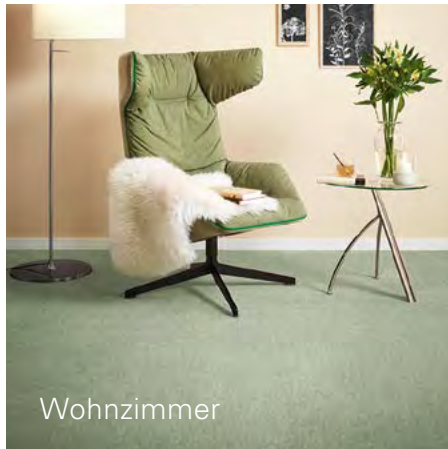


Heimtex-Star 2021

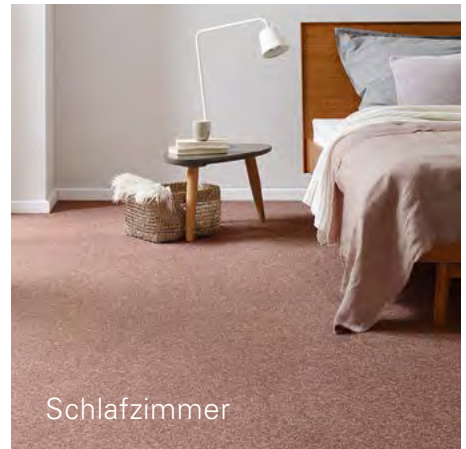


**Die besten
Fachgeschäfte
Konzepte
Marketing-Ideen
Events**

**ES IST EIN
VORWERK®!**



Wohnzimmer



Schlafzimmer



Kinderzimmer



Arbeitszimmer



Flure

Vorwerk Marke in Lizenz der Vorwerk Gruppe, Wuppertal.

VORWERK TEPPICHBÖDEN VERWANDELN JEDEN RAUM IN EIN EINZIGARTIGES ZUHAUSE.

Auf eine erfolgreiche Zusammenarbeit in diesem Jahr.



EINZIGARTIGE BODENBELÄGE seit 1883.
UNIQUE FLOOR COVERINGS since 1883.

Heimtex-Star 2021

Die besten

Fachgeschäfte

Konzepte

Marketing-Ideen

Events

Impressum

Der „Heimtex-Star 2021“ ist eine Sonderpublikation von BTH Heimtex und erscheint beim SN-Verlag Hamburg,

An der Alster 21, 20099 Hamburg,
www.raumausstattung.de,
bth@snfachpresse.de.

Redaktion: Michael Steinert / Chefredakteur,
Thomas Pfnorr / Stellvertretender
Chefredakteur, Michaela Fischer,
Cornelia Küsel, Jochen Lange,
Petra Lepp-Arnold

Layout: Sven Mohr-Eggert

Das Werk ist urheberrechtlich geschützt. Alle Rechte, insbesondere das Recht des Nachdrucks, der Wiedergabe in jeder Form und der Übersetzung in andere Sprachen behält sich der Verlag vor. Kein Teil dieses Heftes darf ohne schriftliche Genehmigung des Autors oder des Verlages verändert bzw. reproduziert werden. Dies gilt für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmung und die Einspeisung und Verwendung in elektronische Systeme sowie das Internet.

© 2021 SN-Verlag Hamburg

SN-Home.de

Corona, Lockdown und Heimtex-Star – passt das zusammen?

Mehr denn je. Handel und Raumausstattung sind in diesem schwierigen Umfeld gefordert – und beide liefern. Sie investieren, sind kreativ und lebendig wie nie. Unsere Sieger bieten dafür die besten Beispiele.

Tepu in Barsinghausen investiert in einen Umbau zum 2.500 m² Showroom und gliedert eine Akustikabteilung an.

Das aktuelle Thema Akustik spielt auch der Raumausstatterbetrieb Buck in Mössingen, deren Inhaber sich zu Fachberatern für Raumakustik qualifiziert haben.

Akustik ist auch ein Thema bei Knutzen in Kiel. Was uns aber dort begeistert ist der Mut, ein Gardinenhaus mit 1.000 m² zu eröffnen und dieses Thema an der Fassade in den Vordergrund zu stellen.

Seelaff im holsteinischen Oldenburg ergänzt seine Verkaufsfläche um ein 30 m² Mikroapartment und beweist seinen Kunden, dass man sich auch auf kleiner Fläche individuell einrichten kann. Einen großen Schritt geht Waldherr in Bd Tölz und nimmt als Textiler Einrichter ein komplettes Möbelsortiment mit auf.

Was wir in den letzten Jahren vermisst haben – alle portraitierten Raumausstattungsbetriebe rücken ihre Dekostoffangebote wieder in den Blickpunkt; bis hin zum kompletten Gardinenhaus. Nur was gut sichtbar ist, lässt sich auch gut verkaufen.

Dynamik erleben wir bei den Raum-Interpreten Deco & More aus Esslingen und von Bongartz aus Willich, die für ihre Marketing- und Eventaktivitäten einen Heimtex-Star erhalten.

Unsere Branche lebt, das beweisen unsere Preisträger. Nicht weniger als vier Firmenübernahmen zeigen, dass auch die Raumausstattung eine Zukunft hat.

Jeder sollte seine Stärke (er-)kennen und sich daraus weiter entwickeln. Dabei helfen Ihnen auch die Handels- und Handwerkskooperationen. Einer ihrer prominentesten Köpfe erhält in diesem Jahr den Heimtex-Star für sein Lebenswerk – Peter J. Schroeder

Doppelt schwer hatten es in diesem Jahr die Juroren: Sie mussten nicht nur die Besten aus einer großen Bewerbergruppe küren, sondern dabei auch noch den coronabedingten Mindestabstand einhalten. Beides ist bestens gelungen. Dafür danken wir ihnen ebenso wie den Sponsoren, die den Heimtex-Star auch 2021 begleiten.

Lassen Sie sich von unseren Preisträgern motivieren und inspirieren.



Die Portraits aller Preisträger

können Sie ab sofort auch im Internet lesen:

» bit.ly/HeimtexStar

Heimtex-Star 2021 – Inhalt

Vorbildlicher Umbau

Tepu Teppichboden, Barsinghausen **8**

Vorbildliche Übernahme

Geiger & Schlesinger, Esslingen **14**

Vorbildliche Sortimentserweiterung

Waldherr, Bad Tölz **20**

Vorbildliche Übernahme

Wohnstore Lüneburg, Lüneburg **24**

Vorbildliche konzeptionelle Beratung

Seelaff – die Einrichter, Oldenburg in Holstein **30**

Vorbildliche Deko-Abteilung

Knutzen Wohnen, Kiel **38**

Vorbildliche Sortimentserweiterung Akustik

Buck Raum & Textil, Mössingen **42**

Vorbildliches Marketing

Deco & More Raum-Interpreten, Esslingen **48**

Vorbildliches Kundenevent

Raumausstattung von Bongartz, Willich **54**

Vorbildlicher unternehmerischer Mut

Raumausstattung Hohenleitner, Wolnzach **60**

Vorbildliche Laden- und Schaufenster-gestaltung

Rieder Raumgestaltung, Hausham **64**

Vorbildliche Übernahme

Ulber Raumausstattung, Bad Aibling **68**

Ehrenpreis 2021 für das Lebenswerk

Peter J. Schroeder **74**

Ihr persönliches Design

Maßgeschneidert HD-Qualität
Vinylboden mit 3D-Effekt

Wir machen Ihre
Wünsche wahr

Bei Beauflor können Sie mit modernster
HD-Drucktechnologie Ihre eigenen,
(3D-gedruckten) Vinylböden realisieren
- ganz persönlich, ganz individuell. Wenn
Sie einen einzigartigen Boden wollen -
wir machen das für Sie. Wir entwickeln
Ihren maßgeschneiderten Boden für alle
Einsatzbereiche im Objekt oder privat..
alles ist möglich

BIG Floorcoverings NV, Rijksweg 442
8710 WIELSBEKE - BELGIUM

Tel. +32 (0)56 67 66 11 beauflor-digital@bintg.com

www.beauflor.com



Heimtex-Star 2021

Die Jury



Die Sponsoren



heimtextil

JOKA®



süd
bund

BEAU
FLOR®
we decorate your floor

SCHLAU

Martin Böhringer (Object Carpet)

Martin Bork (MHZ)

Udo Busch (Akzo Nobel)

Marco Fröhlich (Decor-Union)

Wolf Kappen (Marburger Tapetenfabrik)

Oliver Kluge (Amtico)

Ludger Meinhardt (Meffert Farbwerke)

Katharina Pas (Decor-Union)

Lars Puschmann (Jab Anstoetz)

Henning Ruf (Kaiser EDV Konzept)

Anna Schmidt (Rasch)

Ann-Kathrin Schmidt (FHR)

Harmen Teesselink (2HK/MZE)

Norman Virks (Jordan)

Burkhard Wagner (Caparol)

Michael Steinert (BTH Heimtex)

Tim Steinert (BTH Heimtex)

Michaela Fischer (BTH Heimtex)

Cornelia Küsel (BTH Heimtex)

Jochen Lange (BTH Heimtex)



OBJECT CARPET



Von der Teppichbodenhalle zum Kompetenz-Showroom

Tepu Teppichboden investiert kontinuierlich in seine 2.500 m² große Ausstellungsfläche. Unter der Leitung von Inhaber Alexander Minnich hat die Mannschaft ihre Teppichbodenhalle mit pfiffigen Ideen zum Kompetenz-Showroom mit Schwerpunkt Boden modernisiert und dem veränderten Konsumentenverhalten angepasst. Zuletzt hat das Team die Deko- und Gardinenabteilung in Eigenleistung komplett neukonzipiert und umgebaut. Lohn der Arbeit: Der Heimtex-Star in der Kategorie „Vorbildlicher Umbau“.



