

heimtextil

Kraftvoll zurück im Januar: Heimtextil 2023 endet mit geballter Internationalität und stellt die Weichen für nachhaltige Transformation

Frankfurt am Main, 13.01.2023. Besucherströme aus aller Welt, intensive Business-Begegnungen mit internationalen Top-Entscheider*innen, überwältigende positive Stimmung und Inspiration soweit das Auge reicht: Mit 44.000 Besucher*innen und 2.400 Ausstellern gemeinsam aus 129 Nationen war die globale Textilindustrie vier Tage lang zu Gast in Frankfurt auf der Heimtextil 2023 und füllte die Messehallen. In zahlreichen Workshops, Touren, Vorträgen und Networking-Formaten setzten sich Einkäufer*innen zudem mit zirkulären Ansätzen, der wichtigen Bedeutung von Zertifikaten sowie mit neuen Einsatzmöglichkeiten textiler Materialien auseinander – und erlebten damit Nachhaltigkeit auf der Heimtextil ganzheitlich.

Mit geballter interkontinentaler Stärke endete die Heimtextil 2023 und stellte die Weichen für ein erfolgreiches Messejahr. 44.000 Einkäufer*innen nutzten die Gelegenheit, am Weltmarkt der Heim- und Objekttextilien teilzunehmen und einen gebündelten Überblick über globale textile Neuheiten – von Fasern, Garnen, Möbel- und Dekostoffen, funktionalen Textilien, Outdoor-Stoffen, Kunstleder, Tapeten, bis hin zu Bett- und Badtextilien, Matratzen, Schlafsystemen, Gardinen und Dekokissen – zu erhalten. Die Top-Ten-Ausstellerländer waren China, Indien, die Türkei, Pakistan, Italien, Deutschland, Spanien, Portugal, Frankreich und Großbritannien. Zu den Top-Besucherländern zählten Deutschland, Italien, die Türkei, die USA, Großbritannien, Frankreich, die Niederlande, Spanien, Pakistan, Indien und Griechenland.

„Die Heimtextil ist kraftvoll in den Januar zurückgekehrt und setzte als Barometer für das Messegeschäftsjahr alle Zeichen auf Erfolg – mit einem herausragenden Internationalisierungsgrad von 129 teilnehmenden Nationen“, sagte Detlef Braun, Geschäftsführer der Messe Frankfurt. Die Leitmesse für Wohn- und Objekttextilien erreichte im Vergleich zu 2020 einen Anstieg des Internationalisierungsgrads – ausstellerseitig auf 94 Prozent und besucherseitig auf 82 Prozent. Zuwachs gab es seitens der Aussteller im Vergleich zur präpandemischen Ausgabe aus der Türkei und aus Pakistan. 2023 kamen zudem mehr Einkäufer*innen aus Italien, der Türkei, Spanien und insbesondere Griechenland.

„Die herausragende Internationalität zeigt: Die Heimtextil ist in Zeiten geopolitischer Herausforderungen der wichtigste ‚Place-To-Be‘ der globalen Heimtextilbranche – sowohl für neue Geschäftskontakte und Marktchancen als auch für die Neudefinition von Lieferketten sowie wichtige Kooperationen zur Bewältigung der Produktionsengpässe“, so Braun weiter.

Neukontakte und erfolgreiche Order: Messeteilnehmer haben ihre Ziele erreicht

Endlich wieder weltweite Neukontakte, Networking und Order: Die persönliche Begegnung bildete das Herzstück der Heimtextil 2023 und wurde in vollen Messehallen zelebriert. Das zeigte sich auch am regen Orderverhalten der Besucher:

„Wir hatten eine fantastische Heimtextil mit vielen neuen und alten Kontakten. Auch zukünftig werden wir an der Heimtextil in Frankfurt teilnehmen. Zu unseren Kunden

gehören große europäische Marken, aber wir hatten auch Besucher aus den USA, Japan, Südafrika oder Südamerika am Stand. Zu unseren Hauptkunden gehören unter anderem IKEA, H&M oder Jysk. Unsere wichtigste Botschaft ist Nachhaltigkeit. Wir haben viele Auszeichnungen dafür erhalten. Unter anderem sind wir vom UN Habitat dieses Jahr als nachhaltigstes Unternehmen weltweit ausgezeichnet worden. Sogar unser Standbau ist durch und durch nachhaltig“, sagt Shafiqul Alam Selim, Managing Director Karupannya Rangpur Ltd. aus Bangladesch.

