

Pressemitteilung

Januar 2019

Heimtextil 2019: Schwungvoller Auftakt in neue Einrichtungssaison lässt auf gutes Geschäftsjahr hoffen

Edda Simon
Tel. +49 69 75 75-3530
edda.simon@messefrankfurt.com
www.messefrankfurt.com
www.heimtextil.messefrankfurt.com

Mit einem Ausstellerrekord und einer beeindruckenden Bandbreite an innovativen Produkten sowie Angeboten zu Topthemen wie Nachhaltigkeit, Objektgeschäft und gesunder Schlaf startete die Heimtextil 2019 dynamisch in die neue Saison für Wohn- und Objekttextilien. Das neue Hallenkonzept der Veranstaltung traf dabei auf breiten Zuspruch.

3.025 Aussteller aus 65 Ländern* hoben die internationale Fachmesse für Wohn- und Objekttextilien auf ein 15-Jahreshoch: „Aussteller und Besucher nahmen das neue Messekonzept hervorragend an und bestätigten die Stellung als weltweit wichtigsten Branchentreffpunkt. Die Qualität der Entscheider überzeugte die Aussteller ebenso wie die Zahl neuer, vor allem internationaler Geschäftskontakte aus 156 Ländern – womit die Heimtextil eine neue Benchmark setzt“, sagt Detlef Braun, Geschäftsführer der Messe Frankfurt. „Rund 67.500 Besucher* sorgten für eine geschäftige Stimmung in den Hallen – trotz eines leichten Rückgangs bedingt u.a. durch erschwerte Anreisebedingungen aufgrund der Unwetter im Alpenraum und Flughafenstreiks in Deutschland.“

Ein Thema, das sowohl Aussteller als auch Besucher beschäftigte, war die aktuelle und kommende konjunkturelle Lage. Eine weitere Herausforderung besteht im immer deutlicher zu Tage tretenden Wandel des Handels. Steigende Umsätze und Umsatzanteile im Online-Handel stehen den Bemühungen des stationären Einzelhandels entgegen, die innerstädtischen Geschäfte aufrechtzuerhalten. „Der kleinbetriebliche Fachhandel, aber auch Kauf- und Warenhäuser – und damit das Herzstück unserer Besucherzielgruppen – stehen unter dem Druck des stetig zunehmenden E-Commerce. Gerade diesen Händlern bieten wir mit der Heimtextil und generell unseren Konsumgütermessen eindeutige Perspektiven und vielfältige Inspirationen in einer mehrdeutigen Welt“, so Braun weiter.

Wirtschaftlich herausfordernde Zeiten für die Heimtextilien-Industrie

Auch für die Industrie ist die Heimtextil, als starke internationale Messeplattform, gerade in wirtschaftlich herausfordernden Zeiten wichtig. Martin Auerbach, Hauptgeschäftsführer des Verbands der Deutschen Heimtextilien-Industrie e.V., lobte in dem Zusammenhang das neue Messekonzept: „Die Aussteller starteten mit viel Engagement

Messe Frankfurt Exhibition GmbH
Ludwig-Erhard-Anlage 1
60327 Frankfurt am Main

* zum Vergleich 2018: 2.975 Aussteller aus 64 Ländern; 68.584 Besucher aus 135 Ländern, FKM-geprüft)

und neuen attraktivem Standdesign in das Jahr 2019. Die neue Hallenstruktur mit der hervorragenden neuen Halle 12 traf bei Ausstellern und Besuchern auf hohe Akzeptanz. In besonderem Maße profitierten die Bereiche Dekostoffe/Gardinen und der innenliegende Sicht- und Sonnenschutz, die sich nunmehr gemeinsam in zentraler Position in Halle 8 präsentierten. Eine deutliche Aufwertung gegenüber dem Startjahr 2018 erfuhr die Halle 4.2, die dank klarer Struktur, ansprechendem Design und hochwertiger Aussteller nicht mehr wiederzuerkennen war. Damit baute die Heimtextil ihren Objektbereich hervorragend aus.“

