



**Messe** Heimtextil

# Halle 8.0 als neuer Treffpunkt der Messe

Kollektionen und Inspirationen en masse gab es in Frankfurt zu entdecken



Der neue Heimtextil Trend Space in der Halle 3.0 lieferte den Besuchern der Messe Inspirationen. Unter dem Titel „Toward Utopia“ gab er eine Vorschau auf die Designentwicklungen der Saison 2019/20. Die Themen Trends, Textildesign und Digitaldruck waren in Frankfurt auf einer gemeinsamen Hallenebene präsent.

**Mit 3.025 Ausstellern aus 65 Ländern und einem leichten Besucherrückgang ist die Heimtextil Frankfurt, die internationale Fachmesse für Wohn- und Objekttextilien, im Januar nach vier Messetagen zu Ende gegangen.**

„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“, sagte Detlef Braun, Geschäftsführer der Messe Frankfurt, kurz nach Ende der Messe.

Dem neunten Jahr in Folge mit Zuwachs bei den Ausstellern – die Messe spricht von einem 15-Jahreshoch – steht ein minimaler Rückgang von 68.584 Besuchern im Jahr 2018 auf nun 67.500 Besuchern gegenüber. Diesen führt die Messeleitung in erster Linie auf erschwerte Anreisebedingungen aufgrund der Unwetter im Alpenraum und auf Flughafenstreiks in

Deutschland zurück. Wer aber lediglich Besucherzahlen früherer Jahre mit heute vergleicht, übersieht, dass sich die Branche verändert hat. Wer vor einigen Jahren wissen wollte, was am Markt angesagt ist, musste die Heimtextil besuchen – ein echtes „Muss“ ist die Messe heute aber für manche nicht mehr, eher ein „Kann“. Dafür finden aktuell zu viele andere Veranstaltungen wie etwa die Wohntage von Südbund (siehe S. 24-25) statt, dafür ist der Außendienst der Unternehmen einfach zu präsent. Viele Raumausstatter, mit denen wir sprachen, sagten sinngemäß: Warum soll ich extra nach Frankfurt fahren, wenn die Firmen mich sowieso im Geschäft besuchen kommen und mir alles zeigen, was wichtig ist?

## Es hat sich 2019 gelohnt

Verändert hat sich auch das Einkaufsverhalten der Endverbraucher: Der Onlinehandel vermeldet weiter steigende Umsatzanteile, und das macht es dem qualifizierten Facheinzelhandel manchmal schwer, sich mit dem sta-

tionären Geschäft zu behaupten. „Der kleinsten betriebliche 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“, sagte Detlef Braun dazu.

Gelohnt hat sich der Besuch der Heimtextil für Fachbesucher auch 2019 wieder auf jeden Fall, denn genau diese Inspirationen und Inszenierungen bot die Messe auch diesmal wieder. Es war zwar eine Heimtextil ohne großen Promiauflauf, für den in den vergangenen Jahren vor allem das Segment Tapete zuständig war. Richtig vermisst haben Fachbesucher die Damen und Herren Berühmtheiten aber wohl eher nicht – und angesichts der ernüchternden Branchenzahlen hätten teure Persönlichkeiten wohl auch nicht so richtig gepasst.

Was abwesende Prominente an Gesprächsstoff nicht liefern konnten, schafften die Aus-



Das Thema Akustik wird in der Branche derzeit auf- und runterdekliniert. Katharina Geilfuß, Geschäftsführerin der Geos-Geilfuß GmbH, zeigte eine neue Akustik Gardinen-Reihe. Rechts: Die Kinder-Kollektion von Jonas Kötz (neben Constance Wingender, links, und Dagmar Thalau, rechts) war bei marburg angesagt.

steller selbst: Allen voran in der neu konzipierten Halle 8.0 ging es gleich von Beginn an ganz gut los. Hier wurde erstmals Editoren und Herstellern von Gardinen- und Sonnenschutzsystemen eine gemeinsame Plattform geboten. Und so ganz ohne Promis war diese Heimtextil ja nun auch wieder nicht: Schauspielerin Anja Kling war auf der Messe, außerdem verstand es am Stand des DecoTeams TV-Moderatorin Enie van de Meiklojjes ihre Gäste zu begeistern.

