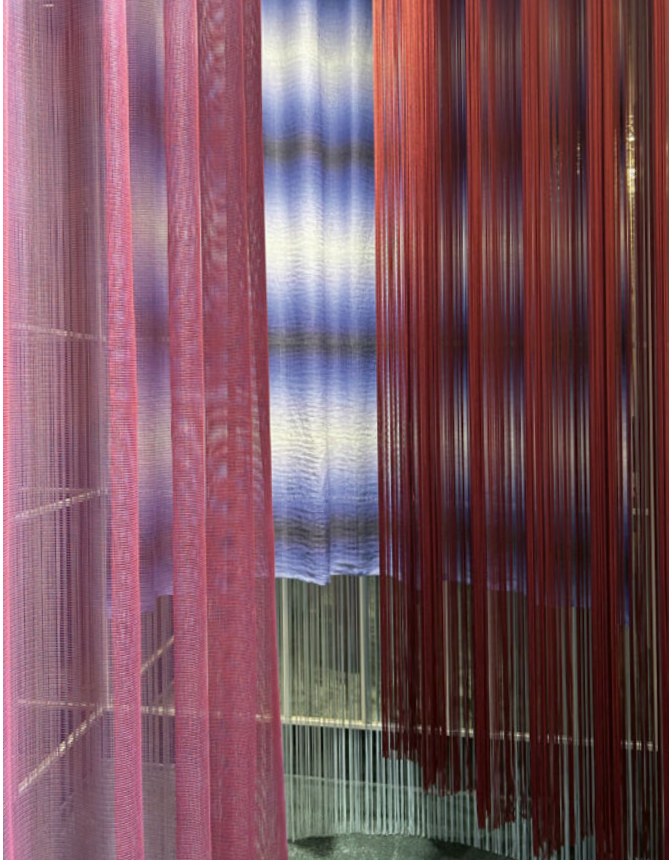
MSF/MDD

GLÜCKS-MOMENTE

Münchner Stoff Frühling (MSF) und Munich Design Days (MDD) wurden ihrem Anspruch gerecht: Unter dem Motto „Design meets Textil“ begeisterten die beiden Formate Besucher aus der Einrichtungsbranche.

Text: Jens Lehmann, Karin Mauro **Fotos:** Jan Schmiedel, RZ



Im Showroom von Zimmer + Rohde zog unter anderem der Designklassiker „Cordon“ von ADO Goldkante die Blicke auf sich.

Mehr Aussteller, mehr Besucher, mehr Shuttle-Busse und mehr Sonnenschein sorgten im Zusammenspiel mit einem hochwertig kuratierten Teilnehmerfeld und einer perfekten Organisation für einen Dopamin-Kick bei allen Beteiligten. Die gute Laune unterm weiß-blauen Münchner Himmel konnte nicht einmal der Lufthansa-Streik trüben, der für etliche Besucher die Anreise in die Isar-Metropole erschwerte. Absagen war für die meisten keine Option und wie weit oder beschwerlich ihre Anreise auch war – das Gebotene vor Ort entschädigte für alle Strapazen. Zum Kick-off auf der Praterinsel fanden sich nahezu alle Aussteller und die Branchenpresse ein. Die Initiatoren und Veranstalter des Event-Duos Klaus Winkler, Chef des Winkler Medien Verlags, und Malte Perlitz, Chef der Agentur Markenkultur, stimmten die Anwesenden auf vier Tage interessante Gespräche, neue Kontakte und einen intensiven Austausch mit der kreativen Einrichtungsbranche ein.

BEGEISTERTE RESONANZ

Am Ende der Veranstaltungen zeigten sich Aussteller und Besucher gleichermaßen von den fokussierten Formaten begeistert. Im Rahmen einer Umfrage, die unmittelbar im Anschluss durchgeführt wurde, erreichten die Events überwältigende Zustim-

MÜNCHNER STOFF FRÜHLING
12.-15. MÄRZ 2026

Höpke Textiles stellte zum ersten Mal auf dem MSF aus und zeigte das ganze Portfolio an High-Performance-Möbelstoffen.

