

Nr. 28 / 1200 KASCHO / Köln, 2. September 2008

spoga+gafa 2008: Erneut hohe Fachbesucherqualität



spoga+gafa 2008: Weltmarktplatz der grünen Branche

41.500 Fachbesucher aus 100 Ländern – 55 Prozent Auslandsanteil – Positive Resonanz auf „Boulevard of Excellence“, „Green Italy“ und Eventprogramm für Motoristen

Große Internationalität und hohe Besucherqualität: Die spoga+gafa Köln – Internationale Fachmesse für Sport, Camping und Lifestyle im Garten und Internationale Gartenfachmesse bestätigte auch 2008 ihre Rolle als Treffpunkt für das weltweite Business im Garten- und Freizeitmarkt. 2.155 Anbieter aus 57 Ländern präsentierten ihre neuen Produkte und Dienstleistungen rund um die Pflege und das Leben im Garten auf einer Brutto-Ausstellungsfläche von 290.600 m². Oliver P. Kuhrt, Geschäftsführer der Koelnmesse GmbH: „Auffallend gut war die Qualität der Besucher und die gestiegene Internationalität. Die diesjährige spoga+gafa hat sich außerdem durch ein besonders großes Engagement ihrer Aussteller ausgezeichnet.“ Schätzungen des letzten Messtages einbezogen, kamen 41.500 Fachbesucher zur Messe in die Domstadt.

Neben den zahlreichen Weltneuheiten und Innovationen, die auf der Messe präsentiert wurden, stießen die zielgruppengerechten Events, Sonderschauen und Workshops beim Fachpublikum auf positive Resonanz. Vor allem der „Boulevard of Excellence“, der sich als „grüner“ Faden durch das Messegelände zog und Premium-Anbieter aller Segmente in unterschiedlichster Weise zusammenführte, kam bei den Messegästen sehr gut an. Ebenfalls stark frequentiert: „spoga+gafa in Action“. Auf dem Freigelände zwischen den Hallen 6 und 7 konnte das Fachpublikum Neuheiten aus dem Bereich Motorgarten ausprobieren. Für mediterrane Inspiration und Kontakte in den italienischen Gartenmarkt sorgte „Green Italy“ – das Forum auf dem Nordboulevard wurde zum Treffpunkt für Teilnehmer und Interessierte des diesjährigen Partnerlandes.

spoga

Internationale Fachmesse für Sport, Camping und Lifestyle im Garten

gafa

Internationale Gartenfachmesse

Köln 2008

31.08. bis 02.09.

www.spogagafa.de

Ihr Kontakt bei Rückfragen:

Katrin Schön

Telefon

+ 49 221 821-2445

Telefax

+ 49 221 821-2826

E-Mail

[k.schoen@](mailto:k.schoen@koelnmesse.de)

koelnmesse.de

Koelnmesse GmbH

Messeplatz 1

50679 Köln

Postfach 21 07 60

50532 Köln

Deutschland

Telefon +49 221 821-0

Telefax +49 221 821-2574

info@koelnmesse.de

www.koelnmesse.de

Geschäftsführung:

Gerald Böse (Vorsitzender)

Wolfgang Kranz

Oliver P. Kuhrt

Herbert Marner

Dr. Gerd Weber

Vorsitzender des Aufsichtsrates:

Oberbürgermeister

Fritz Schramma

Sitz der Gesellschaft und

Gerichtsstand: Köln

Amtsgericht Köln, HRB 952

Qualität der internationalen Fachbesucher erneut auf hohem Niveau
„Die internationalen Entscheider aus Industrie und Handel waren da“, so der durchgängige Tenor in den Hallen der spoga+gafa. Dies bestätigt auch die neutrale Besucherbefragung: Fast 90 Prozent der Befragten waren an Beschaffungsentscheidungen beteiligt, 44,4 Prozent sogar ausschlaggebend. Erneut stellte der Handel – Vertreter aus allen Stufen kamen nach Köln - mit fast 60 Prozent die stärkste Besuchergruppe, zur Industrie zählten 19,7 Prozent der Befragten und 11,7 Prozent zum Dienstleistungssektor. Trotz treuer Stamm-Besucher ließen sich auch zahlreiche Neukunden den Besuch der Messe nicht entgehen: Über ein Drittel (38 Prozent) waren zum ersten Mal auf der spoga+gafa. Der Besuch hat sich für die überwiegende Mehrheit mehr als gelohnt – fast 72 Prozent der Interviewten zeigten sich mit der Erreichung ihrer Messeziele und dem Warenangebot sehr zufrieden bis zufrieden. Auch in Sachen Dienstleistungen stellten die Besucher der Messe ein gutes Zeugnis aus: Mit sehr gut oder gut bewerteten sie knapp 80 Prozent der befragten Besucher. Sicher oder wahrscheinlich werden deshalb nahezu 70 Prozent der Messegäste auch zur spoga 2009 nach Köln kommen. Sogar fast 90 Prozent der Befragten würden einem guten Geschäftsfreund den Besuch der spoga+gafa Köln empfehlen.

Gutes Angebot in allen Messesegmenten

Die größte Warengruppe der spoga+gafa 2008 stellte erneut der Bereich „Outdoor-Wohnen“ mit dem Segment „Möbel & Wohnen“. Im Bereich „Outdoor-Aktivitäten“ war das Segment „Grill & Barbecue“ am stärksten vertreten, ergänzt von den Segmenten „Camping & Freizeit“ und „Sport & Spiel“. Bei der „Outdoor-Technologie“ hatte die Warengruppen „Maschinen & Geräte“ die Nase vorn vor dem Bereich „Ausstattung & Häuser“ und „Handwerkzeuge & Zubehör“. Die größte Fraktion im Bereich „In-/Outdoor-Ambiente“ präsentierte „Floristik & Dekoration“, gefolgt von „Wasser & Outdoor-Beleuchtung“. Außerdem waren dort Anbieter im Bereich „Pflanzen / Pflege“, „Heimtierbedarf & Zubehör“ sowie „Dienstleistungen & Services“ vertreten.

Grüne Branche setzt auf Wachstum im kommenden Jahr

Auch wenn Rohstoffe und Energie teurer werden: Die an der spoga+gafa beteiligten Branchen zeichnen für die Zukunft ein positives Bild. So profitieren die Anbieter unter anderem vom Klimawandel – die Sommer werden länger, die

Menschen halten sich mehr und lieber Draußen auf. Zum Ende der spoga+gafa zeigt sich der Bundesverband der Deutschen Sportartikel-Industrie (BSI) - ideeller Träger der spoga – deshalb optimistisch: „Natur, Gesundheit, Qualität – diese Trendthemen der Garten- und Freizeitbranche standen auch auf der spoga+gafa stark im Fokus. Trotz gestiegener Lebenshaltungskosten - bedingt vor allem durch die hohen Energiepreise - stehen die Verbraucher den Freizeitprodukten positiv gegenüber“, so die Präsidentin des BSI Désirée Derin-Holzapfel. Und ergänzt: „Die Industrie setzt in diesem Bereich deshalb weiterhin auf Konsumfreude und Qualität ihrer Produkte. Dies war auch auf der diesjährigen spoga+gafa zu spüren.“ Ob im Fachhandel oder Baumarkt: Auch das Gartengeschäft blüht weiter. Der Industrieverband Garten (IVG) als ideeller Träger der gafa betonte, die „Erlebniswelt Garten“ stünde nach wie vor hoch im Kurs. Ansgar Paul, stellvertretender Vorsitzender des IVG: „Diese spoga+gafa hat erneut gezeigt: Köln ist die wichtigste Plattform für internationale Kontakte der grünen Branche. Auch wenn die Energie- und Rohstoffkosten die Unternehmen belasten: Die Industrie hat mit intelligenten Neuheiten bewiesen, wie innovativ der Gartenmarkt auch 2008 ist. Das honorierten auch die Fachbesucher mit ihrem Besuch auf der Kölner Messe. Die Branche sieht deshalb der nächsten Saison optimistisch entgegen.“

