

Heimtextil

Schwungvoller Auftakt zum neuen Geschäftsjahr

Sonntag, 13.01.2019

Die internationale Wohntextilbranche ist auf der Heimtextil in Frankfurt (8. bis 11.1.2019) vielversprechend in das neue Jahr gestartet. Der herausfordernden konjunkturellen Situation und der Unsicherheit im Handel stand, so die Messeveranstalter, eine positive und zuversichtliche Stimmung gegenüber.

3.025 Aussteller aus 65 Ländern zeigten ihre Neuheiten. „Aussteller und Besucher nahmen das neue Messekonzept hervorragend an und bestätigten die Stellung der Heimtextil als weltweit wichtigstem 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 Reisebedingungen aufgrund der Unwetter im Alpenraum und Flughafenstreiks in Deutschland.“

Konjunkturlage

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.

Neues Messekonzept

Den Zugang zu wertvollen Inspirationen und Geschäftsimpulsen erleichterte die Heimtextil ihren Besuchern durch ein optimiertes Messekonzept und einer damit einhergehenden neuen Hallenstruktur. „Uns hat das neue Konzept zusätzliche Frequenz an den Stand gebracht“, lautet die Rückmeldung von Andreas Klenk, gesellschaftlicher 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.“ Im Zuge des neuen Konzepts weitete die Heimtextil ihr weltweit einzigartiges Produktspektrum über das komplette Messegelände aus und bezog 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.

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“.

Weitere Schwerpunkte der Messe waren neben der renommierten Trendschau das Objektgeschäft, insbesondere im Bereich Hotellerie und Hospitality, Deko- und Möbelstoffe, Digitaldrucklösungen sowie Tapeten.

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

Schwungvoller Auftakt zum neuen Geschäftsjahr

Links

- [Heimtextil](#)

