

„In der hochwertigen Nische mitspielen“

Der Relaunch des Textilverlages ist abgeschlossen, die Entwicklung geht weiter

Wer im Januar Kupferoth Interiors am Stand auf der Heimtextil in Frankfurt besucht hat, fand ein Unternehmen vor, das mehr als nur sein Logo verändert hatte. Und noch ist der Wandel innerhalb des Textil-Verlages längst nicht abgeschlossen.

Der Relaunch von Kupferoth Interiors wurde mit zwei neuen Kollektionen eingeläutet, die aufzeigten, wohin die Reise der Rasch-Tochter in Zukunft gehen soll. Eine davon, Avantgarde, verweist auf eine für Kupferoth ungewohnte geometrische Klarheit, die richtungsweisend ist. Die hundertprozentige Trevira CS-Kollektion zielt auf den Wohn- wie auch auf den Objektbereich ab. „Wir streben mit Kupferoth auch in den Objektmarkt hinein, das ist eine



Joachim Stock

Geschäftsführer Kupferoth

»Wir streben mit Kupferoth auch in den Objektmarkt hinein.«

Kupferoth Interiors

- Gegründet:** 1956 in München
- Eigentümer:** Rasch Gruppe
- Mitarbeiter:** 10 (ohne Mitarbeiter aus dem Verbund der Rasch-Gruppe) plus 7 freie Handelsvertreter für DACH-Markt
- Exportmärkte:** u.a. Schweiz, Österreich, Spanien, China, Osteuropa
- Spektrum:** hochwertige Gardinen & Dekorationsstoffe aus Trevira CS-Garnen, Seidenartikel uni und bestickt, Ausbrenner, Uni-Artikel, handgestickte & handbemalte Stoff-Panels, Polsterstoffe

Weitere Infos: www.kupferoth-interiors.de



Schöne Aussichten: Kupferoth hat sich zu Jahresbeginn mit einer neuen Ausrichtung präsentiert, zu der eine deutlich modernere zeitlos-urbane Formensprache in einer eher reduzierten Farbpalette gehört.

klare Botschaft, und das werden wir in den nächsten Jahren intensivieren“, sagt Joachim Stock. Neben Harald Katzenberger und Manfred Brosda ist er seit dem Jahr 2010 Geschäftsführer von Kupferoth Interiors wie auch des Schwesterunternehmens Rasch Textil. Stock markiert auf dieser Ebene den anstehenden Generationswechsel im Unternehmen, der an der Spitze der Rasch-Gruppe, Bramsche, mit Dario und Dr. Frederik Rasch bereits vor fünf Jahren vollzogen worden ist.

Ein markantes Kreismuster ist Teil der Kollektion Avantgarde; es wirkte aufgrund des hohen Wiedererkennungswertes am Stand fast wie das Kennzeichen des neu aufgestellten Unternehmens Kupferoth. Auffällig auch die betont unaufdringlichen Farbkombinationen wie Weiß/Creme, Braun/Terra oder

Schwarz und Silber/Blau. Vliestapeten ergänzen bei den beiden Trevira CS-Kollektionen erstmals das stoffliche Programm, was mit Rasch Textil eine Tür weiter auch auf der Hand liegt. Es handele sich um eine Ergänzung, so Joachim Stock, die ebenfalls auf das Objekt abziele: „Der Objekteur kann bei uns alles aus einer Hand bekommen.“ Björn Lorenz, Leitung Marketing & Vertrieb, fügt hinzu: „Gerade den Architekten und Inneneinrichtern machen wir mit diesen Konzepten die Arbeit leichter. Wir hatten eine sehr gute Resonanz darauf und werden das weiterführen.“

Ebenfalls auffällig am Stand in Frankfurt und schon davor im kleineren Rahmen auf der Comfortex in Leipzig war ein neuer Schaufenster-Aufsteller in Form einer kühl wirkenden Dame mit Sonnenbrille. Die intern



Vorgestellt wurde in Frankfurt auch die Kollektion Montanara, eine moderne Interpretation des Landhaus-Themas. Rechts: Joachim Stock und Björn Lorenz vor dem markanten Kreismuster mit Wiedererkennungswert aus der Kollektion Avantgarde, das den Relaunch des Verlages vor wenigen Monaten begleitet hat.