Alexander Minnich ist seit 11 Jahren Inhaber von Tepu Teppichboden; insgesamt arbeitet er seit 27 Jahren im elterlichen Betrieb.



Wer in und um Barsinghausen, 35 Minuten Autofahrt westlich von Hannover gelegen, seine vier Wände vom Profi renovieren oder ausstatten lassen möchte, geht in der Regel zu Tepu Teppichboden. Der 1971 von Karl August Minnich in der rund 34.000 Einwohner zählenden niedersächsischen Kleinstadt gegründete Betrieb hat sich im Laufe der Jahrzehnte zu einer echten Marke auf diesem Gebiet entwickelt.

Bis auf zwei Busse des regionalen ÖPNV, auf denen Tepu promotet wird, macht der Betrieb dafür allerdings keine klassische Werbung. Man sei stark genug verwurzelt und vernetzt im Ort und in Richtung Hannover. Viele Kunden empfehlen Tepu weiter. Über seinen Facebook-Auftritt, der heute regelmäßig mit Fotos von aktuellen Projekten gefüttert wird, führt der Betrieb dieses Empfehlungsmarketing erfolgreich in der digitalen Welt fort.

Erst größer, dann hochwertiger

1998, vor mehr als 20 Jahren, bezog das Unternehmen einen neuen Standort im städtischen Gewerbegebiet und versechsfachte seine Ausstellungsfläche auf 2.500 m². Der Schwerpunkt des Geschäfts lag damals auf dem Handel und DIY-Bereich. 2005 verursachte ein Brand auf einem benachbarten Grundstück einen erheblichen Rauchschaden in den Verkaufsräumen. Konsequenz: „Wir mussten rundum renovieren“, erinnert Sohn Alexander Minnich sich. Der 51-Jährige arbeitet seit 27 Jahren im elterlichen Betrieb und hat das Geschäft 2010 übernommen.

Die Minnichs packten damals die Gelegenheit beim Schopfe und veränderten ihre Ausstellungsräume grundlegend. Die Devise lautete: Warendruck runter, Qualität der Produktpräsentation hoch; Paternoster wurden abgebaut.



Tepu renoviert regelmäßig – zuletzt die Deko und Gardinenabteilung. 2019 begannen die umfangreichen Arbeiten.

Impressionen nach dem Umbau



Für die neuen Ausstellungsräume gilt: Warendruck runter, Qualität der Produktpräsentation rauf.

Diese strategische Modernisierung folgte dem veränderten Konsumentenverhalten, dem sich Tepu stellen musste, da der Betrieb fast ausschließlich Privatkundengeschäft macht. „Damals spürten wir, so wie der gesamte Facheinzelhandel, dass immer weniger Kunden zum Stöbern, Bummeln und Inspirieren zu uns in das Geschäft kamen. Der Bedarf an allgemeiner Produktberatung nahm ab“, rekapituliert Minnich. Stattdessen informierten die Kunden sich immer häufiger und ausdauernder vorab im Internet, bevor sie überhaupt den Weg in den Laden fanden.

Vom Händler zum Handwerker mit Ausstellung

In dieser Phase stieg bei Tepu gleichzeitig die Nachfrage nach professioneller Hand-

werksleistung für Bodenverlegung und Raumausstattung. Minnich, der Kaufmann, Parkett- und Bodenlegermeister, Sachverständiger sowie Raumakustiker ist, reagierte auf die Marktveränderung. Die Belegschaft wurde in diesem Bereich über die Jahre vergrößert. „Klassische Einzelhandelsverkäufer brauche ich immer weniger“, sagt Minnich. Heute sind 21 der aktuell 30 Angestellten Handwerker, vor allem Parkett- und Bodenleger sowie Raumausstatter; viele erfahrene, versierte Profis, Meister ihres Faches und TÜV-zertifizierte Bauleiter. Das Handwerk ist Umsatzquelle Nummer eins. Der Betrieb bildet kontinuierlich und auf hohem Niveau Handwerker aus: Vier Kammersieger sowie ein Vizemeister im Bundeswettbewerb der Parkettleger kommen aus dem Hause Tepu. Der Baustellenvorlauf beträgt aktuell rund vier Monate, früher wa-

ren es lediglich zwei. „Das Geschäft brummt“, freut Minnich sich.

„Wir haben uns in den vergangenen Jahren von einem Fachhandel zu einem Handwerksbetrieb mit Ausstellung entwickelt“, sagt der Inhaber. Dass das so ist, hat einerseits mit der Qualität der handwerklichen Ausführung der Tepu-Mannschaft zu tun. Für Minnich genauso wichtig ist allerdings die kontinuierliche Modernisierung der Ausstellungsräume. Es kämen zwar insgesamt weniger Kunden in den Laden als früher; aber die, die heute kommen, wollten in der Regel ein konkretes Projekt umsetzen. Häufig rufen Kunden an und vereinbaren einen Beratungstermin – der zukünftig auch online festgelegt werden kann. „Kommen diese Kunden in die Ausstellung, überzeugen wir sie nicht mit →



In großflächigen Studios werden unter anderem Parkettbeläge präsentiert.

einem hohen Warendruck, sondern mit einer hochwertigen Präsentation, die unsere Kompetenz bei Renovierung und Raumausstattung widerspiegelt. Sie fragen nach umfas-

senden Konzepten, nach Lösungen aus einer Hand und professioneller Beratung und Baustellenbetreuung“, beschreibt Minnich das Erfolgsrezept.

Shop-in-Shop-Konzepte weiterentwickelt

Seit der großen Renovierung nach dem Rauchschaden 2005 haben die Verantwortlichen deswegen regelmäßig investiert, um diesem Wandel gerecht zu werden. Vor allem in den vergangenen drei bis vier Jahren ist viel passiert. Minnich setzt dabei häufig auf Shop-in-Shop-Konzepte weniger ausgewählter Hersteller, die er seinen Vorstellungen anpasst. Er hat beispielsweise ein Studio ausschließlich für Produkte von Weitzer Parkett selbst entwickelt und eingerichtet. Es befindet sich in einem separaten Raum, der bei Tegu Darroom genannt wird. Die Abschlussquote in diesem Segment konnte dadurch deutlich angehoben, der Umsatz verdoppelt werden.



Die Mitarbeiter konnten bei der Neugestaltung ihre eigenen Ideen umsetzen.

2018 hat er den gesamten Eingangsbereich sowie die Abteilung für Bodenbeläge renoviert. 2019 dann der nächste Schritt: Der Bereich für Deko, Gardine, Sonnenschutz, Markisen, Farben und Tapeten sowie Näherei wurde rundum erneuert und auf mehr als 700 m² vergrößert. Die Mitarbeiter in der Abteilung konnten ihre eigenen Vorstellungen bei der Neugestaltung umsetzen. Anfang 2020 folgte dann ein großflächiger Shop-in-Shop von US Floors →

Foto: Tegu Teppichboden



FHR[®]
VERBUND

Eine starke Partnerschaft...

tepu Teppichboden
in Barsinghausen

★ *Kategorie: Vorbildlicher Umbau* ★

Raumausstattung Hohenleitner
in Wolnzach

★ *Kategorie: Unternehmerischer Mut* ★

Buck raum & textil
in Mössingen

★ *Kategorie: Vorbildliche Sortimentserweiterung* ★

**Wir gratulieren allen
Gewinnern zum
Heimtex Star 2021!**

Fachhandelsring GmbH · Am Pfaffensee 4 · 67376 Harthausen · Tel. 06344 9533-0 · info@fhr-verbund.de

... für eine starke **ZUKUNFT**
www.fhr-verbund.de

Tepu Teppichboden in Kürze

Tepu Teppichboden e.K.
Bunsenstraße 11
30890 Barsinghausen
Tel.: 05105/ 14 69
info@tepu.de
tepu.de

Inhaber:

Alexander Minnich

Gründung:

1971

Ausstellungsfläche:

2.400 m²

Letzter Umbau/Renovierung:

2020

Mitarbeiter:

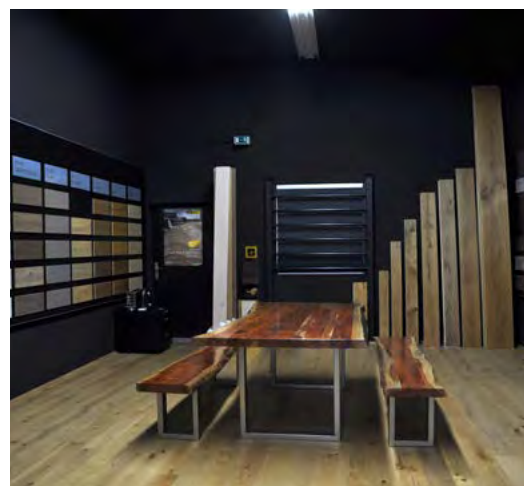
30, davon 18 Parkett- und Bodenleger, 3
Raumausstatter und 3 Auszubildende

Mitglied bei:

FHR



In der Musterbibliothek für Bodenbeläge beraten Innenarchitekten, mit denen Tepu kooperiert, ihre Kunden.



Im selbst entwickelten und eingerichteten „Darkroom“ präsentiert Tepu ausschließlich Weitzer Parkett.

und im September ein umfangreiches Korkstudio von Amorim. Bereits vorhanden waren unter anderem Ausstellungen von Associated Weavers, Tretford sowie der Designtisch von Designflooring.

Akustik ist das nächste Thema

Etwas versteckt in den weitläufigen Ausstellungshallen von Tepu findet sich die sogenannte Musterbibliothek. Auch eine Idee von Minnich. Hier stehen die Kollektionen vieler namhafter Bodenbelagsherstellern aus allen Gattungen. Rund eine Handvoll Innenarchitekten, mit denen Tepu kooperiert, nutzen den gut sortierten Raum, um ihre Kunden zum Thema Bodenbelag umfassend zu beraten.


