

# Eine Welt, die dir gefällt

Der Einrichtungsfachhandel in Vorarlberg präsentiert sich mit einer neuen Marke.



Damals in der Höhle war alles noch ganz einfach. Ein paar Felle auf den Boden und für die stimmungsvolle Beleuchtung sorgte ein offenes Lagerfeuer mit „Mammut a la griglia“. Fertig war die Wohlfühlatmosphäre unserer Vorfahren. Heute sind die Ansprüche doch etwas gestiegen und jeden Tag Mammut will auch keiner mehr essen. In der Moderne sucht jeder Mensch nach seinem eigenen Stil, und beim persönlichen Lifestyle rangiert die individuelle Wohnungseinrichtung ganz weit oben neben Job, Familie, Urlaub und Auto. Der eine Vorarlberger liebt es rustikal und gemütlich, der andere stylish und extravagant. Große Möbelketten wie IKEA haben ein riesiges Sortiment an preiswerten Möbeln mit lustigen Namen wie Bumerang oder Billy, über deren Design-Faktor man sich manchmal etwas streiten kann aber deren Produkte sich in fast allen jungen

Haushalten befinden. Die erste eigene Wohnung: Ich fahr mal zu IKEA. Nachteil dieser preiswerten Sofort-Mitnahme-Ausstattung ist dann die Langlebigkeit, spätestens nach dem zweiten Umzug ist das Regal Billy einfach hinüber und ein Neukauf wird fällig. Und von regionaler Wertschöpfung braucht man bei einer Produktion in Litauen und Vietnam wohl auch nicht wirklich reden.

## QUALITÄT IM FOKUS

Verdient der Vorarlberger dann etwas besser, legt er mehr Wert auf Qualität und Langlebigkeit. Er möchte ein Regal, das nicht in jedem zweiten Haushalt steht und vor allem will er beim Möbelkauf umfassend beraten werden. Dann sind Vorarlbergs Einrichtungshäuser und Raumausstatter die erste Adresse, um den individuellen Wohnraum zu erfüllen. Sie tragen dazu bei, dass Wohnräume, Küche und Bad einen indivi-

duellen Charakter erhalten. Dafür braucht es fachliche Kompetenz, handwerkliches Geschick, ausgebildetes Personal und ein topmoderne Produktpalette. Gerade die Qualität und die Wertigkeit sind ein wichtiges Argument, wenn es darum geht, ein Produkt wie eine hochwertige Küche, eine Wohnwand oder eine Sitzecke aus strapazierfähigen Stoffen oder Leder zu kaufen. Design und Verarbeitung sind sie eine Seite der Medaille. Beratung, Fachkompetenz und Serviceleistungen bei Transport, Montage oder einer kaputten Schraube, eine ganz andere. Hier punktet eindeutig der Vorarlberger Fachhandel. Jeder der einmal versucht hat, an einem langen Wochenende eine Schnäppchen-Küche aus dem Baukasten einer größeren Möbelkette im Selbstversuch aufzubauen, weiß wovon ich rede: „Schraube 35 mit Mutter 8 und U-Scheibe 5b in Loch XYZ stecken...“.

## GEMEINSAMES GÜTESIEGEL

Damit die Kunden den Mehrwert eines Fachgeschäftes auf den ersten Blick erkennen, haben sich die 198 Vorarlberger Fachbetriebe zusammengeschlossen und bündeln ihre Stärke unter einer Dachmarke. Nach außen hin sichtbar, wird diese Fokussierung durch ein Gütesiegel in Form eines Fadenkreuzes, das die Vorarlberger Einrichtungshäuser, Küchenstudios und textilen Raumausstatter in ihren Geschäftsräumen anbringen. „Wir wollen eine Identifikation mit den Kunden schaffen und uns mit vereinten Kräften langfristig am Markt durchsetzen“, sagt Siegwald Feuersinger, Berufsgruppenobmann des Einrichtungsfachhandels der WKO Vorarlberg, über den Zweck des neuen Gütesiegels. Der Endkunde soll auf den ersten Blick erkennen können, wo die Topgeschäfte sind. Unter [www.einrichtung-vorarlberg.at](http://www.einrichtung-vorarlberg.at) kann man sich über die Standorte der in der Berufsgruppe Einrichtungsfachhandel der Wirtschaftskammer Vorarlberg zusammengeschlossenen Betriebe informieren.

