

Seit fast 25 Jahren gibt es HIGH TOUCH. Grund genug, die Firmengeschichte Revue passieren zu lassen, vor allem aber zurückzublicken und die Entwicklung der Bambusmöbel zu beleuchten.

### ***Herr Schmidmeier, was macht für Sie ein hochwertiges Bambusmöbel aus?***

Bei einem guten Bambusmöbel ist es wie bei einem Wein. Es wird mit den Jahren immer besser, es wird zum viel geliebten Möbelstück, schafft Identifikation. Wir setzen auf Klasse statt auf Masse und gestalten individuelle und auf Wunsch maßgeschneiderte Traumöbel. Keine Billigware!

HIGH TOUCH steht für hochwertige Naturmaterialien, gute sichtbare wie unsichtbare Qualität. Was uns ausmacht sind Know-how und Kompetenz, gestalterische Kreativität, nachhaltige Produktionsverfahren sowie Fertigung unter sozialverträglichen Bedingungen und ohne Kinderarbeit. Dieses Leistungsspektrum macht sich für Sie und die Umwelt bezahlt.

Um Ihnen das Preis-Leistungsverhältnis mal an einem anderen Beispiel zu verdeutlichen. Nehmen wir einen Akkuschauber. Dieser kann im Baumarkt sowohl 27 Euro als auch 299 Euro kosten. Für eine Person, die nur ein Mal im Jahr einen Akkuschauber braucht, ist das Gerät für 27 Euro völlig ausreichend. Derjenige, der jedoch fast täglich mit diesem Werkzeug arbeitet, gibt gerne 299 Euro aus, denn er will lang anhaltende Qualität. Übertragen auf unsere Bambusmöbel oder Bambusbetten sollte sich jeder also die Frage nach den Anforderungen stellen in Bezug auf Funktion, Langlebigkeit, Ästhetik und nicht zuletzt Bequemlichkeit. Daran orientiert sich die Qualität und das macht unsere Möbel so wertvoll und einzigartig.

### ***Worauf müssen Kunden beim Kauf von Bambusmöbeln achten?***

Das Hauptaugenmerk sollte nach wie vor der Rissbildung gelten, dem primären Schwachpunkt der meisten Bambus- wie auch Massivholzmaterialien. Diese kann in der Regel durch geeignete Trocknung nur zum kleinen Teil verhindert werden. Anders bei HIGH TOUCH: Wir haben patentierte Verfahren entwickelt, die sich mit einer Erfolgsquote von 95% bewährt haben. Unsere Qualität ist im wahrsten Sinne des Wortes offensichtlich. Doch es gibt auch die unsichtbaren Qualitätsmerkmale: Wir verwenden keine Pestizide, trocknen das Bambusmaterial auf eine Restholzfeuchte von 10%, zahlen faire Löhne und Sozialleistungen, erlauben keine Kinderarbeit, verwenden keine Billig-Leime und investieren nicht zuletzt in Forschung und Entwicklung sowie in die Entwicklung von Neudesigns.

### ***Immer mehr Billigmöbel überschwemmen den Markt, insbesondere durch den Online-Vertrieb. Wie kann sich HIGH TOUCH davon differenzieren?***

Indem wir nicht müde werden, unsere Qualität zu bewerben und zu beweisen. Sehen Sie, wer einen Barolo kaufen möchte, gibt sich ja auch nicht mit einem Tafelwein zufrieden. Wir müssen unsere Kunden im Prozess der Entscheidungsfindung frühzeitig erreichen und überzeugen.

Doch das ist in der Tat schwierig. Jeder Billiganbieter wirbt mit hochwertiger Qualität, mit pestizidfreien Möbeln. Eine große Werbelüge! Wo pestizidfrei draufsteht, sind bei den meisten Billiganbietern Pestizide drin. Und wie! Der Kunde kann als Laie jedoch nicht hinter die Kulissen blicken und ein Produkt somit nur schwer beurteilen. Sie kennen das Sprichwort: „Außen hui, innen pfui“? Verwendung von hochgiftigen Pestiziden, menschenunwürdige Arbeitsbedingungen vor Ort, fehlende oder geringe Sozialleistungen, Lohndumping, Kinderarbeit – das alles sind Kriterien, die es Billiganbietern erlauben, besonders günstig zu produzieren – auf Kosten der Umwelt, auf Kosten der Menschen, der Gesundheit und nicht zuletzt der Qualität.

Um beim Bild mit dem Wein zu bleiben: Ein minderwertiger Wein hinterlässt einen schalen Nachgeschmack. Die Folge: Der Kunde wird sich hüten, den Billigwein noch mal zu kaufen, sondern sich zukünftig im hochpreisigeren Segment umschaun. Beim Bambusmöbel ist das nicht so einfach. Die Enttäuschung nach dem Kauf eines billigen Bambusmöbels führt der Konsument nicht auf das Möbel, sondern auf Bambus im Allgemeinen zurück. Die Folge: Nie wieder Bambusmöbel! Qualitätsanbietern von Bambusmöbeln wird somit die Chance verwehrt.

