

Texcare 2021: „Die Branche wünscht sich die persönliche Begegnung“

Noch rund neun Monate, dann treffen sich vom 27. November bis 1. Dezember 2021 Aussteller, Besucher und Medienvertreter zur Texcare International in Frankfurt am Main. Johannes Schmid-Wiedersheim, Leiter der Texcare International, spricht im Interview über die aktuelle Buchungslage der Weltleitmesse, die Herausforderungen für die Branche und die Sehnsucht nach der persönlichen Begegnung – in Echt und in Farbe.

Herr Schmid-Wiedersheim, die Frühbucherperiode für Aussteller ist am 29. Januar zu Ende gegangen. Wie sieht der aktuelle Planungsstand aus?

Johannes Schmid-Wiedersheim: „Es hat uns selbst überrascht, aber bis zur Frühbucherdeadline haben sich sogar mehr Unternehmen angemeldet, als zum Vergleichsdatum vor der verschobenen Texcare 2020. Die wichtigsten Firmen aus allen Produktgruppen der Textilpflege werden sich also wieder präsentieren. Das ist ein tolles Ergebnis und stimmt uns optimistisch. Ich glaube es zeigt auch, wie sehr sich die Branche persönliche Begegnungen und einen internationalen Austausch zurückwünscht. Die Sehnsucht, gute Geschäftspartner wieder zu treffen, Technik im Live-Betrieb zu erleben, ja, sich als Wirtschaftszweig gemeinsam zu orientieren und für die Zukunft auszurichten, ist groß. Und natürlich erhoffen sich die von der Krise gebeutelten Unternehmen konkrete Impulse für das Geschäft in einer Zeit, in der die Corona-Pandemie in Europa hoffentlich beherrschbar geworden ist.“

Wie ist die Stimmung aus Ihrer Sicht in der Branche. Welche Rückmeldungen haben Sie für die Texcare International erhalten?

Johannes Schmid-Wiedersheim: „Wir kriegen es von allen Seiten gespiegelt: 2020 war ein sehr herausforderndes Jahr für die Branche. Die Belastungen durch Corona waren überall hoch und in einzelnen Betrieben spielten sich regelrechte Dramen ab. Die Einbrüche vor allem im Tourismus, im Gastgewerbe und im Privatkundengeschäft sind immens, das geht uns im Messegeschäft ja nicht anders. Es bleibt aber die Aussicht auf einen deutlichen Rückschwung, wenn die Pandemie überwunden ist, bei aller Unklarheit wie lange die Normalisierung dauert und welche Trends die Krise langfristig überdauern. Die Umsätze mit Berufskleidung sind in vielen Wäschereien trotz Kurzarbeit etwas weniger stark zurückgegangen. Das gilt auch im Bereich der Flachwäsche für Krankenhäuser und Pflegeeinrichtungen, wo sich Aufnahmestopps und die Verschiebung von planbaren Operationen ausgewirkt haben. Die Themen Hygiene, Versorgungssicherheit und Nachhaltigkeit im Sinne von textiler Kreislaufwirtschaft haben

hier gleichzeitig an Bedeutung gewonnen und das Know-how und die Erfahrung der Textildienstleister wird am Ende vielleicht noch gefragter werden als früher.

Wie sehen die weiteren Schritte bis zur Texcare International aus?

Johannes Schmid-Wiedersheim: „Die Verschiebung hat die Abläufe bis zur Texcare etwas geändert. Wir beginnen später als sonst mit der Aufplanung der Messestände, da die genauen Vorschriften der Behörden für die sichere Durchführung von Veranstaltungen im Spätherbst heute noch gar nicht feststehen. Wir sind aber auf verschiedene Szenarien vorbereitet und können sicherlich alles umsetzen, was zu diesem Zeitpunkt noch notwendig ist: Zugangskontrolle, Besucherregistrierung, enorme Raumvolumina und hohe Luftaustauschraten sind in unserem Messegelände sowieso gegeben, und Dinge wie Abstandsflächen oder der Einsatz von Tests lassen sich sehr gut steuern.“

Im Moment arbeiten wir vor allem am Rahmenprogramm der Texcare International. Dreh- und Angelpunkt ist das Texcare Forum. Hier konzipieren wir gemeinsam mit unseren Partnern, dem Deutschen Textilreinigungs-Verband und dem VDMA Textile Care, Fabric and Leather Technologies, das Programm. Ein Fokus liegt natürlich auf den Themen, die gerade aktuell durch die Pandemie an Fahrt gewonnen haben wie Digitalisierung, Entwicklung von Neugeschäft, Hygiene und Nachhaltigkeit. Ich bin selbst gespannt, wie wir in ein paar Jahren auf diese Zeit zurückblicken, bestimmt werden auch eine Vielzahl positiver Änderungen zurückbleiben und die jetzt entwickelten kreativen Ideen die Branche nachhaltig prägen.

Um den Innovationsschub auch von Branchenneulingen zu unterstützen, haben wir uns entschlossen, erstmals zur Texcare International junge Unternehmen mit einem Start-up-Paket besonders zu fördern. Weitere Rahmenprogrammpunkte sind der World Textile Services Congress, der während und nach der Texcare am 1. und 2. Dezember 2021 stattfindet, die Best Practices Awards von Cinet am ersten Messetag, sowie ein besonderes Programm für Young Professionals.“

Im positiven Falle sind bis November 2021 die Reisetätigkeiten wieder fast normal. Wie es aber konkret aussehen wird, ist im Moment schwer zu sagen. Was bieten Sie für Besucher an, die nicht zur Texcare reisen können?

