

Konsumentenmesse Big-Small-Chic: alles, nur nicht gewöhnlich

08.03.2010, 11:34 | Mode, Trends, Lifestyle

Pressemitteilung von: FEKUNDA



Verbrauchermesse für große und kleine Größen, individuelle Wünsche und ausgefallene Themen

Der wahrhaftigste aller Antriebe in uns liegt nicht darin, der Masse zu folgen, sondern unserem Individuum treu zu bleiben. Wem sonst gilt es da mehr Beachtung zu schenken, als jedem Einzelnen? Was auf das erste Lesen hin wie eine zeitgenössische Weisheit unserer Gesellschaft klingt, ist in Wahrheit der Keim, dem eine verbraucherfreundliche Geschäftsidee entsprang. Und diese Idee sollte vor allem eines sein, nämlich anders.

„Das war die Geburtsstunde von Big-Small-Chic, Deutschlands 1. Verbrauchermesse für große und kleine Größen, individuelle Wünsche und ausgefallene Themen“, so Dr. Klaus Lanfermann, Vater des Gedanken und Inhaber der Messeorganisation Fekunda. „Auf der Suche nach einem Thema, das Besucher anzieht und Aussteller begeistert,“ so führt der stolze Gründer fort, „wurde uns eines relativ schnell klar. Die Antwort liegt nicht darin, noch eine Produktgruppe in ihrer Vielfalt zu präsentieren, sondern den Fokus auf die Vielfalt der Verbraucher zu legen – vor allem wenn der Kundenwunsch sich außerhalb irgendwelcher genormter Größen befindet.“

Die ursprünglichen Fragen, die sich das Team um Dr. Lanfermann vor Startschuss stellte, waren genauso nah am Leben, wie das Ergebnis selbst. Wohin, wenn einen der Schuh bis Größe 46 nicht mehr trägt? Das Mobiliar zwar mit Schönheit besticht, aber nicht durch Komfort? Oder das nächste Urlaubserlebnis die Grenzen des herkömmlichen 08/15-Trips sprengt? Welche Möglichkeiten bieten sich dem Kunden, wenn alles Gewöhnliche nicht mehr reicht und die Flexibilität des Lieferanten gefragt ist? Ein Gedanke, der nicht in Deutschlands Dienstleistungswüste enden, sondern mit der ersten Konsumenten-oase für Sondergrößen, Sonderwünsche und Sonderthemen fruchten soll.

Big-Small-Chic, drei Prädikate, die künftig für individuelle Lösungen rund um Produkte und Dienstleistungen stehen. Die Veranstaltung stellt eine Plattform her, auf der Käufer und Händler konzentriert zueinander finden, wann immer sich

ihr Motiv fern der Stangenware hin zum Nischenprodukt bewegt. Getragen wird diese Plattform von sechs Themenwelten, Mode & Accessoires, Wohnen, Freizeit & Sport, Kulinarik, Reisen & Events und Mobilität & Zubehör. Diese Thematik ist nach Einschätzung der Projektverantwortlichen bisher auf dem Verbrauchermarkt nicht nur zu kurz gekommen, sondern auch stiefmütterlich behandelt worden. Es ist kein Geheimnis, dass Sonderprodukte mit dem Etikett fehlender Ästhetik und Stilsicherheit behaftet sind. Gerade deswegen ist es dem Messteam ein Bedürfnis, hierfür den Gegenbeweis anzutreten. Denn was die Ausstellung bietet reicht nicht nur von Groß bis Klein, sondern schmeichelt auch dem Auge. Dabei geht es um einen für alle Beteiligten viel versprechenden Gegenbeweis, da der Erfolg der Nischen selbst für Trendexperten keine Überraschung mehr ist: "Heute ist es der Wunsch nach Individualität, das Zelebrieren der eigenen Persönlichkeit mit all ihren Facetten, der unsere Gesellschaft prägt", sagt Trendexpertin Susanne Köhler vom Zukunftsinstitut in Kelkheim. Der Preis spielt dabei immer weniger eine Rolle, da immer mehr Kunden bereit sind für einzigartige Offerten das entsprechende Geld auszugeben. Spätestens im Herbst können wir Zeuge dieses zeitgenössischen Phänomens unserer Gesellschaft werden. Dann nämlich öffnen sich vom 30.10. bis zum 01.11.2010 erstmals die vorweihnachtlichen Pforten der Big-Small-Chic und breiten ihre nahezu grenzenlose Vielfalt auf dem Messegelände des Münchner M,O,C, aus. Und zum Schluss führt Dr. Lanfermann noch an „Stellen Sie sich einmal vor, wir honorieren das Individuum und alle kommen.“ Wir werden sehen. In allen Variationen und Ausführungen.

Portrait

Über Fekunda

Fekunda – Projektmanagement, Ausstellungs- und Messeorganisation – mit Sitz in Garching bei München wurde Ende 2009 als Einzelunternehmen gegründet. Big-Small-Chic ist das erste Projekt des Gründers, der nach 30 Jahren Industrie sich das Ziel gesetzt hat, Themen aufzubereiten, die aufgrund ihrer Komplexität oftmals nicht angefasst werden.

News-ID: 405492 • Views: 176 (Stand: 21.10.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/405492/Konsumentenmesse-Big-Small-Chic-alles-nur-nicht-gewoehnlich.html>