## MA KENNT ANAND

Die Regionalität ist dem Einrichtungsfachhandel sehr wichtig. Die Betriebe wollen eine Partnerschaft zwischen dem Kunden

und dem Händler aufbauen. Entscheidend dafür ist der persönliche Kontakt, der auf Vertrauen und einem Einkaufserlebnis mit allen Sinnen basiert. Hat der Kunde eine Frage findet er immer einen kompetenten Ansprechpartner in seiner Nähe. Diese Partnerschaft endet nicht beim Verkauf, sondern wird auch danach gepflegt.

## SICHERE ARBEITSPLÄTZE

Wer zum regionalen Einrichtungsbereiter geht, stärkt die heimische Wirtschaft und hilft mit, dass die Arbeitsplätze im Land bleiben. Die Händler sind mit den Handwerksbetrieben in der Region eng vernetzt und haben einen direkten Draht zu den heimischen Herstellern. Auch sind sie wichtige Arbeitgeber in Vorarlberg, die ihren Mitarbeitern eine ausgezeichnete berufliche Perspektiven bieten können.

## KREATIVITÄT UND FREUDE

Damit diese Wettbewerbsargumente auch in Zukunft zum Tragen kommen, bietet der Einrichtungshandel Jahr für Jahr in den Betrieben und Berufsschulen eine qualifizierte Ausbildung an. Besonders begehrt ist bei der Nachwuchsförderung die Ausbildung an der Schule für Einrichtungsberater in Kuchl. Im Zentrum der Ausbildung stehen

die Freude und die Kreativität, die benötigt wird, um Menschen bei der Lösung Ihrer „Wohnprobleme“ zu helfen.

Wenn Sie dann das nächste Mal zum Bummel durch Dornbirn, Bregenz, Feldkirch oder ihre Heimatstadt gehen, achten Sie doch mal auf das Zeichen auf unserem Bild. Text: Detlef Becker



# Die Macht der großen Bilder

Gründerzeit in Vorarlberg: Frank Schwärzler beeindruckt mit multimedialen Informationssystemen und einem „Mitdenker-Service“ für seine Kunden.

Es gibt Werbefernsehen, Werbeplakate, Werbeanzeigen und Werbung auf Zeppelein die am Himmel über uns vorbeifliegen. Egal wo wir stehen, laufen oder fahren, werden Botschaften an uns übermittelt, die wir bestenfalls nur noch am Rand wahrnehmen. Gibt es überhaupt noch Kommunikation, die uns immer noch überrascht und einen AHA-Effekt auslöst? Ja es gibt sie!

## EMOTIONEN WECKEN

Frank Schwärzler, der Gründer der Schlinser Firma Mediales, schwört auf die Macht der großen Bilder. Seine Geschäftsidee: Menschen lieben beeindruckende Bilder, also bietet er seinen Kunden digitale, mediale Informationssysteme an, wie den Video-Cube, der multimediale Informationen in faszinierender Art und Weise

darstellt. Seine Kunden sind Firmen und Organisationen wie I+R Schertler, der Biosphärenpark Großes Walsertal oder die Diözese Feldkirch. Benötigt werden diese In-



formationssysteme auf Messen und Events, oder zur firmeninternen Information. „Mit meinen Installationen möchte ich Emotionen wecken, Aufmerksamkeit erzeugen“,

sagt Frank Schwärzler. Und das gelingt ihm so gut, dass er von „Null auf jetzt“ mit der Auftragslage sehr zufrieden sein kann.

## IDEEN MUSS MAN HABEN

Nach 8 Jahren Berufserfahrung im Bereich der Medientechnik gründete der gelernte Bürokaufmann im Mai 2013 sein eigenes Unternehmen. Braucht er technische, grafische oder inhaltliche Unterstützung, kann er auf ein Netzwerk von Spezialisten zurückgreifen. Sein Ziel ist es, dem Kunden ein Gesamtkonzept zu liefern, nicht nur die technische Lösung zu verkaufen. So lässt er zum Einen die

Interessen des Kunden in das Projekt einfließen und bringt zusätzlich kreative, eigene Ideen für die beste Umsetzung ins Projekt ein. [www.mediales.eu](http://www.mediales.eu)