

INTERVIEW ZUR DOMOTEX 2020



- Sonia Wedell-Castellano, Global Director DOMOTEX, gibt Antworten auf die wichtigsten Fragen rund um die DOMOTEX 2020
- "Wir sind die Welleitmesse: Auf der DOMOTEX präsentiert sich das breite Spektrum der internationalen Bodenbelagsbranche".



Als Global Director der DOMOTEX haben Sie vor gut einem Jahr die Verantwortung für die DOMOTEX übernommen. Was konnten Sie bislang bewegen?

Wir setzen die Wünsche unserer Aussteller und Besucher kurzfristig um. Daher haben wir beispielsweise eine Veränderung in der Hallenbelegung vorgenommen: Bisher waren Premiumanbieter in unmittelbarer Nähe der Sonderfläche Framing Trends zu finden. Sie werden nun wieder in ihrem angestammten Marktumfeld in den jeweiligen Hallen platziert sein. Für Besucher bedeutet das weniger Laufwege und eine klarere Struktur. Unsere Besucherzielgruppen sprechen wir zudem noch differenzierter und vor allem zielgerichteter an als bisher. Auch das Konzept unserer klassischen Preview-Pressekonferenzen haben wir überdacht: Wir touren durch wichtige Medienstädte, besuchen Redaktionen und veranstalten gesellige Dinner, zu denen wir neben der Presse auch Aussteller und Partner einladen – ein Netzwerkevent mit Ausblick auf 2020.



Die DOMOTEX 2020 verzeichnet bereits eine Flächenbelegung von knapp 97.000 qm. Auf welche Aussteller dürfen sich die Besucher schon jetzt besonders freuen?

Mit rund 1.500 erwarteten Ausstellern ist die Teilnehmerliste jetzt schon lang – deshalb nenne ich nur eine Auswahl: Rug Star by Jürgen Dahlmanns, Naziri, Creative Matters, Galleria Battilossi, Rica Basagoiti werden bei den Handgefertigten Teppichen zu finden sein. Im Bereich der Webteppiche freuen wir uns u.a. auf Oriental Weavers, Carmel Carpet, Royal Hali, Prado Egypt, Stefany und Reinkemeier. US Floors, Windmüller, Moderna (MeisterWerke) und IVC stellen bei den Elastischen Bodenbelägen aus, und ter Hürne, Decospan, BIMBO, SWISS KRONO oder Forestry Timber präsentieren Parkett-, Holz- und Laminatfußböden. Bei den Herstellern der Verlegetechnik sind unter anderen Mapei, Selit, Välinge, Unifloor, Uzin Utz sowie Küberit wieder dabei.

Wie verteilt sich die Gewichtung der deutschen und internationalen Aussteller?

Die DOMOTEX ist von allen Veranstaltungen der Deutschen Messe mit Abstand die internationalste. Das trifft sowohl auf die Aussteller als auch auf die Besucher zu. Flächenmäßig belegen die deutschen Aussteller rund 12%. Der internationale Anteil liegt also bei 88%. Für den globalen Marktplatz der Bodenbeläge und Teppiche kann sich das durchaus sehen lassen. Unser Anspruch ist jedoch, den deutschen und europäischen Ausstellerbereich in Zukunft noch stärker auf der DOMOTEX vertreten zu sehen.

Die neue Hallenbelegung hat zur Folge, dass die Halle 8 nun erstmals ganz allein der Sonderfläche Framing Trends gewidmet ist. Was erwartet die Besucher? Was ist neu?

Die Halle 8 wird zur emotionalen Eventhalle: Besucher werden von einem großen textilen Horizont empfangen, auf den atmosphärische Bilder projiziert werden. Mit dem neuen Leitthema ATMYSPPHERE beantworten wir dieses Mal die Frage, wie Böden das Wohlbefinden verbessern können. In unseren Frames zeigen wir, wie sein Aussehen zur Atmosphäre beiträgt, seine Beschaffenheit Geräusche dämpft oder seine ökologische Herstellung ein gesünderes Raumklima schafft. Diese und viele weitere Eigenschaften werden Hersteller, Künstler, Hochschulen sowie erstmals auch Start-ups aufgreifen, um mit kreativer Herangehensweise wohltuende, persönliche Erlebniswelten zu schaffen.