„Lady Kupferoth“ genannte Aufsteller-Figur hat Kupferoth Interiors in den vergangenen Wochen gemeinsam mit einem Werbemittelpaket und fertig konfektionierter Ware – drei Metern Stoff – angeboten. Die Standdeko hat sich als Blickfang erwiesen, der auch vom Markt sehr begrüßt wurde. Kupferoth will damit Aufmerksamkeit schaffen und beim Raumausstatter Präsenz im Schaufenster und im Geschäft selbst zeigen, was angesichts der Vielzahl an hochwertigen Mitbewerbern nicht ganz einfach sein dürfte. „Wir müssen attraktive Pakete schnüren und in Richtung Handel aktiver werden, und da gehört weit mehr dazu als das Produkt“, sagt Joachim Stock. Die Lady sei dabei nur ein Element von mehreren, und die nächsten befänden sich bereits in Planung.

Unternehmen aus Bramsche der Einstieg in das hochwertige Stoffsegment und für Björn Lorenz, der von Unland hinzu kam, der Einstieg bei Kupferoth Interiors.

Nach dem Umbruch von 2001 und vor allem nach dem Relaunch von 2010 versteht sich der Verlag heute als hochwertiges deutsches Unternehmen mit moderner, globaler Designorientierung. „Kupferoth ist für den gehobenen Raumausstatter, den Inneneinrichter, das Objektgeschäft, niemals für den Baumarkt. Wir sind ein kleiner, feiner Verleger, der in der hochwertigen Nische mitspielen will“, formuliert Joachim Stock den Anspruch.

Innerhalb der Rasch-Gruppe kann man sich Kupferoth Interiors als Spitze einer Pyramide vorstellen, die von unten nach oben aufstei-

Reduzierte Formensprache zum Beispiel ist weltweit ein Thema. Es gibt Firmen, die lokal aufgestellt sind und damit sehr erfolgreich sind, zum Beispiel mit alpenländischem Landhausstil. Unsere Ausrichtung ist aber relativ weltumspannend und wird auch weltweit sehr gut angenommen“, berichtet Stock.

Das Produktportfolio umfasst heute hochwertige Gardinen und Dekorationsstoffe aus hundert Prozent Trevira CS-Garnen, aber auch Seidenartikel uni und bestickt, Ausbrenner, Uni-Artikel in zahlreichen Farben, handgestickte und handbemalte Stoff-Panels sowie Polsterstoffe, die nun auch gesondert präsentiert werden. Dieses Angebot wird weiter ausgeweitet, da Polstern in der Raumausstattung zuletzt wieder mehr Zuspruch erfahren hat.

»Es geht bei Stoffen auch um Image, Emotion und Kommunikation.«

Der Name Kupferoth ist in der Branche ganz und gar nicht neu, sondern bereits seit Jahrzehnten verankert. Er verweist auf die Designerin Elsbeth Kupferoth, die das Unternehmen 1956 mit ihrem Mann Joachim als inhabergeführten Stoffverlag in München gegründet hatte. Herausragende Kennzeichen waren seinerzeit, im Gegensatz zur heutigen Linie, farbige Aquarelle und dekorative Blumen. Die von der Gründerin selbst entworfenen Druck-Designs standen lange Zeit erfolgreich für die damalige Linie des Hauses.

2001 wurde Kupferoth von Rasch Textil inklusive der Namensrechte gekauft – für das

gend Preis, Qualität und den Grad der Individualisierung abbildet. Im Bereich der Stoffe ist der Verlag somit über den Marken Rasch Textil und Elbersdrucke angesiedelt.

Modernes und globales Design – die neue Ausrichtung kommt nicht von ungefähr. Mit dem Einstieg Joachim Stocks unterzog sich Kupferoth einer internen Analyse von Stärken und Schwächen, Chancen und Risiken; in der Betriebswirtschaft ein gängiges Werkzeug des strategischen Managements. Global sei das Design nun, „weil wir der Überzeugung sind, dass es in unserer Zielgruppe, in unserer Preislage, einen globalen Geschmack gibt.

Es gehe bei Stoffen nicht nur um das Produkt, sondern auch um Image, Emotion, Kommunikation, sagt Stock. Statt auf Größe setzen Björn Lorenz und er bei Kupferoth Interiors auf Flexibilität und Schnelligkeit. Für die Heimtextil, der das Unternehmen treu bleiben will, ist wieder etwas Neues geplant. „Es wird ein Instrument sein, mit dem der Raumausstatter nachhaltig arbeiten kann und das über einen hohen Zusatznutzen verfügt“, so Joachim Stock. Auch wir von EURODECOR wollen an dieser Stelle nicht verraten, um was es sich handelt, werden aber sehr bald ausführlich darüber berichten. ■ ALEXANDER RADZIWIŁ