

# „Ein starker Wunsch, Produkte anzufassen“

Interview: Die neue Leiterin der Messe FAF, Bettina Reiter, blickt voraus auf 2024

Die FAF Farbe Ausbau & Fassade, Leitmesse für Fassadengestaltung und Raumdesign, findet vom 23. bis zum 26. April 2024 in Köln statt. Wie der Bundesverband Farbe Gestaltung Bau-tenschutz, der Bundesverband Ausbau und Fassade im ZDB und der Messeveranstalter GHM Gesellschaft für Handwerksmessen berichten, soll die Messe im frischen Design inhaltlich, konzeptionell und personell erneuert an den Start gehen. Weniger als ein Jahr vor Messestart hat eurodecor-Redakteur Alexander Radziwill darüber mit der neuen Leiterin der FAF, Bettina Reiter, gesprochen.

„Ob Meister oder Azubi, ob Unternehmer oder Hersteller, Bauherr oder Händler: Die neue FAF bringt alle Akteure im kreativen Ausbauhandwerk zusammen: Neben den klassischen Zielgruppen der Maler und Stuckateure öffnet sich die Messe insbesondere für Raumausstatter und Bodenleger“, heißt es in einer Ankündigung der Messe. Wie wollen Sie diese Gewerke nach Köln locken?

Es gibt ja viele Schnittmengen innerhalb der Ausbaugewerke. Dann bieten wir einiges an Sonderflächen- und Themen. Unter anderem auf der Innovationsbühne werden die Fokusthemen der FAF stattfinden: Nachhaltigkeit, Personalmanagement und Digitalisierung im Betrieb. Im Bereich Raumausstattung/Bodenbeläge ist Nachhaltigkeit ein spannendes Thema auf Ausstellerseite. Auf Industrieseite wird es unter anderem um Verbundklebstoffe gehen.

**Wie sieht es mit den Ausstellern aus? Die FAF vereinte in früheren Jahren viele großen Namen der Branche. Wie ist das 2024? Haben die relevanten und bekannten Aussteller ihre Teilnahme zugesagt?**

Wir sind erst vor wenigen Wochen auf den Markt gegangen mit unseren Unterlagen. Wie Sie waren wir ebenfalls auf der Bau und auf der Mega Messe unterwegs und haben einige



Zu den Fokusthemen der FAF im kommenden Jahr gehören Nachhaltigkeit, Personalmanagement und Digitalisierung im Betrieb. Zahlreiche Unternehmen der Branche haben ihre Teilnahme bereits erklärt.

der relevanten Unternehmen ins Boot geholt. Es gibt den starken Wunsch, Produkte anzufassen, Oberflächen zu spüren. Bei uns stehen die Telefone nicht still; es kommen jeden Tag Anmeldungen rein, letzte Woche erst haben die DAW-Profilmarken Caparol, Alligator und Disbon ihre Teilnahme bestätigt. Einiges ist aber erst später spruchreif, da möchte ich noch um Geduld bitten.

**Auf der FAF 2019 waren kaum Hersteller von Bodenbelägen präsent, obwohl immer mehr Malerbetriebe längst auch Bodenbeläge verlegen – die zurückliegende Mega Messe zum Beispiel hat das gut abgebildet. Wie wird das bei der FAF 2024 sein?**

Das ist ein wichtiges Thema, das Malerhandwerk ist aktiv in der Verlegung. Entsprechend sind wir mit Bodenbelagsherstellern für 2024 im Gespräch – auch hier bin ich sehr zuversichtlich, dass wir einige relevante Unternehmen dabei haben werden.

**Die Tapetenbranche durchlebt schwierige Zeiten. Die Heimtextil meldet für die nächste**

**Ausgabe im Januar 2024 mit A.S. Création die Rückkehr eines wichtigen Akteurs. Wie sieht der Anmeldestand in diesem Segment bei Ihnen aus?**

Auch hier führen wir Gespräche. Unternehmen, die ihre Chancen analysieren, werden Messen immer als antizyklische Marketing-Instrumente nutzen und genau dann, wenn es einer Branche oder einem Produkt nicht so gut geht, in einen Messeauftritt investieren, um wieder sichtbarer zu werden.

**Sie haben auf der rund 35.000 Quadratmeter großen Ausstellungsfläche neue Optionen neben dem klassischen individuellen Standbau angekündigt. Wie sieht etwa die „neue All-inclusive-Beteiligung“ konkret aus?**

Das ist ein schlüsselfertiger Standbau, der klar konfektioniert in übersichtlichem Weiß angeboten wird, so dass es möglich ist, den Stand mit eigenen Farben auszugestalten. Gerade auch wenn man FAF einmal testen möchte oder neu am Markt ist, ist das ein toller Eintrittspass. Bei geringem logistischem Aufwand wird so eine Messebeteiligung möglich.

### **Neu sind auch die FAF-Start-Up-Area und die FAF Werkstatt. Was hat es damit auf sich?**

Die FAF-Start-Up-Area widmet sich Neueinsteigern in den Markt und in die Branche, unabhängig vom Produktsegment. Denken Sie zum Beispiel an digitale Produkte, die man nicht anfassen kann, die aber erklärt werden müssen. Wir werden hier eine Fläche mit kleinen Einzelkojen und -nischen vorhalten. Dazu gibt es eine Gemeinschaftsfläche um ein Café herum, so dass optimal genetzt werden kann. Oft gibt es Kooperationen von Newcomern mit etablierten Unternehmen – das kann sich dort entspannt anbahnen.

