

Die Hofburg zeigt wieder Design

Von 6. bis 8. Oktober ist es soweit: Mit „Design District 1010“ startet eine neue Messe in der Hofburg Wien. Mit frischem, visionären Konzept verwandelt das neue Format die ehrwürdige Location zum Hotspot und überdimensionalen Showroom für Design, reicht aber auch weit darüber hinaus, wie Sabine Jäger, MSc, Geschäftsführerin von Design Atelier verrät, die gemeinsam mit Peter Syrch die Messe auf die Beine stellt.

VON GERHARD HABLICZEK UND SYLVIA PILAR



Sabine Jäger

Foto: © Roland Rudolph

„Unsere Philosophie ist, Design einen perfekten Rahmen zu geben.“



Peter Syrch
Foto: © Scheiblecker

Sie starten mit „Design District 1010“ eine neue Design-Messe im Oktober in Wien. Wie kam es dazu?

Wir sind schon lange im Designbereich aktiv und haben uns vor 3 Jahren mit Agenturen selbständig gemacht. Der Bereich liegt uns am Herzen, auch viele Interessenten sind an uns herangetreten, ob wir nicht eine eigene neue Veranstaltung machen wollen. Für uns war die Entscheidung klar: Wenn wir etwas Neues machen, dann soll das Konzept bei den Besuchern einen „WOW Effekt“ auslösen. So hat sich Stück für Stück der „Design District 1010“ ergeben. Der Herbst ist natürlich immer ein wichtiger Zeitpunkt. Also wollten wir uns in Wien wieder auf das zweite Halbjahr konzentrieren und bestmöglich auf den Oktober, weil dies insbesondere bei der Küchenplanung optimal ist, um die Geschäfte im laufenden Geschäftsjahr noch abwickeln zu können. Anfang Oktober war auch tatsächlich die Hofburg noch verfügbar, damit wir den Termin klar, und für eine Designausstellung ist die Hofburg die perfekte Location.

Viele Messeformate in diesem Bereich stagnieren. Es erscheint also mutig, eine neue Messe zu initiieren.

Der Markt lässt es zu und außerdem belebt bekanntermaßen Mitbewerb das Geschäft. Warum das eine oder andere Format vielleicht stagniert, ist meiner Meinung nach, weil man sich nichts Neues mehr einfallen lässt. Es wird so gemacht wie im Vorjahr; wenn es Änderungen gibt, dann nur kleine. Das ist in unserer schnelllebigen Zeit aber oft einfach zu wenig. Also starten wir mit einem neuen, frischen Konzept mit vielen neuen Ideen. Es darf keinen Stillstand geben und neben der Messe braucht es auch Sidevents. Dieses Konzept leben wir und daher haben wir uns auch getraut, gleich zwei Messen zu starten, die „Design Days“ in Grafenegg Ende April und den „Design District 1010“ im Oktober, weil wir damit teilweise ein anderes Segment abstecken und uns um alles selbst kümmern, von der Organisation über Shootings bis zu Medienkooperationen. Wir nehmen für beide Messen auch ein großes Medienbudget in die Hand.

Wer soll mit der neuen Veranstaltung konkret angesprochen werden?

Der „District Design 1010“ spricht die Wiener Händler an, aber natürlich auch Gesamtöster-

reich. Wir wollen auch den Designmarken aus den Bundesländern die Möglichkeiten geben, sich zu präsentieren, also die gesamte Designszene zeigen und ansprechen und insbesondere das Börsenviertel, den Rudolfsplatz, die Ringstraße und die Marken-Showrooms mit einbinden. Wir bringen hochwertige Marken mit einer sehr anspruchsvollen Zielgruppe zusammen.

„Für eine Designausstellung ist die Hofburg die perfekte Location.“

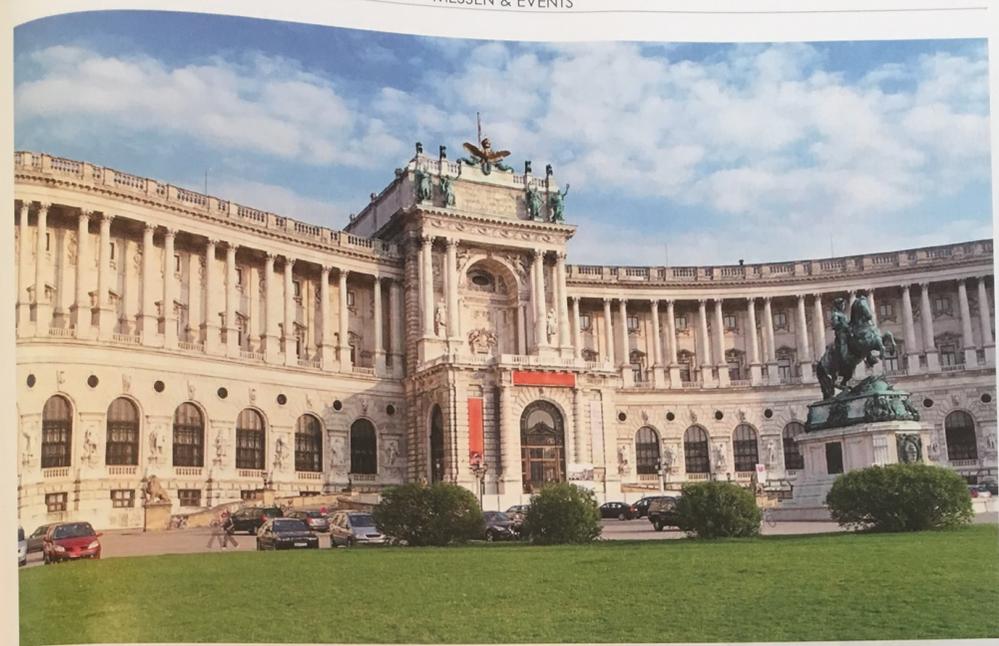
Die Veranstaltung zieht sich also über den ganzen ersten Bezirk?

