

Pressemitteilung

Juli 2021

„Die Heimtextil lebt von den haptischen Erlebnissen“

Edda Simon
Tel. +49 69 75 75-3530
edda.simon@messefrankfurt.com
www.messefrankfurt.com
www.heimtextil.messefrankfurt.com

Eine aktuelle Umfrage unter den Besucher*innen und Aussteller*innen der Heimtextil zeigt deutlich, dass sich die Branche auf eine Präsenzveranstaltung freut. Aber auch digitale Zusatzangebote sind gefragt und werden die Heimtextil 2022 ergänzen.



Olaf Schmidt, Vice President Textiles & Textile Technologies, Messe Frankfurt (Foto: Pietro Sutera, Messe Frankfurt Exhibition)

Vom 11. bis 14. Januar 2022 wird die Heimtextil endlich wieder stattfinden, live in Frankfurt und zum ersten Mal seit Beginn der Pandemie. Was macht Sie so zuversichtlich, dass ein Großteil der bisherigen Besucher*innen und Aussteller*innen dort hinreisen wird?

Olaf Schmidt: „Aktuell haben sich über 1.800 ausstellende Unternehmen aus 64 Ländern für die Heimtextil 2022 registriert. Das ist vor dem Hintergrund der aktuellen, international sehr heterogenen Lage schon beachtlich und vor allem ist es ein tolles Statement für unsere Messe. Aber nicht nur von Seiten der Aussteller*innen gab es viel Zuspruch zur nächsten Live-Veranstaltung in Frankfurt. 93% Prozent der befragten Besucher*innen haben Interesse oder planen fest, zur Heimtextil 2022 zu reisen. Das hat eine aktuelle Umfrage unter den Heimtextil-Besucher*innen ergeben.“

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

Wird die Heimtextil in Zukunft überwiegend online stattfinden müssen?

Olaf Schmidt: „Nein. Die Heimtextil lebt von den haptischen Erlebnissen und dem persönlichen Austausch. Networking, Kontaktaufnahme zu neuen oder bestehenden Geschäftspartner*innen, Informationen über Neuheiten, News aus der Branche - die Besucher*innen der Heimtextil bevorzugen dafür den Messebesuch vor Ort. Das war das klare Ergebnis der aktuellen Besucher*innen-Befragung aus dem Juni 2021.

Unter den Besucher*innen, die voraussichtlich nicht zur Heimtextil kommen können, vor allem weil sie aus dem außereuropäischen Ausland anreisen, würden allerdings etwa die Hälfte gerne digitale Angebote der Heimtextil nutzen. Hierbei sind vor allem Videos on demand für die Zeit nach der Messe gefragt. Rund 30 Prozent der Besucher*innen äußerten daran Interesse.

Unter den ausstellenden Unternehmen interessieren sich gut 40 Prozent dafür, Termine für Live-Chats mit Besuchern zu vereinbaren. Dies wird 2022 über die „Connect“ App der Heimtextil möglich sein. Und auch mit Nextrade ergänzen wir das Messeangebot um eine Möglichkeit, sich digital zu vernetzen. Von daher habe wir ein attraktives digitales Angebot zur physisch stattfindenden Messe.“

Für viele Heimtextil-Gäste ist vor allem das umfangreiche Rahmenprogramm eine Quelle der Inspiration und der Information. Wie wird das in Zukunft umgesetzt? Online oder vor Ort?

Olaf Schmidt: „Wir haben im Rahmen unserer Kundenbefragung ein deutliches Votum für das Rahmenprogramm und damit Content vor Ort erhalten. 44 Prozent der Besucher*innen sprachen sich dafür aus. Für die Heimtextil-Trends würden vor allem außereuropäische Besucher*innen gerne auch digitale Angebote nutzen. Mit unserer digitalen Future Materials Library (<https://heimtextil.messefrankfurt.com/future>) kommen wir auch diesem Wunsch nach. Darüber hinaus werden wir mit Hilfe von Videos on demand sowie Podcast-Messtouren gewährleisten, dass mindestens ein Teil der Messe-Inspiration digital eingefangen und auch nach der Heimtextil noch erlebbar bleibt.“

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

Newsroom:

Informationen aus der internationalen Textilbranche und zu den weltweiten Textilmessen der Messe Frankfurt

www.texpertise-network.com

Heimtextil
Internationale Fachmesse für Wohn- und
Objekttextilien
Frankfurt am Main, 11. bis 14. Januar
2022

Hintergrundinformation Messe Frankfurt

Die Unternehmensgruppe Messe Frankfurt ist die weltweit größte Messe-, Kongress- und Eventveranstalterin mit eigenem Gelände. Zum Konzern gehören rund 2.450 Mitarbeitende im Stammhaus in Frankfurt am Main und in 29 Tochtergesellschaften weltweit. Das Unternehmen hat im Jahr 2020 einen Jahresumsatz von rund 257 Millionen Euro erwirtschaftet, nachdem das Jahr 2019 noch mit einem Jahresumsatz von 736 Millionen Euro abgeschlossen werden konnte. Auch in den schwierigen Zeiten der Corona-Pandemie sind wir mit unseren Branchen international vernetzt. Die Geschäftsinteressen unserer Kund*innen unterstützen wir effizient im Rahmen unserer Geschäftsfelder „Fairs & Events“, „Locations“ und „Services“. Ein wesentliches Alleinstellungsmerkmal der Unternehmensgruppe ist das globale Vertriebsnetz, das engmaschig alle 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. Unsere digitale Expertise bauen wir um neue Geschäftsmodelle aus. 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

Heimtextil
Internationale Fachmesse für Wohn- und
Objekttextilien
Frankfurt am Main, 11. bis 14. Januar
2022