

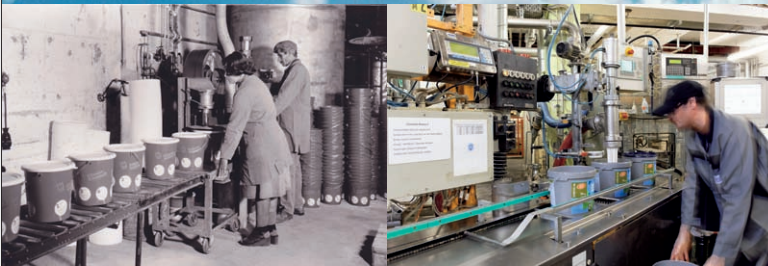
# Heimtex



## INTERVIEW DES MONATS

Karsten Brandt, Geschäftsführer des Deutschen Tapeten-Instituts: „Wir haben unsere Hausaufgaben gemacht“ Seite 96

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



## 100 JAHRE Uzin Utz AG



# „Wir haben unsere Hausaufgaben gemacht“

Mit dem steigenden Beliebtheitsgrad der Tapete nehmen auch die Anstrengungen der Hersteller zu, ihr vielfältiges Angebot der Öffentlichkeit stärker zu präsentieren. Ein wichtiger Schritt in diese Richtung war die Eröffnung des Showrooms „Tapetenwechsel“ des Deutschen Tapeten-Instituts im Jahr 2008. Entgegen den Erwartungen wird er nicht nur von Verbrauchern besucht, sondern auch von verschiedenen Profi-Gruppen. BTH-Redakteurin Cornelia Küsel sprach mit Geschäftsführer Karsten Brandt über die weiteren Pläne des Instituts, die Entwicklung auf dem Tapetenmarkt und die Verunsicherung in der Branche nach den Durchsuhungen durch das Kartellamt.

**BTH Heimtex:** Die Tapete erlebt einen Nachfrage-Boom, aber die Vielfältigkeit des Angebots ist weitgehend unbekannt – zum Leidwesen des Fachhandels. Wie lässt sich dieses Problem lösen?

**Karsten Brandt:** Das ist ein Flaschenhals. Beim Hersteller gibt es immer mehr Angebote und beim Verbraucher immer mehr Nachfrage – aber beide finden nicht zueinander. Auch weil es zu wenig Fachgeschäfte gibt. Hier sehen wir als Tapeten-Institut einen Ansatzpunkt. Hilfestellung bietet der Showroom „Tapetenwechsel“ am Hamburger Ballindamm, in dem Verbraucher und Händler in den Tapetenbüchern blättern und die Wirkung der Tapete an der Wand erleben können. Dazu kommt unsere Wanderausstellung „Tapeten on Tour“, also ein Showroom auf Reisen, mit dem wir dem Verbraucher in Shoppingcentern das Sortiment näher bringen.

Im Objektgeschäft würde helfen, wenn Planer und Einrichter die Tapete in speziellen Internet-Tools finden würden. Derzeit müssen sie noch aufwändig auf den Webseiten der einzelnen Hersteller suchen.

Das Tapeten-Institut ist im Netz bereits sehr aktiv. Wir haben unter anderem sieben Kurzfilme zum Thema Tapezieren in You Tube eingestellt.

**BTH Heimtex:** Wäre es in dieser Situation für die Industrie nicht sinnvoll, die immer schneller werdende Kollektionsabfolge zu verlangsamen und frei werdendes Geld ins Marketing zu stecken?

**Brandt:** Der schnelle Wechsel der Kollektionen kann ein Problem sein. Wenn eine Kollektion eingeführt wird, dann dauert es erst einmal, bis der Händler sie gesehen hat. Und wenn sie dann anfängt, gut zu laufen, ist sie schon wieder kurz vor der Auslistung. So wird alles unübersichtlich. Aber ich weiß nicht, ob das ganze mehr vom Anbieter getrieben ist oder mehr vom Nachfrager, der häufiger Neuheiten haben will.