Laut repräsentativen Befragungen haben 80 Prozent der Aussteller ihre Messeziele bereits am dritten Tag erreicht. Auch die Zufriedenheit mit der Besucherqualität war sehr hoch: 72 Prozent der Besucher*innen waren Top-Entscheider*innen.

Neben dem vielfältigen Angebot an qualitativem Volumengeschäft asiatischer Ausstellernationen standen ebenfalls europäisches Design und Einzelhandelsmengen im Fokus – ein Mix, der zu besonders hoher Besucherzufriedenheit führte: 92 Prozent der Einkäufer*innen haben ihre Messeziele erreicht.

Und sie bewegt sich doch! Nachhaltige Transformation in der Textilbranche

Innovative Materialentwicklungen aus natürlichen Rohstoffen wie Pilzen, Pflanzenfasern oder recycelten Abfallprodukten geben Impulse für die Zukunft der Wohntextilien. Das zeigte die „Future Materials Library“ zur Heimtextil anschaulich. Aber auch für die Gegenwart gilt: Der große Teil der weltweiten Textilindustrie hat sich längst auf den Weg gemacht, Herstellungsprozesse nachhaltig umzugestalten und starke Partnerschaften und Maßnahmen für transparente Lieferketten zu bilden. Dafür boten die Aussteller der Heimtextil an vielen Ständen Produkte, Lösungen oder Anregungen.

Gelegenheit zu persönlichem Austausch, Inspiration und mehr Know-how bot ein umfang- und facettenreiches Fachprogramm. Dazu gehörten geführte Messerundgänge, hochkarätige Vorträge, Events und thematische Sonderareale.

„Die Lectures sind ein Grund für mich, auf die Heimtextil zu kommen. Die Otto Group hat sich auf die Fahne geschrieben, noch nachhaltiger zu werden und das auch zum Thema für ihre Kund*innen zu machen. Das ist eine spannende und tatsächlich bedeutende Aufgabe. Neben den Trendvorträgen interessiere ich mich daher besonders dafür, was in Sachen Kreislaufwirtschaft und Nachhaltigkeit passiert. Die Präsentation von Caroline Till etwa war extrem spannend, da sie auch den Bogen zu innovativen Materialien geschlagen hat, für die es noch keine Standards gibt. Hochkarätige Vorträge wie diese eröffnen Unternehmen wichtige, neue Perspektiven. Ich hole mir hier richtig Wissen ab“, berichtet Ursula Streblow, Head of Curtains & Decorations, OTTO, aus Deutschland.

So beeindruckte nicht nur der „Trend Space“ in Halle 9.0 mit der integrierten „Future Materials Library“ und den dort gezeigten Materialinnovationen für den Interior Bereich. Federführend in der Konzeption der diesjährigen Heimtextil Trends „Textiles Matter“ war die britische Zukunftsagentur FranklinTill mit Co-Gründerin Caroline Till, Mitglied des Heimtextil Trend Council.

Mit der deutlich gestiegenen Nachfrage der Fachbesucher*innen nach nachhaltigen Produkten und Lösungen wächst auch das Bedürfnis nach mehr Transparenz. Das zeigte sich unter anderem im Green Village in Halle 12.0. Dort trafen interessierte Besucher*innen auf Siegelgeber, Zertifizierer und auf Firmen, die sich ganzheitlich der Nachhaltigkeit verpflichtet haben.

In den Green Lectures auf der Bühne des Green Village sprachen Zertifizierer, Branchenexpert*innen und NGOs über Lösungen, Best Practices und Herausforderungen rund um Nachhaltigkeit. Die Green Tours führten interessierte Fachbesucher*innen zu ausgewählten Ausstellern und ihren nachhaltigen Produktlösungen.