Und die nächsten Projekte stehen bereits an: Minnich richtet ein Akustikstudio ein, um seinen Kunden Lösungen für die zunehmende Lärmbelastung präsentieren zu können. Diese Kompetenz bewirbt Minnich bereits auf einem der Busse des regionalen ÖPNV. Anfang 2021 will der Inhaber einen virtuellen 360°-Rundgang seines Showrooms online stellen. Tepu zeigt seine stationäre Kompetenz im Internet, weil die Kunden dort ihre Entscheidungsfindung beginnen. „Mit einem attraktiven, hochwertigen und modernen Showroom vor Ort, den Kunden sich bereits online anschauen können, hebt man sich ab und steigert die Kundenfrequenz in der Ausstellung“, ist sich Minnich sicher. Der Erfolg der letzten Jahren gibt dem Unternehmer recht.

Jochen Lange



30 Mitarbeiter zählt das Tepu-Team.

Foto: Tepu Teppichboden



Gratulation an alle
Nominierten des
BTH Heimtex-Star 2021

Erkunden Sie unsere stetig wachsende Auswahl
einzigartiger Verlegemuster. Passen Sie sie Ihren ganz
persönlichen Vorstellungen an, indem Sie Ihre eigenen
Produktkombinationen nutzen. Oder wählen Sie aus
mehr als 100 vordefinierten Optionen aus, die das
hauseigene Designteam von Amtico für Sie kreiert hat.

Erfahren Sie mehr auf [amtico.de](https://www.amtico.de)

amtico
flooring

[amtico.de](https://www.amtico.de)

Raumausstatter und Maler ergänzen sich sinnvoll

Berührungsgängste mit dem Raumausstatterhandwerk sind den Malermeistern Andreas Schlesinger und Mark Geiger fremd. Stattdessen sehen sie die Übernahme des Traditionsbetriebs Fritz & Sohn in Ostfildern-Ruit als sinnvolle Erweiterung ihres Portfolios, können sie Räume jetzt doch komplett gestalten. Das überzeugte auch die Jury beim Heimtex-Star 2021, die darin eine vorbildliche Übernahme sieht.



Andreas und Elke Schlesinger bündeln die Kompetenz von Malerbetrieb und Raumausstattung.

Fast zeitgleich standen im Mai 2020 die beiden Inserate auf dem Onlineportal der Unternehmensbörse Next Change: Die Raumausstattung Fritz & Sohn in Ostfildern suchte einen Nachfolger. Der im benachbarten Esslingen ansässige Maler- und Ausbaubetrieb Geiger & Schlesinger interessierte sich für eine Firmenübernahme. „Das passt“, erkannte Andreas Schlesinger und schritt zur Tat. Schon in der darauffolgenden Woche trafen sich die beiden Geschäftsinhaber persönlich und sondierten die Lage.

Familienbetrieb seit 90 Jahren

Fritz & Sohn ist eine feste Größe in der Einzelhandelslandschaft von Ruit, einem Ortsteil von Ostfildern. Das Ladenlokal mit

250 m² Verkaufsfläche in attraktiver Laufflage an der Kirchheimer-Straße präsentiert ein breit angelegtes, klassisches Vollsortiment mit Bodenbelägen, Sonnenschutz, Heim- und Haustextilien, Tapeten, Reisegepäck und Lederwaren. Rund 1 Mio. EUR Nettoumsatz wurden damit 2019 erwirtschaftet.

1930 gründete August Fritz das Sattler- und Tapeziergeschäft, sein Sohn August übernahm es Ende der 1940er Jahre und engagierte sich stark im Neubausektor der öffentlichen Hand. Klaus Fritz (62) setzte nach seinem Einstieg in das väterliche Geschäft wieder mehr auf Privatkunden und steigerte den Anteil auf derzeit rund 70 %. Über dreißig Jahre lang trugen der Raumausstattermeister und seine Frau Susanne



In Ruit wurde der Laden mit 250 m² Verkaufsfläche neu strukturiert. Das Gardinen- und Dekostoff-Sortiment steht jetzt mehr im Fokus.



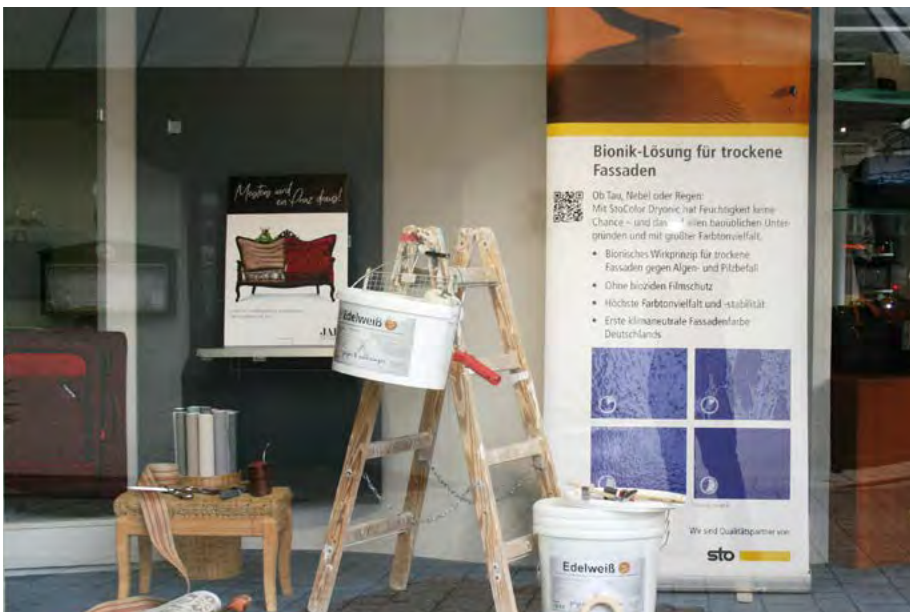
Nach 90 Jahren Fritz & Sohn führt nun der Malerbetrieb Geiger & Schlesinger das Raumausstatter-Fachgeschäft in Ruit weiter.

Hönschel-Fritz in dritter Generation Verantwortung für den Familienbetrieb. Ihre Kinder standen indes nicht für eine Nachfolge bereit, da sie sich anderweitig orientiert haben.

Keine Berührungängste zwischen Malern und Raumausstattern

Für die Malerwerkstätte Schlesinger & Geiger war die Ausrichtung des Ruit Fachgeschäfts

attraktiv. „Damit schließt sich für uns das Bild, komplette Räume zu gestalten“, meint Andreas Schlesinger. So geht die Übernahme mit einer Weiterentwicklung des eigenen Geschäftsmodells einher. Das auf Expansion angelegte Gemeinschaftsunternehmen der beiden Malermeister Andreas Schlesinger und Mark Geiger gründet auf dem Kauf eines Malerbetriebs im Jahr 1998, dem zwei Jahre später ein weiterer in Esslingen folgte. Kurz darauf haben die Inhaber ein eigenes Geschäftshaus mit großem Ausstellungsraum im Industriegebiet Neue Neckarwiesen errichtet. Das Angebot – zuerst Anstrich- und Lackierarbeiten, Tapeten, Bodenbeläge und Sonnenschutz – wurde sukzessive um Stuckateur-, Putz-, Trockenbau- und Akustikmaßnahmen erweitert. Insgesamt wird der Jahresumsatz 2019 mit rund 1,5 Mio. EUR netto angegeben.



Im Schaufenster machen Farben und Tapeten auf das neue Angebot im Malerhandwerk aufmerksam.

Der Arbeitsschwerpunkt des Ausbauspezialisten liegt auf Privatkunden und Modernisierungen. Rund 30 % beträgt der Objektanteil, darunter vor allem städtische Projekte sowie Gewerbe- und Industrieaufträge. Die Kunden kommen nach Terminabsprache in den Schauraum. Der Malerbetrieb befindet sich in einem Umfeld mit hoher Dichte an Far- ➔



Foto: Geiger & Schlesinger

Die Malerwerkstätte Geiger & Schlesinger in Esslingen präsentiert sich ganz im Sinne des Firmenmottos „So farbenreich wie das Leben“.

ben- und Baumärkten, so dass für Schlesinger & Geiger Einzelhandel, etwa mit Farben, nicht rentabel wäre.

Mit der nunmehr dritten Akquisition und der Firma Fritz & Sohn erweiterte man erneut das Leistungsspektrum. „Beide Gewerke gehören zusammen“, nimmt Andreas Schlesinger lachend die „Hass-Liebe“ zwischen Maler und Raumausstatter aufs Korn. „Ich bin da nicht so traditionell“, fährt der 50-jährige mit Zusatzausbildung zum zertifizierten Raumgestalter fort. Der engagierte Unternehmer war über ein Jahrzehnt lang im Ehrenamt aktiv: Als Obermeister der Innung Neckar-Fils setzte er sich für die Interessen von rund 70 Maler- und Lackiererbetrieben in den Landkreisen Esslingen und Göppingen ein. Ab 2014 bekleidete er fünf Jahre lang das Amt des stellvertretenden Landesinnungsmeisters vom Maler- und Lackiererhandwerk Baden-Württemberg.

„So farbenreich wie das Leben“ heißt das Motto im Firmenlogo von Geiger & Schlesinger. „Wir sind ein modernes, voll digitalisiertes Unternehmen, legen Wert auf das Wohl unserer Mitarbeiter und schauen, dass wir gut ausbilden“, betont Andreas Schlesinger. Man habe die richtigen Strukturen geschaffen, um zu wachsen. Ihm zur Seite steht seine Frau Elke Schlesinger. Die 50-jährige Kauffrau für Büromanagement und ausgebildete Hauswirtschaftsmeisterin betreut die Filiale in Ruit. Insgesamt zählt die Belegschaft 29 Mitarbeiter, darunter das bewährte Team von Fritz & Sohn.