Halle 4: Die Welt der Möbel- und Dekostoffe und Hotspot für das Objektgeschäft

Die Heimtextil widmete sich der Ausstattung von Hotels und Objekten erneut mit einem breiten Angebot an Informations- und Matchmaking-Möglichkeiten. Unter dem Titel Interior.Architecture.Hospitality erlebten Innenarchitekten und Experten für Hospitality die Heimtextil als die Plattform für die textile Objektausstattung. Mit Produktpräsentationen, Vorträgen und Führungen lieferte sie wertvolle Impulse – unterstützt und ermöglicht durch renommierte Branchenpartner wie AITdialog, die Allgemeine Hotel- und Gastronomie-Zeitung (AHGZ), den Bund Deutscher Innenarchitekten (bdia), Fachkonferenz-Veranstalter hotelforum management und die Online-Plattform WorldArchitects.com. Martina Metzner, Inhaberin eines Kommunikationsbüros für Innenarchitektur und Design referierte im Rahmen des bdia-Trendvortrags und führte mit den Touren von WorldArchitects zu ausgewählten Anbietern von Objekttextilien: „Auf der Heimtextil kann man deutlich erkennen: Es gibt eine Wiederentdeckung der Textilien in der Innenarchitektur. Nachdem man sie jahrelang aus den Räumen verbannt hat, gewinnen sie wieder an Bedeutung – nicht zuletzt durch eine Vielfalt an neuen schallabsorbierenden Funktionstextilien.“ Die Firma Trevira CS zeigte in Halle 4.2 gemeinsam mit 27 Top-Kunden sowie einem eigenen Trendbereich speziell für den Objektmarkt, wie wandelbar und vielseitig einsetzbar Polyesterfasern sowohl durch Optik und Haptik als auch durch ihre funktionalen Eigenschaften sein können. „Trevira war mit der Heimtextil 2019 sehr zufrieden“, resümierte Marketingleiterin Anke Vollenbröker „Von den Mitausstellern auf unserem Gemeinschaftsstand haben wir ebenfalls ein erfreuliches Feedback erhalten. Die Entwicklung der Halle 4.2 zu einem Anlaufpunkt für Entscheider und Unternehmen, die im Objektbereich tätig sind, nehmen wir weiterhin sehr positiv wahr. Dies gilt insbesondere auch für das Angebot im Vortragsareal und die Aufmachung der Halle.“

Seit Jahren bewegt sich die Heimtextil im Möbel- und Dekostoffsegment auf Wachstumskurs und baut ihr Angebot weiter aus. In diesem Jahr präsentieren sich erstmals auf drei Ebenen der Halle 4 alle relevanten europäischen Anbieter von Möbel- und Dekostoffen sowie Möbel- und Kunstleder. Ebenso vertreten sind die bedeutendsten exporterfahrenen Hersteller von Polsterstoffen aus Asien in den Hallen 1 & 5. In Summe vereint die Heimtextil das weltweit größte und internationalste Angebot in diesem Segment und schafft damit beste Orderoptionen für Einkäufer aus der Möbel- und Heimtextilindustrie und von Textilverlagen. „Wir sind positiv überrascht von der Messe“, sagt Robert Lachow, Vice President,

Heimtextil
Internationale Fachmesse für Wohn- und
Objekttextilien
Frankfurt am Main, 8. bis 11. Januar 2019

J.B. Martin Company, Inc. „Wir hatten gute Kontakte aus zwölf unterschiedlichen Ländern am Stand. Wir haben neue Kunden gewonnen, die wir sonst nicht getroffen hätten und haben aber auch bestehende Kunden auf der Messe gesprochen, für die es eine gute Gelegenheit war, uns hier zu treffen.“ Dirk Hammes vom Leder-Großhändler Schreyeck bestätigt den positiven Effekt durch den neuen Standort: „Wir sind uns hier alle einig, dass die Entscheidung sich in Halle 4.2 zu platzieren die richtige war. Wir konnten hier schon interessanteres Publikum aus Deutschland und dem europäischen Ausland antreffen und ansprechen, als es zuletzt in Halle 3.0 der Fall war.“

Trends und progressive Themen

In der Halle 3.0 fand 2019 zum ersten Mal der Heimtextil „Trend Space“ sein neues Zuhause. Unter dem Titel „Toward Utopia“ liefert er eine Vorschau auf die Designentwicklungen der Saison 2019/20 – konzipiert vom Londoner FranklinTill Studio und inszeniert vom Frankfurter Atelier Markgraph. Die neuen Heimtextil Trends 2019/2020 spiegeln auf vielfältige Weise den Wunsch wider, komplexen Lebensstilen zu entfliehen und tiefere Beziehungen zu unserer Umwelt zu schaffen sowie mehr Sinnhaftigkeit in den Alltag zu bringen. „Toward Utopia“ zeigt den Weg in diese moderne Utopie – von temporären Auszeiten in enger Verbindung mit der Natur über den Rückzug in virtuelle Welten bis hin zur Geborgenheit in minimalistischen Räumen oder zur Nostalgie von Schönheit und Luxus.

