

„Messen sind ein People Business“

Ausgabe Januar 2018, Produktion

Autor: Maximilian Fuchs

Die Igedo Company wurde 1949 in Düsseldorf gegründet und ist als Veranstalter maßgeblich an der Entwicklung des Modestandortes Deutschland beteiligt. Seit 2017 ist das Unternehmen wieder komplett in Familienhand. Fashion Today hat bei Philipp Kronen, Managing Partner, Igedo Company GmbH & Co. KG, nachgefragt, was es mit der strategischen Neuausrichtung auf sich hat und wie die Zukunftspläne sind.

FT: Herr Kronen, im vergangenen Jahr hat die Igedo Company eine strategische Neuausrichtung eingeleitet. Nach dem Rückkauf der Gesellschafteranteile von der Messe Düsseldorf ist das Unternehmen nun wieder in Familienhand. Was bedeutet das für Sie persönlich?

Philipp Kronen: *„Ich bin schon ein wenig stolz darauf, dass das Unternehmen Igedo Company in der dritten Generation jetzt wieder in Familienhand ist, so wie es von meinem Großvater ursprünglich gegründet wurde. In der heutigen Zeit eine spannende Herausforderung, auf die ich mich zusammen mit unserer neuen, gerade frisch ernannten Geschäftsführerin und langjährigen Kollegin Ulrike Kähler sehr freue. Wir sind beide sehr zuversichtlich und blicken mit voller Tatkraft nach vorne. Selbstverständlich war es fantastisch, Messe Düsseldorf zuvor 25 Jahre als Partner an der Seite zu haben. Diese Jahre haben mich stark geprägt. Ein besonderer Dank gilt an dieser Stelle meinen Mentoren Werner Matthias Dornscheidt, Herbert Vogt und Bernhard Johannes Stempfle, die mir vieles ermöglichen haben und von denen ich viel gelernt habe.“*

Sie haben die Markenrechte an der CPM im September 2017 an die Messe Düsseldorf Moskau verkauft. Sind Sie mit Ihrem Team weiterhin in beratender Tätigkeit?

„Weit mehr als das: Wir haben einen dezidierten, mehrjährigen Vertrag mit der ‚Messe Düsseldorf Moscow‘, die uns mit der vollständigen Betreuung der internationalen Aussteller beauftragt. Mit dieser partnerschaftlichen Zusammenarbeit wird der Erfolg für die CPM weiterhin sichergestellt werden und die Igedo Company bleibt wesentlicher Bestandteil der CPM.“

In wenigen Wochen beginnt die CPD und damit die Gallery. Für die DOB haben Sie eine starke Plattform geschaffen, mit der Gallery Shoes sind Sie in die Fußstapfen der GDS getreten. Ergänzt demnächst ein Pendant für Menswear, eine neue HMD, das Portfolio oder sehen Sie hier keinen Bedarf?

„Eine reine ‚Gallery Men‘ ist als separate Messe nicht angedacht. Unser Fokus liegt darauf, uns langfristig mit Gallery und Gallery Shoes auf dem Areal Böhler zu engagieren und zu profilieren. Darin liegt unsere Kompetenz. Auf beiden Plattformen sind jedoch auch Männerkollektionen fester Bestandteil und damit auch Thema.“

Die Initiative Fashion Net hat es sich zur Aufgabe gemacht, den Standort Düsseldorf stark zu machen. Wie empfinden Sie den Synergieeffekt?

„Sehr positiv, zumal die gemeinsame Festlegung für die Termingebug der CPD im

Fashion-Net-Vorstand diskutiert und verabschiedet wird. Ich selbst bin seit Anbeginn im Vorstand des Vereins als 2. Vorsitzender, neben Klaus Brinkmann, aktiv. Fashion Net ermöglicht es, operative Themen, die dem gesamten Standort lokal, national und international dienen, zu bündeln und gemeinsam zu bearbeiten. Dazu gehört zum Beispiel auch der Shuttleservice, der alle Standorte in Düsseldorf miteinander verbindet, aber auch die Organisation der Fashion-Net-Party, die saisonal rund 800 Branchenexperten zusammenbringt. Als neueste Dienstleistung wird es pünktlich zur CPD eine App geben, die eine Vielzahl von Informationen zum Modestandort Düsseldorf für den Nutzer bereithält.“

Digitalisierung ist wohl eines der nachhaltigsten Themen unserer Zeit. Es wird von der Industrie 4.0 gesprochen, vor der auch das Messewesen bestehen muss. Wie begegnen Sie dieser Entwicklung?

„Unser Unternehmen durchläuft gerade einen intensiven Digitalisierungsprozess und stellt sich somit perfekt für die Herausforderungen der Zukunft auf. Mit dem Weggang von der Messe Düsseldorf haben wir auch unsere EDV entkoppelt, was wir zum Anlass genommen haben, eine EDV-Landschaft aufzubauen, die für unsere Zwecke optimal geeignet ist. Als internationaler Messeveranstalter mit Schwerpunkt Fashion, Schuhe & Accessoires sowie Lifestyle am Standort Düsseldorf auf dem Areal Böhler liegt uns besonders daran, gerade Ausstellern einen möglichst unkomplizierten, schnellen und zeitgemäßen Service in allen Belangen, zum Beispiel in der Standgestaltung, zu bieten. Am Ende bleiben Messen aber als Plattform People Business, auf der an erster Stelle das Zusammentreffen von Menschen zählt.“