

Riesenerfolg für TV-Messe auf neuem Messegelände

7.322 Fachleute informierten sich in Stuttgart über Textildекoration und Promotion

Die TV, internationale Fachmesse für Textilveredlung & Promotion, hat den Umzug auf das neue Stuttgarter Messegelände direkt am Flughafen mit Bravour bewältigt. Die zentrale europäische Plattform für die Dekoration und Veredlung von Textilien sowie für textile Promotion, die bereits zum fünften Mal stattfand, unterstrich mit einem Ausstellerplus von zwanzig Prozent auf nunmehr 150 Firmen und einem Besucherzuwachs von 19 Prozent auf 7.322 vom 25. bis 27. Januar 2008 erneut ihre Bedeutung für alle Fachleute aus den Bereichen Textildruck, Stickerei, Flock, Transferdruck und textile Promotion.

Der Trend, dass immer mehr Besucher für die TV eine weite Anreise auf sich nehmen, hat sich in diesem Jahr erneut fortgesetzt. Die meisten inländischen Besucher (44 Prozent) fuhren aus einer Entfernung von mehr als 300 Kilometern an, lediglich 15 Prozent kamen aus dem Nahbereich bis 50 Kilometer. Ausländische Besucher reisten aus 41 Ländern nach Stuttgart – die meisten davon aus Europa, doch gab es auch Besucher aus Hongkong, Japan, Korea, Indien und den USA. Bei den Europäern lagen die Besucher aus den Nachbarländern Schweiz (38 Prozent der ausländischen Besucher) und Österreich (27 Prozent) ganz vorne. Insgesamt kamen 14 Prozent der Besucher aus dem Ausland. Damit ist die Bedeutung der TV auf nationaler und internationaler Ebene weiter gefestigt worden, was nicht zuletzt auf die exzellente Lage der Neuen Messe Stuttgart zwischen Flughafen und Autobahn zurückzuführen sein dürfte. Auch die Architektur des Messe-neubaus wurde von Ausstellern und Besuchern gleichermaßen als sehr gelungen gelobt.

Der Fachbesucheranteil auf der TV ist erneut gestiegen – von 97 Prozent im Jahr 2006 auf nunmehr 99 Prozent. Die Besucher ordneten sich vor allem den Bereichen Dienstleistungen (46 Prozent, 2006: 50 Prozent), Handel (42 Prozent, 2006: 41 Prozent) sowie Hersteller bzw. Industrie (28 Prozent, 2006: 24 Prozent) zu. Ihr Interesse galt in besonderem Maße Textilien und Bedruckstoffen (46 Prozent), Transferdruck (45 Prozent), Stickerei (44 Prozent), Flock (32 Prozent) sowie Textilsiebdruck (28 Prozent). Sprunghaft gewachsen ist das Interesse an digitalem Textildruck – von 12 Prozent im

Jahr 2006 auf 45 Prozent in diesem Jahr. Dies dürfte in erster Linie auf die Sonderschau zum Workflow des digitalen Textildrucks zurückzuführen sein. Hierzu hatten sich zwei Hochschulen und sieben Industriepartner mit Unterstützung der Veranstalter Messe Stuttgart und gmk Veranstaltungsservice zusammengeschlossen, um der Industrie und den Textilveredlern den gesamten Workflow des digitalen Textildrucks vorzuführen. Nach dem Erstellen eines eigenen Designs und dem Colormanagement an der ersten Station der Digitaldruckstraße konnten die Besucher an der zweiten Station drucken. Die Prints auf Papier wurden an der dritten Station auf bereits zugeschnittene Stoffteile übertragen und das Ganze dann schließlich in einem vierten Schritt zu einer schicken Tasche vernäht.

