

Pressemitteilung

April 2018

Heimtextil 2019: Neues Konzept überzeugt

Stefan Jakob
Tel. +49 69 75 75-5822
stefan.jakob@messefrankfurt.com
www.messefrankfurt.com
www.heimtextil.messefrankfurt.com

Optimierte Hallenplanung, mehr Fläche, kürzere Wege und eine neue Halle 12 - Die Heimtextil wartet 2019 mit grundlegenden Veränderungen auf. Von Seiten der nationalen und internationalen Aussteller erhält die Heimtextil viele positive Rückmeldungen auf das neue Konzept. Zahlreiche Branchengrößen kündigen ihre Teilnahme an der weltweit führenden Fachmesse für Wohn- und Objekttextilien vom 8. bis 11. Januar 2019 an.

„In den vergangenen Wochen haben wir von unseren Ausstellern positives Feedback zum neuen Messekonzept erhalten. Dabei werden wir vor allem in unserem Vorhaben bestärkt, Themen und Produktsegmente entsprechend der jeweiligen Zielgruppen zusammenzulegen. Auf diese Weise können wir Wege verkürzen und Synergien optimal nutzen – zum Vorteil für die Besucher der Messe“, sagt Olaf Schmidt, Vice President Textiles & Textile Technologies der Messe Frankfurt. Rückenwind erhalten die Verantwortlichen auch durch die Vielzahl frühzeitiger Anmeldungen zur Heimtextil. „Schon jetzt ist der Anmeldestand auf dem Niveau der Vorveranstaltung“, so Schmidt.

Tapetenhersteller freuen sich über mehr Fläche

Die Branchengrößen für Tapeten und Wandgestaltung haben ihre Teilnahme an der Heimtextil bereits wieder gebucht. Für das Segment „Wall Decoration“ bietet die Halle 3.1 mit der Fokussierung auf das Thema noch mehr Fläche. „Die Heimtextil genießt weltweit den Ruf, die umfassendste Messe für Wanddekorationen zu sein“, sagt Paula Berberian, Design Director von Brewster Home Fashions und ergänzt zum neuen Konzept: „Die Neuausrichtung der Produktsegmente wird den Käufern helfen, ihre Zeit auf der Messe maximal nutzen zu können.“

Möbelstoff- und Lederanbieter treffen auf Entscheider im Objektgeschäft

Das weltweit größte Angebot an Möbel- und Dekostoffen sowie Polster- und Kunstleder wird noch stärker und präsentiert sich nun auf allen drei Ebenen der Halle 4. Architekten, Innenarchitekten und Hoteleinrichter treffen insbesondere in der Halle 4.2 auf potenzielle Geschäftspartner und Materiallösungen. Mit Trevira begrüßt die Heimtextil einen Vorreiter für schwer entflammable Textilien. „Nach unserer erfolgreichen Teilnahme auf der Heimtextil 2018 werden wir auch im kommenden Jahr unseren Trevira CS Kunden auf unserem Gemeinschaftsstand in Halle 4.2 eine Plattform bieten. Wir sind zuversichtlich, dass wir die Zahl der auf unserem Stand ausstellenden Partner erhöhen und damit auch unseren Gesamtauftritt ausbauen können“, sagt Klaus Holz,

Geschäftsführer von Trevira. Auch Dirk Hammes, verantwortlich für Marketing, Ein- und Verkauf bei Leder Schreyeck, blickt sehr optimistisch der kommenden Heimtextil und dem Auftritt – erstmals in der Halle 4.2 – entgegen. „Wir versprechen uns vom neuen Konzept sehr viel, weil unsere primären Zielgruppen, wie zum Beispiel Architekten und Inneneinrichter für Gastronomie und Hotellerie, direkt angesprochen werden und diese gezielt die Halle 4.2 aufsuchen.“