Die Rid Stiftung präsentierte sich in der Münchner Filiale von Wohnwerk in der Natur, deren Konzept sie im Rahmen ihres Förderprogramms „Future Retail Store“ begleitet (im Bild Maximilian Perez, Rid Stifung, und Sahar Hesselbarth, Wohnwerk).

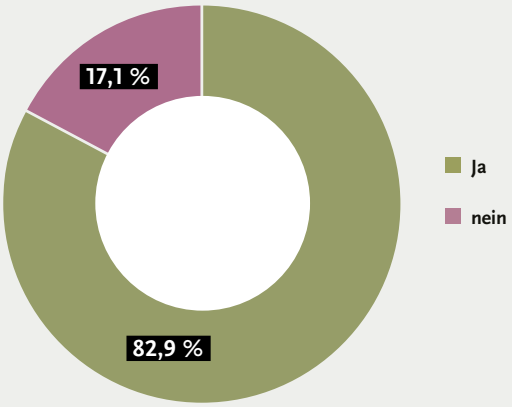
Am Freitagabend traf sich die Branche bei JAB Anstoetz – das Bielefelder Unternehmen hatte zum traditionellen Bayerischen Abend in den Showroom geladen.

43

Prozent Neubesucher (2025: 33,5 Prozent) konnten Münchner Stoff Frühling und Munich Design Days begrüßen. 52 Prozent der Befragten sind Wiederkehrer und kommen regelmäßig nach München.
(Quelle: Besucherumfrage 2026 unter 1338 Personen)

Der Design Talk des Münchner Stoff Frühlings fand zum dritten Mal statt und widmete sich einer der wirkungsvollsten Dimensionen des Designs: Farbe. Sie kann leiten, verbinden, beruhigen oder anregen und prägt die Art und Weise, wie wir Räume erleben. Prof. Axel Buether (Farbexperte), Isa Glink (Textil- und Produktdesignerin), Hanna Maria Jakobi (Farbberaterin) und Stephanie Thatenhorst (Interior Designerin) diskutierten unter der Leitung von Moderator Oliver Herwig über die Bedeutung und Wirkung von Farben.

KONNTEN SIE UNSERE BEIDEN EVENTS (12. – 15. MÄRZ) IN DIESEM JAHR BESUCHEN?



83 Prozent der Gäste nahmen sich die Zeit, sowohl Münchner Stoff Frühling als auch Munich Design Days zu besuchen.
(Quelle: Besucherumfrage 2026 unter 1338 Personen)

Premiere auf dem MSF feierte Nature Deco. Geschäftsführerin Grit Roetgering schlug Musterbücher des Unternehmens Zittauer Holzrollos aus den 1930er-Jahren auf, auf deren Basis sie ihre neue Kollektion weben ließ.

Mit viel Liebe zum Detail inszenierte Saum & Viebahn seine Stoffe in den Räumen des Priscohauses.

Ebenfalls zum ersten Mal war der Vorhangstangen-Hersteller Büsche beim MSF dabei. Verkaufsleiter Antonio Mazziotti (im Bild) zeigte sich sehr zufrieden über die Zahl und Qualität der Besucher.

mung – 93 Prozent würden die Veranstaltungen „sehr oder äußerst wahrscheinlich“ weiterempfehlen! Auf den Munich Design Days präsentierten sich 40 nationale und internationale Interior Design-Brands auf 2500 Quadratmetern in den historischen Räumen der Praterinsel und nochmals rund 20 Marken im Rahmen der Munich Design Days City in innerstädtischen Locations. Beim Münchner Stoff Frühling lockten über 50 internationale Aussteller – darunter Textillieferanten sowie Farben-, Tapeten- und Teppichmanufakturen und weitere textilnahe Premium-Brands – in ihre perfekt in Szene gesetzten Showrooms an zahlreichen Standorten in der bayerischen Landeshauptstadt sowie in temporäre Veranstaltungsorte wie das Priscohaus.

