

UMFRAGE

DIE NEUE WERTSCHÄTZUNG

Die Leser der RZ – Trends Interior Design erzielten in den Jahren 2020 und 2021 gute Umsätze. Viele berichten vom intensiven Kontakt zu ihren Kunden und über das positive Image des Handwerks.



Text: Karin Mauro, Quelle: RZ-Umfrage Mai 2021

Selten waren wir so gespannt auf die Ergebnisse unserer Leserumfrage wie in diesem Jahr, in dem uns so viele Fragen unter den Nägeln brannten. Wie geht es Ihnen geschäftlich und wie ist der Kontakt zu Ihren Kunden? Wie gehen Sie mit Preissteigerungen um und wie verhalten Sie sich bei Lieferengpässen? Wie ordern Sie und wie informieren Sie sich, wenn keine internationalen und regionalen Branchenmessen stattfinden?

AUFTRAGSLAGE

Die beste Nachricht: Den RZ-Lesern geht es sehr gut! Mehr als die Hälfte der Befragten berichtet von einer gestiegenen Auftragslage im Jahr 2020 und in den ersten fünf Monaten 2021 (siehe Grafik rechte Seite). Auch für die nahe Zukunft sind die Leser sehr optimistisch: Die Geschäftssituation für die nächsten drei Monate wird von 41 Prozent als sehr gut eingeschätzt und von fast genauso vielen (40 Prozent) als gut. Richtig pessimistisch ist fast keiner der Befragten: Unter drei Prozent rechnen mit einer unbefriedigenden Lage. Für das Jahr 2022 ist die Prognose etwas vorsichtiger, aber auch hier gehen 40 Prozent von einer guten Geschäftssituation aus.

OBJEKTGESCHÄFT

Etwas mehr als die Hälfte der Raumausstatter ist im Objekt tätig (siehe Marktanalyse Seite 36f.). 46 Prozent berichten von gleichbleibenden Umsätzen, 22 Prozent von gestiegenen und fast ein Drittel von gesunkenen Umsätzen. Die angegebenen Gründe für die Veränderungen sind naheliegend: Investitions- und Bauverschiebungen, Stornos und allgemein die Lockdowns der Jahre 2020 und 2021. „Hotels generieren wegen der Corona-Krise keine

Umsätze und investieren deshalb nicht“, schreibt beispielsweise ein Leser. Andere profitierten dagegen von Renovierungsaufträgen aufgrund der Schließungen.

PRIVATE BÜROS

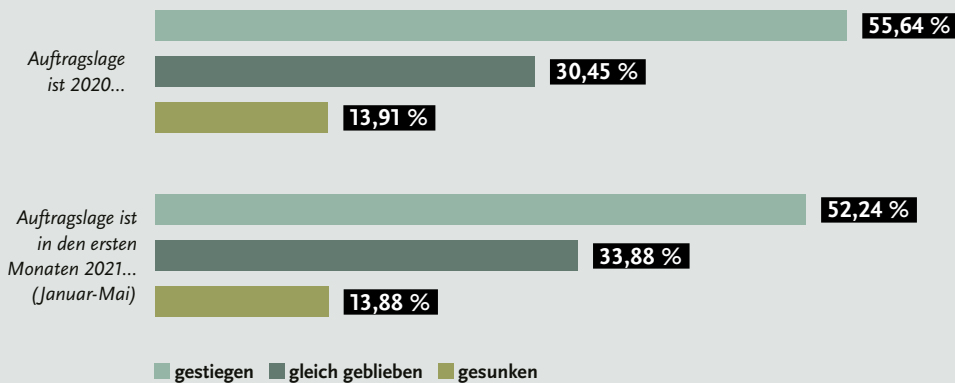
Chance und Herausforderung der aktuellen Zeit: das Homeoffice. Diverse Studien haben bescheinigt, dass die deutschen Arbeitnehmer Nachholbedarf haben, nicht nur in der technischen Ausstattung. Auch der Arbeitsplatz an sich muss vorhanden sein und den Anforderungen an Blendschutz, Akustik und Komfort entsprechen. Fast ein Viertel unserer Leser verzeichnete eine gestie-

98

PROZENT der Befragten ordern neue Kollektionen über den Außendienst der Lieferanten.

gene Nachfrage nach Optimierung von Heimarbeitsplätzen. Handlungsbedarf bestand vor allem am Fenster. 95 Prozent der Befragten bekamen Aufträge für Blend- und Sonnenschutz und 85 Prozent für Vorhänge. Gefragt waren auch Bodenbelagsarbeiten (53 Prozent) und Sitzmöbel (43 Prozent). Hier zeigt sich auch, wie sehr das Know-how des Raumausstatters gefragt ist: Die häufigsten Leistungen waren eine Verbesserung des Sicht- und Blendschutzes (98 Prozent), farblich-dekorative Auffrischung, eine bequemere Arbeitssituation zu Hause (72 Prozent) sowie eine Optimierung der Akustik (67 Prozent).

WIE HAT SICH IHRE AUFTRAGSLAGE
IM VERGLEICH ZU 2019 VERÄNDERT?



