

# Textil ist ein Stück Gestaltungskraft

„Initiative Textile Räume“ – eine Branchenkampagne, die Lust auf Heimtextilien machen soll



**H**aus- und Heimtextilien sind in deutschen Wohnungen immer weniger zu Hause. Obwohl die eigenen vier Wände als persönlicher Rückzugsort an Bedeutung gewinnen und die Deutschen mit wachsender Begeisterung bauen, renovieren und einrichten, ist der Absatz von Textilien rund ums Wohnen in Deutschland seit Jahren rückläufig. Laut Erhebungen des Instituts für Handelsforschung (IFH) Köln wurde im Markt der Haus- und Heimtextilien 2013 ein Gesamtergebnis von 9,3 Milliarden Euro erreicht – 2,4 % weniger als im Vorjahr. <sup>/1/</sup> Höchste Zeit, dass der Heimtextilienmarkt wieder ein Gesicht und mehr Gewicht bekommt, fanden einige Rührige der Branche und machten mobil. Um die Verbraucher zum Umdenken und Handeln zu bewegen, wurde im Sommer dieses Jahres die „Initiative Textile Räume“ gestartet. „Wir wollen professionellen Einrichtern, aber vor allen Dingen dem Endkunden klarmachen: Du brauchst Textil“, bringt Martin Pötz die Ziele des Vorhabens auf den Punkt. Denn, so der zu den Initiatoren gehörende Geschäftsführer des Einrichtungshauses Pötz Raumgestaltung, Dekostoffe sind für ein individuelles, schönes Zuhause unverzichtbar und Textil ist – nicht zuletzt – ein Kulturgut.

## Imageverbesserung von Einrichtungstextilien

Die „Initiative Textile Räume“ wurde am 7. Juli dieses Jahres offiziell auf den Weg gebracht. Mit der Aktionsplattform wollen die Unternehmen aus dem Stoff- und Heimtextilienbereich der seit Jahren stagnierenden Branche neue Impulse geben und den Absatz von Einrichtungstextilien ankurbeln. Hierfür ist eine groß angelegte gemeinsame Kommunikationsoffensive vorgesehen, die nicht beim Handel Halt macht, sondern insbesondere den Konsumenten anspricht. Beim Endkunden muss das Image von Heim-

textilien verbessert werden, um dem Marktsegment neuen Auftrieb zu verleihen. Das sieht auch Claus Anstoetz von der Firmengruppe JAB Anstoetz so: „Wir sind überzeugt, dass wir beim Verbraucher ansetzen müssen, um ein Umdenken und Handeln zu bewirken. Das erfordert die Einbindung aller Branchenteilnehmer.“

## Gemeinsam stark sein

Die „Initiative Textile Räume“ baut auf ein Branchennetzwerk, das von der gesamten Wertschöpfungskette getragen wird. Organisatorischer Rahmen der Initiative ist ein Verein. Die Initiatoren der Branchenoffensive – u. a. der Faserhersteller Trevira, Martin Pötz sowie Karsten Brandt vom Verband der Deutschen Tapetenindustrie – sind dabei ebenso breit aufgestellt wie die Unternehmen, die der frisch gegründeten Initiative bereits beigetreten sind.

Zu den Mitgliedern der ersten Stunde gehören die Firmen Christian Fischbacher, Création Baumann, Backhausen, Gebrüder Munzert, Gessner, Interstil, die JAB Anstoetz Group mit allen Marken, JOKA W. & L. Jordan, Kupferoth Interiors, Nya Nordiska mit allen Marken, Rasch Textil, die Romo Group, Sahco, Saum & Viebahn, die Schmitz-Werke, Trevira und Zimmer + Rohde sowie der Zentralverband Raum und Ausstattung (ZVR) und sein europäischer Dachverband EuroInterior. Der ZVR hat sich auf seiner Jahrestagung für die Initiative ausgesprochen und alle Mitglieder um Unterstützung gebeten. Auch der Verband der Deutschen Heimtextilien-Industrie e. V. sowie die Messe Heimtextil begrüßen die Offensive. Sie haben der Initiative ihre Unterstützung zugesagt. Weitere namhafte Unternehmen kündigten ihren Beitritt an.

## Kernpunkt Medienoffensive

„Heimtextilien sind für ein ansprechendes Wohnambiente unverzichtbar. Sie

sind nicht nur dekoratives Gestaltungselement, sondern erfüllen eine ganze Reihe von Funktionen.“ Diese Aussage von Markus Saga, Geschäftsführer des Zentralverbands Raum und Ausstattung, und ähnliche Botschaften sollen durch die „Initiative Textile Räume“ verbreitet werden. Kernpunkt dabei ist die Presse- und Medienarbeit. Publikums-, Fach- und Wirtschaftszeitschriften sollen ebenso bedient werden wie Social-Media-Plattformen und Onlineportale. Zudem sind Auftritte bei Messen und andere öffentlichkeitswirksame Aktionen vorgesehen. Bei der Planung der PR-Kampagnen kann sich die Initiative auf die umfangreichen Erfahrungen des Verbands der Deutschen Tapetenindustrie stützen. Ihren ersten großen Auftritt hat die „Initiative Textile Räume“ zur Heimtextil 2015 im kommenden Januar in Frankfurt am Main.

<sup>/1/</sup> Markt für Haus- und Heimtextilien verliert 2,4 Prozent – Online-Anteil wächst, möbel kultur online, 08.04.2014.

Abb.: Rege Diskussionen zur Präsentation der „Initiative Textile Räume“ am 25. Juni 2014 in Frankfurt am Main vor Vertretern der Branche