„Die Übernahme war ein Kraftakt“

„Die Übernahme war ein Kraftakt“, sagt das Ehepaar einhellig. Im Herbst 2019 mussten Akten und Bilanzen gesichtet, der Firmenwert durch Handwerkskammer und Steuerberater

geschätzt und eine Personalberatung durchgeführt werden. Schließlich lag im März der Kaufvertrag zur Unterschrift vor – „und dann ist der Corona-Lockdown gekommen“. Schlesingers hielten kurz inne – „noch ein paar Nächte darüber schlafen“ – um die Firma samt deren Kundenstamm von 1.500 Adressen in den letzten drei Jahren doch zu erwerben. Die bisherigen Räumlichkeiten in Ruit werden weiterhin angemietet.

Nahtlos ging der Betrieb weiter, seit dem 1. Juli offiziell unter neuer Leitung. Die Kunden erfuhren vom Inhaberwechsel durch Anzeigen in der Lokalpresse. Es habe einen „hohen Zuspruch“ gegeben. „Die Menschen in Ruit sind dankbar, dass das Geschäft hier weitergeführt wird.“ Für eine jüngere Klientel attraktiv bleiben, aber auch die älteren Stammkunden mitnehmen, lautet das Credo. Die Veränderung soll „peu à peu“ von statten gehen. ➔

MEHR WERT. MEHR ERFOLG.

MZE
NETZWERK WOHNKULTUR

Wir gratulieren unseren Partnern zum Gewinn des **HEIMTEX STAR 2021!**

Heimtex Star
Fachhändler des Jahres
2021



Waldherr -
Ihr Raumausstatter



Lebenswerk Heimtex Star:
Peter J. Schroeder



Geiger &
Schlesinger GmbH



Deco & More
Raum-Interpreten



Seelaff GmbH
& Co. KG.



von Bongartz
Raumausstattung

Werden auch Sie
Teil des Netzwerks
RAUMDESIGN
und starten Sie
gemeinsam mit uns
in eine erfolgreiche
Zukunft.

IHRE PLUS-PUNKTE:

- + Die Mitgliedschaft in einer starken Verbundgruppe
- + Starke Eigen- und Handelsmarken
- + Attraktive Einkaufskonditionen, Bonus- und Rückvergütungssystem
- + Profitable Finanzierungsprogramme
- + Durchdachte Schulungs- und Fortbildungsseminare **LIVE** sowie **Online**
- + Maßgeschneiderte Verkaufs- und Marketingunterstützung
- + Unterstützung im Aufbau Ihres E-Commerce
- + Verbandstagung/ Messen **LIVE** sowie **Online**

RAUMDESIGN



Geiger & Schlesinger in Kürze

Geiger & Schlesinger GmbH
Steinbeisstraße 36
73730 Esslingen
Tel. 0711/ 3 65 76-200
info@geiger-schlesinger.de
www.maler-schlesinger.de

Filiale Ruit:

Kirchheimer Straße 18
73760 Ostfildern-Ruit
Tel. 0711/ 3 65 76-200
info@geiger-schlesinger.de
www.geiger-schlesinger.de
Verkaufsfläche: 250 m² in Ruit

Geschäftsführer:

Andreas Schlesinger
Mark Geiger

Gründung:

1998

Übernahme Fritz & Sohn:

2020

Mitarbeiter:

insgesamt 29

Mitglied bei:

MZE/2HK



Lederwaren und Reisegepäck sind ein angestammtes Sortiment und lukrativ für das Ladengeschäft in guter Laufflage.

Während der Sommermonate wurden die Räume renoviert, neue Büros und ein Aufenthaltsraum entstehen, die Ausstellung wird klar strukturiert. Eine Gestalterin für visuelles Marketing ist in die Konzeption involviert.

Rundum-Service bei klarer Trennung der Zuständigkeiten

Im Laden und Schaufenster machen nun Arrangements mit Farben und Tapeten auf das neue hinzugekommene Malerangebot aufmerksam. „Das Segment hat hier viel Potenzial“, weiß Andreas Schlesinger, der mit der Firmenübernahme sein Einzugsgebiet deutlich ausweiten konnte. Vom Rundum-Service mit Wohn-, Stil- und Farbberatung für eine ganzheitliche Innenausstattung verspricht man sich einiges. Dennoch soll es eine klare Trennung bei den beiden Geschäften geben, „um nicht zu einem Bauchladen zu werden“. Kunden, die etwa eine ausgiebige Tapeten- und Farbberatung wünschen, werden in den Schauraum nach Esslingen gebeten, während sich die textile Kompetenz weiterhin auf Ruit konzentriert. „Die Vielzahl der Produkte in der Raumausstattung hat uns anfangs schier erschlagen. Im Malergewerk sind wir andere Auftragsgrößen gewöhnt“, offenbart der neue Chef. Dennoch sei auch jeder Kleinauftrag für den Unternehmenserfolg wichtig.

In der neu gestalteten Ausstellung rücken jetzt Raumausstattungs-Sortimente, die mit Handwerksleistung gekoppelt sind, in den Empfangsbereich: Bodenbeläge (40 % Umsatzanteil), Deko-, Gardinen- und Polsterstoffe (25 %) Sonnenschutz (15 %). Auf der hinteren Ladenfläche finden sich Lederwaren, Reisegepäck und Bettwaren. Impulsartikel wie Tisch- und Frottiertaschen, Bettgarnituren und Pläids werden an prominenter Stelle neben dem Eingang und in der Schaufensterauslage platziert. Neu eingetroffene Ware und saisonale Produkte zeigen den Kunden, dass es „wechselnde Sortimente“ gibt. Insgesamt soll das Vollsortiment unterschiedliche Geschmacksrichtungen bedienen.

Petra Lepp-Arnold



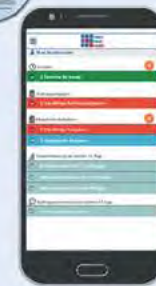
Das Sortiment bei Wohn- und Haustextilien reicht von Kissenbezügen, Tisch-, Frottiertisch- und Bettwäsche bis zu Matratzen.

Softwarelösungen für raumausstattende Betriebe



Unsere Betriebssoftware **raum level** bietet Ihnen das ideale Arbeitsmittel, um Ihren Betrieb effizienter und leistungsfähiger zu gestalten. Damit gewinnen Sie mehr Freiraum für andere Aktivitäten.

- **Angebote** schnell und aussagekräftig gestalten
- **Aufträge** durch organisatorische Hilfsmittel schneller abarbeiten; auch mobiler Zugriff
- **Rechnungen** direkt aus dem Angebot erzeugen
- **Zeit- und Projektplanung** mit vielen Funktionen und mobiler Anbindung
- **Offene Posten und Statistiken** immer im Blick
- **Integrierte Zeit- und Materialerfassung**
- **GoBD- und DSGVO-Unterstützung** für alle Prozesse



raum level – die clevere Raumausstatter-Software für PC, Handy und Tablet.

„Ganzheitliche Raumausstattung ist eine Zukunftsidee“

Die Brüder Peter und Niko Waldherr führen den vom Großvater gegründete Raumausstatter-Betrieb in Bad Tölz seit annähernd 30 Jahren gemeinsam. Im Jahr 2019 entscheiden sie sich für einen klaren Schnitt: Sie ziehen in andere Geschäftsräume am Standort Bad Tölz und erweitern ihr klassisches Raumausstatter-Sortiment um Möbel und Schlafsysteme. Damit verändern sie auch ihren Auftritt nach außen vom Raumausstatter zum Textilien Einrichter. Dieser konsequent umgesetzte Schritt überzeugte die Jury, die dafür den Heimtex-Star für eine vorbildliche Sortimentserweiterung vergibt.



Peter und Niko Waldherr freuen sich über die Auszeichnung mit dem Heimtex-Star für die Vorbildliche Sortimentserweiterung.

Mutige und unkonventionelle Entscheidungen haben bei den Waldherrs Tradition. Das fängt schon mit der Firmengründung durch den Großvater Rudolf Schilling im Jahr 1954 an. Dieser war eigentlich Konzertpianist und tourte als solcher durch die Lande, gelegentlich auch mal auf einem Kreuzfahrtschiff auf hoher See. So kam es, dass er vergleichsweise viel von der Welt zu sehen bekam – für damalige Verhältnisse durchaus exotisch.

Der Firmengründer ist Konzert-Pianist

Um sich ein Zubrot zu verdienen, gründet er unter dem Namen Teppich Schilling in seinem Heimatort Bad Tölz einen Orientteppichgeschäft. Nur kurze Zeit nach der Gründung, Anfang der 1960er Jahre, erlebt das Geschäft seine erste Metamorphose: Das Sortiment wird um Vorhänge und Polsterei erweitert und verwandelt sich so vom klassischen Tep-

pichgeschäft zum Raumausstatter-Betrieb. Da Rudolf Schilling selbst wenig Zeit hat, sich um den Betrieb zu kümmern – er ist weiterhin als Pianist tätig – springen mit gerade mal 15 bzw. 16 Jahren, seine Töchter Maria und Gisela Schilling ein.

Mit Begeisterung und einem guten Blick für das Wesentliche bauen die Töchter das Unternehmen weiter aus und verschaffen sich durch ihr Engagement höchsten Respekt in Bad Tölz. Gisela Waldherr-Schilling, die Mutter der heutigen Inhaber, findet Gefallen und Erfüllung in ihrer Aufgabe und bleibt auch nach ihrer Hochzeit als kreative und treibende Kraft im Unternehmen, das sie immer weiter ausbaut und bis zu ihrem frühen Tod im Jahr 1984 führt. Ihr Mann, Dr. Wilhelm Waldherr, hat zwar als Physik- und Mathematiklehrer keine Ambitionen, selbst im Geschäft tätig zu werden, bringt es aber nach dem Tod seiner



Seit November ist das der neue Firmensitz der Firma Waldherr. Das rundum verglaste Gebäude bietet viel Schaufenster- und Ausstellungsfläche.

Foto: Waldherr



Auf der großzügigen und hellen Ausstellungsfläche werden Vorhänge, Möbelstoffe und Sonnenschutz in harmonischer Kombination mit Möbeln präsentiert.