Gut besucht war auch das TV-Forum mit zwölf praxisorientierten Seminaren, an denen eine Rekordzahl von etwa 280 Fachleuten teilnahm und sich dabei über verschiedene Techniken der Textilveredlung informierte. Besonders die insgesamt sechs Stickereiseminare waren sehr gefragt und weitestgehend ausgebucht; lediglich am Sonntag gab es noch vereinzelt Plätze. Das Fachforum wurde von den Teilnehmern auf einer Gesamtskala von 1 bis 10 mit 2,7 bewertet. Auch die Modenschauen, auf denen die neueste Promotionbekleidung präsentiert wurde, der Golden Shirt Award und die Vorträge auf der Showbühne stießen auf großes Besucherinteresse. Der Anteil derjenigen, die sich überhaupt nicht für die Sonderbereiche interessieren, ist weiter rückläufig und liegt nun nur noch bei 38 Prozent (2004: 51 Prozent, 2006: 44 Prozent).

Beim Golden Shirt Award waren in diesem Jahr vom Fachpublikum 77 Wettbewerbsbeiträge zu beurteilen. Gewonnen hat den Golden Shirt Award in diesem Jahr Anna Bilecky von der Jura Textilgesellschaft aus Offerdingen. Die Herausforderung für die Wettbewerbsteilnehmer bestand darin, den innovativen digitalen Textildruck (Inkjet) mit mindestens einer der klassischen Veredelungstechniken Stickern, Drucken (Sieb- und Transferdruck) und Flocken zu kombinieren. Den zweiten Platz gewann der Profipuncher Dennis Ermert von embcon aus Glattbach bei Aschaffenburg, der dritte Preis ging an Barbara Stümer von Tex Design und an Christian Hentschel von Budo Nord Bremen e.K. Neben dem traditionellen Golden Shirt Award wurde erneut ein Flock Award ausgelobt für diejenigen, die den Inkjetdruck mit Flock gemixt hatten. Der Flock Award ging an Kerstin Ebster, Studentin an der Westsächsischen Hochschule Zwickau/ Reichenbach.

Die Gewinner konnten sich nicht nur über Geld- und Sachpreise freuen, sondern auch darüber, dass ihr Beitrag die Anerkennung eines äußerst sachverständigen Publikums gewonnen hatte. Denn die Qualität der Besucher der TV Textilveredlung & Promotion war erneut sehr hoch. 61 Prozent waren selbständige Unternehmer, 11 Prozent Geschäftsführer bzw. Vorstandsmitglieder. 95 Prozent sind nach eigenen Angaben in Einkaufs- und Beschaffungsentscheidungen eingebunden. Erfreulich für die Aussteller war jedoch nicht nur die Qualität der Besucher, sondern auch deren Investitionsfreude: 53 Prozent waren mit konkreten Kaufabsichten gekommen, weitere 40 Prozent schlossen einen Kauf nicht aus – und das im Gegensatz zu den letzten Veranstaltungen in deutlich kürzerem Zeitraum. 23 Prozent gaben an, bereits auf der Messe investieren zu wollen, 63 Prozent planten einen Kauf im nächsten halben Jahr.

Insgesamt gaben die Besucher der TV – Textilveredlung & Promotion eine noch bessere Note als bisher: 1,7 statt wie in den Vorjahren 1,9. Dies liegt nicht zuletzt daran, dass auch die Vollständigkeit des Angebots nach Meinung der Fachbesucher weiter gestiegen ist – nur 9 Prozent hielten es

für nicht vollständig. Deshalb hielten auch 81 Prozent den Besuch der TV für lohnend. Noch mehr, nämlich 88 Prozent, wollen die TV weiterempfehlen, und 97 Prozent tragen sich mit dem Gedanken, zur TV 2010 wiederzukommen. 51 Prozent der Befragten rechnen mit einer weiteren Zunahme der Bedeutung der TV, da Promotionkleidung nach wie vor ein Wachstumsmarkt ist. Nicht nur fast jeder Sportverein hat inzwischen seine eigene, individuell gestaltete Kleidung, auch das Thema Schulkleidung ist in Deutschland mittlerweile im Kommen. Hinzu kommen die zahlreichen Lizenzprodukte aus Film und Fernsehserien.

