

Heimtex

Europas große Wirtschafts- und Handelszeitschrift für
Bodenbeläge, Tapeten, Farben, Heimtextilien, Sonnenschutz

Heimtex-Star

Die besten
Fachgeschäfte

Konzepte
Marketing-Ideen
Events



Object Carpet

Mit Rugx, Fliesen
und Teppichboden

Flächen gestalten

Seite 103



1|



2|

„In unserem eigenen Designatelier können wir individuell auf Kundenwünsche eingehen“, erklärte Reiner. „Da ist vieles möglich.“ Der Trend ginge darüber hinaus zu rustikalen Unis und strukturierten Dimouts. Zudem will Drapilux im Laufe des Jahres eine neue Hard-Akustikkollektion präsentieren.

Die Zusatzfunktionen der Drapilux-Artikel jetzt mit Stoffen gestalteten Symbolen dargestellt werden, hat bewährt. „Die kommen gut an und sind echte Hingucker“, so Reiner. Sie würden manchen Kunden die Augen dafür öffnen, was beispielsweise mit einer Funktion wie Bioaktiv eigentlich gemeint sei.

Ehrlich Leder Farbe gesetzt

Ultra Violet, die Pantonefarbe des Jahres 2018, war auf Heimtextil nicht allzu häufig zu finden. Bei Ehrlich gab es jedoch schon eine Haut in einem kräftigen Lilaton zu sehen – ein echter Hingucker. „Ob sich das verkauft, wird man sehen“, gab sich Geschäftsführer Martin Ehrlich zurückhaltend. Es gebe im Lederbereich zwar Modetrends, sie spielten in Summe jedoch keine Rolle. „Aber im Gegensatz zu früher, wo nur Braun und Schwarz sein sollte, werden Farben jetzt mehr nachgefragt.“ 2017 sei viel Rosa und Grün gefragt worden, jetzt hofft er auf das Pantone-Lila. „Wir bieten den Architekten die Produkte bieten, mit denen

er zeigen kann, dass er up to date ist. Alles ist machbar – das wollen wir hier deutlich machen.“

Gefragt seien derzeit besonders gebrochene Narbenleder, die bedruckt, mit Folie beschichtet oder geschliffen angeboten werden. Unter Narbenleder versteht man alle Leder, bei dem die Narbenseite noch nicht vollständig entfernt wurde. Auch Nubuk sei wieder stark im Kommen, so Ehrlich, nachdem das Material eine Zeit lang gar nicht gefragt war. Die Nubuk-Qualitäten würden normal oder geschliffen im Vintage-Look angeboten. Auch pflanzlich nachgegerbte Glattleder laufen gut.

Nach einem wirtschaftlich stabilen Jahr 2017 sind bei Ehrlich Leder keine großen Strategieänderungen geplant: „Wir machen so weiter.“

Englisch Dekor Fast zweitstellig gewachsen

Bei Englisch Dekor war Geschäftsführer Erich Fleischmann zufrieden mit dem Messeverlauf und der wirtschaftlichen Entwicklung: „Wir kommen mit unseren Produkten aus Velours, Wolle und Kunstleder gut an und freuen uns für 2017 über ein fast zweistelliges Plus.“ Besonders der Export wachse, auch außerhalb der D/A/CH-Region. „Unserer Auffassung nach muss der Dienstleistungsgedanke an erster Stelle stehen: Service, Beratung, Lieferfähigkeit – all das muss stimmen.“ →

- Ehrlich Leder**
- 1| Ob Nubuk, normal oder geschliffen im Vintage-Look, pflanzlich nachgegerbte Glattleder, gröbere Narben oder dickere Ausführungen: Was mit dem Naturprodukt alles machbar ist, zeigte Ehrlich Leder an seinem Stand.
 - 2| Geschäftsführer Martin Ehrlich mit einem Lilaton passend zur Pantonefarbe des Jahres, Ultra Violet.



Englisch Dekor
Geschäftsführer Erich Fleischmann: „Wir kommen mit unseren Produkten aus Velours, Wolle und Kunstleder gut an und hatten 2017 ein fast zweistelliges Plus.“

Der aus einem 1866 gegründeten Raumausstattungs-geschäft entstandene österreichische Textilverlag Englisch Dekor sieht sich heute als Spezialist für schwer entflammare Stoffe. „Wir sind eine Weberei ohne Webstühle“, charakterisierte Heinz Wymetal-Fleischmann sein Unternehmen: „Wir entwickeln unsere Stoffe selbst, in Zusammenarbeit mit den Produzenten. Dadurch können wir kurzfristig auf Markttrends reagieren.“

Farbtrends für 2018 sieht Erich Fleischmann bei Aqua- und Stonetönen. Außerdem spielen die Haptik eine wichtige Rolle.

Ernst Diekgraefe Polsterei läuft, der Rest stagniert

„Der Wirtschafts- und Bauboom geht an den Raumausstattern vorbei“, gab sich Jörg Hemicker, Marketingleiter

bei Ernst Diekgraefe, pessimistisch. Das 1885 gegründete Familienunternehmen ist Lieferant für Raumausstatter, Polsterer, Sattler und Bodenleger mit Gardinen- und Dekozubehör, Bodenlegerzubehör, Polstermaterial sowie Spezialwerkzeugen, Maschinen und Geräten. „Der Markt schrumpft, das können wir nicht schönreden“, so Hemicker. Sein Unternehmen sei jedoch so breit aufgestellt, dass Schwächen ausgeglichen werden können. Derzeit laufe beispielsweise die Polsterei ganz gut. So sei für das Unternehmen 2017 kein dramatischer Einbruch zu verzeichnen gewesen, sondern eher Stagnation. „Aber die Raumausstatter werden nicht mehr“, ist Hemicker überzeugt.

Gegenwärtig ist der gedruckte Katalog in der Überarbeitung und steht kurz vor Vollendung. „Da haben wir 2013 den letzten herausgebracht, für 2018 soll es eine komplett überarbeitete Version in einer Stückzahl von 6.000 geben“, so der Marketingleiter.

Geschäftsführer Björn Boland unterstrich abschließend: „Auch wenn unser Stand in diesem Jahr etwas kleiner ist, wollen wir die Heimtextil-Fahne weiter hochhalten.“

Ernst Diekgraefe

- 1| Ernst Diekgraefe bringt für sein breites Sortiment 2018 einen neuen Katalog heraus.
- 2| Marketingleiter Jörg Hemicker: „Der Wirtschafts- und Bauboom geht an den Raumausstattern vorbei.“
- 3| Geschäftsführer Björn Boland: „Wir wollen die Heimtextil-Fahne weiter hochhalten.“