Hightech und Design für „Outdoor-Wohnen“

Mit 630 ausstellenden Unternehmen nahm der größte Bereich der spoga+gafa weltweit wieder eine Spitzenposition unter den Fachmessen ein und punktete erneut mit Qualität, Innovationskraft und Formensprache auf höchstem Niveau. „Der Stellenwert von Gartenmöbeln beim Verbraucher steigt weiter“, hieß es bei vielen Ausstellern. Spektakuläre Hightech-Materialien zogen ebenso die Aufmerksamkeit der Fachbesucher auf sich wie ausgefallenes Design – zum Teil standen Formen aus der Natur für die Optik Pate – und pfiffige Funktionen. Zudem setzt sich der Trend der letzten Jahre fort: Die Grenzen zwischen Indoor und Outdoor verwischen, das Sofa steht nun immer öfter auch im Garten oder auf der Terrasse. Was in früheren Zeiten ganz profan als schlichte Sitz- und Liegegelegenheit „für Draußen“ angesehen und behandelt worden ist, hat sich damit endgültig einen festen Platz in der Sphäre der Kultobjekte erobert: Das grüne Wohnzimmer vor dem Haus ist eine ebenso repräsentative wie erholsame Lifestyle-Oase.

Sehr zufrieden waren die Aussteller mit der Qualität des Fachbesuchs aus aller Welt, zu denen sowohl die Stammkunden als auch zahlreiche neue Interessenten zählten. Besonders im Fokus der Messegäste: Neuheiten und Trends.

Seite
4/9

Besucher waren Feuer und Flamme für „Grill & Barbecue“
Dass Grillen ungebrochen im Trend liegt, zeigte sich in Halle 5.1. Dort ernteten die Marktleader für ihre Neuheiten gute Frequenz und viel Aufmerksamkeit. „Der Anteil der Auslandsbesucher ist gestiegen. Alles, was in der Branche Rang und Namen hat - von Aussteller- und Besucherseite - war hier“, kommentierte ein Aussteller den Besuch. Kurt Schlieper, Geschäftsführer des Barbecue Industry Association Grillverband e.V.: „Auf der spoga+gafa zeigt die Grill & Barbecue-Branche der Welt ihr ganzes Potenzial. Ob jung oder alt, günstig oder hochpreisig, für Party- oder Gourmetgriller: In Köln konnte der Fachhandel das passende Angebot für alle seine Zielgruppen finden. Der Trend zum hochwertigen Gerät setzt sich aber eindeutig fort.“ Dabei überzeugten die Anbieter gleichsam mit technischen Raffinessen wie mit neuem Design. Motoren nehmen dem Griller nun fast jede Arbeit ab und sorgen für mehr Convenience ebenso wie die Weiterentwicklung der verschiedenen Gartetechniken – Stichwort: indirektes Grillen. Aber auch das Outfit der „heißen Öfen“ stimmt: Dominierte in der Vergangenheit in der Optik vornehmlich das verwandte Metall, glänzen die Neuheiten in poppigen Tönen oder überzeugen mit edlem Understatement. Die Küche folgt mehr und mehr dem Wohnzimmer nach Draußen, vielfach ist deshalb Gourmetgrillen auf Hightech-Produkten angesagt.

Camping, Sport und Spiel: Mehr Spaß für Draußen

Auch 2008 dominierte eine Farbe in Halle 5.2: Bunt. Die Aussteller zeigten ein breites Angebot mit farbenfrohen Neuheiten für Aktivitäten im Freien, das gut von den Fachbesuchern frequentiert wurde. Die Palette reichte von Campingbedarf über Wassersport bis zu Artikeln für Sport und Spiel in Freizeit und Urlaub. Dabei setzten die Hersteller auf Ideenreichtum: Die Aussteller hatten unter anderem Planschbecken für das Baden der Kleinsten, Spielfahrzeuge, die von Kindern selbst zusammengebaut werden können, MP3-Player mit Solarantrieb oder den Kühlschrank für Draußen in petto.