Fachprogramm Interior.Architecture.Hospitality überzeugte mit Innovationskraft

Ein herausragender Besuchermagnet war die neue Interior.Architecture.Hospitality LIBRARY. Innenarchitekt*innen und Architekt*innen erlebten kuratierte innovative Ausstellermaterialien hautnah. In Führungen verdeutlichten die Kurator*innen der LIBRARY den internationalen Hospitality-Expert*innen die Innovationskraft, das beeindruckende Design und die funktionellen Eigenschaften der Textilien wie „schwer entflammbar“, „schalldämmend“, „lichtbeständig“, „antimikrobiell“ und „wasserabweisend“. Ein filigraner und zugleich schwer entflammbarer Vorhang, Stoffe mit antibakterieller Wirkung, die komplett aus recycelten Polyestergeräten bestehen, oder leichte und fließende Stoffe zur Schalldämmung repräsentierten das enorme Potenzial und die weite funktionelle Bandbreite.

Durch die Interior.Architecture.Hospitality DIRECTORY hatten Besucher*innen einen optimalen Überblick über die zahlreichen internationalen Aussteller mit Lösungen für den Objektbereich und konnten diese gezielt ansteuern.

„Die Heimtextil 2023 war ein voller Erfolg für uns. Vor allem die Qualität der Besucher hat uns überzeugt und wir konnten viele potenzielle Neukunden kennenlernen. Wir bieten eine nachhaltige Produktkollektion bei unseren Outdoor-Stoffen an und freuen uns, diese auf der diesjährigen Heimtextil, auf der Nachhaltigkeit groß geschrieben wird, zu präsentieren“, berichtete Antonio Romera, Area Manager BLISS by Citel aus Spanien.

Zukunftsweisende Themen wie textile Trends im Hoteldesign oder den nachhaltigen Einsatz von qualitativ hochwertigen Materialien diskutierten Expert*innen und Messerteilnehmende in den zahlreichen Formaten des Fachprogramms, u.a. in den beliebten Interior.Architecture.Hospitality TOURS oder LECTURES.

Areal für Fasern & Garne: Heimtextil reagiert auf den wachsenden Markt

Im neuen Areal für Fasern und Garne wurde die Heimtextil der wachsenden Nachfrage nach textilen Materialien für die Vorstufe gerecht. Erstmals fanden Besucher*innen ein globales Angebot an Fasern und Garnen für Deko- und Möbelstoffe kompakt in der Halle 4.0. Ergänzt wurde dies durch Aussteller mit Outdoor-Stoffen sowie Kunstleder.

„Wir freuen uns, unsere Produkte hier ausstellen zu können, da Reliance Industries und die Heimtextil den gemeinsamen Schwerpunkt Nachhaltigkeit und Kreislaufwirtschaft haben. Wir sind überwältigt von der außerordentlichen Resonanz auf die Einführung von HEXaREL – einem mit Graphan verstärkten Faserfüllstoff, der speziell zur Verbesserung der Leistung in großen Höhen entwickelt wurde – auf der Heimtextil. Es war eine wunderbare Erfahrung, unsere Produkte zu präsentieren und Teil der weltweit führenden nachhaltigen Textilunternehmen zu sein. Die Heimtextil ist der perfekte Ort, um die neuesten Trends bei Produkten und Materialien der Textilindustrie zu erleben“, sagt Rakesh Bali, Sr. Vice President - Head Marketing bei Reliance Industries Limited aus Indien.

Up to date beim Thema „Schlaf“

Für den Bettenfachhandel und Einzelhändler*innen wartete die Heimtextil 2023 mit einem erweiterten Rahmenprogramm auf. Neben der etablierten Heimtextil Conference „Sleep & More“ wurden erstmals Sleep Tours angeboten und fanden höchsten Anklang. Schlafcoach und Präventologin Markus Kamps führte interessierte Besucher*innen dabei zu ausgewählten Ausstellern und gab spannende Einblicke in das Thema „Gesunder Schlaf“. So führten die Sleep Tours Besucher*innen unter anderem zu einer nachhaltigen Matratze aus Meeresmüll oder einer CO₂-neutralen Faser, die unter anderem in Bettwaren zum Einsatz kommt.