INSZENIERUNG ALS ERFOLGSGARANT

Der Besuch des Doppel-Events glich der Entdeckung eines unbekannten Urlaubsortes: Hinter jeder Ecke ein Aha-Erlebnis und nicht selten auch ein Wow-Effekt. Wer es beispielsweise bis ins entfernte Atelier Rosa geschafft hatte, wurde nicht nur mit schönen Stoffen (Dedar) und Teppichen (CC-Tapis) belohnt, sondern auch mit der einzigartigen Architektur des denkmalgeschützten skulpturalen Ateliergebäudes – absolut sehenswert! Und auch sonst lebten die Darbietungen von ihrer emotionalen Inszenierung. Anders als in der Hektik einer funktionalen Messehalle war die Wertigkeit der gezeigten Exponate nicht nur sichtbar, sondern auch spürbar.

Der italienische Textilverlag Dedar und der Anbieter hochwertiger Teppiche CC-Tapis nutzten die ikonischen Ateliers von Bildhauer Hermann Rosa für die Präsentation ihrer Kollektionen.

93

Prozent der Fachbesucher würden die Eventformate „äußerst“ oder „sehr wahrscheinlich“ weiterempfehlen. (Quelle: Besucherumfrage 2026 unter 1338 Personen)

Der komplett aus recyceltem Material hergestellte und zirkuläre Bodenbelag für den In- und Outdoor-Bereich „Mediterraneo“ wurde von Matteo Thun für Object Carpet entwickelt.

Gewohnt farbig und ausdrucksstark waren die Kollektionen bei Designers Guild.

Instabilelab, Tapetenanbieter aus Italien, verwandelte die Ausstellungsfläche in einen geschmackvoll eingerichteten Raum mit Altbau-Flair.

Viele Details gab es in den Kollektionen der Sanderson Design Group zu entdecken – von Seepferdchen bis zu geflügelten Fabelwesen von Emma J. Shipley.

Interstil stellte eine neue, ausgeklügelte Dekotechnik, unter anderem für mehr Laufruhe, vor.

Klaus Winkler, Geschäftsführer Winkler Medien Verlag, und Malte Perlitz, Geschäftsführer der Agentur Markenkultur, eröffneten die Munich Design Days gemeinsam mit Moderator Oliver Herwig.

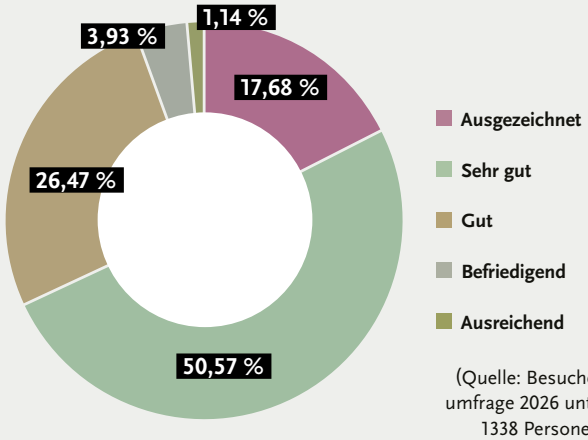
Anne Gelpke, Chefredakteurin Deco Home, im Talk mit Designer Sebastian Herkner bei Ligne Roset.

Eingebettet in angenehmes Licht und eine gute Akustik, umrahmt von Accessoires, die Wohnlichkeit vermittelten, begeisterte das Gezeigte in entspannter Atmosphäre. Egal ob in den großzügigen Gewölbehallen der Praterinsel, den Jugendstil-Räumen des Priscohauses oder den vielen liebevoll arrangierten Ausstellungen der Schauräume, der Funke der Begeisterung sprang direkt über. Eine Melange, die auch die Kontaktfreude unterstrich – sowohl zwischen Besuchern und Ausstellern als auch jeweils untereinander. Der Austausch zwischen Gleichgesinnten – bei der Tour im Shuttle-Bus oder beim Pausensnack an einer der vielzähligen Cateringstationen – war das i-Tüpfelchen des gelungenen Get-togethers der hochwertigen Einrichtungsszene.