Für Raumausstatter und Inneneinrichter: alle Produkte an einem Ort

Starke Synergien für Einkäufer verspricht die Neuplanung der Halle 8.0. Hier finden Raumausstatter und Inneneinrichter künftig alle für sie relevanten Produkte – von Gardinen und Dekostoffen, Teppichen, den Stilgarnituren bis hin zum Sonnenschutz. „Ich freue mich 2019 auf der Messe die beiden Branchen innenliegender Sonnenschutz und Gardinen/Dekostoff endlich gemeinsam auftreten zu sehen, weil das Ziel das gleiche ist: ein Fenster von innen praktisch und dekorativ zu gestalten,“ sagt Hendrik Unland, Geschäftsführer des gleichnamigen Unternehmens. Unland wird gemeinsam mit weiteren Partnern des DecoTeams in der Halle 8.0 textile Wohntrends inszenieren. Speziell Besucher aus dem deutschen Fachhandel und dem Handwerk werden von der neuen Hallenplanung profitieren. „Den Messebesucher aus dem Inland erwartet eine optimale Struktur, um seine Einkäufe schnell erfüllen zu können – ein wirklich kompakter Überblick zu den Trends und Neuigkeiten der Branche“, ergänzt Unland .

Auch internationale Messegäste kommen in Halle 8.0 auf Ihre Kosten und treffen auf ein weltweit einzigartiges Angebot für diese Branche. International agierende Unternehmen wie Tranriverdi machen hier ihre Geschäfte mit Einkäufern aus aller Welt: „Wir sind eines der größten Heimtextil-Unternehmen der Türkei. Es umfasst mehr als zehn Firmen, die Jacquards, Webware, Stickereien, Vorhänge, Gardinen, Digitaldruck-Produkte, Möbelbezugsstoffe herstellen. Wir exportieren diese Produkte in mehr als 80 Länder weltweit.“

Sehr guten Anklang findet auch die benachbarte Halle 9.0, deren Einkäuferzielgruppen sich mit der Halle 8.0 überschneiden. Hier präsentieren internationale Unternehmen Tischwäsche, Decken, Plaids, Kissen und Accessoires.

Kurze Wege auch beim Lifestyle-Thema „Schlafen“

Im Zuge des neuen Konzepts greift die Heimtextil „Schlafen“ als großes Lifestyle- und Wellbeing-Thema auf. Unter dem Titel „Smart Bedding“ entsteht ein Kompetenzzentrum rund um das Thema „gesund Schlafen“ – insbesondere für die Zielgruppe der Bettenfachhändler, die sich künftig über kürzere Wege freuen kann. „Die Wege, welche die Messe angedacht hat, zeigen sich schlüssig und umsetzbar. Das sehen die Einkäufer unserer Kunden ebenso“, bestätigt Stefan Sickenberger, Vertriebsleiter von f.a.n. Frankenstolz. „Wir sind sicher, auch in 2019 einen positiven Besucherzuspruch zu erhalten – dann in Halle 11 – und freuen uns bereits heute auf die Veranstaltung.“

Heimtextil
Frankfurt am Main, 8.-11. Januar 2019

Bettwäsche und Badtextilien gebündelt in neuer Halle 12

Auch die neue Halle 12 zahlt auf das Konzept der Produktbündelung ein

Seite 2

und führt Bettwäsche und Badtextilien aus den früheren Hallen 8.0, 9.0, 11.0 und 11.1 zusammen. Michael Mosch, Geschäftsführer von Estella Ateliers, sieht auch hier entscheidende Vorteile für Messebesucher. „In der neuen Konzeption der Heimtextil liegen phantastische Chancen: die Heimtextil der kurzen Wege. Das Wichtigste ist für uns, unseren Facheinkäufern eine branchenkonzentrierte Ausstellung zu bieten – davon können doch alle Aussteller nur profitieren. Wir von Estella freuen uns auf die neue Halle 12, die neue Konzeption und auf viele, viele Kunden zur Heimtextil 2019.“

Der aktuelle Geländeplan der Heimtextil 2019 zeigt im Überblick alle Produktgruppen und ihre neuen Standorte:

www.heimtextil.messefrankfurt.com/gelaendeplan2019

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

NEU: 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 rund 30 Standorten erwirtschaften einen Jahresumsatz von rund 661* Millionen Euro. Mittels tiefgreifender Vernetzung mit den Branchen und einem internationalen Vertriebsnetz 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, 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. * vorläufige Kennzahlen 2017

Weitere Informationen:

www.messefrankfurt.com | www.congressfrankfurt.de | www.festhalle.de