

Presse

Juni 2012

Heimtextil
Internationale Fachmesse für Wohn- und Objekttextilien
Frankfurt am Main, 9. bis 12. Januar 2013

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
htx1303_heimtextil_pressemitteilung_management_report_de

Heimtextil Management Report: „Individualisierung und die neuen Märkte der Identität“

Zukunftsinstitut beschreibt fünf „Schlüsselrends auf den Märkten der Identität“

Studie gibt Orientierung für Produktions-, Kommunikations- und Vertriebsstrategien von Wohntextilien

Wir sind global, mobil, vernetzt, qualitätsbewusst und wertorientiert. Unserer Individualität können wir in vollem Umfang Ausdruck verleihen – auch in der Art, wie wir konsumieren. Aber in welche Richtung werden wir uns verändern? Welchen Lebensstil werden wir künftig wählen? Die Heimtextil (9. bis 12. Januar 2013) hat sich dieser Fragestellung angenommen und mit dem renommierten Zukunftsinstitut fünf Bedarfsszenarien des Lebens, Wohnens, Arbeitens, Kaufens und Konsumierens unter die Lupe genommen.

„Individualisierung und die neuen Märkte der Identität“ lautet der Titel des Heimtextil Management Reports. Die Ergebnisse der Arbeit erlauben einen Blick auf mögliche Entwicklungen der Gesellschaft. „Ziel der Studie war es, künftige Szenarien der Lebens- und Arbeitsumfelder zu entdecken und Trends anzudeuten, die für Produktions-, Kommunikations- und Vertriebsstrategien von Wohntextilien eine Hilfestellung geben können“, erklärt Olaf Schmidt, Vice-President Textiles & Textile Technologies der Messe Frankfurt. Auf Basis einer inhaltlichen Trendforschung und einer ergänzenden Online-Umfrage unter deutschen Endverbrauchern hat der Management Report beispielsweise gezeigt, dass sich die Einstellungen zum Thema Gesundheit und Wohlbefinden ändert: Die Tendenz geht vom Lifestyle zum Healthstyle. In der Konsequenz beeinflussen diese Einstellungen die Konsumkultur und sorgen für eine gesteigerte Aufpreisbereitschaft bei hochwertigen beziehungsweise nachhaltig produzierten Gütern.

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

Seite 2

Heimtextil

Frankfurt am Main, 9. bis 12. Januar 2013

Letztlich hat die Studie fünf „Schlüsselrends auf den Märkten der Identität“ identifiziert. Sie lassen sich wie folgt skizzieren:

Third Place Living: Die Homebase der Zukunft ist überall

Dritte Orte sind all jene, die zwischen dem Heim und dem Arbeitsplatz liegen; Orte, die in einer mobilen Gesellschaft, in der man dank technischer Hilfsmittel von überall aus alles machen kann, stark an Bedeutung gewinnen. Diese Raumkonzeptionen von Architekten, Objekt- und Raumplanern oder Inneneinrichtern werden mit neuen Anforderungen durch ihre Benutzer konfrontiert.

Soft Health Identity: Die Wohnung als Arznei

Der Blick auf das Thema Gesundheit unterliegt in einer schnell alternden Gesellschaft einem fundamentalen Wandel: Für den Einzelnen geht es nicht mehr primär darum, Krankheiten zu heilen, sondern sie gar nicht erst entstehen zu lassen. Aus einer nachsorgenden Medizin wird so eine selbstwirksame Lebenshaltung. Die Frage, wie gesund wir wohnen, wird so zum Teil eines größeren Gesamtbildes für jeden einzelnen Konsumenten, die Industrie, den Handel und das Design.

Living Sustainability: Bewusstsein und Verantwortung

Das Bewusstsein für den Gesamtzusammenhang des Ökosystems Erde ist längst in der Mitte der Gesellschaft angekommen. Nachhaltigkeit wird Teil der stilistischen Identitätsbildung. In den kommenden Jahren wird es darum gehen, realisierbare Konzepte zu finden, in denen es Menschen, aber auch Unternehmen möglich wird, Verbesserung durch Reduktion zu finden, ohne Funktionen zu beeinträchtigen.

Branded Workstyles: Die Arbeitswelt von Morgen

Arbeiten bedeutet in Zukunft vor allem anspruchsvolle, wissensbasierte und schwer zu standardisierende Tätigkeiten auszuführen. Wir verabschieden uns vom industriell geprägten Bild des Arbeitsplatzes: Statt „Schreibtisch und Computer“ bedeutet

Seite 3

Heimtextil

Frankfurt am Main, 9. bis 12. Januar 2013

Arbeitsplatz künftig „Raum und Kommunikation“. Aus einem fest gefügten Rahmen wird ein fließender Prozess divergierender Raumkonzeptionen.

Curated Anything: Der Ausweg aus der Überforderung

Ein individualisiertes Wirtschaftssystem verspricht jedem Einzelnen sein persönliches Unikat. Der Weg dorthin ist für die Konsumenten jedoch mit Überforderung gepflastert. Zukünftig wird es für den Handel entscheidend sein, die richtige Vorselektion so effizient und treffsicher wie möglich zu gestalten, um die stilistisch zur Peergroup passende Auswahl anbieten zu können.

Hier können Sie den Management Report einsehen:

http://www.heimtextilinfo.com/120404_Managementreport_HTX_Trendstudie_DE

Informationen und Bildmaterial zur Heimtextil:

www.heimtextil.messefrankfurt.com

Aktuelles zur Heimtextil und ihrer Branche:

www.heimtextil-blog.com

www.facebook.com/heimtextil

www.twitter.com/heimtextil_fair

Informationen zu den weltweiten Textilmessen der Messe Frankfurt:

www.texpertise-network.com

Hintergrundinformation Messe Frankfurt

Die Messe Frankfurt ist mit rund 457* Millionen Euro Umsatz und weltweit 1.769* Mitarbeitern das größte deutsche Messeunternehmen. Der Konzern besitzt ein globales Netz aus 28 Tochtergesellschaften, fünf Niederlassungen und 52 internationalen Vertriebspartnern. Damit ist die Messe Frankfurt in mehr als 150 Ländern für ihre Kunden präsent. An über 30 Standorten in der Welt finden Veranstaltungen "made by Messe



Seite 4

Heimtextil

Frankfurt am Main, 9. bis 12. Januar 2013

Frankfurt" statt. Im Jahr 2011 organisierte die Messe Frankfurt 101 Messen, davon mehr als die Hälfte im Ausland.

Auf den 578.000 Quadratmetern Grundfläche der Messe Frankfurt stehen derzeit zehn Hallen und ein angeschlossenes Kongresszentrum. Das Unternehmen befindet sich in öffentlicher Hand, Anteilseigner sind die Stadt Frankfurt mit 60 Prozent und das Land Hessen mit 40 Prozent.

Weitere Informationen: www.messefrankfurt.com

* Vorläufige Zahlen (2011).