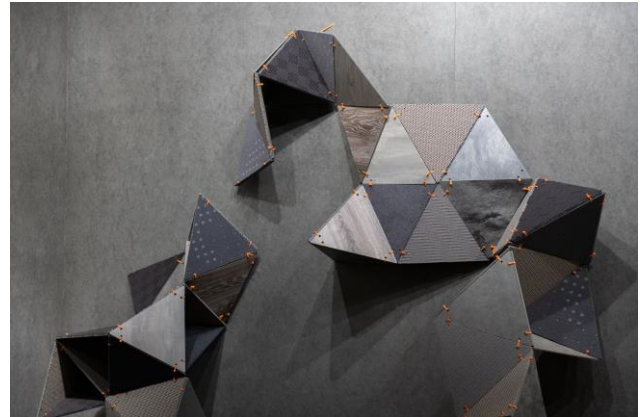
Unsere Partner-Agentur Schmidhuber zeigt zudem vier Pavillons, die möblierte Themenräume bilden, um das Leitthema noch greifbarer darzustellen: „Hotel – Sustainable“ veranschaulicht die

Wirkung von Materialien und Möbeln bis hin zum Akustikpaneel in einem Hotelzimmer. „Wellness – Green Living“ betont gesundheitsfördernde und umweltfreundliche Aspekte, „Conference – More than Floor“ hat das Thema Akustiklösungen bis hin zu gepolsterten Sitzlandschaften im Fokus und „Health – Wellbeing“ zeigt einen Yoga-Raum zur Entspannung. Im Bereich zwischen diesen Schwerpunkten werden die Vorzüge von Outdoorböden sowie der fließende Übergang von innen



nach außen dargestellt. Ziel ist es, Designern, Architekten aber auch dem Handel, neben Inspiration zugleich auch konkrete Anwendungsfelder aufzuzeigen.

Fachbesucher aus den Tätigkeitsbereichen Handel, Handwerk und Architektur gehören zu den wichtigen Besucherzielgruppen der DOMOTEX. Sie alle haben verschiedene Bedürfnisse und Anforderungen an die Messe. Was bietet ihnen die DOMOTEX neben spannenden Ausstellern?



Es ist für jeden etwas dabei. Für Top-Einkäufer aus dem Handel werden wir ein spezielles Paket anbieten, das verschiedene Services inkludiert, um den Messeaufenthalt so angenehm wie möglich zu gestalten.

Handwerker dürfen sich auf den moderner gestalteten „Treffpunkt Handwerk“ freuen: Die Inhalte im Forum handeln von der Herausforderung der Digitalisierung im Handwerk über Personal- und Nachwuchs-Themen bis hin zu aktuellen Produktrends und neuesten Anwendungstechniken. Darüber hinaus treffen Handwerker hier ihre Verbände an, wie z.B. den Bundesverband für Parkett und Fußbodentechnik. Auf den angedockten Aktionsflächen geben unsere Aussteller wieder praktische Tipps zum Vorbereiten und Verlegen von Holzböden.

Für Architekten und Designer bietet sich die Halle 8 mit ihrer Sonderausstellung an. An allen vier Messetagen finden hier zudem abwechslungsreiche Impulsvorträge von namhaften Architekten mit anschließenden Diskussionen statt. Und auch Aussteller dürfen diesmal auf der Bühne mitdiskutieren. Im Fokus stehen aktuelle gesellschaftliche Veränderungen und ihre Bedeutung für die Architektur, insbesondere den Boden. Konkret wird über aktuelle Themen wie Building Information Modeling (BIM) gesprochen oder über gesundes Wohnen und Arbeiten. Täglich werden außerdem von AIT-Dialog Tours durchgeführt – begleitete Rundgänge, bei denen international renommierte Architekten und Innenarchitekten ihre persönlichen Highlights der DOMOTEX zeigen.

Aussteller, die neue Angebote im Bereich Digitalisierung zeigen, sind für alle drei Zielgruppen gleichermaßen interessant. Für Händler sind es die digitalen Vermarktungstools, für Architekten Building Information Modeling und für Handwerker beispielsweise die Einführung einer modernen Auftragsdatenbank.



Was sind Ihrer Meinung nach die Top-USP der DOMOTEX?

Wir sind weltweit die einzige Business-Plattform für Böden und Teppiche: Auf der DOMOTEX präsentiert sich das breite Spektrum der internationalen Bodenbelagsbranche. Hier verschafft man sich den Überblick über die Trends und Entwicklungen im internationalen Markt und bleibt am Puls der Zeit. Hersteller und Einkäufer sowie Partner, Architekten und Designer aus aller Welt vernetzen sich auf der DOMOTEX. Es entstehen neue Geschäftsbeziehungen und Kooperati-

onsmöglichkeiten, über die man vorher nie nachgedacht hätte. Mit knapp 90 Prozent Entscheideranteil ist die Qualität der Besucher außerdem extrem hoch.

Quelle: Deutsche Messe AG