Frau nicht über das Herz, das Geschäft zu verkaufen. So lenken fortan externe Geschäftsführer die Geschicke der Waldherr Raumausstattung.

Niko und Peter Waldherr übernehmen das Familienunternehmen

Ende der 1980er Jahre kümmern sich die Brüder Niko und Peter Waldherr immer häufiger um den Betrieb. 1992 entscheiden sie sich schließlich, ihre ursprünglichen Berufspläne gegen das Fulltime-Engagement im Familienunternehmen einzutauschen und wagen als Quereinsteiger den Schritt in die Raumausstattung. „Es war ja für uns in dem Sinne kein Neuland, weil wir als Kinder immer im Geschäft mitgeholfen haben“, erinnert sich Peter Waldherr. Angesichts der fehlenden Ausbildung zum Raumausstatter haben die Brüder den ehrgeizigen Anspruch an sich selbst, dieses Wissen aufzuholen und absolvieren in den Folgejahren diverse Aus- und Fortbildungen. Längst sind sie offiziell von der Innung →



Attraktive Dekoartikel und originelle Leuchten sind willkommene Eyecatcher in der Ausstellung.

Foto: Waldherr

Waldherr in Kürze

Waldherr – Ihr Raumausstatter
Der Textile Inneneinrichter
Wachterstraße 4
83646 Bad Tölz
Tel.: 08026 / 83 44
info@dekowald.de
www.dekowald.de

Geschäftsführer:

Peter und Niko Waldherr

Gründung:

1954

Mitarbeiter:

5

Verkaufsfläche:

220 m²

Mitglied bei:

MZE

anerkannte Raumausstatter und dürfen nach einer fachlichen Eignungsprüfung als inhabergeführtes Unternehmen auch Lehrlinge ausbilden.

Die ersten Jahre in eigener Regie verlaufen dann streckenweise auch mal holprig, wie sich die Waldherr-Brüder rückblickend erinnern. Das hält sie jedoch nicht davon ab, mit unvermindertem Einsatz am Ball zu bleiben. „Wir sind in dieser Zeit immer mehr ins Geschäft hineingewachsen, haben viel gelernt und dabei gemerkt, dass es uns immer mehr gepackt hat“, resümieren Peter und Niko Waldherr heute. Zu der Zeit firmiert das Unternehmen unter dem Namen „Waldherr Dekorationen“.

Frühzeitig werden die Waldherrs Mitglied in Kooperationen, zunächst bei der Coratex, später bei der MZE und profitieren vom Netzwerk und Erfahrungsaustausch unter Kollegen. 2012 wird umfirmiert: Aus Waldherr Dekorationen wird „Waldherr – ihr Raumausstatter“ mit dem klassischen Raumausstatter-Sortiment aus Gardinen, Deko- und Möbelstoffen, Sonnenschutz und Bodenbelägen. Dazu das komplette Servicepaket vom Ausmessen über Nähen, Polstern, Bodenlegearbeiten bis hin zur Montage. Eine Besonderheit bei Waldherr ist das Verspannen von Teppichboden, auf das sich die Brüder als Teppichboden-Liebhaber spezialisiert haben. Kein Wunder also, dass der textile Bodenbelag hoch im Kurs steht; im Objektbereich entfallen ganze 90% auf Teppichboden. Generell ist das Unternehmen jedoch deutlich stärker im Privatsektor tätig.

Filiale im Nachbarort

Im Jahr 2014 kommt eine kleine Filiale im Nachbarort Penzberg hinzu. Hier kommt den Brüdern der Zufall zur Hilfe, denn der Vorgängerbetrieb, auch ein Raumausstatter, schließt und die Waldherrs können das kleine Geschäft mitsamt Kundenstamm übernehmen. Eine Entscheidung, die die Brüder nie bereut haben. Denn obwohl Penzberg nur 20 Kilometer entfernt ist, ist das ein komplett anderes Einzugsgebiet, wie Niko Waldherr erklärt. „Die Penzberger fahren zum Einkaufen nicht nach Bad Tölz und umgekehrt. Die Leute kaufen hier einfach gerne lokal ein“, ergänzt Bruder Peter. Gewachsene Landkreise und ihre imaginären Grenzen – eine bayerische Spezialität.



In kürzester Zeit hat sich Niko Waldherr umfassende Kompetenz in Sachen Sitz-Komfort erworben.

In den Folgejahren erleben die Raumausstatter immer häufiger, dass ganzheitliche Wohnkonzepte von ihren Kunden nachgefragt werden oder dass sich die Kunden anstatt für das Aufpolstern des alten Sofas eher für den Kauf eines neuen entscheiden. „Wir haben unsere Kunden dann immer an ortsansässige Möbelfhäuser verwiesen“, erinnert sich Niko Waldherr. Schon damals kam die Idee auf, auch Kleinmöbel zu verkaufen, doch letzten Endes scheiterte das am mangelnden Platz in den Geschäftsräumen.

Die Idee lässt die Brüder jedoch nicht los und 2019 fällt dann schließlich doch die Entscheidung, das Sortiment auf Möbel auszuweiten. Zur Hilfe kommt erneut ein glücklicher Zufall, denn der Besitzer eines alteingesessenen Bad Tölzer Elektro-Fachgeschäftes will sich nach 30 Jahren zur Ruhe setzen und sucht nach geeigneten Mietern für seine Geschäftsräume. Diese gefallen Peter und Niko Waldherr auf Anhieb. Das an einen Kubus erinnernde rundum verglaste Gebäude bietet jede Menge Schauflächen und liegt verkehrstechnisch äußerst günstig. „Das ist der ideale Laden“, davon sind die Brüder überzeugt.





In kleinen Deko-Kojen wird die neue Kompetenz als Textile Einrichter gut präsentiert.



Neben unterschiedlichsten Sitzmöbeln zählen auch dekorative Kleinmöbel wie Schränke oder Anrichten zum erweiterten Sortiment.

„Eigentlich war es verrückt“

Schnell einigt man sich mit dem Vermieter, alles Weitere folgt dann Zug um Zug. Im Frühjahr 2019 besuchen die Waldherrs Messen, dann geht es an den Umbau und im November schließlich erfolgt der Umzug und damit die Sortimentserweiterung. „Eigentlich war es völlig verrückt, was wir da gemacht haben“, sagt Peter Waldherr rückblickend amüsiert. „In einer Zeit, in der Einzelhandel und Großflächen über schwindende Frequenzen und Umsätze klagen und die Möbelbranche auch schon bessere Zeiten gesehen hat, vergrößern wir uns, verdreifachen unsere Fläche und nehmen ausgerechnet Möbel in unser Sortiment auf.“ Aber die Brüder ziehen ihr Ding durch – und die Resonanz der Kunden spricht Bände. Unisono kommt als Feedback: „Das hat in Bad Tölz echt gefehlt.“

Sitz-Kompetenz und Schlaf-Studio

Das Thema Sitzen und Sitzmöbel kristallisiert sich rasch als Schwerpunkt in der Ge-

staltung des neuen Sortiments heraus, hier erwerben sich die Waldherrs als Textile Einrichter Kompetenz. Ergänzt wird das Sortiment an Stühlen, Sesseln und Sofas durch Tische, edle Anrichten und Leuchten. Und dabei sollte es eigentlich auch bleiben.

Wäre da nicht die MZE-Messe gewesen, auf der neben den Möbeln auch Betten und Schlafsysteme gezeigt wurden. Aus dem Vorhaben, „nur mal zu schauen“, wird dann doch der Überzeugungskauf und so finden auch Betten und Gel-Matratzen der Firma Svane ins neue Sortiment. Eine gute Entscheidung. Denn das Thema Betten und Schlafen wird aus dem Stand zum Erfolg. Obwohl bis dato für die Produkte nicht geworben wurde, verkaufen sich Matratzen und Betten extrem gut. „Wir sind selbst von den Produkten überzeugt und das kommt bei den Kunden rüber“, sagt Peter Waldherr. Als nächstes soll im Ladengeschäft das Untergeschoss zu einem Schlaf- und Bettenstudio umgebaut werden, um auch diesem Sortimentsbereich eine ansprechende Präsentationsfläche zu geben.

„Wir haben hochwertig verkauft“

Die Entscheidung zur Sortimentserweiterung hat sich für die Waldherrs im Nachhinein als goldrichtig erwiesen. Bereits nach drei Monaten wurden die eigenen Planungen, mit den Möbeln ein Umsatzplus von 10% zu erwirtschaften, mit tatsächlich 25% deutlich übertroffen. „2020 war aus unserer Sicht ein positives Jahr, wir haben hochwertig verkauft und schauen optimistisch in die Zukunft“, resümieren Niko und Peter Waldherr.

Während man bis vor kurzem beispielsweise nur zwei Vorhangschals verkauft habe, kommen heute durch das ganzheitliche Angebot mal ein kleiner Tisch, ein Teppich oder eine Lampe dazu. „Das ist eine Win-Win-Situation“, sagt Peter Waldherr, „denn unsere Kunden sind froh, alles aus einer Hand zu bekommen.“ Bruder Niko ergänzt: „Mit unserem neuen Konzept können wir unsere Stärken als Raumausstatter optimal einsetzen und die Kunden mit unserem Gespür für Farben gut begleiten. Mit dem Service, den wir bieten, ist unsere Branche eine Zukunftsbranche.“

Michaela Fischer

Die Übernahme war ein Marathon

Die Expansion der Lüneburger Fachmarkt-Gruppe Glander ins weiter südlich gelegenen Uelzen gestaltete sich für Geschäftsführer Kay-Christian Glander schwieriger als erwartet. Erst dauert es rund anderthalb Jahre bis zur Vertragsunterzeichnung; im Anschluss treten unerwartete Probleme auf. Doch es gelingt, zwei ehemalige Wettbewerbsbetriebe erfolgreich zu integrieren. Das ist der Jury den Heimtex-Star 2021 in der Kategorie „Vorbildliche Übernahme“ wert.