Die Auftragslage ist in den Corona-Jahren 2020 und 2021 bei mehr als der Hälfte der befragten Betriebe gestiegen.

Auch die Erwartungen für die kommenden sechs Monate sind sehr optimistisch.

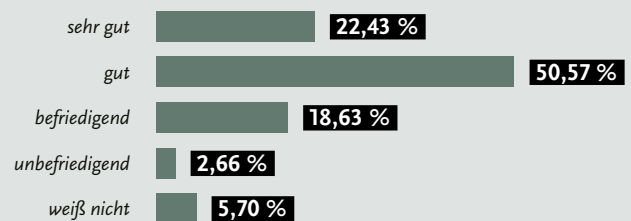
”
Kunden freuen sich über ihr schönes Zuhause, in dem sie wegen Corona viel mehr Zeit verbringen als sonst
“

Teilnehmer der Lesenumfrage 2021 der RZ – Trends Interior Design

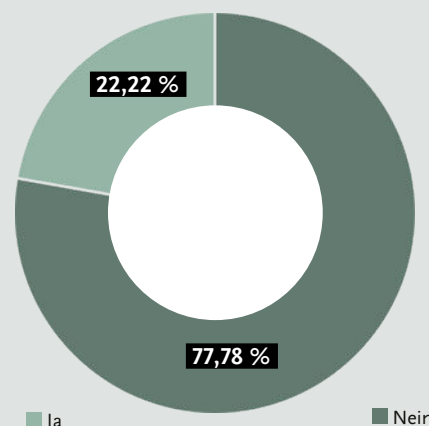
MESSEN

Die zahlreichen ausgefallenen Messen wurden von einer Mehrheit (60 Prozent) vermisst. Gut ein Drittel der Leser nutzt die virtuellen Alternativen der Veranstalter. Ein Großteil der Befragten (57 Prozent) würde sofort wieder auf Messen gehen, 30 Prozent sagen, sie würden die Events nicht mehr so intensiv wie früher besuchen. Die beliebtesten Veranstaltungen sind die Heimtextil, der Münchner Stoff Frühling und die Imm Cologne. Geordert wird übrigens von nahezu allen Befragten über den Außendienst der Lieferanten.

WIE SCHÄTZEN SIE IHRE GESCHÄFTS-SITUATION FÜR DIE ZUKUNFT EIN?
(Für die nächsten sechs Monate)

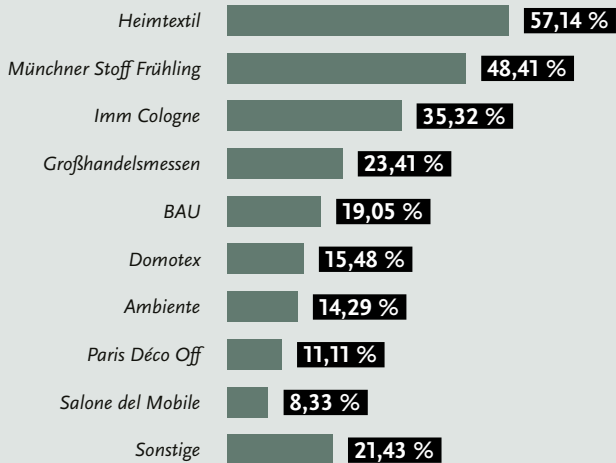


GAB ES IN DEN VERGANGENEN 18 MONATEN VERSTÄRKT AUFTRÄGE FÜR HOMEOFFICE-AUSSTATTUNGEN BEI IHREN KUNDEN?



Vom Trend zum Homeoffice profitierten 22 Prozent der Leser – hier war vor allem Know-how zu Blendschutz und Akustik gefragt.

WELCHE MESSEN WÜRDEN SIE SOFORT WIEDER BESUCHEN? (Mehrfachnennungen möglich)



Raumausstatter und Inneneinrichter vermissen Heimtextil, Münchner Stoff Frühling und Imm Cologne am meisten.

REINIGENDE STOFFE

Die Hygienevorschriften schlagen sich natürlich auch im Angebot nieder. Die Hälfte der Raumausstatter und Inneneinrichter verkauft antivirale und antibakterielle Materialien (Textilien, Bodenbelag, Tapeten) zur Verbesserung des Raumklimas und zum Allergieschutz. 15 Prozent der Befragten haben bei ihren Kunden eine verstärkte Nachfrage nach Lösungen zur Reinigung

der Raumluft festgestellt und ein Viertel der Befragten könnte sich vorstellen, Luftfilterungssysteme zu verkaufen.

KUNDENKONTAKT

Kommunikation und Beratungsgespräche mit Kunden finden nach wie vor im Geschäft statt (78 Prozent). Die zweitwichtigsten Medien sind E-Mail und Telefon. Kontaktabbahnungen über das traditionelle Schaufenster sind mit 60 Prozent doppelt so häufig wie über Social Media (30 Prozent).