Der Trend Space teilte sich eine Halle mit internationalen Textildesignern, CAD/CAM-Anbietern und Digitaldruckmaschinen und bildete somit das Zentrum für die progressiven Themen Trends, Textildesign und Digitaldruck. Von dieser inspirierenden Umgebung profitieren Aussteller wie Hewlett Packard. Paula Camarasu, EMEA Large Format Production Marketing Manager erklärt: „Jedes Jahr auf der Heimtextil auszustellen, eröffnet uns neue Möglichkeiten. So starteten wir HP Latex Großformat-Druck mit dem Fokus auf Wandbeläge. Doch dann stießen wir auf einen neuen Markt für Fensterdekoration. Und inzwischen gibt es auch in einer Vielzahl anderer Anwendungsbereiche Marktpotenzial. Mit dem kürzlich eingeführten HP DesignJet Z9DR, der ideal für Designstudios ist, erleichtert uns die neue Halle 3.0, mit Designstudios in Kontakt zu treten. Heimtextil ist eine zentrale Anlaufstelle für viele Industrien, auf der wir alle zusammenkommen, um uns zu vernetzen und Geschäfte zu machen.“

Internationale Neuheitenschau der Wandbeläge und Tapeten

Die Tapetenhersteller präsentierten sich mit der weltweit größten Neuheitenschau ihrer Art in der Halle 3.1. Wolf Kappen, Geschäftsführer Marburger Tapetenfabrik J.B. Schaefer GmbH & Co. KG war einer von ihnen: „Ich habe in der Zeit, in der Sie auf mich gewartet haben, mit Kunden aus dem Iran, aus den USA, aus Russland und aus Deutschland gesprochen, die alle hier auf unserem Stand sind, um unsere Tapeten zu kaufen.“ Wie interessiert der Handel auf neue Produktideen und Eyecatcher reagiert, zeigt das Beispiel von FlowerArt. Jacqueline Hallmann, Head of Marketing wurde von dem Erfolg ihrer Mooswände regelrecht überrannt: „Wir stellen zum ersten Mal auf der Heimtextil aus.

Heimtextil
Internationale Fachmesse für Wohn- und
Objekttextilien
Frankfurt am Main, 8. bis 11. Januar 2019

Für uns verlief die Messe extrem positiv, weil wir anders sind. Die Leute bleiben stehen und wollen wissen, ob unsere Pflanzen- und Mooswände wirklich echt sind. Anfassen ist dabei ganz wichtig. Wir müssen ständig neue Kataloge aus dem Auto holen, weil wir davon viel mehr verbrauchen als wir dachten. Die Resonanz ist erstaunlich gut. Die Leute finden unser Produkt super und es macht richtig Spaß hier.“ Auch Ruud Aberson, Geschäftsführer von Eijffinger BV, spürte ein ungebrochen hohes Interesse der internationalen Einkäufer: „Wir sind überwiegend auf der Messe, um unsere Kunden zu treffen. Auf diese Weise kommen unsere Kollektionen ganz schnell auf den internationalen Markt. Wir haben gespürt, dass es weniger Besucher gab, aber geschäftlich hat es wenig ausgemacht. Wir kommen jedes Jahr seit 2004 zur Heimtextil und werden weiterhin kommen.“

Window & Interior Decoration: Wertvolle Geschäftsimpulse für den Handel

Durch das optimierte Messekonzept und die damit einhergehende neue Hallenstruktur erleichterte die Heimtextil ihren Besuchern den Zugang zu wertvollen Inspirationen und Geschäftsimpulsen. „Uns hat das neue Konzept zusätzliche Frequenz an den Stand gebracht“, lautet die Rückmeldung von Andreas Klenk, gesellschafter Geschäftsführer von Saum & Viebahn aus dem fränkischen Kulmbach in der Halle 8.0, die erstmals Editoren und Herstellern von Gardinen- und Sonnenschutzsystemen eine gemeinsame Plattform bot. „Es war die richtige Entscheidung, die Bereiche zusammenzuführen. Wir hatten eine hohe Qualität in den Gesprächen – sowohl im Export- als auch im Inlandsgeschäft – und sind zufrieden mit der Messe.“ Rund 40 internationale Editoren mit Möbel- Dekostoffen waren in der Halle vertreten, darunter auch Style Library aus Großbritannien. David Butcher, General Manager Brands Style Library, äußerte sich zufrieden. Style Library umfasst acht britische Marken: Zoffany, Harlequin, Sanderson, Morris & Co, Anthology, Scion, Clarke & Clarke und Studio G: „Wir haben die Heimtextil für die Deutschland-Premiere unserer Gruppe erfolgreich nutzen können. Wir konnten unsere acht Marken vorstellen und haben sehr positive Reaktionen auf die Kollektionen erhalten. Dabei haben wir viele neue, internationale Kontakte generieren können und sehr geschäftige Tage gehabt.“

