

Endlich! PR-Kampagne für Einrichtungstextilien

„Initiative Textile Räume“ will den Deko- und Möbelstoff-Absatz fördern

Unternehmen aus dem Heimtextil-Bereich haben sich zur „Initiative Textile Räume“ zusammengeschlossen. Ihr Ziel: Durch gezielte PR-Maßnahmen Deko- und Möbelstoffe wieder stärker in das Bewusstsein der Konsumenten zu rücken.

Die Teilnahme am neuen Branchennetzwerk hatten bis Anfang Juli 19 Unternehmen zugesagt, weitere sind im Gespräch. Eine erste Präsentation der „Initiative Textile Räume“ im Rahmen der Mitgliederversammlung des ZVR wurde begeistert aufgenommen und die Teilnahme des ZVR sowie des EuroInterior zugesichert.

Die Koordination der Öffentlichkeitsarbeit wird ein noch nicht benanntes Team der als Verein gegründeten Initiative übernehmen. Der Vorstand wird sich aus den Reihen der Vollmitglieder zusammensetzen. Ein erster Messeauftritt ist zur Heimtextil 2015 geplant. Mehr Informationen unter textile-raeume.de. | j |



1 Martin Pötz, Raumausstatter aus Darmstadt, stellte gemeinsam mit 2 Karsten Brandt, Geschäftsführer VDT, und 3 Anke Vollenbröker, Marketingleiterin Trevira, die „Initiative Textile Räume“ anlässlich der ZVR-Mitgliederversammlung vor

Um der stagnierenden Branche neue Impulse zu geben und den Absatz von Einrichtungstextilien anzukurbeln, wurde eine gemeinsame, groß angelegte Kommunikations-Offensive ins Leben gerufen, die sich direkt an den Endverbraucher richtet. Die Initiatoren, zu denen neben dem Impulsgeber Martin Pötz, Raumausstatter aus Darmstadt, auch der Faserhersteller Trevira sowie Karsten Brandt vom Verband der Deutschen Tapetenindustrie gehören, wollen das Image von Heimtextilien beim Verbraucher verbessern.

Vorerst ist die Kampagne auf drei Jahre ausgelegt und mit einem jährlichen Budget von 880 000 Euro ausgestattet. Die Finanzierung erfolgt im Wesentlichen durch die Vollmitglieder, die sich mit 0,25 Prozent ihres Jahresumsatzes aus den Märkten Deutschland, Österreich und der Schweiz (DACH) beteiligen.

Assoziierte Mitglieder tragen 0,1 Prozent ihres jährlichen DACH-Umsatzes bei. Teilnehmende Raumausstatter führen zehn Cent pro Laufmeter verkauftem Deko- oder Möbelstoff an die Initiative ab.

Initiative Textile Räume

Aufgabe: Absatzförderung von Deko-/Möbelstoffen durch eine gemeinsame Branchenkommunikation

Teilnehmer: Faserhersteller, Weber, Ausrüster, Färber und Drucker, Editoren, Verlage, Großhandel, Fachhandel, Raumausstatter

Anzahl: Anfang Juli hatten bereits 19 Firmen und Verbände ihre Teilnahme zugesagt, mit weiteren laufen die Gespräche

Budget/Laufzeit: 880 000 Euro pro Jahr, vorerst auf drei Jahre

Finanzierung: „Vollmitglieder“ 0,25 % ihres Jahresumsatzes DACH, „Ass. Mitglieder“ 0,1 %, Einzelhandel und Handwerk 10 Cent/Laufmeter Deko-/Möbelstoff

Start: Anfang 2015