

DOMOTEX 2020

NACHHALTIGKEIT, INTERNATIONALITÄT, BESUCHERQUALITÄT PRÄGEN DIESJÄHRIGE AUSGABE

DOMOTEX

Die weltweit führende Messe für Teppiche und Bodenbeläge DOMOTEX behauptet sich auch 2020 als größte und bedeutendste Handels-, Innovations- und Trendplattform der Branche: Rund 35.000 Besucher, davon 70 % aus dem Ausland, besuchten an vier Messetagen über 1.400 Aussteller aus mehr als 60 Nationen, um sich über die neuesten Trends, Produkte und Lösungen zu informieren. Mit dem Leitthema ATMYSPPHERE wurden alle Eigenschaften des Bodens inszeniert, die auf Nachhaltigkeit, Natürlichkeit und Wohlbefinden einzahlen. Dies spiegelte sich auch im Produktangebot der Aussteller wider.



„Die DOMOTEX ist und bleibt die internationalste Messe in unserem Portfolio. Wir freuen uns, dass Besucher aus allen Teilen der Welt nach Hannover kommen und im Schnitt 2,3 Tage bleiben. Davon 60 % aus Europa, 25 % aus Asien, 10 % aus Amerika und alle anderen aus Afrika und Australien“, so Dr. Andreas Gruchow, Mitglied des Vorstandes der Deutschen Messe AG.

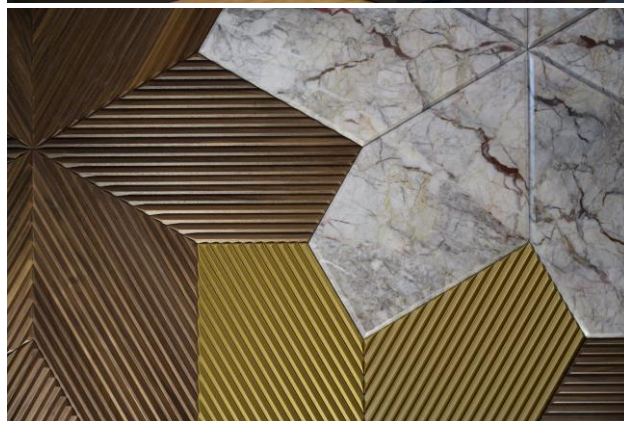
Sonia Wedell-Castellano, Global Director DOMOTEX, zeigte sich beeindruckt von der positiven Resonanz: „Die Besucherzahlen spiegeln die aktuelle Marktkonzentration wider. Die nochmals gestiegene Besucherqualität auf der Messe ist wichtig für Impulse im Geschäftsjahr 2020. Der Entscheideranteil liegt bei 90 %, davon fungiert jeder zweite als Mitglied der Geschäfts-, Unternehmens- oder Betriebsleitung“.

Jeder zweite Besucher nutzt die DOMOTEX zur Anbahnung neuer Geschäftskontakte

Laut Umfrage unter den diesjährigen Besuchern nutzten knapp die Hälfte aller Besucher (44 %) die Messe, um neue Kontakte zu generieren. Über viel Laufkundschaft und zahlreiche Neukunden freute sich Fred T. Keller, Marketingdirektor, Theo Keller GmbH, Bochum. Als Hauptgrund dafür nannte er die stetige Weiterentwicklung der Messe, die durch die neue Hallenaufteilung in 2020 einen großen Schritt nach vorne gemacht hat. „Wir haben durch das neue Konzept viel mehr spontane Kundenkontakte und sind wahnsinnig zufrieden. Für uns ist und bleibt die DOMOTEX die wichtigste Messe.“

Als „Pflichttermin“ bezeichnete auch Messebesucher Mirco Schäpe, Produktmanager LVT der JAB Teppiche Heinz Anstoetz KG, Herford-Elverdissen, die DOMOTEX. Er komme jedes Jahr für mehrere Tage, um seine bestehenden und auch potenzielle Lieferanten zu treffen „und um zu sehen, welche Trends sich abzeichnen.“

Auch Michael Massmann, National Sales Manager & Vice President bei Textile Trading Group, Winter Park, USA, nutzt die DOMOTEX vor allem zur Anbahnung neuer Geschäftskontakte: „Natürlich wollen wir auch neue, vor allem langlebige Kundenbeziehungen aufbauen und bestehende Kontakte zu Kunden und Lieferanten auffrischen und beleben. Seit der Gründung unseres Unternehmens vor drei Jahren kommen wir immer zur DOMOTEX und werden dies so auch fortführen.“



ATMYPHERE zieht sich wie ein roter Faden durch die Messehallen

Positive Resonanz erhielt auch das Leitthema aus Sicht der Aussteller. Es passe sehr gut zu den Themen der Firma Reinkemeier Rietberg aus Rietberg, betont Geschäftsführer Bernhard Reinkemeier. „Wir begrüßen das als sehr schöne flankierende Maßnahmen der DOMOTEX, die uns bei der Erreichung unserer Ziele unterstützen.“

„Mit unserem diesjährigen Leitthema haben wir absolut den Nerv der Zeit getroffen. Die Aktualität und Bedeutung zeigten sich durchgehend in allen Hallen. Wir befinden uns bereits in der konkreten Planung, wie wir das Thema Nachhaltigkeit auf der DOMOTEX 2021 ausbauen und umsetzen werden“, kündigte Sonia Wedell-Castellano an. „Ich freue mich außerdem darauf, den Handel und das Handwerk weiterhin zu stärken – gemeinsam mit und für die Industrie!“

Quelle: Schlussbericht Domotex der Deutsche Messe AG