

Presseinformation

Schlussbericht

15 Farbe – Ausbau & Fassade setzt in München ein klares Signal

- **Rund 48.000 Fachbesucher machten die Farbe – Ausbau & Fassade zur Topadresse für Maler, Lackierer und Stuckateure**
- **Internationalität der Messe nimmt zu**
- **Farbe – Ausbau & Fassade liefert neuen Schwung für die Branche**

München, den 27.3.2010 – Unter einem besseren Stern hätte die Farbe – Ausbau & Fassade in München gar nicht stattfinden können: Im 200. Jubiläumsjahr von Goethes Farbenlehre kamen trotz der gerade gestarteten Baustellensaison rund 48.000 Besucher zu den 442 Ausstellern. Im Jahr 2010 war München erstmalig Gastgeber für das nationale und internationale Maler-, Lackierer- und Stuckateurhandwerk. Dabei wird die Farbe – Ausbau & Fassade auch immer mehr zum internationalen Branchentreffpunkt. Die stärksten Gruppen bei den ausländischen Besuchern bildeten die Schweizer, Österreicher, Niederländer und Italiener. Insgesamt lag der ausländische Besucheranteil bei 17 Prozent (2007: 12 Prozent). Megatrends der Messe waren die energetische Gebäudesanierung und die neuen, umweltschonenden Farbe und Lacke nach VOC-Richtlinie.

Die GHM Gesellschaft für Handwerksmessen mbH veranstaltete 2002 letztmalig die Messe – damals noch ohne Stuckateure. Für den Erfolg sind nach Ansicht des Geschäftsführungsvorsitzenden Dieter Dohr drei Gründe ausschlaggebend: „Dies hängt erstens mit dem umfangreichsten Angebot für Maler, Lackierer und Stuckateure zusammen. Zweitens hat die Farbe – Ausbau & Fassade wieder ihre Stellung als Produktpremiermesse unterstrichen. Hier zeigten die Aussteller Innovationen und Trends, die den Markt die nächsten drei Jahre prägen werden. Und zu guter Letzt hat die Stadt München ihre Qualitäten



Farbe – Ausbau & Fassade

24.3. – 27.3.2010
Neue Messe München

Paint – Finishing & Facade

www.faf-munich.com

GHM Gesellschaft für
Handwerksmessen mbH

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
Willy-Brandt-Allee 1
81829 München, Germany

Telefon +49 (089) 9 49 55 - 160
Telefax +49 (089) 9 49 55 - 169

presse@ghm.de
www.ghm.de

ausgespielt. Das reicht von den touristischen Sehenswürdigkeiten – dies bestätigten unsere ausgebuchten Farbe-Touren durch München – bis hin zu seinem großen Einzugsgebiet. Gerade letzterer Grund ist maßgeblich dafür, dass die Farbe – Ausbau & Fassade in München an internationalem Renommee bei den Ausstellern und Besuchern zulegen konnte.“ Nach Angaben eines unabhängigen Meinungsforschungsinstituts zog die Farbe – Ausbau & Fassade in diesem Jahr besonders viele neue Besucher an – 35 Prozent waren zum ersten Mal auf der Europäischen Leitmesse. Mehr als die Hälfte (50,6 Prozent) aller Fachbesucher reisten aus einer Entfernung von 300 Kilometern und weiter an. Die erhöhte Attraktivität für neue Besuchergruppen liegt am erweiterten zielgruppenspezifischen Angebot im Rahmenprogramm. 2010 erhielten die Wohnungswirtschaft und die Architekten über die Produkte hinausgehende Informationen. Beim „Tag der Wohnungswirtschaft“ und bei den „Werkstattgesprächen – Die Bedeutung des Handwerks in der Architektur“ wurden vorrangig die Verzahnung zwischen dem Maler- und Stuckateurhandwerk sowie der WoWi und der Architekten thematisiert und künftige Arbeitsfelder aufgezeigt.

Mit dem Verlauf der vier Messetage in München war auch Karl-August Siepelmeyer, Präsident des Bundesverbandes Farbe Gestaltung Bautenschutz sehr zufrieden, da gerade die Aussteller von der großen Orderfreude des Messepublikums angetan waren: „Die Messe strahlt Zuversicht für die weitere wirtschaftliche Entwicklung im Maler- und Lackiererhandwerk aus. Es wurden wichtige Impulse mit den gezeigten Innovationen gesetzt. Die Stimmung in der Branche ist gut. Dazu hat die Messe einen wertvollen Beitrag geleistet. Uns hat besonders die große Resonanz und das positive Echo auf den Start unserer Imagekampagne im Zusammenhang mit der Dachkampagne des ZDH gefreut. Ein Gewinn war wiederum die hervorragende Präsentation der Fach- und Meisterschulen.“ Neben der Vorstellung der Plakate war das Forum Faszination Farbe ein

weiterer Anziehungsmagnet am Messestand des Bundesverbandes. Branchenexperten informierten hier in Vorträgen zu den aktuellen technischen Entwicklungen der Zukunft, zu speziellen Marktfeldern und deren Marktchancen.

