

Wir möchten die Nachfrage wecken

Die frisch gekürten Vorsitzenden der Initiative Textile Räume (ITR) im Gespräch

Interview: Anita Güpping **Fotos:** Odett Schumann



Vertreter der ITR auf dem Münchner Stoff Frühling: Karsten Brandt, designierter Geschäftsführer, Joachim Stock, erster Vorsitzender, Dominik Rölli und Andreas Klenk, Mitglieder des Vorstands

ausstatter in ihrer Nähe über eine Postleitzahlensuche finden.

RZ: Ab wann nehmen Sie die Verbände und weitere Fördermitglieder mit ins Boot?

Karsten Brandt: Anfang April führen wir Gespräche mit den Fördermitgliedern wie dem Zentralverband Raum und Ausstattung (Anm. d. Red.: Zu Redaktionsschluss standen die Ergebnisse nicht fest, die RZ wird berichten). Denn in einem zweiten Schritt hoffen wir, dass sich auch die Fördermitglieder an der Finanzierung der Kampagne beteiligen. Aber da gibt es noch keine Lösung. Für die Zukunft denken wir über eine Statistik nach, die transparent macht, über welche Kanäle Gardinen, Deko- und Polsterstoffe überhaupt bezogen werden. Der Markt ist sehr heterogen.

RZ: Vor vier Wochen hat sich die ITR offiziell gegründet. Wie geht es nun weiter?

Joachim Stock: Zunächst einmal möchten wir noch mehr Mitglieder gewinnen. Auf dem Münchner Stoff Frühling haben wir gute Gespräche geführt. Es muss etwas für die Nachfrage nach Stoffen getan werden. Wir treten an mit der klaren Zielsetzung, den Verbraucher mit einer PR-Kampagne zu gewinnen. Das ist der Kerngedanke und der wird von allen Mitgliedern geteilt. Da gibt es weder Ressentiments noch Grüppchendenken.

RZ: Steht eine PR-Agentur schon in den Startlöchern?

Stock: Ja, wir haben bereits erste Entwürfe der Kampagne gesichtet. Viele jüngere Verbraucher kennen Vorhänge am Fenster nicht mehr. Die Leute sollen sehen und spüren, dass im privaten Umfeld Stoffe wieder eine Rolle spielen. Dann geht es nach Kassenlage: Der eine wird zu Ikea fahren, der andere zum Raumausstatter. Die Wahl des Vertriebskanals können wir nicht steuern.

RZ: Sehen Sie Stolperfallen?

Stock: Nein, das nicht. Wir brauchen

einen langen Atem, denn eine spürbare Veränderung der Nachfrage wird Zeit beanspruchen. Ich hoffe, dass wir die Belastung der Mitglieder durch die Beitragsstrukturen verträglich gestalten können. Insgesamt bin ich zuversichtlich. Wir arbeiten in den Ausschüssen sehr demokratisch zusammen. Im Sommer werden wir die Kampagne endgültig definieren und losretren.



„Im Sommer geht die Kampagne an den Start“

*Joachim Stock,
Vorsitzender der
Initiative Textile
Räume*

RZ: Wie wichtig sind Onlineaktivitäten?

Andreas Klenk: Sehr wichtig. Knapp die Hälfte unseres Budgets haben wir für Onlineaktivitäten verplant. Dabei geht es auch um einen konkreten Nutzwert. Verbraucher sollen Händler und Raum-

Dominik Rölli: Die Initiative Textile Räume deckt die gesamte Wertschöpfungskette ab, das ist unsere Stärke. Wir möchten noch weitere Firmen gewinnen, die international stark aufgestellt sind.

RZ: Vielen Dank für das Gespräch.

FAKTEN

- 25 Mitgliedsunternehmen
- 11 Unterstützer: Verbände und Messe Heimtextil
- Beitragssystem für den

Fachhandel befindet sich noch in der Planung

• Startbudget: 400 000 Euro (fast erreicht)

• www.textile-raeume.de
• www.facebook.com/textileraeume.de

