

Presse

Januar 2012

Schlussbericht Fachpresse

Heimtextil

Internationale Fachmesse für Wohn- und Objekttextilien
Frankfurt am Main, 11. bis 14. Januar 2012

Stefan Jakob
Tel. +49 69 75 75-58 22
Fax +49 69 75 75-95 82 2
stefan.jakob@messefrankfurt.com
www.messefrankfurt.com
www.heimtextil.messefrankfurt.com
Dokument4

Ausstellerstatements zur Heimtextil 2012

A.S. Création, Deutschland (Halle 3.1) – Stefan Gauger, Leiter Marketing

„Mein Eindruck von der Messe ist sehr gut. Wir haben am Mittwoch und Donnerstag all unsere Kunden getroffen. Wir brauchen die Heimtextil für unsere Kundenpflege, denn hierher kommen auch unsere internationalen Partner. Die Heimtextil ist die wichtigste Messe weltweit für unser Unternehmen. Deswegen richten wir unser Engagement hier langfristig aus, vielleicht sogar mit einem größeren Stand im nächsten Jahr.“

Beddinghouse, Niederlande (Halle 11.0) – Jan Harmsen, Sales Manager Europa

„Das war die beste Messe aller Zeiten. Ja, wir hatten sehr gute Gespräche. Die Qualität der Besucher war sehr gut – nicht nur aus Europa, sondern auch aus anderen Teilen der Welt. Die Heimtextil ist die einzige Messe, die weltweit richtig funktioniert. Ich hätte nicht gedacht, dass wir hier so viele Aufträge schreiben, vor allem mit Großhändlern.“

Billerbeck Betten-Union, Deutschland (Halle 8.0) – Friedrich Ermert, Geschäftsführer

„Wir hatten hier in Halle 8 eine gute Platzierung und haben eine gute Besucherfrequenz erlebt. Die Kunden, die wir erreichen wollten, haben wir angetroffen. Vor allem aus Asien hatten wir Besucher am Stand und konnten den Export vorantreiben. Unsere Besucher waren von unserer Präsentation und den Produkten begeistert.“

British Velvets, Großbritannien (Halle 4.1) – Keith Prytharch, Geschäftsführer:

„British Velvets hat auf der Heimtextil das zweite Sortiment von Bambus-Samtstoffen auf den Markt gebracht. Dabei steht ganz offensichtlich die Umweltfreundlichkeit im Vordergrund. Das ist

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



messe frankfurt

Schlussbericht Fachpresse

Heimtextil

Frankfurt am Main, 11. bis 14. Januar 2012

meine 25. Messe. Die Heimtextil ist für uns wichtig. 50 Prozent unseres normalen Geschäfts entfallen auf den Export, der sich zu 95 Prozent auf der Heimtextil ergeben hat. Wir suchen langfristige Stammkunden, und die finden wir hier. Das Besucheraufkommen war sehr gut, es gab überall rege Geschäftstätigkeit. Die Besucher kamen aus aller Welt, vor allem Osteuropa war stark vertreten. Meine Kunden, die in England um die Ecke wohnen, kommen zur Heimtextil, um uns zu sehen. Hier trifft sich die Branche.“

El-Amria Spinning & Weaving, Ägypten (Halle 9.0) – Mahassen Hassan Ibrahim, Export General Manager

„Wir sind seit zehn Jahren Aussteller bei der Heimtextil und die Messe ist für uns ein absoluter Pflichttermin. Auch in diesem Jahr sind wir sehr zufrieden. Die Organisation der Messe Frankfurt ist perfekt, keine andere Messegesellschaft bietet einen besseren Service.“

Elitis, Frankreich (Halle 3.1) – Patrice Marraud des Grottes, Geschäftsführer

„Unsere Produkte sind im Luxusbereich angesiedelt, wir zeigen hier ausschließlich neue Produkte. Nur auf der Heimtextil erreichen wir den für uns wichtigen Kundenkreis aus Osteuropa. Deshalb sind wir hier, deshalb kommen wir auf jeden Fall wieder, dann aber mit einem größeren Stand.“

