

Pub. Verlagsbereich 280, Perchtholzstr. 022031756

FARBEN

BODEN
WÄNDE

Mai/Juni 2012

DIE FACHZEITSCHRIFT FÜR RAUMGESTALTER



Was ist & was kommt Branchenumfrage 2012

Interview: Erich und Heinz Fleischmann / Englisch Dekor Textilverlag

„Brandschäden müssen nicht sein“

Das sagen die zwei Brüder und Geschäftsführer des Englisch Dekor Textilverlags Erich und Heinz Fleischmann über ihre Vision einer sicheren Einrichtungswelt.

FARBE BODEN WAND: Sie führen den Englisch Dekor Textilverlag gemeinsam in vierter Generation und überzeugen die Kunden bereits seit über 100 Jahren mit Ihren Stoffen. Was ist Ihr Erfolgsgeheimnis?

Heinz Fleischmann: Einer der Grundpfeiler unseres Erfolges ist, dass wir Raumausstatter sowie Kunden aus dem Objektbereich in mehr als 50 Ländern mit einem umfangreichen Sortiment an Stoffen bedienen können. Insgesamt haben wir mehr als 4.000 verschiedene Stoffe auf Lager, wovon wir 80 bis 85 Prozent in der Qualität schwer brennbar anbieten können.

Schwer brennbare Stoffe punkten mit einem großen Sicherheitsfaktor, da sie die Flamme nicht weitertragen. Wie funktioniert das eigentlich technologisch?

Erich Fleischmann: Bei unseren schwer brennbaren Stoffen handelt es sich in 90 Prozent aller Fälle um Polyestergerne, die in ihren Molekülen so verändert sind, dass sie die Flamme nicht weitertragen können. In dem Moment, da der Stoff mit der Flamme in Berührung kommt, entsteht zwar ein Loch, der Stoff zieht sich aber zusammen, und die Flamme erlischt von selbst. Dadurch wird verhindert, dass die Flamme etwa an

einem Vorhang nach oben klettert und dadurch beispielsweise eine Holzdecke in Brand steckt.

Heinz Fleischmann: Und weil das Garn an sich ja schon modifiziert ist, sind unsere Produkte auch permanent schwer brennbar. Das heißt, dass diese Beständigkeit – im Gegensatz zu chemisch aufgetragenen Ausrüstungen oder Imprägnierungen – auch nach dem Waschen noch gegeben ist. Dieser Sicherheitsfaktor spielt natürlich hauptsächlich im öffentlichen, aber auch immer stärker im privaten Bereich eine große Rolle.

Muss man für diese Sicherheit auch tiefer in die Geldbörse greifen?

Erich Fleischmann: Ein finanzieller Mehraufwand ist zwar vorhanden, hält sich aber in Grenzen. Und er lässt sich auch einfach begründen: Um mit einem schwer brennbaren Stoff am Markt auftreten zu können, braucht man einerseits ein sehr hochwertiges Polyestergerne und muss andererseits jeden Stoff vom österreichischen Textilinstitut testen lassen, damit der Kunde sich der Qualität „schwer brennbar“ sicher sein kann. Dafür gibt es bei den Vorhängen die Europannorm 13773 und bei den Möbelstoffen die Europannorm 1021 sowie die Ö Norm 3825. Wie hoch der finanzielle Mehraufwand im Detail ist, hängt vom Gewicht des Stoffes ab. Bei transparenten Gardinen ist der Unterschied minimal, bei Velours oder schweren Möbelstoffen muss man schon mit 20 bis 30 Prozent Mehrkosten rechnen.

Heinz Fleischmann: Vor allem im privaten Bereich wird aber nicht zwischen schwer

brennbar und nicht schwer brennbar unterschieden. Wenn ein Stoff gefällt, dann wird er verwendet. Schwer brennbare Stoffe sind aber im Vergleich genauso weich, genauso brillant in den Farben und punkten darüber hinaus mit einer höheren Lichtechtheit, der hochwertigen Faser und ihrer einfachen Pflege beim Waschen und Bügeln.

Dennoch bestehen sie aus Polyestergerne, die im Volksmund nicht als sehr umweltfreundlich gelten. Was sagen Sie dazu?

Erich Fleischmann: Es ist gut, dass Sie das fragen, da es uns die Möglichkeit bietet, mit einem Vorurteil aufzuräumen. Polyestergerne sind nämlich viel nachhaltiger als Baumwollstoffe. **Inwiefern?**

Heinz Fleischmann: Polyester ist ein reines erdölbasiertes Produkt, recycelbar und viel sauberer als Baumwolle. Um Baumwolle nämlich überhaupt weben zu können, sind enorm viele Arbeitsschritte notwendig, die zum Teil fern von jeglichen ökologischen Kriterien sind. Außerdem brauchen Sie bei Baumwolle eine Ausrüstung, die verhindert, dass der Stoff nach dem Waschen einspringt, eine Ausrüstung gegen Verschmutzung, eine Ausrüstung für schwere Brennbarkeit und so weiter. Wenn Sie das alles auf die Baumwolle draufpappen, dann haben Sie Sondermüll, den Sie nicht mehr normal entsorgen dürfen.

