



Heimtex

Europas große Wirtschafts- und Handelszeitschrift für
Bodenbeläge, Tapeten, Farben, Heimtextilien, Sonnenschutz

INTERVIEW DES MONATS

Dr. Frank Jung, Geschäftsführer Dinova:
„Wir werden logischer,
klarer, einfacher“

Seite 96

Balsan Wieder unter eigener Flagge

Seite 32



Initiative Textile Räume bleibt am Ball

Die Verdopplung der Mitglieder auf aktuell 60, die 250 zusätzlichen Unterstützer und mehr als 11.000 Follower für die Kampagne „Gib Dir Stoff“ auf Facebook sind Erfolgsmeldungen für die Initiative Textile Räume. Jetzt heißt es, die Basis weiter zu verbreitern.

Ein Jahr nach Gründung sieht sich die Initiative Textile Räume gut aufgestellt. Anfangs von einigen belächelt, zeigt die Arbeit der ITR inzwischen Wirkung. Aus zunächst 25 sind nach dem jüngsten Beitritt des Mediendienstleisters Erler + Pless mittlerweile 60 Mitglieder geworden. Ziel ist es, weiter zu wachsen. Das betrifft sowohl die Initiative selbst als auch die Umsatzgröße der Heimtextilienbranche, wie bei der Mitgliederversammlung in Frankfurt deutlich gemacht wurde, die sich auch mit der Erfolgsgeschichte der Initiative befasste.

Februar 2015 – Mit Karsten Brandt als Geschäftsführer und Joachim Stock (Rasch Textil) als Vorstandsvorsitzendem gründet sich die ITR. Das Budget ist klein, die Ambitionen sind groß: Heimtextilien sollen zurück in den Fokus der Verbraucher gerückt werden; textiles Einrichten soll wieder „in“ sein. Via Internet, Blogs und YouTube will die Initiative das angestaubte Image der Textilien aufpolieren. Aber nicht nur das: Auch das Grüppchendenken innerhalb der heterogenen Branche möchte man aufbrechen. Die ITR sieht sich als Plattform für alle Vertreter der Wertschöpfungskette vom

Zulieferer über den Garnhersteller, Stoffproduzenten und Verleger bis hin zum Einzelhändler. Als Fördermitglieder können Messen und Verbände gewonnen werden. Die Erfolgsaussichten werden innerhalb der Branche dennoch kontrovers diskutiert.

November 2015 – Im Amtsgericht Hamburg-Altona stellt die ITR den Medien ihre Kampagne „Gib Dir Stoff“ vor. Mit dabei ist die Schauspielerin Katy Karrenbauer aus der RTL-Serie „Hinter Gittern“ in einer Zelle, die mit Heimtextilien und Mobiliar zu einem trendigen Raum umfunktioniert wurde. Das ist nicht unumstritten, setzt aber konsequent um, was die Initiative sich auf die Fahnen geschrieben hat: Aufmerksamkeit für ein bestenfalls stagnierendes Produktsegment zu erreichen. Parallel geht die Webseite für die Verbraucherkampagne online (» www.gib-dir-stoff.com). Später ist die ITR auf allen wichtigen Frühjahrsmesse vertreten (Heimtextil, Imm Cologne, Casa, Heimtextilsuisse) und kann weitere Mitglieder und Förderer gewinnen. Insbesondere im Bereich der Einzelhändler und Raumausstatter steigt die Zahl der Unterstützer rapide von 40 auf 230 an.

Daten + Fakten

ITR



ITR Initiative Textile Räume e.V.
Berliner Allee 61
40212 Düsseldorf
Tel.: 0211/86286414
Fax: 0211/86286413
info@textile-raeume.de
www.textile-raeume.de
www.gib-dir-stoff.com

Geschäftsführer:

Karsten Brandt

Vorsitzender:

Joachim Stock



Code scannen
für mehr Infos
zu ITR



Die Vorstandsmitglieder Thomas Schmölz (Kobefab), Joachim Stock (Rasch Textil), Dominik Rölli (Création Baumann) und Andreas Klenk (Saum & Viebahn) freuen sich über die erfolgreiche Entwicklung der Initiative Textile Räume.



Mit stimmigen Inszenierungen soll beim Verbraucher das Interesse am Thema „Textiles Wohnen“ (wieder) geweckt werden.

Online und in der Wohnpresse präsent

Mai 2016 - Der ITR-Vorstandsvorsitzende Joachim Stock zieht Zwischenbilanz: „Die ITR hat schon jetzt einen Meilenstein gesetzt, indem sie Stärke und Präsenz beweist. Die vielen, völlig unterschiedlichen Mitglieder ziehen gemeinsam an einem Strang und nur dadurch ist es überhaupt möglich, den Verbraucher zu erreichen und auf das Produkt Heimtextilien aufmerksam zu machen.“ Die Besucherzahlen auf den beiden Webseiten wachsen, das Interesse in den Sozialen Medien ist beachtlich; auf Facebook hat „Gib Dir Stoff“ mehr als 11.000 Follower. Auch im Bereich der klassischen Printmedien vermeldet die Initiative Erfolge. Im Frühjahr publizieren die Frauenzeitschriften „Brigitte“ und „Für Sie“ in kurzer Abfolge Foto-strecken, an denen die ITR maßgeblich beteiligt ist.

Ausblick - Der Anfang ist gemacht, aber der Weg ist noch lang. Je mehr Teilnehmer sich engagieren, um so größer sind die Er-

folgchancen, von denen letztlich die ganze Branche profitieren wird. Daher ist eines der wichtigsten Ziele der ITR, weitere Mitglieder und Unterstützer für ihre Sache zu gewinnen. Joachim Stock: „Es gibt noch viele Unternehmen im deutschsprachigen Raum, die unsere Ideen und Ziele durchweg positiv finden, die sich aber noch nicht mit ihrer Unterschrift verpflichtet haben. Sie gilt es nun ins Boot zu holen.“

Die Zusammenarbeit und der Zusammenhalt in der Initiative aus Stoffverlegern, Editoren, Herstellern, Großhändlern, Veredlern, Webereien, Zulieferern und Verbänden funktioniert nach Angaben Karsten Brandts sehr gut -trotz der Heterogenität ihrer Mitglieder. „Als starkes Netzwerk hat man eine ganz andere Position bei Medien und Redaktionen als wenn man als einzelne Marke mit wenig Werbebudget versucht, Aufmerksamkeit zu erzielen“, erläutert er die Erfolgsstrategie. ■

Auf Seite 120 bezieht Martin Pötz Stellung zur Frage nach der richtigen Zielgruppe. →