**BTH Heimtex:** Sind weitere Showrooms in Planung?

**Brandt:** Wenn es in Deutschland 30 Showrooms gäbe, wäre das sehr gut, aber nicht zu bezahlen. Deshalb glaube ich eher nicht an einen neuen Showroom, sondern an Wan-



**Karsten Brandt, Geschäftsführer des Deutschen Tapeten-Instituts: „Wir wollen sowohl Innenarchitekten als auch Malern Seminare anbieten.“**

derausstellungen, mit denen wir viele Verbraucher erreichen. Der feste Showroom in Hamburg ist gut als stabiler Anker. Dort finden regelmäßig Veranstaltungen statt.

**BTH Heimtex:** Was spricht für Hamburg als Standort?

**Brandt:** Wir haben die deutschen Großstädte nach Kriterien wie Größe und Kaufkraft untersucht. Entscheidend waren dann das Konzept „Wachsende Stadt“ des Hamburger Senats, eine Tapetenaffinität der Hanseaten und Hamburg als Medienstadt mit allen wichtigen Titeln rund um die Einrichtung.

**BTH Heimtex:** Wir wird der Showroom in Hamburg angenommen?

**Brandt:** Wir hatten zwei Zielgruppen: Den Verbraucher und die Presse. Beides läuft auch gut. Weniger hatten wir mit dem Profi als Besucher gerechnet. Aber nicht nur lokale Malermeister oder Raumausstatter besuchen den Showroom, begleiten ihre Kunden oder schicken sie dort hin, sondern auch Einkaufsgenossenschaften aus dem gesamten Bundesgebiet und Großhandelsvertreter kommen. Aber auch Innenarchitekten und Architekten stöbern dort; dazu Dekorateur von großen Modelfilialisten wie C&A oder P&C. Insgesamt kommt in der Branche sehr gut an, dass die Industrie Geld in die Hand nimmt, um ihr Produkt besser darzustellen.

**BTH Heimtex:** Aber die Branche ist auch verunsichert, weil das Kartellamt fünf führende deutsche Hersteller wegen möglicher Preisabsprachen durchsucht hat. Wie geht der Verband der Deutschen Tapetenindustrie (VDT) damit um?

**Brandt:** Bitte haben Sie Verständnis dafür, dass ich zu dem laufenden Verfahren nichts sagen kann. Wir als Verband haben aber unsere kartellrechtlichen Hausaufgaben gemacht. Unsere Verbandsstatistik haben wir von einem Anwalt überprüfen lassen, der uns bestätigt hat, dass dieser für die Branche wichtige Informationsaustausch in Ordnung ist. Auch alle weiteren Aktivitäten des VDT sind unter Compliance-Gesichtspunkten geprüft worden. Für uns als Verband, aber auch im Interesse unserer Mitglieder haben wir einen Leitfaden zum Kartellrecht erstellt. Dieser Verhaltenskodex wird strikt beachtet.

**BTH Heimtex:** Welche weiteren Aufgaben stellen Sie sich für die Zukunft?



Diese von Designer Thomas Zeitlberger für Marburg entworfene Tapete war bei der Heimtextil 2010 der Hingucker. „Er hat Sehgewohnheiten gesprengt“, begründet Karsten Brandt seine Vorliebe für die ungewöhnliche Wandbekleidung.

**Brandt:** Wir wollen sowohl Innenarchitekten als auch Malern Seminare anbieten. Für Innenarchitekten wird es mehr um Design gehen, für Maler um die Praxis des Tapezierens. Das Tapeten-Institut hat für dieses Jahr einen sechsstelligen Betrag für Seminare geplant, die A.S. Création Tapetenstiftung gibt noch einen beträchtlichen Zuschuss. Ziel ist die Durchführung von 150 Eintagsseminaren. Dazu sind wir nicht nur mit Kammern, sondern auch mit Berufs- und Meisterschulen im Gespräch. Diese Seminare sind wichtig. Denn wenn der Verbraucher nur mit Mühe seine Wunschtapete findet, weil er keinen Überblick über das Angebot hat, und dann auch noch kein kompetenter Handwerker bereit steht, um sie anzubringen, ist das ein Problem. Da nützen die schönsten Muster nichts.

**BTH Heimtex:** Mit der Vliestapete ist das Anbringen der Wandbekleidung auch für den Profi einfacher geworden. Verdrängt sie die Papiertapete ganz?