Die drei ehemaligen Wettbewerber Rüdiger Suhm (Deko & Raum), Rolf Behn (Behn Wohnideen) und Kay-Christian Glander (Wohnstore) arbeiten heute in einer Unternehmensgruppe.

Dinge, die Kay-Christian Glander in Angriff nimmt, gelingen ihm in der Regel. Seitdem der gelernte Maler und Lackierer sein Unternehmen Glander Farben und Wohnstore 2012 gegründet hat, prosperiert und expandiert die Fachmarkt-Gruppe mit Zentrale in Lüneburg. Mittlerweile setzen der 36-Jährige und seine 125 Mitarbeiter an sechs Standorten zwischen Hamburg, Lüneburg und Uelzen rund 10 Mio. EUR um, davon jeweils in etwa die Hälfte im Privat- sowie im Objektgeschäft. Wichtigste Produktgruppe dabei: Bodenbeläge.

2016 kommt der Erfolgsmotor von Glander jedoch ins Stottern. Im März des Jahres gründet der Kaufmann in Uelzen, 45 Autominuten südlich von Lüneburg, einen weiteren Wohnstore. Mit einem neuen Konzept, das auf den Handel vor allem mit Bodenbelägen fokussiert, plant er, in der Region Fuß zu fassen. Der örtliche Markt nimmt das Angebot aber nicht wie erhofft an. Glander ändert darauf-

hin seine Strategie und legt den Schwerpunkt in Uelzen auf das Handwerk – wie schon in den anderen Filialen der Fachmarktkette. Diese Veränderung bringt den Durchbruch in der Region um die Stadt mit dem Hundertwasser-Bahnhof.

Erste Übernahme im Sprint

Ein Wettbewerber in Uelzen ist der kleine, aber feine, 2001 von Rüdiger Suhm und seiner Frau Dorothee Behn-Suhm gegründete Raumausstatterbetrieb Deko & Raum. Ende 2017 lernen sich Suhm und Glander kennen. Die Chemie stimmt zwischen beiden Geschäftsleuten. Kurze Zeit später entsteht die Idee, zusammen zu arbeiten. Anfang 2018 werden beide Fachgeschäfte unter dem Dach des Wohnstore Uelzen zusammengefasst; Suhm wird Filialleiter des Wohnstores. Das Ladengeschäft von Deko & Raum schließt. Der Kundenstamm folgt und wird weiterhin von Suhm betreut. „Die-



Impression aus dem modernisierten Standort Behn in Bad Bevensen.

se Übernahme hat gut funktioniert und ging schnell über die Bühne“, erinnert sich Glander.

Der dann folgende Expansionsschritt sollte den jungen Familienvater allerdings vor weit-aus größere Herausforderungen stellen. In Bad Bevensen, 20 Autominuten nördlich von Uelzen, betreibt die alteingesessene Firma Behn Wohnideen ihr Geschäft. Vor 100 Jahren gegründet, ist der Meisterbetrieb heute mit den drei Geschäftsbereichen Maler/Raumausstatter, Glaserei und Tischlerei eine der ersten Adressen der Region.

Zweite Übernahme zieht sich hin

Geführt wird Behn in dritter Generation von Rolf Behn. Der 65-Jährige ist durch sein politisches, gesellschaftliches und unternehmerisches Engagement in der Region bekannt. Die Unternehmerfamilie ist stark vernetzt und der Handwerksbetrieb auch dadurch eine in der Gegend tief verwurzelte Marke geworden. Mit 40 Mitarbeitern und einem Umsatz von zuletzt rund 2 Mio. EUR bietet Behn alle Gewerke rund um Neubau, Sanierung und Renovierung aus einer Hand.

Der Wohnstore Glander und Behn Wohnideen buhlen also um dieselbe Kundschaft. Als beide Inhaber sich kennenlernen, kristallisiert sich schnell heraus, dass auch sie ähnliche Unternehmensphilosophien in ihren Betrieben verfolgen: Beide gelten als zukunftsorientierte und investitionsfreudige Macher. Rolf Behn ist mit seinen 65 Jahren nicht abgeneigt, den Betrieb zu verkaufen, hat aber auch keine große Eile. Und Glander seinerseits kann sich durchaus vorstellen, durch eine weitere Übernahme zukünftig noch tiefer in den Uelzener Markt vorzudringen. Es ist also für beide Seiten ein günstiger Zeitpunkt.

Ehemaliger Inhaber wird Berater

Es gehen aber noch mehr als anderthalb Jahre ins Land, bis sich beide einigen und Glander im April 2019 in einem Asset-Deal den Kundenstamm, die Marke, die Belegschaft sowie die Gebäude von Behn übernimmt und unter der Firmierung B+G Raumgestalter fortführt. Den im Vergleich zu anderen Übernahmen langen Zeitraum habe man benötigt, um zusammen den Übergang vorzubereiten und um mit Banken über diverse Finanzierungs- →



2018 übernimmt Glander den Raumausstatterbetrieb Deko & Raum in Uelzen.



2019 kauft Glander Behn Wohnideen in Bad Bevensen.



2020 eröffnet der erweiterte und modernisierte Behn-Standort in Bad Bevensen. Glander schließt den Wohnstore in Uelzen.

Ihr Fachgeschäft für Schönes Wohnen in Bad Bevensen

Parkett · Designboden
Laminat · Teppich
Farben · Tapeten
Gardinen · Dekostoffe
Jalousien · Plissees
Rollos · Markisen
Insektenschutz
Pollenschutz

*Verlegen
Montieren
Malen
Tapezieren
Nähen
Dekorieren*

www.behn-raumgestalter.de

SIE WOLLEN PROFIS BEI DER ARBEIT SEHEN?
DANN MAL LOS!

Behn
DIE RAUMGESTALTER

Perfekt · Designboden · Laminat · Teppich · Farben · Tapeten · Gardinen
Verlegen · Montieren · Dekorieren · Nähen · Malen · Tapezieren
Jalousien · Plissees · Rollos · Markisen · Insektenschutz und Pollenschutz

B-G-Raumgestalter GmbH | Showroom
03924 2100-10 | 03924 2100-11
03924 2100-12 | 03924 2100-13
03924 2100-14 | 03924 2100-15
03924 2100-16 | 03924 2100-17
03924 2100-18 | 03924 2100-19

www.behn-raumgestalter.de

... Anzeigen, ...



... neuem Internetauftritt, ...



... und Fahrzeugbeschriftung ...

Teil des Übernahmekonzeptes ist auch ein neues Corporate Design mit Plakaten, ...

modelle zu beraten, erklärt Glander. Bei einer solch großen Verkaufsmasse habe man eben vieles zu berücksichtigen und zu bedenken. Er vereinbart mit Behn einen Beratervertrag, der bis heute läuft.

Doch in den Wochen und Monaten nach Vertragsabschluss sieht Glander sich mit unvorhergesehenen Hindernissen konfrontiert. Diese zeigen sich vor allem in drei Unternehmensbereichen: Personal, EDV und Organisation. Dass einige wenige Mitarbeiter, auch Führungskräfte, nach einer Übernahme oder unter einem neuen Chef kündigen, sei nicht ungewöhnlich, sagt Glander. „Doch auf einmal hat die gute Behn-Mannschaft nicht mehr so funktioniert wie in der Vergangenheit.“

Probleme treten zu Tage

Es zeigt sich zudem bei näherer Betrachtung, dass die EDV- und IT-Infrastruktur doch stär-



Kay-Christian Glander tritt im Markt in der Region Uelzen ausschließlich unter der traditionsreichen Marke Behn auf.

ker modernisiert werden muss, als anfangs gedacht. In dieser Zeit ist Glander auch mit der Arbeitsorganisation und -durchführung nicht zufrieden: „Es waren teilweise Arbeitsabläufe gängig, die man heute beispielsweise mit modernen Maschinen anders und effektiver durchführt. Und diese Dinge haben wir verändert beziehungsweise eingeführt.“ Dadurch seien nicht eingeplante Modernisierungs- und Umstrukturierungskosten angefallen. Diese Veränderungen umzusetzen, habe zusätzlich Zeit gekostet. Man müsse viel Überzeugungsarbeit leisten, wenn Dinge verändert werden sollen, von denen es heißt: Das haben wir schon immer so gemacht. „Unter dem Strich konnten wir zu diesem Zeitpunkt bei Behn als neuen Teil unserer Unternehmensgruppe nicht so agieren wie geplant“, rekapituliert Glander seine damalige Enttäuschung.

Aber hätte man diese Probleme nicht vermeiden oder zumindest vorhersehen und →



Wir gratulieren allen Nominierten und Gewinnern zum Heimtex Star 2021!



Wohnstore Lüneburg in Kürze

Glander Farben und Wohnstore e.K.
Auf den Blöcken 12
21337 Lüneburg
Tel.: 04131 / 9 99 39 90
info@wohnstore-lueneburg.de
www.meinwohnstore.de

Inhaber:

Kay-Christian Glander

Gründung:

2012

Niederlassungen:

Lüneburg (2)
Hamburg-Farmsen
Hamburg-Stellingen
Hamburg-Seevetal
Bad Bevensen

Verkaufsflächen:

jeweils 400-600 m²

Mitarbeiter: 125, davon 45 Maler,
30 Bodenleger, 20 Raumausstatter

Kooperation:

Joka-Fachberater, FHR



Teil des Übernahmekonzeptes ist, die Ausstellungsfläche des Standorts von Behn in Bad Bevensen auf 400 m² zu vervierfachen und das Gebäude erheblich zu modernisieren.

besser abschätzen können? Einiges sicherlich schon, sagt Glander rückblickend selbstkritisch. Sollte er noch einmal einen Betrieb übernehmen, würde er die Mitarbeiter früher und transparenter über seine Pläne informieren. Oder er würde nicht von jetzt auf gleich 100 % übernehmen, sondern einen sanfteren Einstieg über eine Beteiligung wählen, um einen allzu abrupten Schnitt zu vermeiden. „Das führt zu weniger Verunsicherung innerhalb der Belegschaft, als jetzt geschehen. Man nimmt die Mitarbeiter bei seinen Zukunftsplänen dann besser mit“, ist Glander überzeugt.