Die hohe Besucherzufriedenheit ist nicht zuletzt darauf zurückzuführen, dass Nachfrage und Angebot in großen Teilen übereinstimmen. Die Aussteller hatten vor allem Textilien und Bedruckstoffe zu bieten (43 Prozent), gefolgt von Transferdruck (30 Prozent), Stickerei (27 Prozent), digitalem Textildruck (27 Prozent) und Textilsiebdruck (25 Prozent). Doch auch die Aussteller selbst waren zufrieden mit dem Verlauf der TV 2008, erreichten sie doch ihre meistgenannten und wichtigsten Ziele wie die Förderung von Geschäftsverbindungen, die Anbahnung neuer Geschäftsverbindungen, Steigerung der Bekanntheit, Neukundengewinnung und das Führen von Beratungsgesprächen. Der geschäftliche Erfolg der TV wird von ihnen mit einer 1,8 beurteilt, und mit derselben guten Note wird auch die Aussicht auf das Nachmessegeschäft eingeschätzt. Weiter gestiegen ist nach Ansicht der Aussteller die Qualifikation der Besucher – 15 Prozent (2006: 12 Prozent) hielten sie für sehr gut, 62 Prozent (2006: 56 Prozent) für gut. Nicht zuletzt deshalb gehen 44 Prozent der Aussteller davon aus, dass die Bedeutung der TV in Zukunft noch weiter steigen wird. Drei Viertel der Aussteller (2006: 66 Prozent) gaben schon während der Messe an, im Jahr 2010 wieder mit dabei sein zu wollen.

Stellvertretend noch einige Ausstellerstimmen:

Franziska Emmer-Adolff, Sales & Administration bei Anvil:

„Wir stellen zum ersten Mal auf der TV aus. Die Messe ist unheimlich belebt und für uns eine tolle Plattform, um die gesamte Kollektion zu zeigen. Sonst arbeiten wir nur mit Großhändlern zusammen. Hier sprechen wir auch Wiederverkäufer an und lernen sozusagen unsere eigenen Kunden und deren Probleme und Wünsche direkt kennen. Die Kunden zeigen sich überrascht von unserem großen Sortiment. Wir hatten zum Teil so viele Besucher, dass wir mehrere Kunden „zusammenfassen“ und eine Mini-Vorlesung halten mussten, sonst wären wir gar nicht allen gerecht geworden. Kurz gesagt: Alles war wunderbar, und beim nächsten Mal kommen wir mit Verstärkung.“

Peter Niedermann, Regional Sales Director von Melco:

„Die Messe hat uns sehr gut gefallen. Wir hatten sehr viele und vor allem auch sehr gute Besucher. Diese kamen überwiegend, unserer Schätzung nach zu etwa 90 Prozent, aus dem deutschsprachigen Europa.“

Bernhard Herrmanns, Sales Manager von Lotus Transfers:

„Wir sind zum ersten Mal auf der TV und sehr zufrieden mit der Messe. Die TV bildet genau das Spektrum ab, das wir auch bedienen, und die Besucherqualität ist wirklich gut. Lotus ist ein international operierendes Unternehmen, doch haben wir sehr viele Kunden in Süddeutschland. Dafür ist die TV optimal. Wir haben auf der Messe Neukunden gewonnen und bestehende Kontakte vertieft. Noch meine ganz

persönliche Meinung: Die Messe Stuttgart ist die schönste Messe, die ich kenne; die Architektur ist wirklich toll.“

Angelika Korbel von Hoff & Korbel:

„Wir sind mit Besucherzahl und -qualität sehr zufrieden und finden auch das neue Messegelände sehr schön. Während der TV konnten wir Kunden aus In- und Ausland an unserem Stand begrüßen. Für 2010 haben wir schon wieder gebucht.“

Timo Spörle, Vorstand von Bopp Casual Wear:

„Wir sind Erstaussteller, und unser Fazit lautet: tolle Messe, tolle Architektur. Die TV ist für uns sehr gut gelaufen, und wir werden auf alle Fälle wieder mit dabei sein. Bisher haben wir uns noch nie an Drucker und Sticker gewandt, doch die Entscheidung, es dieses Mal zu tun, war ein Volltreffer. Wir hatten eine sehr, sehr positive Resonanz von Besuchern aus dem Inland, zum Teil auch aus dem Ausland, und sind rundum glücklich.“

Die nächste TV - Textilveredlung & Promotion findet Anfang 2010 statt. Dazu haben sich übrigens während oder kurz nach der TV 2008 schon 62 Aussteller angemeldet.