Das DecoTeam zählte mit einer Präsentation ganzheitlicher Wohnkonzepte zu den Highlights der Halle 8. Birgit Schlenker, Sprecherin des DecoTeams: „Wir waren mit dem neuen Standort in Halle 8 sehr zufrieden. Mit der Präsentation atmosphärischer Dekorationen und Schaufensterideen bot DecoTeam den Messebesuchern viel Inspiration. Ein besonderes Highlight war die Deco-Show mit Enie van de Meiklokjes. Darüber entwickelte sich das DecoTeam einmal mehr zum Hotspot, da die Besucher diese Inspirationen und den Mehrwert schätzen.“ Für den internationalen Handel, Einrichter und Raumausstatter bildet die Halle 8.0 einen neuen Fixpunkt. „Die Halle 8.0 funktioniert hervorragend“, bestätigt auch Graham Bateman von Prestigious Textiles. „Es war eine gute Idee, die Struktur zu ändern. Wir sind seit 25 Jahren auf der Messe und haben dieses Mal sehr gute Eindrücke gesammelt. Unsere Besucher kamen von überall her. Der deutsche Markt ist uns dabei ebenso wichtig wie

Heimtextil
Internationale Fachmesse für Wohn- und
Objekttextilien
Frankfurt am Main, 8. bis 11. Januar 2019

das internationale Geschäft.“

Naturmaterialien, PET und Ozeanplastik

Ein Ausrufezeichen setzte die Heimtextil in puncto Nachhaltigkeit: Nachdem auf der Weltklimakonferenz in Kattowitz im Dezember letzten Jahres das erste weltweite Klimaschutzabkommen der Textilbranche von 40 führenden Modeunternehmen, Organisationen und Verbänden unterzeichnet wurde, stand auch in Frankfurt der ökologische Fortschritt in der Textilindustrie im Fokus. Zahlreiche Aussteller zeigten hierzu progressive Lösungsansätze, beispielsweise im Recycling von PET-Flaschen und Ozeanplastik sowie im Einsatz von zertifizierten Naturmaterialien. „Nachhaltigkeit war für uns das Thema auf der diesjährigen Heimtextil. Große Medien haben uns besucht und der Messerundgang ‚Green Tour‘ machte bei uns Station. Wir haben u.a. unsere erste vegane Bettdecke und faire Seidenprodukte vorgestellt – alles zu 100 Prozent in Österreich produziert“, sagt Denise Hartmann, Marketing-Verantwortliche bei Hefel Textil. Auch die Themen Wasserverbrauch in der Textilindustrie sowie Mikroplastik traten verstärkt in den Vordergrund. Alleine im Ausstellerverzeichnis „Green Directory“ waren rund 150 fortschrittlich arbeitende Unternehmen mit nachhaltig produzierten Textilien gelistet. Ergänzt wurde das Angebot um eine eigene Vortragsreihe sowie themenspezifische Rundgänge, die wertvolle Impulse lieferten und die grüne Vorreiterstellung der Messe untermauerten.

Schlafen steigt zum neuen Lifestyle-Thema auf

Darüber hinaus rückte die Heimtextil das Thema Schlafen als einen der kommenden Lifestyle-Trends in den Fokus. Während eine ausgewogene Ernährung und ausreichend Bewegung mittlerweile wie selbstverständlich zu einer gesunden Lebensweise gehören, wird der erholsame Schlaf noch immer vernachlässigt* – wenngleich er einer der wichtigsten Bausteine für dauerhaftes physisches und psychisches Wohlergehen ist. Auf der Heimtextil traten eine Reihe neuer Produkte und Aspekte in den Vordergrund, die den Menschen beim Sensibilisieren und Analysieren seines Schlafverhaltens unterstützen und einen gesunden Schlaf fördern. Rund um die neu konzipierte Halle 11.0 und im angegliederten Vortragsareal „Sleep! The Future Forum“ erlebten Vertreter der nationalen und internationalen Bettenbranche attraktive Produktvorstellungen und hochkarätige Redebeiträge zu den Themenfeldern „Sustainability / Hospitality / Sport / Digital“. So präsentierte Nick Littlehales, der Schlaf-Coach des fünffachen Weltfußballers Cristiano Ronaldo und des vierfachen Formel-1-Weltmeisters Lewis Hamilton, Erkenntnisse seiner 22jährigen Tätigkeit als Schlaftrainer von Spitzensportlern. Auch Prof. Dr. Ingo Fietze, Leiter des Interdisziplinären Schlafmedizinischen Zentrums an der Berliner Charité und Vorsitzender der Deutschen Stiftung Schlaf, gehörte zu den Referenten und informierte über den „Leistungsmotor Schlaf“.