Erich Fleischmann: Außerdem sind die ganzen Ausrüstungen nach dem Waschen wieder draußen und müssen erneuert aufgebracht werden. Damit gerät man in einen Kreislauf,

der gar nichts mehr mit Nachhaltigkeit zu tun hat. Und was viele Kunden auch überrascht, ist, dass Baumwolle nicht verrottet. Polyester hingegen hat gar nicht den Anspruch zu verrotten, weil sich die Industrie derzeit um eine abfallfreie Wirtschaft bemüht.

Sie sprechen das Cradle-to-Cradle-Prinzip an?

Erich Fleischmann: Ja genau. Die Idee, die dahinter steckt – und zwar die Produkte nach der Verwendung wieder an den jeweiligen Produzenten zu schicken, damit der sich um die Entsorgung kümmern kann –, ist zwar sehr gut, aber leider noch nicht praxisnah. Denn dass Stoffe nach zehn Jahren Verwendung aus finnischen oder russischen Hotels wieder an uns zurückgeschickt werden, ist sehr unrealistisch. Hier muss – und das ist die Aufgabe für die Zukunft – erst ein weltweit anerkanntes Recyclingsystem entwickelt werden.

Apropos weltweit: Sie haben vorhin erwähnt, dass Sie mit Ihren Stoffen in über 50 Ländern präsent sind. Wie bewerkstelligen Sie das denn logistisch?

Heinz Fleischmann: Unsere Stärke ist, dass wir unseren Kunden eine größtmögliche Auswahl an Designs zur Verfügung stellen. In unserer Lagerhalle, die unbestritten das Herzstück unseres Unternehmens ist, liegen zirka 500.000 Meter Stoff. Diese Stoffe können wir europaweit prompt, preiswert und in jeder Menge liefern. Wir garantieren hier Lieferzeiten von 24 Stunden innerhalb von Österreich und 48 Stunden innerhalb von Europa. Dabei arbeiten wir mit einem Paketdienst zusammen, der die Pakete zweimal am Tag abholt und zustellt. So können wir auch weltweit agieren, ohne dass uns die Transportkosten das Genick brechen.



Gemeinsam führen Erich Fleischmann (l.) und Heinz Wymetal-Fleischmann das Unternehmen in vierter Generation.

Sie bedienen mit Ihren Stoffen sowohl Wiederverkäufer im Objektbereich als auch Wiederverkäufer im Privatbereich. Beide Zielgruppen haben aber naturgemäß andere Anforderungen. Wie schwierig ist es, diesen immer explizit Rechnung zu tragen?

Erich Fleischmann: Die größte Schwierigkeit ist wahrscheinlich, dass das Objektgeschäft im Vergleich mit dem Detailgeschäft nicht so gut abschätzbar ist. Da kann es schon einmal vorkommen, dass ein Kunde an uns herantritt und für ein Hotel 1.000 Meter Stoff braucht. Diese Menge haben wir dann zwar nicht lagernd, können wir aber durch die Zusammenarbeit mit unseren Kooperationspartnern schnellstmöglich besorgen. **Heißt das, dass bei Englisch Dekor gar nicht selbst gewoben wird?**

Erich Fleischmann: Das haben wir nie gemacht und das werden wir nie machen, weil einem damit die Flexibilität genommen wird. In dem Moment, wo man eigene Webstühle hat,

ist man nämlich auf bestimmte Qualitäten fixiert und kann auf gewisse Trends nicht mehr konkret eingehen. Unser Vorteil als Textilverlag ist, dass wir durch die Wahl unserer Produzenten eine riesige Bandbreite anbieten, mit der wir die Wünsche unserer Kunden so gut wie möglich erfüllen können.

Und was wünschen Sie sich für Englisch Dekor für die Zukunft?

Heinz Fleischmann: Wir wollen auch zukünftig die Entwick-

lung neuer Produkte vorantreiben und unsere Exportquote von derzeit 35 Prozent noch weiter erhöhen.

Erich Fleischmann: In den letzten zehn Jahren ist es uns gelungen, unseren Umsatz nahezu zu verdoppeln, und aktuell wachsen wir jährlich zwischen fünf und zehn Prozent. Diesen Weg wollen wir auch weiterhin gehen und uns gemeinsam mit dem Markt, den Architekten und mit den Möglichkeiten, die die Technik und die Gamentwicklung in den letzten Jahren gebracht haben, weiterentwickeln. **Vielen Dank für das Interview.**

ENGLISCH DEKOR – FACTS

- Gründung:** im Jahr 1866 von Eduard August Englisch als Detailhandel
- Geschäftsführung:** Mag. Erich Fleischmann und Mag. Heinz Wymetal-Fleischmann
- Standort:** Scheydgasse 29, 1210 Wien
- Mitarbeiter:** 35 angestellte Mitarbeiter, 35 freie, international tätige Handelsvertreter
- Sortiment:** 4.000 verschiedene Stoffe, 85 Prozent davon in der Qualität schwer brennbar
- Lagerkapazität:** 500.000 Laufmeter
- Exportquote:** 35 Prozent
- Kundenradius:** über 50 Länder weltweit
- Kundenreferenzen (Auszug):** Hotel Sacher, Hilton Zürich, Flughafen Helsinki, Staatsoper Wien, Rathaus Wien, Life Ball 2009
- Web:** www.englisch.at



Die beiden Brüder Heinz Wymetal-Fleischmann (l.) und Erich Fleischmann im großräumigen Lager, dem Herzstück des Unternehmens