Reger Besuch bei den Marken Anbietern der Outdoor-Technologie
Anschauen und Ausprobieren hieß es im Bereich „Outdoor-Technologie“. Mit abwechslungsreichen Produktvorführungen – die teilweise auch das Freigelände einbezogen – entwickelten sich vor allem die Markenhersteller zu den Besuchermagneten dieses Angebotssegments. „Der Anteil der internationalen Besucher – vor allem aus Osteuropa – ist gestiegen. Die Qualität der Fachbesucher der spoga+gafa 2008 ist sehr gut“, hieß es deshalb auf vielen Ständen. Im Rahmen des Fachhandelszentrums wurde das neue Qualifizierungs- und Marketingkonzept (QMF) für den Motorgerätechandel detailliert vorgestellt, das wichtige Impulse für den Fachhandel lieferte. Besonders groß war das Besucheraufkommen dort, wo die Hersteller die spoga+gafa als Plattform zur Präsentation von Weltneuheiten nutzten. Innovationen wie Rasenmäher mit eingebauter Düngfunktion stießen ebenso auf großes Interesse wie Mäher im „Flüstermodus“ und Rasenroboter mit Graserkennungssystem. Deutliche Arbeitserleichterungen, unkomplizierte Bedienverfahren und flächendeckend gesteigerte Geräteleistungen standen ebenfalls im Fokus – immer unter dem Gesichtspunkt von Umweltfreundlichkeit und Energieeffizienz. Im Bereich der Akku-Gartengeräte und -werkzeuge ist die innovative Lithium-Ionen-Technologie weiter auf dem Vormarsch. So konnten die präsenten Aussteller mit ihren Innovationen größtenteils die Lücke schließen, die einige namhafte Hersteller mit ihrem Fernbleiben hinterlassen hatten. „Die Teilnahme an der spoga+gafa hat sich für uns gelohnt“, so ein beispielhaftes Fazit.

Vielfältiges Angebot bei „In-/Outdoor-Ambiente“

Ob dekorative Keramik oder Wassertechnik in Perfektion – auch der Bereich „In-/Outdoor-Ambiente“ hatte zahlreiche Neuheiten zu bieten. Hier reichte die Palette von intelligenten Filtersystemen über Wasserspiele mit PDA-Steuerung bis hin zu Lichtdesign-Lösungen für den Gartenteich. „Die Multiplikatoren der Branche waren hier“, sagte ein Aussteller. Natürlich und romantisch war ein Trendthema des dekorativen Bereichs. Hier hatten die Anbieter Artikel im Steindesign – teilweise sogar mit entsprechender Haptik -, in warmen Farben und romantischen Designs im Angebot. Nach wie vor schaffen opulente Großgefäße mediterranes Feeling im Garten und auf der Terrasse. Aber auch knallige Farben und moderne Kunststoffe haben inzwischen ihren festen Platz im Grün. Blumenkästen im Mix-and-Match-System, farbenfrohe Blumentöpfe

und transluzente Kübel mit Beleuchtung waren zu sehen. Und: Nicht nur Outdoor-Küchen und Grills, sondern auch der „gedeckte Tisch“ nimmt seinen Platz im Freien ein. Glas, Porzellan, Geschirr und Besteck gibt es inzwischen als eigene Outdoor-Kollektionen.