Die Aussteller der Halle 11 profitierten von der erstklassigen und facettenreichen Präsentation des Schlaf-Themas und nicht zuletzt von der neuen Konzeption der Halle, in der internationale Marktführer ihre

Heimtextil
Internationale Fachmesse für Wohn- und
Objekttextilien
Frankfurt am Main, 8. bis 11. Januar 2019

* gemäß einer Forsa-Untersuchung im Auftrag der Techniker Krankenkasse

Neuheiten aus dem Produktsegment „Smart Bedding“ zeigten. Bettwaren, Schlafsysteme und Matratzen waren dort ebenso zu sehen wie die dazugehörige Technologie. Denise Hartmann von Hefel Textil bestätigte: „Das neue Konzept und dass alle Bettwarenhersteller jetzt zusammen stehen, finden wir sehr gut. Wir hatten eine sehr gute Frequenz am Stand, alle großen Kunden waren da.“

Die Welt der Bettwäsche und Badtextilien in der neuen Halle 12

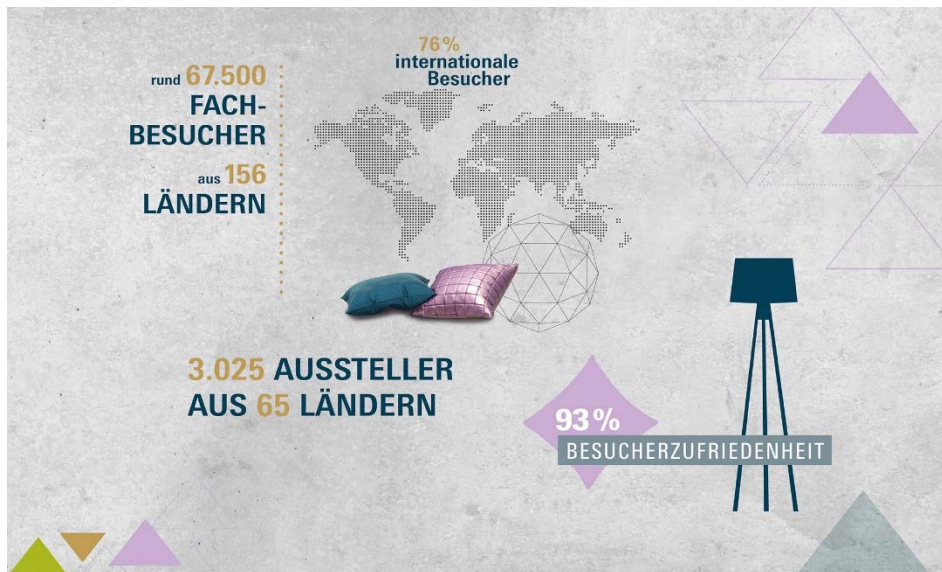
Im Zuge des neuen Konzepts bezog die Heimtextil auch die neue Halle 12 mit ein, die seit September das Frankfurter Messegelände um ein architektonisches Highlight bereichert. Hier präsentierten sich internationale Top-Unternehmen aus dem Segment „Bed & Bath Fashion“. Für die Firma Curt Bauer aus dem sächsischen Aue war es eine gelungene Premiere der neuen Halle: „Wir sind von der neuen Halle 12 begeistert. Das dortige Produktangebot kam bestens an. Mit der Besucherqualität auf unserem Stand sind wir sehr zufrieden. Neben einer guten deutschen Frequenz freuen wir uns besonders über Zuwächse aus China und Russland“, so Geschäftsführer Michael Bauer. Über die hohe Internationalität bei den Besuchern freute sich auch Shrikant Himatsingka, Group CEO & General Manager der Firma Himatsingka: „Unser komplettes Team war sehr beschäftigt und erhielt exzellente Rückmeldungen. Einkäufer aus Deutschland sowie aus allen Teilen Europas, dem arabischen und asiatischen Raum zählten zu den Besuchern – darunter viele langjährige Geschäftspartner. Für uns war es eine gute Veranstaltung.“ Karl Lindhe, Export Area Manager der Lexington Company, hat auch wegen der neuen Halle nach längerer Zeit erstmals wieder auf der Heimtextil ausgestellt: „Es ist richtig gut, die Marken jetzt alle beieinander zu haben. Wir profitieren alle voneinander. Aus Deutschland, aber auch aus dem internationalen Raum konnten wir gute Kontakte machen.“