**Brandt:** Das glaube ich nicht, denn die Papiertapete ist günstiger. Aber sie wird immer weniger nachgefragt, ihr Anteil am Umsatz lag im vergangenen Jahr nur noch bei 20 %, mengenmäßig bei 30 % und damit 10 % unter dem Vorjahresniveau.

**BTH Heimtex:** Die steigende Beliebtheit der Tapete könnte auch

verstärkt ausländische Anbieter auf den deutschen Markt locken. Wappnen sich die inländischen Hersteller dagegen?

**Brandt:** Der deutsche Markt ist zwar groß und deshalb eigentlich attraktiv. Aber das niedrige Preisniveau hält ausländische Produzenten ab. Importierte Tapeten machen lediglich 10 % aus.

**BTH Heimtex:** Wie entwickelt sich das Geschäft?

**Brandt:** Im vergangenen Jahr hatten wir ein Umsatzwachstum von 5 % gegenüber dem Vorjahr.

**BTH Heimtex:** Gilt diese Aufwärtsbewegung auch für das Objekt?

**Brandt:** Was ich so höre, läuft das Objektgeschäft für die Tapete gut. Das sehe ich aber auch mit eigenen Augen: In Cafés, Restaurants, Hotels und Geschäften gibt es sehr viel Tapete.

**BTH Heimtex:** Ein großes Thema der Zeit ist Nachhaltigkeit. Entsprechend werden immer mehr Umwelt-Zertifizierungen eingeführt. Überfordern diese vielen Prüfungen die Branche?

**Brandt:** Ja. Beispielsweise ist seit 1. Januar 2011 das CE-Zeichen erforderlich, das Brandschutz und Innenraumhygiene fordert. Es dient der europäischen Harmonisierung, soll also allen Beteiligten in Europa das Leben einfacher machen und dem Verbraucher auf hohem Niveau Sicherheit geben. Doch es gibt Länder, die meinen, die Bedingungen über- oder anders erfüllen zu müssen wie Frankreich und Deutschland. So hat das Deutsche Institut für Bautechnik (DIBT) jetzt weitere Anforderungen für ein von ihm zu vergebendes Ü-Zeichen definiert. Es soll zum 1. Januar 2013 erforderlich werden. Dann müssen die Hersteller schon die Kriterien von zwei Zeichen erfüllen, also komplett neue Labortests durchführen, Chemikalien aus-

tarieren und im Institut vorstellig werden. Andere Länder sind dabei, sich ähnlich zu verhalten. Das entspricht der Vorstellung von europäischer Harmonisierung nun gar nicht, sondern ist eine echte Belastung für die Industrie.

**BTH Heimtex:** Die aber lässt sich den Glauben an die Zukunft der Tapete nicht nehmen und engagiert zunehmend bekannte Designer, die früher die Wandbekleidung als altmodisches Gestaltungselement abgelehnt haben. Welches ist Ihr Lieblings-Tapeten-Designer oder welcher Künstler sollte einmal Tapeten entwerfen?

**Brandt:** Ich fand den Entwurf von Thomas Zeitlberger für Marburg gut, weil er Sehgewohnheiten gesprengt hat. Das war mal etwas ganz Neues. Interessant waren auch die Ergebnisse aus dem Designwettbewerb, den das Tapeten-Institut im vorletzten Jahr durchgeführt hat. Dadurch haben wir viele tolle Designer kennen gelernt. Inzwischen fragen auch viele Künstler nach, wem sie ihre Entwürfe anbieten können. Die Hersteller werden überschüttet mit Designs. Ich habe keinen Lieblingsdesigner, vom dem ich mir eine Tapete wünsche. Ich finde es aber toll, dass ich für ein schönes Produkt arbeiten darf, von dem man vor zehn Jahren noch dachte, es sei ein Oma-Produkt. Da tut sich erfreulich viel.

## VDT und Tapeten-Institut

Der Verband der Deutschen Tapetenindustrie vertritt die Interessen der deutschen Tapetenhersteller und wird auch durch Zulieferer als assoziierte Mitglieder unterstützt. Das vom Verband finanzierte Deutsche Tapeten-Institut informiert die Öffentlichkeit über das Angebot an und die Vorteile von Tapeten. Es unterhält seit November 2008 am Hamburger Ballindamm den Showroom „Tapetenwechsel“. Hier werden Tapete in wechselnder Gestaltung inszeniert.