

Trendfairs

Hopp Schwiiz

Neben der Area30 in Löhne und der inzwischen im Zweijahresrhythmus in Salzburg stattfindenden Küchenwohntrends will der Münchner Messeveranstalter Trendfairs in der Schweiz ab November 2024 eine dritte Küchen- und Möbelmesse an den Start bringen. Swiss Interior Expo („Siex“) hat das Team um Michael Rambach die Neukreation getauft, die Küchen- und Einrichtungsfachhandel, Objekteinrichter, Architekten, Handwerker und Investoren als Besucher ansprechen soll.

Der Anstoß für das neue Projekt kam aus dem Schweizer Markt. **Michael Rambach:** „Es ist die gleiche Story wie bei unseren anderen Messen. Der Bedarf ist da. Wir sind schon vor relativ langer Zeit angesprochen worden, ob wir ein Format konzipieren würden.“ Mit „copy and paste“, so Rambach, käme man sicherlich nicht weiter.

Bei **Trendfairs** versuchen sie, nach zahlreichen Gesprächen im Markt, sich auf die spezifischen Bedürfnisse einzustellen. Das heißt zum einen, dass es nicht um Küche allein gehen wird, sondern auch um Speisen und Wohnen. Danach wurde auch der Name **Swiss Interior Expo** ausgesucht, erzählt Rambach, der in der letzten Woche in der Schweiz unterwegs war und weitere Gespräche führte. „Wir haben mittlerweile viele Freunde in der Schweiz“, so Rambach.

Zum anderen werden in der Schweiz zusätzliche Besuchergruppen angesprochen. Da Küchen dort viel mehr als Bestandteil von Wohnbauten gesehen werden, müssen auch Innenarchitekten adressiert werden und auch Schreiner, die Geräte und Zubehör kaufen. Zu den Besonderheiten des Schweizer Küchenmarkts beraten wurden die Messemacher unter anderem von **Rolf Habegger**, lange für **Miele** und zuletzt **Siematic** in der Schweiz unterwegs.

Die Küchenbranche hatte bislang auf der **Swissbau** ihre Messeheimat. Vielen Ausstellern war jedoch aufgestoßen, dass auch Händler unter den Ausstellern waren und die Messe nicht mehr als reine B2B-Veranstaltung gewertet wurde. Den exakten Termin für die Siex im November 2024 und den Standort will Trendfairs in wenigen Wochen bekanntgeben. Geplant ist ein Zweijahresrhythmus. ■

Barrierefreiheit: Pflicht ab 2025

Spätestens 2025 müssen Webshops in der EU barrierefrei funktionieren, schreibt der 2019 in Kraft getretene European Accessibility Act (EAA) vor. In Italien verlangt seit 2004 die Legge Stanca schon von öffentlichen Verwaltungen und ähnlichen Institutionen den barrierefreien Zugang, seit diesem Sommer gilt die Regel auch für Privatunternehmen. Firmen, die sich ohne barrierefreie Website erwischen lassen, können mit einer Strafzahlung von 5 Prozent des Umsatzes sanktioniert werden. In Deutschland wurde im letzten Jahr das Barrierefreiheitsstärkungsgesetz (BFSG) verabschiedet. Ab Sommer 2025 tritt es in Kraft. Und auch der deutsche Gesetzgeber sieht Bußgelder vor, wenn Firmen (Ausnahme: Kleinstunternehmen) keine BFSG-konformen Dienstleistungen anbieten. Je nach Art des Verstoßes sind Geldbußen von bis zu 100.000 Euro beziehungsweise bis zu 10.000 Euro vorgesehen.

Noch eine Vorschrift also. Natürlich gibt es auch andere gute Gründe, eine Inter-

netseite barrierefrei zu gestalten: Allein in Deutschland gab es 2002 etwa 1,2 Mio sehbehinderte und blinde Menschen, ein aus **WHO**-Zahlen hochgerechneter Wert, da in Deutschland hierzu keine offiziellen Zahlen erhoben werden. Rechnet man Menschen mit anderen Beeinträchtigungen hinzu, kommt eine große Anzahl an Leuten zusammen, die nur schwer Zugang zu Internetseiten haben. Bislang hat das federführende Arbeitsministerium noch keine greifbaren praktischen Anforderungen veröffentlicht, die alle Fälle abdeckt.

Eine technische Möglichkeit, relativ einfach eine barrierefreie Website zu gestalten, ist eine Overlay-Lösung. Die ist zwar nicht perfekt für alle Nutzergruppen, aber eben recht schnell verfügbar. Diesen Weg gehen nun **Alliance**, **Küchenring** und **Küchentreff**. Die drei Verbände führen die Assistenzsoftware **Eye-Able** des Dienstleisters **Web Inclusion GmbH** aus Margetshöchheim ein. Bedeutet: Händler kön-

nen die Lösung einfach in ihre Webshops integrieren. Damit können alle 1.600 Küchenstudios und Möbelhäuser der Verbände die Software in ihre eigenen Websites einbinden. Nutzer können dann die Inhalte über 25 Funktionen wie Kontrastmodi, Screenreader, adaptive Vergrößerung oder Farbenblindheitsfilter visuell an ihre eigenen Bedürfnisse anpassen.

„Unsere Lösung wird einfach integriert, indem zwei Zeilen Code für die Händler-Website eingefügt werden“, sagt **Chris Schmidt**, Mit-Gründer und Kreativ-Chef bei der **Web Inclusion GmbH**, die die Software entwickelt hat. „Mit ein wenig Klickarbeit wird das eingerichtet. Man muss auch keinen Code anpassen, nichts an der eigenen Website verändern.“ Nutzer, die auf die Website kommen, könnten über das Tool alles individualisieren. „Es gibt mehr als fünf Millionen Ansichtsmöglichkeiten“, so Schmidt. ■



Thaddäus Rohrer Personal- und Unternehmensberatung

in Kooperation mit

Dipl.-Kfm. Rudolf Ostermann Consulting

**Menschen gestalten Unternehmen.
Mit uns finden Sie die RICHTIGEN.**

+49 2922 9730 - 0 • rohrer@rohrer.de • www.rohrer.de