

„#GibDirStoff“-Kampagne soll Branche stärken

(ID) Der Branchenverband Initiative Textile Räume e.V. (ITR) hat die Leitmessen „Heimtextil“ und „imm cologne“ genutzt, um Aufmerksamkeit für die Neuheiten der Mitglieder zu wecken und um für Gesprächsstoff zu sorgen: Als eine Aktion hatte die ITR auf der „Heimtextil“ zu einem Presserundgang mit Model und Messe-Botschafterin Eva Padberg eingeladen, bei dem die Kollektions-Highlights der Mitglieder präsentiert wurden. Der Rundgang mit dem Model sollte auch ein Signal an Unternehmen senden, sich dem Verband anzuschließen.

„Auf der Heimtextil-Messe wollten wir Aufmerksamkeit erlangen und unentschlossene Branchenteilnehmer dafür gewinnen, sich uns anzuschließen“, erklärt der erste Vorsitzende, Joachim Stock. „Nur wenn alle an einem Strang ziehen und wenn wir weiter wachsen, wird sich nachhaltig etwas ändern.“ Die ITR ist ein Branchenzusammenschluss von 60 Unternehmen und Marken der gesamten Heimtextil-Wertschöpf-



Der ITR-Vorstand (v.l.n.r.): Thomas Schmölz (KÖBE), Erster Vorsitzender Joachim Stock (Rasch Textil), Dominik Rölli (Création Baumann), Andreas Klenk (Saum & Viebahn)

fungskette. Ihm gehören Zulieferer oder Garnhersteller wie Trevira an, Hersteller und Verleger wie Création Baumann, JAB oder der Digitaldrucker Erler + Pless, aber auch Einzelhändler oder Raumausstatter.

Mit Hilfe der Kampagne „#GibDirStoff“ will die ITR das Image von Heimtextilien bei Verbrauchern in Deutschland, Österreich und der Schweiz aufwerten und Lust auf textiles Wohnen machen. Für Aufmerksamkeit sorgte die ITR auch mit einer Aktion zur Fachmesse „imm cologne“. Sie organisierte eine „Demonstration“ für mehr Stoff in den eigenen vier Wänden, die vom Kölner Dom bis auf das Messegelände der „imm“ führte. Über 100 Demonstranten setzten sich mit orangefarbenen

Stoffplakaten lautstark und medienwirksam für mehr Vorhänge und Gardinen ein. „RTL begleitete die Demo. Die finale Inszenierung der Stoff-Plakate auf einer Sonderfläche wurde vom Besucherpublikum zur zweitschönsten Installation gewählt und setzte sich damit gegen große Marken durch“, freut sich Joachim Stock.

In den nächsten Wochen will sich die ITR verstärkt um die Präsenz in Österreich und der Schweiz kümmern. Im Frühjahr und im Oktober finden die Sitzungen des Marketing-Ausschusses statt, in den sich jedes Mitglied einbringen kann. Anfang Juli steht die Mitgliederversammlung für ordentliche, assoziierte und Fördermitglieder auf dem Terminplan.

www.textile-raeume.de



Kuscheln statt Kacheln: Die Demonstration zur „imm cologne“