Produktarrondierung mit Accessoires und Lifestyle-Produkten

Auch in der Halle 9.0 wurden Produktsegmente zusammengeführt, um neue Einkäufersynergien zu schaffen. So präsentieren sich nun Dekokissen, Decken, Plaids sowie Tisch- und Küchenwäsche in einer Halle. Passende, lifestyle-orientierte Accessoires rundeten das Angebot für den Einzelhandel ab. Für Jan Alt, Geschäftsführer Zoeppritz war es eine gelungene Kombination: „Die Neuaufteilung der Produktgruppen und Hallenbereiche empfanden wir als ungewöhnlich und geradezu avantgardistisch - auf den zweiten Blick aber als funktional und praktikabel vor allem für professionelle Einkäufer. Hochachtung gebührt der Anstrengung und dem Aufwand, den die Messe Frankfurt jährlich betreibt, um die Heimtextil interessant zu gestalten und gleichzeitig nicht ihre Wichtigkeit am Markt zu gefährden.“ Ein besonderes Highlight in Halle 9.0 bildete eine neue Nachwuchsaktion. Dort präsentierte „House of Textile“ die zehn besten Ideen für einen virtuellen Raum, die im Rahmen eines Hochschulwettbewerbs entstanden sind. Der Verband der Deutschen Heimtextilien-Industrie (Heimtex) hatte den Wettbewerb in Zusammenarbeit mit der Heimtextil ausgelobt. Ziel war es, eine Vorstellung zu bekommen, welche Rolle Heimtextilien im Jahr 2025 in den Bereichen Wohnen, Arbeiten und Reisen spielen werden.

Heimtextil
Internationale Fachmesse für Wohn- und
Objekttextilien
Frankfurt am Main, 8. bis 11. Januar 2019

Die nächste Heimtextil in Frankfurt am Main – die 50. Ausgabe – findet vom 7. bis 10. Januar 2020 statt.



Weitere Presseinformationen & Bildmaterial:

www.heimtextil.messefrankfurt.com/journalisten

Ins Netz gegangen:

- www.heimtextil.messefrankfurt.com
- www.heimtextil-blog.com
- www.facebook.com/heimtextil
- www.twitter.com/heimtextil
- www.youtube.com/heimtextil
- www.instagram.com/heimtextil

Newsroom

Informationen aus der internationalen Textilbranche und zu den weltweiten Textilmessen der Messe Frankfurt

www.texpertise-network.com

Hintergrundinformation Messe Frankfurt

Messe Frankfurt ist der weltweit größte Messe-, Kongress- und Eventveranstalter mit eigenem Gelände. Mehr als 2.500* Mitarbeiter an 30 Standorten erwirtschaften einen Jahresumsatz von rund 715* Millionen Euro. Mittels tiefgreifender Vernetzung mit den Branchen und eines internationalen Vertriebsnetzes unterstützt die Unternehmensgruppe effizient die Geschäftsinteressen ihrer Kunden. Ein umfassendes Dienstleistungsangebot – onsite und online – gewährleistet Kunden weltweit eine gleichbleibend hohe Qualität und Flexibilität bei der Planung, Organisation und Durchführung ihrer Veranstaltung. Die Servicepalette reicht dabei von der Geländevermietung über Messebau und Marketingdienstleistungen bis hin zu Personaldienstleistungen und Gastronomie. Hauptsitz des Unternehmens ist Frankfurt am Main. Anteilseigner sind die Stadt Frankfurt mit 60 Prozent und das Land Hessen mit 40 Prozent.

Weitere Informationen: www.messefrankfurt.com

* vorläufige Kennzahlen 2018

Heimtextil
Internationale Fachmesse für Wohn- und Objekttextilien
Frankfurt am Main, 8. bis 11. Januar 2019