

Michael Schwarz: Heimtextil bleibt wichtigste Leitmesse für den Raumausstatter


© Zentralverband Raum und Ausstattung, Bonn

Keine Messe bietet uns als qualifiziertem Raumausstatter-Handwerk und (Einzel-)Handel so ein auf unsere „Berufsgruppe zugeschnittenes Betreuungspaket in Sachen Veranstaltungen, Kundenpflege vor Ort und an Infomaterialien wie die Heimtextil“, erklärte Michael Schwarz, Pressesprecher der Raumausstatter-Innung Frankfurt (www.raumausstatterinnung-frankfurt.de) und Geschäftsführer des Familienbetriebs Raumdekor Schwarz GmbH Raumgestaltung und Inneneinrichtung, Frankfurt (www.raumdekor.de), gegenüber Textination. Deshalb sollte die Messe Frankfurt ihr Insiderprogramm Raumausstatter weiter fortführen (www.heimtextil-insider.com).



© Raumdekor Schwarz

Zufrieden zeigte sich Schwarz vor allem mit der diesjährigen „inhaltlichen und programmatischen“ Heimtextil-Ausrichtung unter dem Aspekt des Trend-Themas „Nachhaltigkeit“ in seiner gesamten darstellerischen und fachlichen Tiefe und nicht, wie teilweise auf anderen aktuellen Messen wahrgenommen, mehr aus einem „modischen“ Trend-Aspekt heraus. Das Messeangebot Tapete, Sonnenschutz und Stoffe wurde mit sehr zufriedenstellend bewertet. Gefehlt haben dem Raumausstatter allerdings die abgewanderten hochwertigen Editoren. Das Forum der Trend Table „Natur“

© Textination GmbH

wurde mit sehr gut eingestuft. Durch das umfangreiche Programmangebot verlief die Heimtextil wesentlich besser als im Vorjahr.

Allerdings sind nicht mehr alle Fachmessen im Januar für die Raumausstatter zu schaffen. „Man muß sich künftig wohl neben der Leitmesse Heimtextil ein bis zwei weitere Messen jedes Jahr neu raussuchen und im wechselnden Turnus (Zwei- bis Dreijahres-Rhythmus) besuchen“. Im Augenblick erlernen noch genug junge Menschen den Beruf des Raumausstatters und das Verhältnis Lehrlingsuche und Ausbildungsplatzangebot hält sich noch die Waage. Dies wird sich aber in den kommenden Jahren, wie in jedem anderen Berufsfeld auch, aus demographischen Gründen mehr oder minder stark verändern. „Es liegt an unserer gesamten Branche, vom Produzenten, über die Editoren und den Großhandel, bis hin zum Fach(einzel)handel und den Handwerksbetrieben, den doch sehr spannenden und vielseitigen Beruf des Raumausstatters kommenden Auszubildenden näherzubringen“.



© Raumdekor Schwarz

Raumdekor Schwarz war auch Teilnehmer der Endverbraucher-Aktion „Heimtextil goes City“ im gesamten Stadtgebiet Frankfurts. Rund 2.500 Kunden und Heimtextilfans besuchten im siebten Jahr in Folge über 25 Raumausstatter, Bettenfachgeschäfte und Museen. Allein im Stadtgebiet Frankfurt sind rund 57 Firmen, in der Rhein-Main-Region etwa 150 Betriebe, im Landesverband Hessen etwa 350 Unternehmen und auf Bundesebene

(ZVR/Zentralverband Raum und Ausstattung, Bonn) - www.zvr-info.de ca. 3.200 Firmen einer Innung oder Kreishandwerkerschaft als qualifizierte Betriebe angeschlossen. „Nachdem wir bereits von Anfang an bei „Heimtextil goes City“ mitgemacht haben, müssen wir feststellen, dass 2011 wesentlich besser lief als die anderen Jahre“ – so Patricia Breitling, Raumstudio Breitling (www.raumstudio-breitling.de), Frankfurt, gegenüber Textination.



© Raumstudio Breitling

„Es besuchten uns sehr viel mehr Interessenten als in den Vorjahren – obwohl wir unser Geschäft nicht, wie die Mehrheit der teilnehmenden Firmen, in der Frankfurter Innenstadt haben. Allerdings wissen immer noch sehr viele Verbraucher nicht, dass dieser Informationstag extra für sie in den Fachgeschäften stattfindet. Auch über die einzelnen Leistungen, die wir als Raumausstatter anbieten, müssen wir immer wieder aufklären. Uns ist aufgefallen, dass auch die diesjährige Heimtextil-Messe besser besucht war. Alle Zulieferfirmen, die für uns interessant sind, waren vertreten. Sie ist die einzige und wichtigste Messe, die wir besuchen.“



© Raumstudio Breitling

Desweiteren begrüßen wir die Einrichtung des Insider-Programms, welches wir beide Jahre zu unserer Zufriedenheit genutzt haben. Wir würden uns freuen, wenn es fortgeführt würde“.

Nach Angaben von Axel Knauber, Geschäftsführer von Keppler-Knauber Raumausstattung GmbH (www.keppler-knauber.de), Frankfurt, gegenüber Textination, wäre die Fortsetzung des Insiderprogramms Raumausstatter wünschenswert, um noch mehr Fachpublikum nach Frankfurt zu locken. Die Heimtextil-Messe verlief etwa gleich wie im Vorjahr. Die Aufteilung der Branche (Heimtextil, imm Köln, Bau München) ist nicht ideal, betonte Knauber. Eine Bündelung wäre erstrebenswert. Besucht werden alle drei Messen plus Dometex. Die Heimtextil ist für diesen Raumausstatter nicht mehr ausschliesslich die wichtigste Fachmesse, „da unsere Lieferanten sich aufteilen“. Als Teilnehmer von „Heimtextil goes City“ habe man versucht, die umfangreichen Dienstleistungen der Raumausstatter zu transportieren. Leider ist dies beim Endverbraucher noch nicht gänzlich „angekommen“. Es fehlt bei diesem zu oft die Anerkennung als Inneneinrichter. Man sieht sich nicht mehr als reinen Handwerker. Das gegenwärtige Geschäft bewegt sich auf Vorjahresniveau. Preiserhöhungen sind bislang nicht vorgesehen.

Gert Krockert