Die FAF Werkstatt wird eine spannende Fläche, die wir gemeinsam mit dem Markt konzipiert haben. Das wird der verlängerte Arm von Unternehmen, die an ihren Ständen keine Vorführflächen anbieten. Die Werkstattfläche bietet zu verschiedenen Zeiten unterschiedliche Produkte verschiedener Hersteller.

**Die FAF fand seit 1972 in einem dreijährigen Rhythmus statt. Seit 1984 wechselten sich München und Köln als Messestädte ab. Die FAF 2019 hat in Köln stattgefunden, 2024 wird es wieder Köln sein. 2022 hätte die Messe in München stattfinden sollen. 2021 wurde sie pandemiebedingt zunächst auf das Frühjahr 2023 verschoben, dann auf 2024. Warum ist es nun wieder Köln? Ist das Wechselmodell Köln/München jetzt Geschichte? Oder kommt die Messe 2027 wieder nach München?**

Wo die Messe 2027 stattfindet, ist noch völlig offen. Wir sind in gutem Austausch mit den wichtigsten Multiplikatoren und werden in den kommenden Monaten eine Klärung herbeiführen. Denn danach fragen viele Unternehmen und, wie Sie, auch Journalisten. Da wird es weitere Informationen geben, wenn wir mehr dazu sagen können.

**2019 kamen 46.000 Fachbesucher zur FAF, das waren etwas weniger als 2013 (47.000). 2016 waren 41.500 Besucher zur FAF nach München gekommen. Mit wie vielen Gästen rechnen Sie 2024?**

Unsere Erwartungen sind immer hoch, aber wir geben vorher keine Prognose ab. Am 26.



Bettina Reiter, seit einigen Wochen neue Leiterin der Messe FAF – Farbe, Ausbau & Fassade.

April 2024 abends können wir es dann genau sagen – dann stehen die Zahlen fest.

**Die Branchenzahlen und die Prognosen des VDL waren zuletzt durchwachsen. Steigende Rohstoffkosten und verlängerte Renovierungszyklen, die Entwicklung bei Neubauten, Inflation und überbordende Bürokratie sowie der Handwerkerangel sind weiterhin drängende Themen. Wie spiegeln sich diese Themen auf der FAF wider?**

Einerseits über die Fokusthemen Nachhaltigkeit und Personalmanagement. Wir werden zahlreiche dieser Aspekte aufgreifen. Dafür haben wir ein kuratiertes Programm mit Experten auf der Bühne. Andererseits wird es ein neues Content-Portal geben, in dem Aussteller Inhalte rund um ihre Beteiligung, ihr Unternehmen und ihre Produkte liefern. Hier kann es zum Beispiel auch Jobangebote geben. Bei den Verbänden haben wir ziemlich sicher alle relevanten Schulen und Weiterbildungsstätten präsent, so dass hier auch die weitere Qualifikation von Gesellen und Auszubildenden abgebildet wird.

**Zu den Themen der Stunde gehören Digitalisierung, Nachhaltigkeit und Nachwuchsangel. Manche Aussteller hatten auf der zurückliegenden FAF die Bedeutung der Präsentation von Produkten zurückgestellt, denn dafür gibt es längst auch zwischen den Messen andere Möglichkeiten. Stattdessen stand die Gewinn-**

### **nung von Nachwuchskräften im Mittelpunkt. Wird sich diese Entwicklung fortsetzen?**

Ja. Auszubildende wollen wir ganz besonders ansprechen, weil wir uns bewusst sind, dass alle jungen Menschen, die im Handwerk einen Beruf erlernen, die Macher von morgen sein werden. Hier bieten wir eine Plattform, indem wir eine Verknüpfung mit den Nationalteams und Wissenstransfers anbieten. Der ZDH (Zentralverband des deutschen Handwerks) ist einer unserer Gesellschafter. Wir haben im März das Live-Event „Zukunft Handwerk“ ausgerichtet. Es steht bei uns im Fokus, junge Menschen ans Handwerk heranzuführen und die Kampagnen des ZDH sowie unserer Trägerverbände zu unterstützen. Junge Leute wollen heute nicht nur über Print, sondern vor allem über Social Media angesprochen werden. Auch das ist Teil unserer Marketingstrategie für die FAF.

**Messen verändern sich mit den Anforderungen, die an sie gestellt werden. Nun war die FAF nie eine Schlips- und Kragen-Veranstaltung, sondern eine mit Flanellhemd- und Malermontur. Eine Messe mit Live-Präsentationen, mit vielen bunten Details und mit einem manchmal etwas deftigerem Charme. Wird das auch auf der FAF 2024 wieder so sein?**

Davon gehen wir aus, wobei das sicher auch mit der jeweiligen Unternehmensphilosophie der Aussteller zusammenhängt. Wir werden verglichen mit 2019 sicher nichts an Lockerheit einbüßen, sondern uns als Menschen auf Augenhöhe begegnen.

**Ich habe – Stichwort Lockerheit – heute mal das Bildmaterial zu FAF aus den vergangenen zwanzig Jahren durchgesehen. Damals gab es an vielen Ständen Bodypainting. Das wirkt heute aus der Zeit gefallen. Wer das jetzt noch anbietet, muss in diesen Zeiten vermutlich mindestens mit einem Shitstorm rechnen...**

Da bin ich auch sehr gespannt, ob das noch jemand macht. Die beiden vergangenen FAFs habe ich miterlebt und kann das bestätigen. Vermutlich wird es 2024 eher nicht passieren, einfach weil es inzwischen als riskant für die Wahrnehmung des Unternehmens angesehen wird. ■

ALEXANDER RADZIWILL