Johannes Schmid-Wiedersheim: „Wir glauben fest daran, dass Ende November Reisen und Geschäftstätigkeiten innerhalb Europas, aber auch mit anderen Handelspartnern wieder weitgehend funktionieren werden. Wichtig ist es – trotz der besonderen Umstände – positiv in die Zukunft zu blicken und die Hände nicht in den Schoß zu legen. Der europäische Besucheranteil der Texcare war mit zuletzt 80% ja schon immer der größte. Der außereuropäische Besuch wird nicht zuletzt vom jeweiligen Impfstatus abhängen, und auch hier machen ja weltweit viele Länder Fortschritte.“

Wenn wir auf den Globus schauen und unsere anderen Messen für die Textilpflege betrachten, ist ein gewisser kontinentaler Fokus kurzfristig überall zu erwarten. Die Texcare Asia & China Laundry Expo beispielsweise hat bereits im Herbst 2020 für den chinesischen Markt wieder sehr gut funktioniert und bestimmt wird sich diese Entwicklung auch noch bei der Clean Show 2022 für den amerikanischen Kontinent fortsetzen.

Aber natürlich wollen wir den Charakter der Texcare als internationaler Leitmesse unbedingt bewahren. Daher arbeiten wir mit Hochdruck an Konzepten, wie Besucher aus

Übersee die Messe in diesem Jahr auch rein digital besuchen können. Ganz wichtig ist uns dabei, den Innovationscharakter der Texcare zu transportieren.

Und wenn die epidemiologischen Rahmenbedingungen es doch nicht zulassen sollten und die Veranstaltung ausgesetzt werden muss?

Johannes Schmid-Wiedersheim: „Leider hat niemand eine Glaskugel, die uns sicher voraussagen kann, was kommen wird. Wir stimmen uns ständig mit der Branche ab und werden auch für eine solche Situation eine Lösung finden. Zwei Dinge sind aber sicher: Erstens Textilien müssen weiterhin gepflegt und aufbereitet werden, und wir wollen der Partner der Branche sein, um den Austausch live zu ermöglichen. Und zweitens können digitale Veranstaltungen den Wunsch der Menschen nach persönlicher Begegnung nicht ersetzen. Das hat uns das letzte Jahr gelehrt. Und deswegen arbeiten mein Team und ich mit allen unseren Kräften daran, eine persönliche Begegnung der Branche sicher möglich zu machen. Ich freue mich drauf, Aussteller und Besucher in Frankfurt zur Texcare International zu begrüßen. Bis dahin: Bleiben Sie gesund und vor allem hoffnungsvoll.“



Johannes Schmid-Wiedersheim, Leiter Texcare International im Gespräch
Quelle: Messe Frankfurt

Neben der Texcare International veranstaltet die Messe Frankfurt Fachmessen und Konferenzen für die Textilpflege in allen wichtigen Wirtschaftsregionen der Welt. (www.texcare.com/brand).

Presseinformationen & Bildmaterial:

www.texcare.com/presse

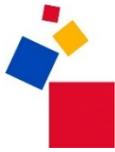
Ins Netz gegangen:

www.texcare.com

www.texcare.com/facebook

www.texcare.com/twitter

www.texcare.com/linkedin

**Ihr Kontakt:**

Susanne Brendle

Tel.: +49 69 75 75-6457

Susanne.Brendle@messefrankfurt.com

Messe Frankfurt Exhibition GmbH

Ludwig-Erhard-Anlage 1

60327 Frankfurt am Main

www.messefrankfurt.com

Hintergrundinformation Messe Frankfurt

Messe Frankfurt ist der weltweit größte Messe-, Kongress- und Eventveranstalter mit eigenem Gelände. Zur Unternehmensgruppe Messe Frankfurt gehören rund 2.500* Mitarbeitende in 30 Tochtergesellschaften. Das Unternehmen hat im Jahr 2020 einen Jahresumsatz von rund 250* Millionen Euro erwirtschaftet, nachdem das Jahr 2019 noch mit einem Jahresumsatz von 738 Millionen Euro abgeschlossen werden konnte. Auch in den schwierigen Zeiten der Corona-Pandemie sind wir mit unseren Branchen international vernetzt. Die Geschäftsinteressen unserer Kunden unterstützen wir effizient im Rahmen unserer Geschäftsfelder „Fairs & Events“, „Locations“ und „Services“. Ein wesentliches Alleinstellungsmerkmal der Unternehmensgruppe ist das globale Vertriebsnetz, das engmaschig alle Weltregionen abdeckt. Unser umfassendes Dienstleistungsangebot – onsite und online – gewährleistet Kunden weltweit eine gleichbleibend hohe Qualität und Flexibilität bei der Planung, Organisation und Durchführung ihrer Veranstaltung. Unsere digitale Expertise bauen wir um neue Geschäftsmodelle aus. Die Servicepalette reicht von der Geländevermietung über Messebau und Marketingdienstleistungen bis hin zu Personaldienstleistungen und Gastronomie. Hauptsitz des Unternehmens ist Frankfurt am Main. Anteilseigner sind die Stadt Frankfurt mit 60 Prozent und das Land Hessen mit 40 Prozent.

Weitere Informationen: www.messefrankfurt.com

*vorläufige Kennzahlen 2020*vorläufige Kennzahlen 2020