der Messe verliehen wurde.



Selbst aus dem von der Hotelkrise betroffenen arabischen Raum waren Käufer vor Ort und zeigten sich wider Erwarten besonders kauffreudig. Aus dem deutschsprachigen Raum wurden Einkäufer der Lutz-Gruppe und des Otto-Konzerns gesichtet.

Eine Ursache für die Anziehungskraft Singapurs liegt in dem Anspruch der IFFS, den Design-Aspekt der Veranstaltung zu fördern. Viele Hersteller nutzten den Rückenwind und präsentierten ansprechendes Möbeldesign – allen voran im Bereich Office Furniture, wo mit der neuen Pinker-Kollektion, die in Zusammenarbeit mit Karim Rashid entstand ein echtes Highlight präsentiert wurde.

Wie derzeit fast überall in Asien war Nachhaltigkeit auch in Singapur ein wichtiges Thema. Dies gilt insbesondere für das Gartenmöbelsegment, in dem Singapur sehr stark aufgestellt ist. Auch Koda hat sich voll und ganz der „Sustainability“ verschrieben und trumpfte mit den neuen Kollektion „Level“ und „Asolo“ groß auf.

Fazit der Veranstaltung: Ein unerwartet hohes Aussteller-Niveau (z.B. Manutti aus Belgien) lockte ein buntes Spektrum an Besuchern und Einkäufern auf das Gelände.

Die gute Stimmung ließ sich allerdings nicht allein mit der guten Messestruktur begründen. Die Veranstalter engagierten eine Komikerin – vergleichbar mit „Cindy aus Marzahn“ –, die frech und fröhlich das Lied „Cabaret“ auf die Belange der IFFS umdichtete und mit viel Leidenschaft zur Eröffnung vortrug.

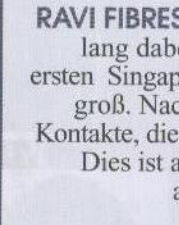
Nicht immer nur von Krise reden – so lautet wahrscheinlich die beste Formel zu deren Bewältigung. Hoffentlich haben die europäischen Einkäufer nicht nur Möbel, sondern ebenfalls eine Prise des asiatischen Optimismus mit nach Hause gebracht.

Jutta Friedrichsen-Devakar

IFFS: IM BLICKPUNKT



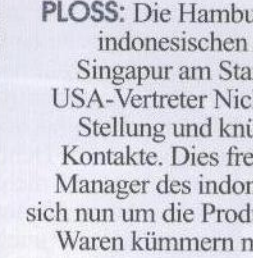
PINKER: Gilles Mangin, Business Development Director, zeigte sich sehr zufrieden, denn der Launch der neuen Pinker-Kollektion war ein voller Erfolg und galt als absolutes Highlight der Messe. Die Serie ist für den Office- und Wohnbereich konzipiert. Karim Rashid zeichnete nicht nur als Designer für die Kollektion verantwortlich, sondern tritt auch als Business Partner von Pinker in Erscheinung. In Mailand wird das junge Unternehmen zum zweiten Mal dabei sein – wieder mit einem schrillen Auftritt in Pink. www.pink-pinker.com



RAVI FIBRES: Anil Dusad ist in der Branche schon lang dabei. Trotzdem war die Aufregung beim ersten Singapur-Messeauftritt mit der eigenen Firma groß. Nach Deutschland bestehen bereits einige Kontakte, die allerdings noch forciert werden sollen. Dies ist auch ein Grund dafür, dass Ravi Fibres auf der kommenden Heimtex ausstellt. www.ravitextiles.com



MAMA GREEN: Erik de Winnie (l.) und Vincent Cantaert (r.) sind die beiden Köpfe hinter dem Startup. Wer den Weg des Gespanns bisher verfolgt hat, kann über das Tempo der Expansion nur erstaunt sein. Ein neues Ziel haben sich die beiden nun mit der Errichtung von einem Flagship-Store pro Kontinent gesteckt. Außerdem im Blick: Die kommende „Spoga“ – für das Unternehmen die wichtigste Messe im europäischen Markt. www.askmamagreen.com



PLOSS: Die Hamburger waren mit ihrem indonesischen Ableger Ploss Asia in Singapur am Start. Dort hielt der neue USA-Vertreter Nicki Lind Nevad (l.) die Stellung und knüpfte emsig viele gute Kontakte. Dies freute auch Erich Kuhn, Manager des indonesischen Werkes, der sich nun um die Produktion der geordneten Waren kümmern muss. www.ploss.com



KODA: Inhaber James Koh strahlte übers ganze Gesicht. Sein Messestand war ein wahrer Besuchermagnet. Ein Grund dafür waren die neuen Kollektionen „Asolo“ und „Level“, die zwei international bekannte Designer entwarfen – Luigi Garbarino und John Kelly. www.kodaonline.com