Überhaupt war das DecoTeam der klare Mittelpunkt der an interessanten Ausstellern nicht armen Halle 8.0. Neben Deco-Show und Kreativ-Workshop waren auffällige doppelstöckige Boxen sowie aufwändig gearbeitete und dabei dennoch praktikable Präsentationen hier echte Zugpferde.

## Konzept kommt an

„Uns hat das neue Konzept zusätzliche Frequenz an den Stand gebracht“, berichtete Andreas Klenk, gesellschaftender Geschäftsführer von Saum & Viebahn, einer der Aussteller in der Halle 8.0. Klenk: „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.“

Ähnlich zufrieden zeigten sich auch Aussteller, die wir im Nachgang zur Messe nach ihren

Eindrücken befragt haben (*siehe dazu auch [Dialog auf S. 20](#)*). Lediglich die Breite der Gänge von drei Metern in der Halle empfanden manche Aussteller als etwas zu schmal. Das sei aber, wie es ein Aussteller ausdrückte, „jammern auf hohem Niveau“.

Was gab es an den Ständen zu sehen? Kinderkollektionen waren auf der Heimtextil 2019 präsent wie lange nicht – sei es beim Sonnenschutz oder besonders auch in der Tapetenhalle. Bei Tapeten ist darüber hinaus an Gold und Silber nicht vorbeizukommen – aber nicht protzig, sondern fein dosiert.

Die Farben? Neben Korallenrot standen Grün, Türkis und Blau im Mittelpunkt. Strukturen und grafische Muster waren weitere Trends, die auf dieser Messe zu sehen waren. Grafische Muster sind derzeit überall zu finden; vom Teppich über Wand- und Fensterdekorationen bis hin zu Möbel- und Dekostoffen, auf dem Tisch, im Bad und im Bett. Im Detail sind das vor allem parallele Linien, Karos, Rauten und Diagonalstreifen, oft auch eingebettet in Inspirationen aus den fünfziger Jahren und in Kombination mit Pastellfarben.

Über alle Textilarten sind haptische Strukturen ein Thema. Viele Produkte erinnern zudem an Handarbeit, sind also ganz bewusst etwas imperfekt gearbeitet. Dazu gehören Baumwoll- und Leinenoptiken mit Fadenverdickung, aufwändige traditionelle Webarten, Cut-outs und Materialmixe, Anleihen aus der

Outdoor- und Funktionsbekleidung sowie Patina-Effekte. Überall und damit auch auf der Heimtextil geht es derzeit um Natürlichkeit (oder zumindest natürliche Anmutung) und um Nachhaltigkeit. Zu finden war das zum Beispiel bei den Möbel- und Dekostoffen, bei Polster- und Kunstleder und bei Teppichböden. Viele Neuheiten drehen sich um Recycling, Upcycling und Cradle to Cradle. Unternehmen wie Trevira setzen dabei auf neue Verfahren und nutzen Meeresmüll wie Fischernetze und PET-Flaschen als Rohstoff für ihre ebenfalls recycelbaren Garne. Den veganen Trend bedient etwa Art & Interior mit einer hochwertigen Seidenqualität, die aus dem Kern der Baumwolle gewonnen wird. Die Firma Froca stellte mit ihrer auf Nanotechnologie basierenden Innovation eine teflonfreie Möbelfstoff-Linie vor, die sich mit purem Wasser reinigen lässt.

## Trend Nachhaltigkeit

Toucan-T zeigte PVC-, Latex- und bitumfreie Lösungen, die pro 10.000 Tonnen Rohmaterial rund 12.600 Tonnen Abfälle und 70.000 Barrel Rohöl einsparen. Auch der wachsende Trend zur Teppich-Fliese birgt gegenüber der Rollenware nicht nur gestalterische Vorteile, denn die kleineren Verpackungseinheiten reduzieren die CO<sub>2</sub>-Werte schon allein durch die besseren Transportmöglichkeiten. Zu finden