BEZIEHUNG ZU DEN KUNDEN

Auf die Frage, ob und inwiefern sich das Verhältnis zu den Kunden verändert hat, antworteten 42 Prozent mit Ja und 58 Prozent mit Nein. Drei Viertel der Raumausstatter finden, es sei besser geworden. In einer offenen Antwortmöglichkeit benutzen viele die Worte „intensiver“ sowie „persönlicher“. Als klaren Vorteil sehen einige die Terminvergabe „Wir öffnen nur noch auf Terminvereinbarung und können uns daher intensiver auf den Kun-

”

Die Kunden achten bei Material und handwerklicher Leistung auf Qualität, der Preis steht nicht mehr so im Vordergrund

“

Teilnehmer der Lesenumfrage 2021
der RZ – Trends Interior Design

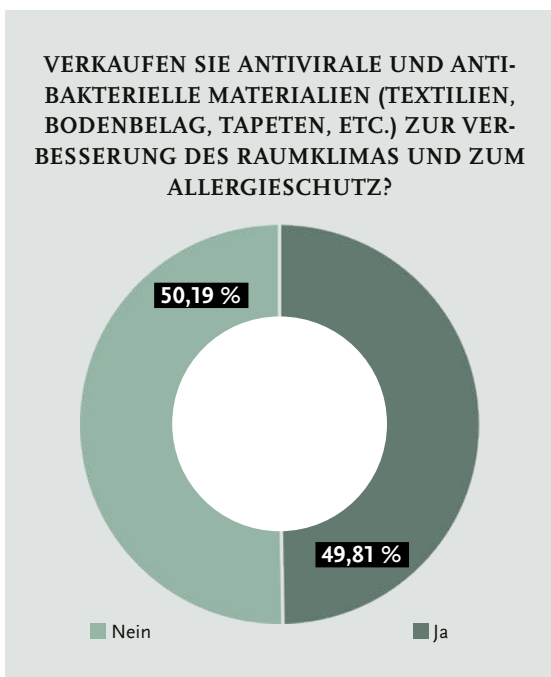
Foto: Jan Schmiedel



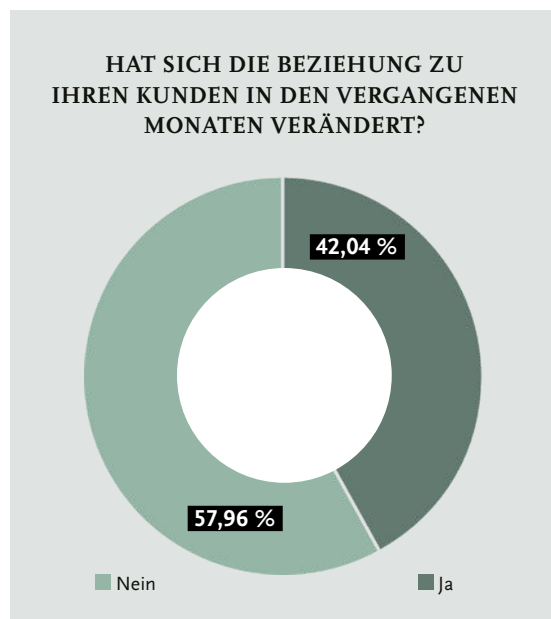
Im Bild die Räume von JAB Anstoetz während des Münchner Stoff Frühlings 2020.

Die Kunden würden sich über ihr verschönertes Zuhause freuen, in dem sie wegen Corona mehr Zeit verbringen würden. Es sei mehr Verständnis und Dankbarkeit aufseiten der Kunden da. Viele sagen auch, der Kontakt zu den Stammkunden sei noch enger geworden. Die „Rabatthascher und Prozenteschinder“ würden dagegen wegbleiben. Die Zahlungsmoral sei sehr gut. Als Nachteil wird empfunden, dass Interessenten nicht spontan in den Laden kommen konnten, um sich umzusehen. Außerdem wird bedauert, dass weniger Laufkundschaft kam und dadurch weniger Neukunden gewonnen wurden. „Der persönliche Kontakt ist kürzer geworden und nur auf das Nötigste beschränkt, womit der Aufbau einer Beziehung zu Neukunden schwieriger geworden ist“, bringt es ein Leser auf den Punkt.

42 Prozent finden, dass sich das Verhältnis zu den Kunden verändert hat. Drei Viertel der Befragten sagen, es sei besser geworden.



Hygiene: Nahezu die Hälfte der Leser hat Materialien, die gegen Viren, Bakterien und andere Schadstoffe wirken, im Angebot.



Trotz Social Distancing ist der Kundenbesuch im Geschäft die am häufigsten gewählte Form des Austauschs.

VIELEN DANK!

Unsere Umfrage haben 365 Raumausstatter-Betriebe unterstützt. Zehn von ihnen dürfen sich über einen „Dolce Vita“-Präsentkorb von Dallmayr freuen und wurden bereits per E-Mail benachrichtigt.



Weitere Ergebnisse unserer Leserumfrage finden Sie auf Seite 12 und ab Seite 36. Den zweiten Teil veröffentlichen wir in unserer Augustausgabe.