BESTNOTEN VON DEN BESUCHERN

Die große Mehrheit der Fachbesucher zeigte sich mit der Organisation, dem Shuttle-Service und dem grundsätzlichen Ambiente der beiden Formate sehr zufrieden. 83 Prozent der Besucher haben beide Formate besucht, mehr als 90 Prozent der Befragten haben die Zusammenstellung der Aussteller als gut bis ausgezeichnet bewertet und 75 Prozent empfinden München als ideale Stadt für eine Veranstaltung dieser Art. Die nächste Gelegenheit, den Münchner Stoff Frühling und die Munich Design Days zu besuchen, bietet sich wieder im März 2027. Ein paar Eindrücke von dem, was es in diesem Jahr zu entdecken gab, haben wir hier zusammengestellt.

WIE BEWERTEN SIE DIE ZUSAMMENSTELLUNG DER AUSSTELLER, AUS IHRER SICHT ?



(Quelle: Besucherumfrage 2026 unter 1338 Personen)

Großen Zuspruch erhielt die Zusammenstellung der Aussteller: Mehr als die Hälfte bezeichneten sie als „sehr gut“, 18 Prozent sogar als „ausgezeichnet“.

Designer Werner Aisslinger sprach bei Next125 über seine Konzepte und Projekte.

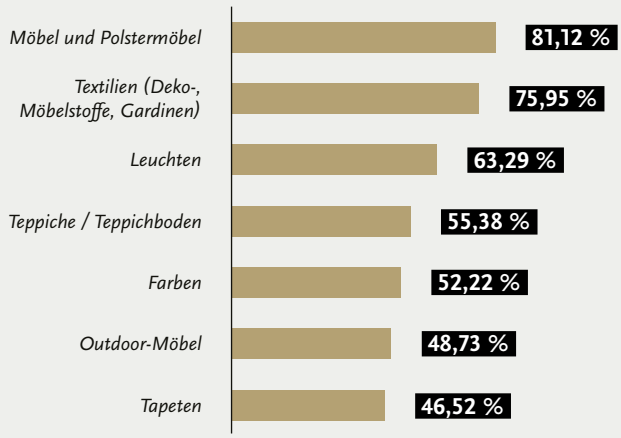
Nach sieben Jahren feierte das Abend-Event des Münchner Stoff Frühlings sein Comeback. Die vom MSF e.V. organisierte Party fand in einer der spektakulärsten Locations Münchens statt: dem Bergson Kunstkraftwerk. Wo einst Energie erzeugt wurde, feierten Aussteller und Besucher ein ausgelassenes Fest. Gute Musik, kulinarische Köstlichkeiten, inspirierende Gespräche und die besondere Architektur boten den idealen Rahmen für Begegnungen und Austausch zwischen den Branchen-Akteuren.

Eyecatcher bei ClassiCon: Der Möbelhersteller inszenierte seine Produkte auf großen Mengen des Korks, die als Grundlage für die Produktion der Hocker „Corker“ von Herzog & de Meuron dienen.

MUNICH DESIGN DAYS 2026

Tecta steht für die lebendige Weiterführung des Bauhaus-Erbes und verbindet Handwerk, Design und kulturelle Verantwortung. Auf der Praterinsel setzte das Unternehmen auf Signalfarben.

FÜR WELCHE PRODUKTSORTIMENTE INTERESSIEREN SIE SICH? (MEHRFACHNENNUNG)



Möbel und Polstermöbel der Munich Design Days ergänzen perfekt das Textilien-Angebot des Münchner Stoff Frühlings – diese beiden Produktgruppen stießen auf das größte Interesse. (Quelle: Besucherumfrage 2026 unter 1338 Personen)