Die spoga+gafa Köln 2008 in Zahlen

An der spoga+gafa Köln 2008 beteiligten sich auf einer Brutto-Hallenfläche von 290.600 (2006: 289.600) m² 2.155 (2.315) Unternehmen aus 57 (64) Ländern, davon 77 (77) % aus dem Ausland. Darunter befanden sich 502 (548) Aussteller und 11 (24) zusätzlich vertretene Firmen aus Deutschland sowie 1.653 (1.767) Aussteller und 72 (100) zusätzlich vertretene Unternehmen aus dem Ausland. Schätzungen für den letzten Messetag einbezogen, wurden zur spoga+gafa 2008 und spoga horse (Herbst) 38.600 Eintritte (48.168) plus die Nutzer der Kombi-Eintrittskarten der spoga horse sowie geladene Gäste, gezählt. Der Auslandsanteil der Fachbesucher lag bei 55 (49) Prozent aus 100 (127) Ländern.*

* Alle Zahlen sind nach den Richtlinien der Gesellschaft zur Freiwilligen Kontrolle von Messe- und Ausstellungszahlen (FKM) berechnet und unterliegen der Kontrolle durch einen Wirtschaftsprüfer (www.fkm.de).

2009 findet in Köln die spoga von Sonntag, 6. September, bis Dienstag, 8. September, statt.

Das sagten die Aussteller:

Jürgen Hörmann, CEO Wolf-Garten

„Die gafa 2008 war für WOLF-Garten ein voller Erfolg. So viele Fachbesucher wie noch nie hatten sich an allen drei Tagen auf dem Stand in Halle 7 und im Freigelände eingefunden. Dementsprechend konnten eine Vielzahl qualifizierter Fachgespräche geführt werden, bei denen besonders die Fülle der Neuheiten und hier besonders die Bewässerungsprodukte rege Aufmerksamkeit bei den Handelspartnern fand.

WOLF-Garten beendet die gafa 2008 mit einem sehr guten Gefühl für die Saison 2009. Es gilt nun, auch bei der gafa in die Zukunft zu schauen und die kritische Phase der letzten Monate zu bewältigen. Neue Ideen sind gefragt und

damit die Kreativität sowohl von der Koelnmesse, den Herstellern und den Verbänden. WOLF-Garten wird, wie angekündigt, die Initiative mit ergreifen, um hier eine für alle optimale Lösung zu erreichen.“

John Kejlhof, Group Managing Director CEO, ScanCom International A/S:
“It has been a very good show for us. This is the time to show our customers the new things for the season in 2010. We used the exhibition to meet and socialize with our customers and to finalize the orders that we have already been placing. In August/September our customers know the season by now and can correct their orders. We met all the visitors we have expected.”

Roland Stoiber, Vertriebsleiter International MBM

“Die Besucherfrequenz war hervorragend, es war viel los, vor der ersten Stunde an. Unsere Neuheiten in jeder Kategorie wurden sehr gut angenommen. Am Contract Workshop war am Montag eine sehr gute Frequenz, Contract ist eine starke Thematik. Es war viel internationales Publikum vor Ort. Die Unterstützung der Koelnmesse war in allen Bereichen wirklich ausgezeichnet.“

Ralf Gaa, Geschäftsführer SABO-Maschinenfabrik GmbH A John Deere Company

„Wir sind unter den Rahmenbedingungen sehr zufrieden. Wir hatten am Sonntag einen sehr guten Tag. Es kamen zwar weniger Besucher als vor zwei Jahren, aber wir hatten dennoch viele gute Gespräche. Der Besuch der spoga+gafa hat sich für uns gelohnt. Die Komplettlösung, die wir den Händlern für die Weiterentwicklung ihres Geschäfts bieten konnten wir hervorragend präsentieren. Unser Händlerentwicklungsstand und unsere weiteren Lösungen für die Händler, die Rasensamen und Dünger, das „Dealernet/Ersatzteile“ und die Sabo Vertragspartnergemeinschaft (SVG) Beiräte konnten wir unseren Kunden im passenden Rahmen näher bringen.“