Auf der Heimtextil Conference „Sleep & More“ referierten Expert*innen aus der Forschung, Industrie oder Design über die Wissenschaft des Schlafs, nachhaltige Trends oder Herausforderungen des Fachhandels.

Aussteller nutzten die hohe Internationalität der Besucher*innen der Heimtextil, um neue Märkte zu erschließen und ihr Exportgeschäft zu stärken.

„Die Heimtextil ist für uns strategisch entscheidend. Hier präsentieren wir die Neuheiten und treffen unsere wichtigen internationalen Kunden, Entscheidungsträger und Interessenten. Wir werden 2024 wieder auf der Heimtextil als Aussteller präsent sein“, so Petra Schweigert, Geschäftsführerin OBB Oberbadische Bettfedernfabrik GmbH aus Deutschland.

„Auf der Heimtextil trafen wir neue internationale Kontakte, die für unser Geschäft essenziell sind. Diese Messe ermöglichte uns auf großartige Weise, was mehrere Jahre pandemiebedingt nicht umzusetzen war. Wir präsentierten uns hier über vier Tage hinweg einem attraktiven, internationalen Publikum – von Nordeuropa bis hin nach Australien“, sagte Çağrı Owayurt, Managing Director, L'appartement / Veritas Tekstil Konfeksiyon Pazarlama Sanayi ve Ticaret A.S aus der Türkei.



Heimtextil Trend Space | Foto: Messe Frankfurt / Pietro Sutera

Heimtextil

Internationale Fachmesse für Wohn- und Objekttextilien

Die nächste Heimtextil findet vom 9. bis 12. Januar 2024 statt.

Presseinformationen und Fotos:

<https://heimtextil.messefrankfurt.com/presse>

Ins Netz gegangen:

www.heimtextil.messefrankfurt.com

www.instagram.com/heimtextil

www.facebook.com/heimtextil

www.twitter.com/heimtextil

www.youtube.com/heimtextil

Newsroom:

Informationen aus der internationalen Textilbranche und zu den weltweiten Textilmessen der Messe Frankfurt
www.texpertise-network.com



Ihr Kontakt:

Ivonne Seifert

Tel.: +49 69 75 75-6157

ivonne.seifert@messefrankfurt.com

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

www.messefrankfurt.com

Hintergrundinformation Messe Frankfurt

Die Unternehmensgruppe Messe Frankfurt gehört zu den weltweit führenden Messe-, Kongress- und Eventveranstaltern mit eigenem Gelände. Rund 2.200 Mitarbeitende im Stammhaus in Frankfurt am Main und in 28 Tochtergesellschaften organisieren Veranstaltungen weltweit. Der Jahresumsatz 2021 betrug rund 154 Millionen Euro und war pandemiebedingt zum zweiten Mal in Folge deutlich geringer, nachdem 2019 noch mit einem Konzernumsatz von 736 Millionen Euro abgeschlossen werden konnte. Die Geschäftsinteressen unserer Kund*innen unterstützen wir effizient im Rahmen unserer Geschäftsfelder „Fairs & Events“, „Locations“ und „Services“. Nachhaltiges Handeln ist eine zentrale Säule in unserer Unternehmensstrategie und definiert sich in einer Balance zwischen ökologischem und ökonomischem Handeln, sozialer Verantwortung und Vielfalt. Eine weitere Stärke der Messe Frankfurt ist ihr leistungsstarkes globales Vertriebsnetz, das engmaschig rund 180 Länder in allen Weltregionen abdeckt. Unser umfassendes Dienstleistungsangebot – onsite und online – gewährleistet Kund*innen weltweit eine gleichbleibend hohe Qualität und Flexibilität bei der Planung, Organisation und Durchführung ihrer Veranstaltung. Mittels digitaler Expertise entwickeln wir neue Geschäftsmodelle. Die Servicepalette reicht 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