Erfal Erler, Deutschland (Halle 5.1) – Jörg Erler, Geschäftsführer

„Die Qualität der Besucher war aus meiner Sicht sehr gut, denn es kamen sehr wichtige Leute, ganz gleich ob Verbände, Großkunden oder andere Entscheider. Unser Fokus liegt auf dem deutschsprachigen Raum und dafür ist die Heimtextil für uns die wichtigste Plattform. Unser Engagement auf der Heimtextil ist langfristig. Was die Branche angeht, bin ich vorsichtig optimistisch. Im Gegensatz zu vielen anderen profitieren wir von den Umweltveränderungen.“

Schlussbericht Fachpresse

Heimtextil

Frankfurt am Main, 11. bis 14. Januar 2012

Euro Comfort Group (u.a. Badenia, Irisette), Deutschland (Halle 8.0) – Thomas Bußkamp, Geschäftsführer:

„Als langjähriger Aussteller haben wir auf der Heimtextil Bettwaren mit Faserfüllung, mit Naturfasern und Daunen sowie Kopfkissen, Matratzen und Rahmen präsentiert. Die Frequenz und Resonanz am Stand war hervorragend. Wir konnten unseren Exportanteil weiter steigern. Fachhändler waren da, aber auch Vertreter von Discountern und Großhändlern, so dass wir einige Aufträge schreiben konnten. Auch im nächsten Jahr werden wir sicher wieder dabei sein.“

friedola Gebr. Holzapfel, Deutschland (Halle 3.1 & 9.0) – Martin C. Derin, Leiter Vertrieb Technik/Industrie

„Wir sind mit dem Messeverlauf und mit der Besucherfrequenz auf unserem Stand zufrieden. Im Vergleich zum vergangenen Jahr konnten wir sogar mehr Besucher verzeichnen, was uns freut. Wir sind regelmäßig Aussteller auf der Heimtextil, und die Messe ist für uns eine gleichbleibend gute internationale Marketingplattform, die unverzichtbar ist.“

Group Rulinen, Russland (Halle 9.0) – Natalie Chumichyova, Export Manager

„Die diesjährige Heimtextil ist für uns erfolgreicher als die vergangene Messe gelaufen. 40 Prozent unserer Kontakte sind Neukunden. Die Internationalität der Heimtextil ist beeindruckend. Unsere Neukunden kommen hauptsächlich aus Deutschland, Italien, Holland und Spanien. Wir sind zum dritten Mal hier und kommen auf jeden Fall wieder.“

Heco Textilverlag, Deutschland (Halle 3.0) – Burkhard Koop, Geschäftsführer

„Die diesjährige Heimtextil steht im Zeichen der Qualität statt Quantität. Wir haben weniger deutsche Kunden gehabt, aber die Kunden die kamen, waren sehr gut. Insgesamt kann ich sagen, dass



Schlussbericht Fachpresse

Heimtextil

Frankfurt am Main, 11. bis 14. Januar 2012

wir in unseren 13 Jahren auf der Heimtextil die bisher beste Messe hatten.“

Ladelle, Australien (Halle 9.0) – Andrew Wilson, General Manager Sales & Marketing

„Wir sind sehr zufrieden mit der diesjährigen Veranstaltung. Die Besucherresonanz war größer als im vergangenen Jahr, und wir konnten viele neue interessante Kontakte knüpfen. Die Qualität der Kunden hat uns sehr erfreut, und wir konnten bereits unsere Auftragsbücher füllen. Wir sind aber auch auf das Nachmessegeschäft gespannt. Deutschland ist für uns ein sehr wichtiger Markt. Wir sind zum zweiten Mal auf der Heimtextil und haben in diesem Jahr auch einen Showroom in Deutschland eröffnet. Neben vielen deutschsprachigen Besuchern, haben wir aber auch viele Einkäufer aus den USA und Europa getroffen.“

Linen House, Australien (Halle 11.0) – Vanessa McCormick, Product Manager

„Wir hatten eine gute Frequenz am Stand und gute Gelegenheiten, neue Geschäftspartner zu finden. Es gab Anfragen aus Osteuropa, Russland und Polen, aber auch aus Korea und anderen asiatischen Ländern – ein guter Mix aus Händlern, Vertrieblern und sogar ein Vertreter eines Home-Shopping-Kanals. Und ich glaube, wir haben einen Vertriebspartner für Deutschland gefunden. Insgesamt waren es gute und geschäftige Tage. Ja, es war erfolgreich.“

Pavilion Textiles, Großbritannien (Halle 4.1) – Matthew Crew, Brand-Designer und Marketing-Manager:

