

# Wenn die **ganze Welt** zu **Boden** blickt...

Deutsche Messe AG richtet seit 18 Jahren die Leitmesse für Bodenbeläge aus

Januar und Bodenbeläge – zwei Worte, die in unserer Branche nur eine Assoziation zulassen. Richtig, die Domotex. Die internationale Leitmesse der gesamten Bodenbelagsbranche in Hannover gibt es seit beinahe zwanzig Jahren. Und sie wächst weiter.

Rückblick: Wir befinden uns Ende der achtziger Jahre. In Frankfurt auf der Heimtextil ist kein Platz mehr für die Anbieter von Orientteppichen. Es gibt eine Warteliste – und kaum Chancen auf eine Messeteilnahme. Was tun? Der Ruf nach einer eigenständigen Messe wird laut, man kommt mit der Deutschen Messe AG in Hannover ins Gespräch – und wird sich einig. 1989 ist es dann soweit: Die „Internationale Fachmesse für Teppiche und Teppichböden“, so lautete der Titel damals, öffnet im Januar zum ersten Mal ihre Tore. Und die Pre-



Heute: Die Domotex ist die Leitmesse für die Bodenbelagsbranche. 44.000 Fachbesucher kommen jährlich.



**Stephan Ph. Kühne**

Mitglied des Vorstandes

»Sobald wir im Markt neue Chancen erkennen, agieren wir.«

## Domotex

- Gegründet:** 1989 als „Internationale Fachmesse für Teppiche und Teppichböden“
- Veranstalter:** Deutsche Messe AG, Hannover
- Aussteller:** 1.400 (erwartet für 2008)
- Fachbesucher:** 44.000 (erwartet für 2008)
- Standort:** Messehallen Hannover
- Charakter:** Internationale Leitmesse für die gesamte Bodenbelagsbranche
- Spektrum:** Teppiche, textile und elastische Bodenbeläge, Parkett, Laminat, Naturstein, Anwendungs- und Verlegetechnik
- Termin:** jeweils im Januar

Weitere Infos: [www.domotex.de](http://www.domotex.de)

miere erweist sich bereits als Volltreffer, wie Stephan Ph. Kühne, Mitglied des Vorstandes der Deutschen Messe AG, Hannover, weiß: „Der Erfolg hat uns gleich bei der ersten Veranstaltung Recht gegeben. 531 Hersteller industriell gefertigter Bodenbeläge sowie handgewebter und -geknüpfter Teppiche kamen nach Hannover. Für die Teppich- und Bodenbelagsbranche war dies ein Schritt in die Eigenständigkeit mit viel unternehmerischem Mut und Selbstvertrauen.“ Aktuelle Kollektionen, neue Materialien, modernes Design, Trends und Traditionen werden damals zum ersten Mal in ihrer ganzen Palette präsentiert. 15.000 Fachbesucher kommen nach Hannover – „und das übertraf deutlich all unsere Erwartungen“, so Kühne.

Nach ihrer Premiere im Jahr 1989 avanciert die Domotex schnell zu einem jährlichen

Pflichttermin der internationalen Teppich- und Bodenbelagsbranche. Bereits 1991, sicher auch bedingt durch eine florierende Bauwirtschaft in Deutschland nach der Wiedervereinigung und einen großen Nachholbedarf in den neuen Bundesländern, übertrifft die Zahl der ausländischen Aussteller bereits die gesamte Ausstellerzahl des Jahres 1989. Die Zahl der Aussteller steigt auf fast 1.000, die der Besucher auf 25.000. Hersteller aus aller Welt reisen nach Hannover und begrüßen in den Hallen wichtige Einkäufer aus dem Fachgroß- und Facheinzelhandel.

Heute kommen mehr als 44.000 Fachbesucher aus mehr als achtzig Ländern nach Hannover. Besonderes Kennzeichen der Domotex war und ist ihre herausragende Internationalität: Mit rund achtzig Prozent Auslandsbeteiligung ist sie eine der internationalsten Messen



1989 fand die erste Messe in Hannover statt – damals standen die Orientteppiche klar im Mittelpunkt. Insgesamt waren 531 Hersteller mit von der Partie.



Ist als Veranstalter ganz eng an der Branche und will „das Gras wachsen hören“: Stephan Ph. Kühne, Mitglied des Vorstandes der Deutschen Messe AG.

der Welt. Spitzenreiter unter den ausländischen Ausstellern ist Belgien, gefolgt von der Türkei, den Niederlanden, Indien, China und Italien. Rund sechzig Prozent der Fachbesucher kommen aus dem Ausland.

Wie sehr sich die Domotex in der Branche verwurzelt hat, belegen die Zahlen: So hat

gerückt. Die so genannte contractworld auf der Domotex ist eine Verknüpfung von Ausstellung, Kongress und Architekturpreis: Der „contractworld.congress“ ist inzwischen der größte jährliche Architekturkongress in Europa. Der mit 50.000 Euro dotierte „contractworld.award“ gilt als der bedeutendste euro-

die Branche“, so Kühne. Um all dies sicherzustellen, arbeitet über das ganze Jahr ein Kern-Team von rund acht Mitarbeitern der Deutschen Messe nur für die Domotex, um Konzepte zu entwickeln, Trends aufzuspüren und natürlich Aussteller zu akquirieren. An den vier Veranstaltungstagen selbst, beim

## »Die Domotex ist nicht nur Spiegelbild, sondern wichtiger Impulsgeber.«

sich die Zahl der Aussteller und Besucher seit der ersten Messe nahezu verdreifacht. Hersteller, Großhändler, Designer und Verbände zeigen heute eine enorme Bandbreite – von Teppichen, textilen und elastischen Bodenbelägen über Parkett und Laminat bis hin zu Produkten für Anwendungs- und Verlegetechniken. Seit 2004 sind auch Aussteller von Naturstein und keramischen Fliesen mit von der Partie – „ein weiterer Beleg für die Domotex als Trendbarometer“, so Kühne.

Auch die Zielgruppe der Architekten und Innenarchitekten ist im Laufe der Jahre für die Deutsche Messe immer mehr in den Fokus

päische Architekturpreis für Innenraumgestaltung. Dass dabei auch das Handwerk nicht vergessen wird, zeigen Sonderveranstaltungen wie die „Aktion sicheres Handwerk“, das „Forum Handwerk“, der „Europäischen Team-Verlegewettbewerb“ oder auch der „Europäischen Berufswettbewerb im Raumausstatter-Handwerk“.

Was ist das Erfolgsgeheimnis der Domotex? „Messen sind in einer ständigen Entwicklung, denn sie spiegeln den Markt wider. Sobald wir im Markt neue Chancen erkennen, agieren wir, denn die Domotex ist nicht nur Spiegelbild, sondern auch wichtiger Impulsgeber für

Auf- und beim Abbau, sind Hunderte von Helfern im Einsatz, die sich um Technik, Besucherbefragung, Gastronomie, Presse und und kümmern. Man muss sich vorstellen: Allein 42 Restaurants müssen in diesen Tagen bewirtschaftet werden!

Dass nicht nur 2008, sondern auch in den kommenden Jahren die Erfolgsgeschichte der Domotex weiter fortgeschrieben wird, dafür wird in Hannover alles getan. Und Kühne ist sich sicher: „Das werden wir erreichen, indem wir als Veranstalter ganz eng an der Branche bleiben und dort buchstäblich ‘das Gras wachsen hören’.“ ■

BIRGIT GEIGER