

Heimtextil

Startet kraftvoll ins neue Jahr

Mittwoch, 09.01.2019

Zum neunten Mal in Folge erfährt die Heimtextil in Frankfurt am Main (8. bis 11. Januar 2019) einen Zuwachs an Ausstellern. „Trotz eintrübender Konjunktur setzt die Heimtextil ihre überaus positive Entwicklung fort. Mit 3.025 Ausstellern aus 65 Ländern ist die Heimtextil so stark und international besetzt wie seit 15 Jahren nicht mehr.* Damit baut sie ihre Position als weltweit führende Fachmesse für Wohn- und Objekttextilien weiter aus“, sagt Detlef Braun, Geschäftsführer der Messe Frankfurt.

Mit einem neuen Konzept und den Top-Themen Architektur und Hotellerie, Nachhaltigkeit und Schlaf geht die Heimtextil in ihre 49. Ausgabe. „Im Zuge des grundlegend überarbeiteten Konzepts haben wir Themen und Produktsegmente noch besser zielgruppenspezifisch zusammengefasst. Besucher profitieren so von neuen Synergien, kürzeren Wegen und zahlreichen Einrichtungsinspirationen“, sagt Braun. Neben einer weltweit einzigartigen Designschau mit internationalen Marktführern flankiert ein hochkarätiges Event-Programm mit namhaften Gästen und renommierten Branchenexperten die viertägige Messe.

Management Report: Strukturwandel im deutschen Handel

Auf Basis einer IFH Studie hat die Heimtextil in Kooperation mit den Fachmessen Ambiente, Tendence, Christmasworld, Paperworld und Creativeworld einen neuen Management Report herausgebracht. Er zeichnet ein aktuelles Bild vom Strukturwandel im deutschen Handel. Zwar legte der inländische Konsum on- und offline 2017 auf 595 Mrd. Euro (plus 4,2 Prozent) zu. Was der stationäre Einzelhandel allerdings spürt: Klarer Gewinner ist der Online-Handel. Für viele Einzelhändler ist es an der Zeit, ihre Geschäftskonzepte im Zuge der Digitalisierung zu überdenken. Der erfolgreiche Weg kann dabei ebenso über Serviceleistungen führen wie über hochwertiges Design im Ladenbau, um das Einkaufen zum Erlebnis werden zu lassen. Gleichzeitig setzen Einzelhändler verstärkt auf Multi-Channel-Konzepte. Die Heimtextil unterstützt Einzelhändler, indem sie innovative Konzeptlösungen für den Point of Sale und Inspirationen für Geschäftsmodelle mit Erlebnischarakter bietet.

Trends in neuem Gewand

Das inspirative Herz der Messe bildet der neue Heimtextil „Trend Space“ in der Halle 3.0. 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. Im Rahmen der Neukonzeptionierung der Heimtextil rückt die Designschau in unmittelbare Nachbarschaft mit internationalen Textildesignern, CAD/CAM-Anbietern und Digitaldruckmaschinen. Somit führt die Heimtextil die progressiven Themen Trends, Textildesign und Digitaldruck auf einer Hallenebene zusammen und schafft ein Areal voller Inspirationen und Zukunftstechnologien.

Alles für die textile Objektausstattung

Im Rahmen der „Interior.Architecture.Hospitality Expo“ präsentiert die Heimtextil in der Halle 4.2 Lösungen für die textile Objektausstattung – individuell, nachhaltig und funktional – von Textilien mit Akustikfunktion oder speziellen Abrieb-Eigenschaften bis hin zu modularen Teppichen, Sonnenschutz

oder innovativen Wandbelägen. Flankiert wird das Angebot von der Präsentation „Carpet by Heimtex“, einer Gemeinschaftsaktion des Verbandes der deutschen Heimtextilienindustrie. Hier erleben Besucher hochwertige, textile Bodenbeläge führender Anbieter – speziell für den Objektbereich. Mit Produktpräsentationen, Vorträgen und Führungen liefert das Angebot in der Halle 4.2 wertvolle Impulse – unterstützt und ermöglicht durch erfahrene Branchenpartner. Damit ist die Halle 4.2 die erste Anlaufstation für die Zielgruppe Innenarchitekten und Experten für Hospitality. Insgesamt halten auf der Heimtextil rund 500 Aussteller Produkte speziell für das Contract Business bereit.