Günther Seuren, Geschäftsführer Landmann-Peiga

„Wir sind bedingt zufrieden. Es kamen weniger Besucher, dabei war die Qualität aber vergleichbar hoch wie bei der letzten Veranstaltung. Wir erwarten bis Messeende alle unsere relevanten Kunden. Der Anteil der Auslandsbesucher ist gestiegen. Alles was in der Branche Rang und Namen hat - von Aussteller- und Besucherseite - war hier. Unsere Prognose für 2009:

sicherlich angespannt, wegen der Rohstoffpreiserhöhungen. Die Preisentwicklung geht nach oben, eine Tendenz, die nicht zu stoppen ist.“

Seite
8/9

Georg Dietrich, Leiter Zentrales Marketing AL-KO

„Die Frequenz von Sonntagmittag bis Dienstagmorgen war sehr gut, die Qualität der Kontakte sehr hochwertig. Wichtige Kunden haben sich viel Zeit für intensive Gespräche genommen. Der Messeauftritt hat sich für uns gelohnt.“

Ansgar Paul, Geschäftsführer Oase

„Unsere Produkte kamen sehr gut an, die Kunden waren begeistert. Alle Multiplikatoren waren da. Insgesamt sind wir zufrieden – es war eine gute Messe.“

Ralf Kindermann, Geschäftsbereichsleitung Freizeitmöbel und Kind+Spiel

„Wir hatten am Sonntag einen starken Tag mit einer hohen Frequenz. Wir haben bereits am Sonntag fast alle deutschen Vertragshändler erreicht, hatten aber insgesamt eine gute Mischung aus nationalen und internationalen Kunden. Insgesamt waren es qualifizierte Kontakte, bei denen wir unsere Neuheiten und Trends vorstellen konnten. Am Montag hatten wir mehr Zeit, die wir auch für die intensiveren Gespräche mit Filialisten, dem Großvolumenhandel und der Großfläche benötigt haben. Insgesamt haben Gartenmöbel einen hohen Stellenwert im Konsumbudget unserer Endkunden. Kettler konnte sich mit seiner Strategie, vor allem das Mittelsegment zu bedienen, gut durchsetzen.“

Oliviano Spadotto, Präsident Claber Spa:

„It has been a good experience. It was a good decision to come to spoga+gafa. We have met a lot of new customers even from the Far East or the Soviet Countries. Our suggestion would be to have one day more for the show.“

Jan Witt, Fiskars Brands Germany GmbH

„Wir hatten einen starken Sonntag und einen starken Montag, am letzten Tag wurde es etwas schwächer. Wir haben sehr viel Zuspruch für unsere neuen Produkte erhalten, sowohl auf Fiskars als auch auf Ebert/Werga Seite. Wir

hatten viele, internationale Kunden am Stand. Wir sind gestärkt darin, dass wir zukunftsweisende Produkte anbieten.“

Seite
9/9

Axel Schröder, Marketingleiter Scheurich:

"Messe ist hervorragend gelaufen. Wir hatten viele internationale Kunden. Die Qualität der Kunden war sehr hoch. Einziger Wehrmutstropfen war das Fehlen von privaten Gartencentern. Hier haben wir deutlich mehr erwartet. Auch Kunden aus USA waren nur sehr wenige da. "

Hans-Jürgen Herr, Geschäftsführer Weber-Stephen Deutschland:

„Die Messe war für uns sehr erfolgreich. Unsere Konzepte sind gut angenommen worden. Neben den deutschen Fachhändlern konnten wir viele internationale Kontakte knüpfen – vor allem in Mittel- und Osteuropa. Wir hatten mindestens genauso viele Kunden und qualitativ hochwertige Gespräche wie beim letzten Mal und sind optimistisch für das Jahr 2009.“

Digitaler Presse-Service

Den Schlussbericht, weitere Presstexte, die Neuheitenlisten, Pressefächer der Aussteller sowie die Bilddatenbank mit Fotomaterial und Logo finden Sie im Internet (<http://www.spogagafa.de>) im Bereich „Für die Presse“.

Bei Abdruck Belegexemplar erbeten.