

baby&junior

WWW.BABYUNDJUNIOR.DE

DAS INTERNATIONALE FACHMAGAZIN
THE INTERNATIONAL TRADE MAGAZINE

5|2020

WEIHNACHTS-
GESCHÄFT 2020
ab Seite 10

THEMENWELT
BABY MOBIL
ab Seite 26



MAXI-COSI®

We carry the future



baby&junior-Objektleiterin Katja Keienburg informierte sich während eines virtuellen Showroom-Rundgangs mit Laure Bertrando, Pressesprecherin von Lässig, über die Neuheiten.

Messesystem im Umbruch

Das wäre vor einem Jahr, als es noch Fachmessen gab, undenkbar gewesen: in einer Zoom-Presskonferenz einen virtuellen Showroom zu betreten, um einer Neuheitenschau zu folgen. Doch die Corona-Pandemie hat die komplette Messewirtschaft verändert – sowohl Veranstalter von großen internationalen Messen als auch kleine Aussteller suchen nach neuen (hybriden) Lösungen. Und deshalb lud der Bundesverband Deutscher Kinderausstattungs-Hersteller e. V. (BDKH) zum virtuellen Medien-Meeting ein. Stefan Eipeltauer von Fokus Kind Medien aus Österreich demonstrierte mit seinem „Arkid“-Projekt, wie (werdende) Eltern zeit- und ortsunabhängig Kinderwagen, Autokindersitze oder Kindermöbel zum Greifen nah betrachten können. Solche Visualisierungen im stationären Handel oder direkt im Wohnzimmer der Zielgruppe bieten gerade in Zeiten möglicher weiterer Ausgangsbeschränkungen oder gar Lockdowns große Vorteile. Derzeit arbeitet das Team sogar am ersten – global zugänglichen – Boutique-Store, der auf mehreren Etagen zahlreiche Marken und Babyprodukte im virtuellen Raum erlebbar machen wird.

Hausmessen und Roadshows

Weil der Wunsch nach persönlichen Kontakten jedoch bleibt, haben einige Hersteller auf die Absage von Fach- und Endverbraucher messen spontan mit eigenen Hausmessen oder Roadshows reagiert. Zum ersten Mal stellte zum Beispiel Dorel Juvenile neue Produkte seiner drei Hauptmarken Maxi-Cosi, Quinny und Tiny Love auf einer mobilen Road-

show vor. In sechs verschiedenen Ländern erhielten ausgewählte Fachhändler Einblick in die vier Produktkategorien Autositze, Kinderwagen, Heimprodukte und Spielzeug. Die Roadshow wurde auf einer 67 m² großen mobilen Ausstellungsfläche in einem speziell dafür konzipierten modularen Lastwagen veranstaltet.

Einen anderen Weg wählten zwölf namhafte Babywaren-Hersteller: Sie präsentierten Anfang September 2020 beim Baby Event Oberfranken (BEO), der ersten gemeinsamen regionalen Preview-Woche, Fachhändlern ihre Neuheiten. Alle teilnehmenden Hersteller befinden sich innerhalb eines Radius von nur 25 Kilometern und waren deshalb untereinander binnen weniger Minuten erreichbar. „Die Synergieeffekte, die wir Hersteller uns von diesem Konzept versprochen haben, konnten wir tatsächlich sehr gut nutzen. Denn im Durchschnitt hat jeder Fachhändler mindestens vier bis sechs verschiedene Hersteller besucht“, resümiert Jens Blinzler von Gesslein, der die Organisation federführend übernommen hatte. Für eine Wiederholung der Veranstaltung in 2021 sieht er durchaus Potenzial.

Kundenkontakt 2.0

Darüber hinaus haben Hersteller über eigene Online-Shops, Social Media oder Chats intensiv direkt den Kontakt zu ihren Kunden gesucht. Das baby&junior-Team ließ sich beispielsweise auch die Neuheiten von Ergobaby per Live-Chat zeigen oder schlenderte virtuell durch den Showroom von Lässig. Messen wie vor Corona wird es sicher auch 2021 nicht geben, sodass sich Veranstalter, Aussteller und Besucher auf ein „neues Normal“ einstellen müssen – mit umfassenden Hygienekonzepten, digitalen Formaten und veränderten (hybriden) Geschäftsmodellen.

Während des digitalen BDKH-Medien-Meetings inszenierte Stefan Eipeltauer von Fokus Kind Medien Autokindersitze und Beistellbettchen täuschend echt und detailgetreu in 3D auf dem Bildschirm.



bdkh.eu/de
doreljuvenile.com
ergobaby.de
gesslein.de
laessig-fashion.de