Genau. Es wurden auch schon mehrere Versuche in diese Richtung gemacht, wir bauen es anders auf. Uns ist ein starkes Orientierungs- und Leitsystem wichtig. Wir arbeiten mit Stadt Wien Marketing zusammen, um diverse geplante Aktivitäten machen zu können. Es braucht auch die einzelnen Marken-Stores als Unterstützung im Hintergrund, die wir aktiv einbinden. Außerdem etablieren wir als Teil unseres Leitsystems sechs Glascontainer, die als zusätzliche Showrooms und Schaufenster dienen. Wir arbeiten auch an übergroßen Designwürfeln, die in der City als Wegweiser dienen sollen, wo Design und die Marken zu sehen sind. Wir machen außerdem einen Guide und planen eine App, werden die Schaufenster der teilnehmenden Labels mit Beklebung kennzeichnen und Shuttle-Busse, die gewisse Stationen anfahren, anbieten. Und wir haben mit dem Börsenviertel hinsichtlich der Langen Nacht des Einrichtens gesprochen, dass sie an dieses Wochenende gelegt wird. Mit geballter Werbung macht es viel mehr Sinn.

Wie wird denn auf die Messe aufmerksam gemacht?

Wir haben ein umfangreiches Werbepaket geschürt, unter anderem mit Tageszeitungen, Wohn- und Designmagazinen und legen dort auch Tagestickets bei. Und wir produzieren auch eine eigene Zeitung, die im „Standard“ beigelegt wird. Damit sprechen wir über viele Kanäle die Zielgruppe optimal an.

Was zeichnet die „Design District 1010“ sonst aus?



Die „Design District 1010“ findet von 6. bis 8. Oktober in der Hofburg Wien statt. Foto: © Ttstudio / Fotolia

Vielfalt ist uns immer das Wichtigste. Wir versuchen, dass es einen guten Mix aus internationalen und nationalen Marken gibt, und möchten auch die Bundesländer ansprechen. Wiener können jederzeit in einen Store gehen, aber wenn an einem Wochenende Design mit Ausstellern aus Gesamtösterreich bzw. International präsentiert wird, hat es einen ganz anderen Spirit und bringt Bewegung hinein. Unsere Philosophie ist, geballt Design zu zeigen. In der Hofburg und in den Stores in der Stadt. Oft gibt es ja Hemmungen, solche Designerläden zu betreten, diese fallen aber, wenn was los ist.

„Vielfalt ist uns immer das Wichtigste.“

Lässt sich schon etwas zu den Ausstellern verraten? Gibt es schon eine Ausstellerliste?

Grundsätzlich schon. Fix ist, dass Marken wie Minotti, Steininger Designers, Geberit, Gaggenau mafi, Range Rover und Klafs dabei sein werden, genauso Smart Living und Leo Schultemeister. Das Interesse ist so groß, dass

wir schon zwei Mal unsere Räumlichkeiten erweitert haben.

Dreht sie sich rein um Wohndesign oder wird sie mit anderen Themenbereichen kombiniert?

Der Fokus liegt auf Wohndesign, am Rand gepaart mit Immobilien, weil es passt. Die Messe mit einer anderen zu kombinieren, würde ich niemals machen. Für uns ist das Wichtigste, für die Aussteller die bestmögliche Umsetzung zu bieten und auch Unmögliches möglich zu machen. Wir stehen in sehr engem Kontakt mit den Ausstellern, die uns auch abseits der Messe fragen können, wenn sie etwas benötigen. Dafür haben wir immer ein offenes Ohr.

Wird es ein einheitliches Standkonzept geben?

Nicht konkret, es muss aber jeder Aussteller vorher sein Standkonzept mitsamt den kompletten Visualisierungen vorlegen, das dann von unserer Seite aus freigegeben wird. Intention und Ziel ist eine offene Gestaltung, weil die Österreicher da ein bisschen anders ticken. Oft ist ja schon eine leichte Erhöhung eine Hemmschwelle, hinein zu gehen. Daher

wollen wir es wirklich offen und luftig gestaltet haben, ohne Seitenwände, höchstens mal mit Rückwänden zur Stabilisierung. Unsere Hauptprämisse ist, dass der Besucher die Messe verlässt und begeistert von der Vielfalt ist, davon, dass man sich etwas überlegt hat, und wirklich etwas mitnimmt. In dem einen oder anderen Konzept sehe ich, dass das nicht verwirklicht werden kann – und wenn ich es sehe, sieht es auch der Besucher. So ein kritisches Auge muss man einfach haben. Oft ist es auch ein Denkanstoß für den Aussteller, dass er sich etwas Neues überlegt und umsetzt.

Über wie viele Quadratmeter wird sich die Messe erstrecken?

Insgesamt belegt sie nach aktuellem Stand schon jetzt über 3.500 Quadratmeter und zieht sich vom Foyer bis zum Zeremoniensaal über zwei Stockwerke.

Gibt es eigentlich noch freie Flächen?

Schon, aber nur noch wenige. Das Erdgeschoss ist ziemlich gut belegt, da gibt es aktuell noch zwei offene Flächen, auch im Zeremonien- und Festsaal sowie in der Hofburggalerie ist noch etwas frei.

www.designatelier.at

wohnsider.at 153