

Offener Brief: Marktanpassung der Preise für Textildesign?

Liebe Designeinkäufer,

da sich kein Verband ausführlich mit folgendem Thema befasst, sehen wir uns verpflichtet mit diesem offenen Appell an Sie, unseren Kunden, den freien Designern und Designstudios den Rücken zu stärken:

Natürlich geht es der Textilindustrie, als Teil der gesamten Wirtschaft im Moment schlecht.

Auch die freien Designer, die mit Ihren Entwürfen am Anfang der Textilnahrungskette stehen, haben es schwer. Viele stehen knapp vor der Privat- Insolvenz.

Zunächst ein Danke an die Kunden, denen es nicht auf eine Ersparnis von 200 Euro für einen Entwurf ankommt und die dadurch garantieren auch zukünftig immer mit guten Designlieferungen bedient zu werden. Leider gibt es aber auch Kunden in Ihrer Branche die auf Discounter-Manier nicht viel für Designleistungen zahlen wollen und die Designer in Sachen Preisgestaltung gegenseitig ausspielen. Manche behaupten, Sie hätten die Preise dem Markt angepasst. Doch mit welcher Begründung werden die Preise "dem Markt" angepasst. Gibt es "den Markt" in dem alle Preise gleich sind?

Gemessen an den gestiegenen Spritpreisen, die die Designer zahlen, wenn Sie zur Vorlage zu Ihnen kommen, gemessen an Material, Zeitschriften, Messe-, Druckkosten und Serviceleistungen die mittlerweile die bloße Entwurfsgestaltung übertreffen, müssten die Designpreise eigentlich gestiegen sein. Aber dennoch bleiben sie gleich, oder werden drastisch gesenkt. Natürlich hat jeder Designer Angst einen Kunden zu verlieren, wenn er nicht auf seine Preisforderungen eingeht, aber man halte sich vor Augen, dass der Designpreis den kleinsten Teil der Produktionskosten ausmacht, dafür aber Hauptentscheidend für Top oder Flop im Verkauf ist. Darüber hinaus ist es schon Standard, dass Designer Entwürfe zur Ansicht beim Kunden lassen, damit der Handel mitentscheiden kann und Sie dadurch viel weniger Risiko eingehen, als vor Jahren. Durch die Einführung von 3D-Visualisierung kann er mittlerweile sogar seinen Handel in der Hinsicht verwöhnen, einen produktionsnahen Eindruck des Entwurfes zu bekommen ohne auch nur einen Euro in Musterandrucken investiert zu haben. Dazu kommen seitens der Firmen immer mehr gratis Forderungen nach besserer 3-D-Qualität, eigenen 3-D-Räumlichkeiten, Kolorits und Farbseparationen etc.

Was rechtfertigt im Hinblick darauf nun einen Dumping -Designpreis von 350 Euro hinsichtlich der zu erwartenden Gewinnspanne bei Verkauf des Endproduktes im Discounter?

Natürlich gibt es in der Preisgestaltung Spielräume, die jeder individuell ausnutzen sollte. Dumpingpreise gehören jedoch nicht dazu.

Im Ihrem eigenen Sinne sollte auch hier langfristig gedacht werden.

Etablierte Designstudios, können mit dieser Preispolitik Ihre freien Mitarbeiter nicht mehr ordentlich bezahlen. Das führt dazu, dass die freien Mitarbeiter durch die kleinen Magen gezwungen werden, ihren Zwischenhändler (Das Designstudio) auszuschalten und sich eigenständig an die Kunden zu wenden um dann wiederum durch kleinere Designpreise Fuß zu fassen.

Langfristig machen wir durch kleine Preise den Berufsstand der Designer kaputt. Und ohne Designer gibt es kein Ideen, keine Trend- und Marktanalysen und letztendlich kein Design.

Leider gibt es für die freien Textildesigner keine Lobby. Aber es gilt immer noch, dass das Paket "Design", das sich zusammensetzt aus Idee, Qualität und Service.

Eigentlich ist es eine alte Wahrheit, dass bei dem Kauf Preis und Leistung entscheidet, nicht der Preis allein. Immerhin ist es unter Umständen das hochwertige Design und die Idee verbunden mit einer ordentlichen Trend- und Marktanalyse für 650 oder 800 Euro, das für einen großen Absatz sorgt und nicht der Entwurf für Hälfte.

IHR LUNATEX-TEAM