„Dem internationalen Publikum haben wir auf der Heimtextil „Vanilla“, unsere neue Dekostoff-Marke für schwerere Vorhangstoffe, vorgestellt. Wir sind sehr, sehr zufrieden. Wir können jetzt mit dieser Produktkombination in den weltweiten Vertrieb einsteigen. Auf der Heimtextil haben wir in den beiden ersten Tagen neue Märkte in 45 Ländern erreicht.“

Schlussbericht Fachpresse

Heimtextil

Frankfurt am Main, 11. bis 14. Januar 2012

Peppa Grace (New@More), Deutschland (Halle 11.1) – Steffanie Plikat, Designerin und Geschäftsführerin

„Der Stand war gut platziert, hier in der schönen Halle 11 und dem tollen Umfeld. Mit der Besucherqualität am Stand war ich sehr zufrieden. Es gab ein gutes Orderverhalten und ich konnte einige Aufträge schreiben. Die Unterstützung seitens der Messe für uns als Start-Up-Unternehmen war wirklich gut. Der Stand war hier in der Halle 11 voll integriert und New@More hat sich als gelungenes Konzept erwiesen.“

Sander, Deutschland (Halle 11.0) – Bert Sander, Geschäftsführer:

„Wir hatten deutliche Zuwächse in der durchschnittlichen Auftragshöhe und damit ein zweistelliges Plus erreicht. Dies ist unter anderem der hohen Qualität der Besucher geschuldet. Vor allem mit dem deutschsprachigen Fachhandel haben wir sehr gute Gespräche geführt. Die Organisation der Messe, der Aufbau und der Ablauf hat hervorragend funktioniert.“

Sarev, Türkei (Halle 11.0) – Erdal Deniz, General Manager:

„Sarar, eine der weltweit größten Marken für Herrenmode, hat mit Sarev, dem Label für Wohntextilien, 2012 auf der Heimtextil ihre Premiere erlebt.

Wir waren im Vorfeld sehr gespannt. Unsere Präsentation ist super gelaufen: Wir hatten von überall Besucher am Stand – aus Europa, aber auch aus Brasilien und Chile, den USA und Kanada, aus Australien und Afrika. Es lief alles super. Wir hatten eine große Nachfrage nach den Produkten unserer Designerin Göksen Gökgezer und haben ein tolles Feedback auf unsere sechs verschiedenen Designs erhalten, in denen sich unterschiedliche Lebensstile wiederfinden. Ganz sicher werden wir nächstes Jahr wieder da sein – dann mit noch größeren Erwartungen.“

Vorwerk Teppichwerke, Deutschland (Halle 3.0) – Stefan Peetz, Produktmanagement:



messe frankfurt

Schlussbericht Fachpresse

Heimtextil

Frankfurt am Main, 11. bis 14. Januar 2012

„Wir waren positiv vom Ansturm überrascht, genauso wie die Kunden von unserer Rückkehr auf die Heimtextil positiv überrascht waren. Wir sind vom ersten Tag an voll beschäftigt gewesen und hatten bis zuletzt zu tun. Hier ist genau unsere Zielgruppe der Raumausstatter, die wir auf der Heimtextil erwartet haben. Von der Resonanz waren wir begeistert. Wir haben auch einige Neukontakte getätigt – sowohl national als auch international. Wir kommen höchstwahrscheinlich wieder.“

Welter Manufaktur für Wandunikate, Deutschland (Halle 3.1) – Ulich Welter, Inhaber

„Ich war mit der Heimtextil sehr zufrieden. Wir hatten gute Kontakte, haben die Leute getroffen, die wir wollten, konnten unsere Produkte gut präsentieren und konnten schließlich einige davon überzeugen, mit uns zu arbeiten. Hier kann man innerhalb von vier Tagen seine wichtigsten Kunden treffen. Unsere Produkte sind im Luxussegment angesiedelt, deshalb ist die Heimtextil für uns die richtige Plattform. Positiv überrascht hat mich, dass ich in diesem Jahr mehr deutsche Kunden getroffen habe. Insgesamt sind wir seit 16 Jahren Aussteller und werden auch nächstes Jahr wieder kommen. Denn: Ich halte die Heimtextil nach wie vor für die wichtigste Messe für Wandbekleidung weltweit. Das sieht man an den internationalen Kunden, das sieht man an den Entscheidern. Und ich denke, mit dieser Meinung stehe ich nicht allein da.“