

# Heimtextil / Messe Frankfurt

## Kennzeichen knallrotes Sofakissen!

Mittwoch, 13.01.2016



Foto: Messe Frankfurt

Zum zweiten Mal präsentiert sich die Initiative Textile Räume e.V. (ITR) auf der Heimtextil in Frankfurt am Main. Ein vier Meter großes, leuchtend rotes Sofakissen signalisiert als Eyecatcher auf dem Messestand die Botschaft, die der Branchen-Zusammenschluss dem Fachpublikum vermitteln möchte: Gemeinsam verhelfen wir Heimtextilien und der Branche zu neuen Dimensionen! Die ITR stellt auf der internationalen Fachmesse für Wohn- und Objekttextilien die Kampagne „#GibDirStoff“ vor, die im November 2015 gestartet ist. Auf dem ITR-Messestand erhalten Raumausstatter, Innenarchitekten, Fachhändler und alle interessierten Besucher einen Einblick in die Ziele und die vielfältigen Maßnahmen der neuen Branchen-Kampagne. Auffallend und „laut“ wie das leuchtend rote, vier mal vier Meter große Kissen möchte die ITR auf sich aufmerksam machen und „#GibDirStoff“ in den Fokus der Öffentlichkeit rücken. Über 50 Unternehmen aus der Branche haben sich bereits der Initiative Textile Räume e.V. (ITR) angeschlossen, mit dem Ziel, gemeinsam alle medialen Möglichkeiten zu nutzen, um neue Käuferschichten zu erschließen. Heimtextilien sollen dabei wieder als wichtiges, kreatives Stilelement eines modernen Lifestyles Zugang in die Einrichtungsplanung finden. Mit der publikumswirksamen Kampagne „#GibDirStoff“ ist der Grundstein für eine Erfolg versprechende Neupositionierung der Produkte gelegt. Beim Kick-off-Event im Amtsgericht Hamburg-Altona präsentierte die ITR die Inhalte und Maßnahmen von „#GibDirStoff“ der Presse: „Aufgrund der bundesweiten Presse-Resonanz konnten wir bereits wachsendes Interesse an dem Thema Heimtextilien verzeichnen und den Verbraucher für die Produkte

unserer Branche sensibilisieren. Ganz konkret haben wir das in den sozialen Netzwerken an den steigenden Besuchen und Klickzahlen unserer Website festgestellt“, so Joachim Stock, Vorstandsvorsitzender der ITR. Daher ist auch die Website „#GibDirStoff“ ein strategisch wichtiger Teil der Kampagne: Das Online-Wohnmagazin bietet Trends und Tipps, vermittelt Inspirationen für das eigene Zuhause und soll die Lust auf kreatives Einrichten mit Heimtextilien wecken: [www.gib-dir-stoff.com](http://www.gib-dir-stoff.com) Zu den ITR-Mitgliedern der „ersten Stunde“ zählen unter anderem Editoren, Stoffverlage, Großhändler und Webereien mit eigenem Vertrieb in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Aber auch Organisationen, Verbände und Institutionen haben sich der ITR angeschlossen. Angestrebtes Ziel ist es, die gesamte Branche geschlossen hinter sich zu versammeln, um langfristig und nachhaltig durch eine gezielte Öffentlichkeitsarbeit den Verbraucher zum Umdenken zu bewegen. Programm für Raumausstatter und Fachhändler Als wichtigstes Bindeglied zwischen Verbraucher und Hersteller sieht die ITR den Raumausstatter und Fachhandel an, bei denen die Nachfrage nach Stoffen und einer fachkundigen Beratung geweckt werden soll. Damit sich der Handel der ITR anschließt und die Kampagne unterstützt, hat die ITR ein maßgeschneidertes Programm zusammengestellt. Es umfasst eine Vielzahl von Aktivitäten und Informationen sowie POS-Werbemittel und eine Händlersuche im Online-Wohnmagazin [www.gib-dir-stoff.com](http://www.gib-dir-stoff.com). Die teilnehmenden Raumausstatter und Fachhändler profitieren von der Initiative durch den Imagegewinn als Unterstützer der ITR und durch die steigende Verbraucher-Nachfrage. Die Initiative Textile Räume e.V. und #GibDirStoff präsentieren sich auf der Heimtextil in Halle 3 Ebene 0 Stand C55.

**Kennzeichen knallrotes Sofakissen!**