Auch der zweite Trägerverband der Farbe – Ausbau & Fassade, der Bundesverband Ausbau und Fassade im ZDB, lobte die auf der Messe spürbare positive Resonanz. Für den Vorsitzenden, Jürgen G. Hilger, trug die Messe zu einer stärkeren Identifikation mit der Branche bei. Über die gelungene Premiere des Stuckateurhandwerks bei der Veranstaltung in München zieht Hilger ein positives Fazit: „München war ein perfekter Gastgeber und die Messeveranstalterin GHM hat starke Fußspuren hinterlassen. Nach Köln 2007 trumpfte erstmalig auch in München das Duo Maler und Stuckateure auf. Dabei profitierte unsere gemeinsame Leitmesse auch vom neuen Angebot für Architekten und die Wohnungswirtschaft. Mit der Ansprache neuer Zielgruppen für unsere Gewerke hat München positive Akzente gesetzt. Außerdem ist unser Messeauftritt mit der Fokussierung auf das Thema Ausbildung in vollem Umfang aufgegangen. Diesen Weg werden wir weiter verfolgen.“ Am Stand des Bundesverbandes Ausbau und Fassade wurden fünf Gemeinschaftsarbeiten von Meisterschülern des Ausbaugewerbes und Architekturstudenten gezeigt. Unter dem Motto „Phantasiewelten – Die Suche nach dem Machbaren“ wurden hier Visionen für den Städtebau der Zukunft gezeigt.

Die nächste Farbe – Ausbau & Fassade findet vom 6. bis 9. März 2013 in Köln statt.

Statements der Aussteller:

Hans Demmelhuber, Senior von Baierl & Demmelhuber:

„Die Messe ist gut und entspricht den Erwartungen. Der Messestandort München ist vom Feinsten, und wir erleben hier beste Betreuung. Allgemein hat man durch eine Messeteilnahme die Möglichkeit, eine Vertrauensbasis zum Kunden aufzubauen und Freundschaften zu schließen.“

Ludwig Soukup, Geschäftsführer der Baumit GmbH:

„Wir sind zufrieden. Unsere Erwartungen, die wir mit unserem Messeauftritt verbunden haben, haben sich erfüllt. Die Messe hat uns die Plattform geboten, gute Gespräche mit unseren Kunden zu führen. Und wir haben die Möglichkeit genutzt, Malern und Stuckateuren unser Produktprogramm und unsere Leistungen vorzustellen.“

Frank Dusny, Marketingleiter von der Brillux GmbH:

„Die vier Tage in München haben eine sehr positive Grundstimmung der Branche wiedergegeben. Das spiegelte sich in vielen qualitativ hochwertigen Gesprächen wider. München hatte als Messestandort wieder eine hervorragende Ausstrahlung und auch die hervorragende Unterstützung durch die GHM Gesellschaft für Handwerksmessen trug hierzu bei.“

Vittorio Villani, CANDIS s.r.l. (Italien):

„Our first appearance on FAF is our first step into the german market. Professional made exhibition, 90% interested painters – open for new, innovative and valued decorative paints. For CANDIS it was a brilliant start.“

Joachim Klein, Leiter Marketing und Produktmanagement von Caparol:

„Der Standort München ist für Caparol sehr wichtig, weil wir hier sehr viele Kunden insbesondere aus dem süddeutschen Raum an unserem Stand begrüßen konnten. Außerdem ist München der ideale Standort, um die Märkte in Südosteuropa ansprechen zu können. Die bayerische Landeshauptstadt ist als Magnet sehr wertvoll. Für uns stellt die Farbe – Ausbau & Fassade einen wichtigen Branchentreff dar, auf dem wir unsere Partner aus dem Maler- und Stuckateurhandwerk willkommen heißen. Ein so intensiver Austausch ist nirgendwo anders möglich. Auf dieses Ereignis arbeiten wir hin, auf der wir unsere Innovationen der Öffentlichkeit vorstellen und freuen wir uns besonders mit dem Thema

farbige Fassade den Nerv der Branche getroffen zu haben. So bieten wir den Verarbeitern mit dem neuen Farbtonfächer „Fassade A1“ eine neue Sicherheit für farbige Beschichtungen an den Fassaden. Zweiter Höhepunkt ist die Edition Carbon DarkSide mit der es erstmals möglich ist, sehr dunkle intensive Farbtöne bis Hellbezugswert 5 auf wärme gedämmte Fassaden, selbst im Hochhausbereich anbringen zu können.“

Michael Walther, Customer Relationship Manager bei Dyrup mit GORI:

„Diese Farbe war für uns ein voller Erfolg. Besucherfrequenz, Platzierung und Zusammenwirken mit der GHM und unseren DL-Teams stimmten absolut mit unserer Wunschvorstellung überein. Kunden, weitere Gäste und andere Aussteller haben uns dies ebenfalls wiederholt bestätigt. Unser Fazit: Immer wieder gerne!“

Lars Jentzen, Leiter Werbung/PR bei Erfurt & Sohn KG:

„Wir sind mit dem Messeverlauf mehr als zufrieden. Insbesondere am Freitag haben wir eine Vielzahl an Gesprächen mit interessierten Kunden führen dürfen. Mit keiner anderen Messe können wir einen so intensiven und direkten Kundenkontakt pflegen.“

Erich Maag, Marketingleiter FEMA Farben + Putze GmbH:

„Die GHM ist ein guter Partner, der uns immer unterstützt hat. Wir sind das nächste Mal in Köln dabei, auch wenn wir München als Standort bevorzugen: hinsichtlich Kunden beweist sich München als besseres Einzugsgebiet.“

Mario Micheli, Sales & Marketing director von Valpaint (Italien)

„Noi abbiamo colto l'occasione per consolidare la nostra presenza nel mercato tedesco. Oggi presente in tre continenti ed oltre 100 paesi. Vediamo il mercato Tedesco come un obiettivo importante da consolidare nel prossimo futuro. Monaco è stato una tappa molto importante per raggiungere questo obiettivo.“

15_Schlussbericht/290310/ph

Presseinformation 15

Pressekontakt:

Dr. Patrik Hof, Leiter Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Telefon: +49 (089) 9 49 55-160

Telefax: +49 (089) 9 49 55-169

hof@ghm.de

www.faf-munich.com

Veröffentlichung kostenfrei – Beleg erbeten