Großes Lifestyle-Thema „Schlaf“

Mit einem attraktiven Experten-Programm greift die Heimtextil das Lifestyle-Thema „Schlaf“ auf: Unter dem Titel „Sleep! The Future Forum“ beleuchtet ein neues Informationsareal im Foyer der Halle 11.0 während der vier Messetage die Themen Wissenschaft & Digitales, Sport, Hotellerie und Nachhaltigkeit. In der Halle 11.0 präsentieren internationale Marktführer Neuheiten aus dem Produktsegment „Smart Bedding“: Matratzen, Bettwaren und Schlafsysteme sind ebenso zu sehen wie die dazugehörige Technologie. Bekannte Unternehmen aus allen Teilen der Welt sind an Bord, insbesondere aus Deutschland, Italien, Spanien, Skandinavien, Japan und Australien.

Nachhaltigkeit: Textilien aus PET und Ozeanplastik

Aktuell treten das Thema Wasserverbrauch in der Textilindustrie und speziell die Problematik Mikro- und Ozeanplastik verstärkt in den Vordergrund – vorangetrieben auch durch ein erstmaliges Abkommen von 40 führenden Modeunternehmen, Verbänden und Organisationen auf der Weltklimakonferenz in Kattowitz. Auch eine Reihe von Heimtextil-Ausstellern zeigt hierzu progressive Lösungsansätze auf. Christian Fischbacher beispielsweise produziert Deko- und Möbelstoffe aus gebrauchten PET-Flaschen. Auch Erfal nutzt recycelte PET-Flaschen und stellt daraus Sonnenschutzsysteme her. Und MHZ nimmt sich dem Thema Ozeanplastik an und produziert daraus das innovative Greenscreen Sea Tex Gewebe. Weitere Vorreiter-Unternehmen listet der Green Directory auf, der auf der Heimtextil kostenfrei ausliegt. Daneben bieten das Green Village in Halle 12.0 sowie Vorträge im „Sleep! The Future Forum“ und themenspezifische Rundgänge wertvolle Informationen in Sachen Nachhaltigkeit.

Neue Hallenstruktur schafft Synergien und kürzere Wege

Das neue Messekonzept basiert auf einer optimierten Hallenstruktur, die sich über das komplette Gelände erstreckt – von Halle 1 bis zur neuen Halle 12 – und ein vergrößertes Produktangebot internationaler Branchenteilnehmer bereithält. Insbesondere das Angebot an Möbel- und Dekostoffen sowie Möbel- und Kunstleder konnte abermals ausgebaut werden. Auf nunmehr sechs Hallenebenen (4.0, 4.1, 4.2 sowie 1.1, 1.2 und 5.1) versammelt die Heimtextil rund 400 internationale Hersteller und Großhändler. Damit vereint die Heimtextil das weltweit größte und internationalste Angebot in diesem Segment und schafft beste Orderoptionen für Einkäufer aus der Polstermöbelindustrie, für Editeure und Heimtextilhändler.

Einen neuen Fixpunkt für den internationalen Handel, Einrichter und Raumausstatter bildet das Produktsegment „Window & Interior Decoration“, das die Heimtextil in der Halle 8.0 präsentiert. Hier stellen sich renommierte Anbieter von Gardinen, Teppichen sowie Sicht- und Sonnenschutzsystemen vor. Ebenso sind rund 40 internationale Editeure mit Möbel- und Dekostoffen vertreten. Das Produktangebot für die Zielgruppe der Raumausstatter runden schließlich die Tapetenhersteller in der Halle 3.1 ab.

Attraktive Produktarrondierungen hält die Halle 9.0 unter „Beautiful Living“ bereit: Dekokissen, Decken, Plaids, Tisch- und Küchenwäsche sowie Accessoires. Als besonderes Highlight präsentiert die Heimtextil in der Halle 9.0 die Inszenierung „Beyond Beautiful“ von Ushi Tamborriello in Kooperation mit Zoeppritz. In der neuen Halle 12, die das Frankfurter Messegelände um ein architektonisches Highlight bereichert, präsentiert die Heimtextil internationale Anbieter von „Bed & Bath Fashion“. In der Ebene 12.0 stellen

renommierte Labels modernen Lifestyle für Zuhause vor und sprechen damit Großvolumen-Einkäufer, Boutique-Betreiber und gehobene Einzelhändler an. Ebene 12.1 wird zur Plattform für das „Private Label“-Geschäft und damit zum Anlaufpunkt für Großvolumen-Einkäufer und Industrievertreter.

Startet kraftvoll ins neue Jahr

Links

- [Heimtextil](#)