Unerwartete Modernisierungskosten

Bei den Themen IT und Arbeitsorganisation ist der 36-Jährige pessimistischer in Sachen Problemvorhersage. „Bei einer Übernahme hat man häufig zu sehr das Große und Ganze im Blick und achtet einfach nicht so stark auf vermeintliche Kleinigkeiten oder Selbstverständlichkeiten, aus denen später größere Probleme erwachsen könnten.“ Und schließlich spielen bei einer Übernahme auch immer der häufig schwer zu kalkulierende Faktor Mensch eine gewichtige Rolle – auf beiden Seiten.

Teil des Übernahmekonzeptes von Glander ist von Anfang an, die Ausstellungsfläche des Standorts von Behn in Bad Bevensen auf 400 m² zu vervierfachen und das Gebäude erheblich zu modernisieren. Im Anschluss

wird der Wohnstore-Standort in Uelzen geschlossen, so dass die Unternehmensgruppe Glander dort ausschließlich unter der Marke Behn auftritt. Auch der gesamte Marktauftritt erfährt unter einem neuen Corporate Design eine grundlegende Auffrischung samt neuer Webseite; der Fuhr- und Maschinenpark wird modernisiert.

Langer Atem zahlt sich aus

Die Baugenehmigung verzögert sich allerdings, so dass die Handwerker erst Ende 2019 loslegen können. Im März 2020 macht dann Corona Glanders Planungen den nächsten Strich durch die Rechnung: Die Neugestaltung verzögert sich abermals. Neu eröffnet werden kann der kaum wieder zu erkennende Behn-Standort schließlich erst im Juli 2020.

Drei Monate später, im Gespräch mit BTH Heimtex Anfang Oktober, ist für Glander alles im grünen Bereich. „Die Geschäfte hier in der Region Uelzen-Bad Bevensen unter der Marke Behn entwickeln sich gut. Wir sind rentabel, und die Übernahme von Behn ist am Ende gut gelaufen. Vor einem halben Jahr, im März, sah das anders aus. Damals hätte ich kein gutes Gefühl gehabt, mich um den Preis ‚vorbildliche Übernahme‘ zu bewerben“, gibt Glander mit Blick auf die zahlreichen Unwägbarkeiten und Hindernisse, die zu überwinden waren, unumwunden zu. Aber wie sagt der Volksmund: Ende gut – alles gut.

Jochen Lange





Wir gratulieren den Heimtex-Star Gewinnern.

Ruhig, natürlich und ästhetisch. Kein Wunder, dass der japanische Wohnstil bei uns längst eingezogen ist. Mit der Kollektion Kimono können nun auch die Wände mit exotischen Designs und Unis in Indigo-blau, leuchtendem Rot und einer breiten Palette an Naturtönen erstrahlen.

Lassen Sie sich inspirieren - einfach den QR-Code scannen.



rasch taste

rasch

Kimono

www.rasch-tapeten.de

Mini-Wohnungen als Alleinstellungsmerkmal

Die Mieten in Großstädten steigen in schwindelerregende Höhen. Wohnen auf kleinem Raum lautet deshalb die Devise für Menschen mit normalem bis niedrigem Einkommen. In einem 30 m² großen Mikroapartment zeigt der Raumausstattungs-betrieb Seelaff, wie eine geringe Fläche perfekt und individuell eingerichtet werden kann. Für seine vorbildliche konzeptionelle Beratung erhält er den Heimtex-Star 2021.



Ulf Seelaff, der das 1973 gegründete Unternehmen in zweiter Generation führt, zeigt auch in seinem Mikroapartment Mut zur Farbe.

Immer mehr Menschen leben in Single-Haushalten. In den Großstädten wird Wohnraum zunehmend knapp, was die Mieten in die Höhe treibt. Trendforscher sehen deshalb das Mikroapartment als eine Wohnform der Zukunft. Ulf Seelaff hat angesichts dieser Entwicklung ein neues Geschäftsfeld für seinen Raumausstatterbetrieb in Oldenburg in Holstein entdeckt. In einem rund 30 m² großen Ladenanbau richtete er eine Mini-Wohnung ein, die viel Wohnen auf wenig Fläche bietet und sich als wahres Raumwunder erweist. Damit verfügt der gelernte Parkettleger und Raumausstattermeister über ein neues Alleinstellungsmerkmal, das als weiterer Schritt zur Zukunftssicherung des Familienunternehmens beiträgt.

„Wir haben schon immer kleine Räume ausgestattet“, betont der umtriebige Geschäftsführer und meint damit vor allem Kinderzimmer. „Dabei standen wir immer vor der Herausfor-

derung, arbeiten, schlafen, wohnen und spielen in einem Raum zusammenzubringen.“ Für kleine Wohnungen ersetzte er Spielen durch Freizeit und machte sich mit seinem Team daran, ein veränderbares Raumkonzept zu entwickeln, das Architekten, Wohnungs- und Vermietungsgesellschaften, Ferienhausbesitzern und Wohnungseigentümern sowie Mietern als praktisches Anschauungsmodell zur Verfügung steht.

Kooperation mit benachbarten Gewerken

„Bis auf die Elektroarbeiten haben wir alles selbst gemacht“, erzählt Seelaff stolz und zeigt die komplett eingerichtete Wohnung, die über ein Wohn-Schlafzimmer, einen Essplatz, eine Küchenzeile, einen Arbeitsplatz, einen Flur und ein Bad verfügt. Sie bietet erstaunlich viel Stauraum. Dies liegt vor allem daran, dass Schiebetüren eingebaut wurden,

KATEGORIE

VORBILDICHE
KONZEPTIONELLE
BERATUNG



Der Raumausstatter-Betrieb Seelaff in Oldenburg in Holstein liegt in einem Gewerbegebiet. Die Kundschaft kommt gezielt über Werbung und Mund-zu-Mund-Propaganda ins Geschäft.



Im Eingangsbereich stehen Sitzgelegenheiten für ein intensives Beratungsgespräch zur Verfügung.

Schränke als Wände dienen und variable modulare Möbel flexibel eingesetzt werden. Diese stammen von der Industrietischlerei Invido aus dem sächsischen Niederdorf, die die individuellen, auf den Millimeter genau

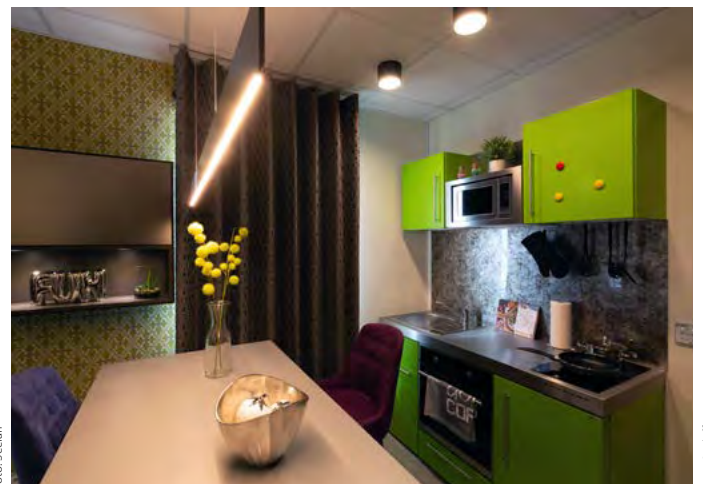
gefertigten Möbelsysteme innerhalb von vier Wochen liefert.

Der beteiligte Elektriker nutzt das Mikroapartment ebenfalls als Showroom für seine Kunden,

um ihnen modernste Elektrik auf dem aktuellen Stand der Technik zu präsentieren. Eingebaut wurde ein BUS Smart-System. Es ermöglicht unter anderem Lichtszenarien oder das Einschalten der Kaffeemaschine per Smartphone. ➔



Im Badezimmer des Mikroapartments nimmt der Schrank eine komplette Wandfläche ein.



Die Küche im Mikroapartment ist sehr farbenfroh gestaltet.



Foto: Seelaff

Das kombinierte Wohn-/Schlafzimmer im Mikroapartment wird über einen geräumigen Flur erreicht. Variable Möbelsysteme schaffen ausreichend Stauraum.

Investiert hat Seelaff nach eigenen Angaben rund 50.000 EUR in das Mikroapartment, das eigentlich am 1. April 2020 feierlich eröffnet werden sollte. Corona machte dem Vorhaben jedoch einen Strich durch die Rechnung. „Wir haben immer wieder gehofft, ein Event durchführen zu können“, sagt der Raumausstatter. Allerdings vergeblich. Letztlich eröffnete er seinen als Wohnung eingerichteten Mini-Showroom ganz unspektakulär am 1. September. Die Resonanz fällt positiv aus. Seine Kunden zeigen sich beeindruckt davon, dass auf kleinem Raum viel Wohnung geboten wird. „Von der Einrichtung über die Elektrik bis hin zu Heizung und Sanitär von unseren Partnerbetrieben erhalten sie bei uns alles aus einer Hand“, beschreibt Seelaff sein Serviceangebot.

Schwerpunkt sind private Kunden

Sein Unternehmen, das 1973 von seinen Eltern Elvira und Fritz Seelaff gegründet wurde, profitiert von der Lage in der Ferienregion Ostsee. Kiel und Lübeck sind nur jeweils rund 60 km entfernt. Urlaub im Inland wird nicht zuletzt wegen der Corona-Pandemie immer

beliebter. So steigt auch die Nachfrage nach Ferienhäusern, was Seelaff Aufträge für die Einrichtung von Neubauten ebenso wie Sanierungen beschert. Aber auch in ganzjährig genutzten Privatwohnungen sowie in Objekten wie öffentlichen Einrichtungen und Hotels ist das Unternehmen aktiv. Dabei fallen 80 % auf den Privatbereich. „Wir sind mit unseren Fachhandwerkern in den drei Gewerken Raumausstattung, Parkett und Malerei stark“, begründet der Geschäftsführer den Erfolg seines Betriebs. Der Joka-Fachpartner verfügt außerdem über eine Polster- und Näherwerkstatt. Weitere Leistungen sind Sonnenschutz, Möbel-, Lichtsystem- und ganzheitliche Wohnraumplanungen.