***Hat der Kunde einmal ein schlechtes Bambusmöbel erstanden, kauft er nie wieder. Die Billiganbieter machen auf diese Weise den Markt kaputt. Sie selbst haben ähnliche Erfahrungen mit dem französischen Markt in den 90er Jahren gemacht. Wie können Sie dem entgegenwirken?***

Damals versuchten wir – unwissend wie wir waren – Bambusmöbel auf dem französischen Markt zu vertreiben. Wir wussten, dass die Franzosen sich schon immer für Bambus begeisterten. Der Schuss ging nach hinten los. Alle Verteiler, denen wir unsere Bambusmöbel anboten, schlugen die Hände über dem Kopf zusammen und sagten aus schlechter Erfahrung „nie mehr wieder“. Es war die lausige Billigqualität, die den Markt und das Image von Bambus in Frankreich zerstört hat. Damals haben wir viel Lehrgeld bezahlt.

Die erstmalige Einführung eines Produkts aus neuen Werkstoffen kann dessen Ruf entscheidend prägen. Wenn es zu früh vermarktet wird und die Qualität noch nicht stimmt, kann das Image des Produkts ernsthaft geschädigt werden. So geschehen bei Bambusparkett. Dieses hatte lange nicht die sehr gute Qualität über die wir heute verfügen.

***Das heißt Sie können den Trend von Billiganbietern nicht stoppen? Ist das ein Kampf David gegen Goliath?***

Wenn Sie so wollen: Ja. Der Markt wird mit Minderqualitäten überschwemmt. Wir versuchen die Verbraucher für hochwertige Ware zu sensibilisieren. Unsere größte Sorge besteht darin, dass Billigmöbel aus den Herkunftsländern durch mangelhafte Produkt- und Herstellungsqualität den Ruf von Bambus als Naturmaterial nachhaltig zerstören. Das Imageproblem von Bambus wurde übrigens in einer im Jahre 2008 erschienenen Dissertation aus Holland sehr treffend behandelt. Das Hauptproblem liegt in Informationsdefiziten über die spezifischen Eigenschaften von Bambus.

Wenn Sie so wollen, bekleiden wir als seriöser Bambusmöbel-Produzent eine Art Aufklärer-Funktion und zugleich eine Multiplikatoren-Rolle, die Faszination Bambus weiterzugeben. An

Konsumenten wie auch an westliche Designer, die den Möglichkeiten dieses Materials eine einzigartige Form geben.

### ***Warum gibt es nicht mehr Hersteller qualitativ hochwertiger Bambusmöbel?***

Das liegt an der Komplexität des Materials Bambus, an mangelndem Wissen sowie einer fehlenden hochentwickelten Bambusindustrie, abgesehen von Bambusparkett Herstellern. Es gibt wenige fördernde Organisationen für die Herstellung und Vermarktung. Einzige Ausnahme sind Pflanzenorganisationen für Bambus als Gartenpflanze. Der Markt besteht aus vielen winzig kleinen unprofessionellen Handwerksbetrieben in den Ursprungsländern ohne wissenschaftlich-technisches Know-how. Und die Vermarktung im Westen geschieht amateurhaft, mehr oder weniger durch Hobbyimporteure und 1-3 Mann Mini-Betriebe. Es fehlen finanziell starke Kapitalgesellschaften, die in der Lage sind, technisch und innovativ Premium Bambusmöbel in höherer Stückzahl und ausreichend guter Qualität herzustellen und gleichzeitig weltweit professionell zu vermarkten.

### ***Wie bringt sich HIGH TOUCH beim Thema Nachhaltigkeit, Umweltbewusstsein und Klimaschutz ein?***

Wer Erfolg ernten will, muss die richtige Grundlage säen. Für jede Möbelbestellung wird von uns seit 2004 ein Bambustreibling angepflanzt. Der Kunde kann seine Pflanze sogar über das Internet ansehen. Dadurch haben wir es geschafft, eine Bambusplantage von über 40.000 Quadratmetern anzulegen und beziehen ca. 30 Prozent des Rohmaterials von dieser eigenen Plantage. Mittlerweile wird der Platz knapp und wir pflanzen die Treiblinge um die Gebäude unserer Manufaktur.

Hochwertige Bambusmöbel bedeuten Langlebigkeit und damit auch Nachhaltigkeit. Ein gutes Bambusmöbel hält über Generationen und landet nicht nach 5 oder 10 Jahren auf dem Sperrmüll. Seit Anfang der 90er Jahre verwenden wir aus Überzeugung keine Chemikalien oder Pestizide. Die Verwendung von hochtoxischen Pestiziden gegen den typischen Bambuskäferbefall ist in den Ursprungsländern nicht verboten und daher überall erhältlich und zudem sehr billig. Das verführt natürlich, diese hochwirksamen Mittel einzusetzen. Auf Kosten der Gesundheit des völlig ahnungslosen Verbrauchers!