„Wir legen viel Wert auf Handwerk“, hebt der Geschäftsführer hervor. Deshalb seien nicht nur größere Aufträge willkommen. Das 16 Mitarbeiter umfassende Team erledigt auch Reparaturarbeiten, selbst kleinere. Dazu zählen das Schleifen und Versiegeln von Parkett und Linoleum, der Verzicht auf Fertigparkett zugunsten von Rohholz oder das Einfärben alter Parkettböden, um sie zu erhalten. „Durch

Handwerk sind wir groß geworden“, hebt Seelaff hervor und verweist darauf, dass Reparieren ganz im Sinne der Nachhaltigkeit sei.

Qualität geht vor Preis

Ein Schwerpunkt im hochwertigen Sortiment liegt im Bodenbereich, speziell auf Parkett. „Parkett kann man bis zu fünf, sechs Mal renovieren bei Standzeiten von rund 20 Jahren“, erklärt Seelaff. Deshalb zielt er in Beratungsgesprächen darauf ab, Parkett als erste Wahl unter den Bodenbelägen anzupreisen. Aber der Betrieb bietet auch die immer beliebter werdenden Designbeläge an sowie eine reiche Auswahl an Teppichböden, obwohl dieses Segment insgesamt unter sinkender Nachfrage leidet.

Ansonsten findet der Kunde in Oldenburg Möbel- und Dekostoffe führender Hersteller, Sonnenschutz, Tapeten, Spachteltechniken und Farben von Little Green, deren Leithändler Seelaff ist. Darüber hinaus bringt das Team in geringem Umfang Wärmedämm-Verbundsysteme an die Fassade. Die Produkte wer- ➔

Nala

CAPE TOWN



DIE GANZE WELT DER TAPETE

METROPOLITAN STORIES II

Designed & Manufactured by A.S. Création Tapeten AG | Germany

livingwalls®

www.livingwalls.de

Seelaff – die Einrichter in Kürze

Seelaff GmbH & Co. KG
Am Voßberg 17c
23758 Oldenburg/Holstein
Tel.: 04361 / 8 06 72
info@seelaff.de
www.seelaff.de

Inhaber und Geschäftsführer:

Ulf Seelaff

Gründung:

1973

Mitarbeiter:

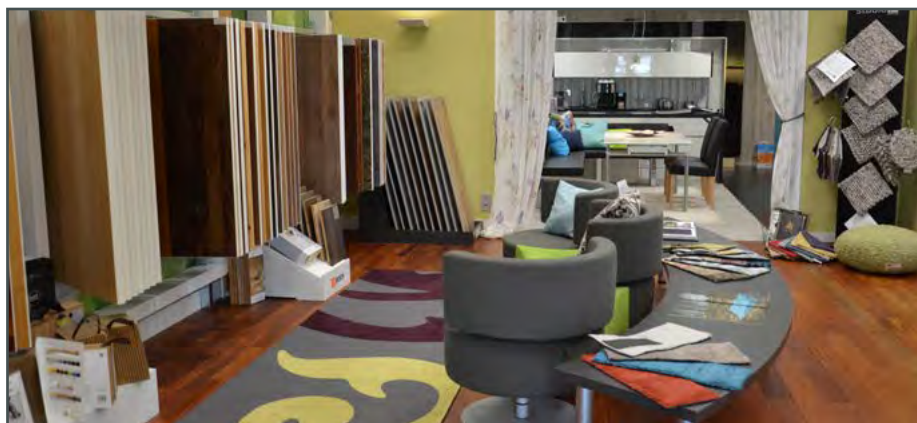
16, davon 4 Auszubildende

Verkaufsfläche:

rund 300 m²

Mitglied bei:

MZE/2HK, Decor-Union, Joka Fachberater



Bei Seelaff werden die verschiedenen Sortimentsbereiche übersichtlich präsentiert. Einen Schwerpunkt bildet der Bodenbelag.

den seit dem letzten Umbau des rund 300 m² großen Ausstellungsraums in jeweiligen Kompetenzräumen übersichtlich präsentiert.

„Wichtig ist uns vor allem Qualität. Sowohl der handwerklichen Ausführungen, als auch der Waren“, betont Seelaff. „Deshalb können wir auch nicht billig verkaufen.“ Die Kunden, die das Geschäft im Oldenburger Gewerbegebiet ansteuern, honorieren diese Ausrichtung. Ob jung oder alt, vermögend oder Berufseinsteiger – die Kundschaft ist sehr vielschichtig. Sie kommt nicht nur aus der näheren Umgebung, sondern auch aus Kiel, Lübeck und gar Hamburg. Dass viele jüngere Menschen darunter sind, führt Seelaff unter anderem darauf zurück, „dass wir Mut zur Farbe haben“. Das lässt sich auch im Mikroapartment erkennen, in dem unter anderem kräftiges Grün und Lila zeigen, dass beide Farbtöne harmonisch kombiniert werden können. „Wir sind eben anders als andere, in allem was wir tun“, macht der Raumausstatter deutlich.

Ungewöhnliche Arbeitszeiten

Das betrifft nicht nur Sortiment und Leistungen, sondern auch die Arbeitsbedingungen. Bei Seelaff arbeiten die Mitarbeiter 36 Stunden pro Woche, verteilt auf vier statt üblicherweise fünf Tage. Diese Regelung zahlt sich in mehrfacher Hinsicht aus. Zum einen sind dadurch die Mitarbeiter zufriedener, wie der Geschäftsführer klar macht. Viele von ihnen sind bereits langjährig im Betrieb. Dies liegt allerdings auch am lockeren Betriebsklima, in dem Duzen an der Tagesordnung ist und alle Geschäftszahlen regelmäßig auf den Tisch

kommen. Seelaff: „Ich begegne meinen Mitarbeitern auf Augenhöhe.“ Das betrifft auch die Auszubildenden in den Berufen Maler, Raumausstatter, Parkettleger und Kaufmann.

Zum anderen wirkt sich die 36-Stunden-Woche positiv auf der Kostenseite aus. Dadurch, dass die Firmenfahrzeuge einen Tag weniger bewegt werden, spart das Unternehmen Geld. Denn freitags werden keine handwerklichen Arbeiten durchgeführt. Das Geschäft aber ist von Montag bis Freitag geöffnet und sonnabends auf Anfrage. Dann berät der Chef selbst.

Zur Zeit haben er und sein Team alle Hände voll zu tun. Corona steigert die Nachfrage. „Wir freuen uns über die besten Zahlen der vergangenen fünf Jahre“, meint Seelaff. Die Deutschen würden derzeit das Geld, das für den Urlaub vorgesehen war, eher in die Renovierung ihrer Wohnungen stecken.

Trotz der vielen Arbeit beschäftigt sich der Geschäftsführer auch noch mit einem Zukunftsprojekt. Er will noch in diesem Jahr mit der italienischen Firma KE einen Sonnenschutz-Pavillon bauen. Und dann ist die Frage nach einem Nachfolger offen. Seelaffs drei Kinder stehen nicht zur Verfügung, sie haben sich beruflich für andere Wege entschieden. „Ich werden in den nächsten zehn Jahren entweder einen Nachfolger selbst aufbauen oder extern jemanden suchen, der übernehmen will“, erläutert der 53-Jährige. Doch bis es soweit kommt, ist von ihm noch allerhand zu erwarten. Schließlich ist es sein Ziel, den Ruf des Betriebs als kreativem Einrichter noch weiter auszubauen.

Cornelia Küsel





GERMAN
DESIGN
AWARD
GOLD
2021

**ON
THE
CARPET
WITH** ●●●

OBJECT CARPET × Ippolito Fleitz Group



WWW.OBJECT-CARPET.COM/OCXIFG

Unsere Leidenschaft



BTH Heimtex
Europas große Fachzeitschrift für den Handel mit Bodenbelägen, Parkett + Laminat, Deko + Gardinen, Farben + Lacken, Sonnenschutz, Tapeten.



ParkettMagazin
ist die deutschsprachige Fachzeitschrift ausschließlich für Parkett, Holzböden, Wand- und Deckenbekleidungen aus Holz, für Laminatböden und für Trocken-Innenausbau. Zielgruppe: Handwerk, Fachhandel, Industrie.



FussbodenTechnik
ist die praxisorientierte Fachzeitschrift für Objektore, Estrichleger und Industriebodenbauer.



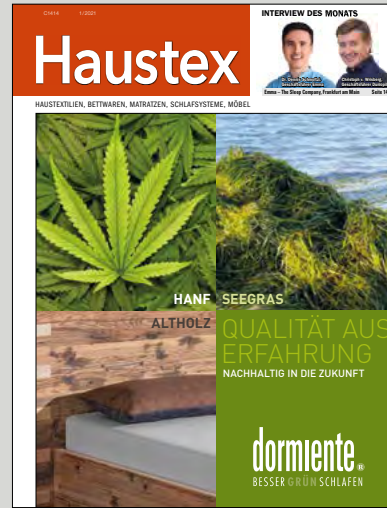
Fussboden Fuxx
Unser Sonderheft vermittelt Berufseinsteigern Basiswissen und beantwortet Fragen aus der Praxis. Parallel werden die starken Marken des Bodens durch Fördermitgliedschaften etabliert. Der Fuxx wird BTH Heimtex, FussbodenTechnik und ParkettMagazin beigelegt.

Unternehmenszahlen, Mitarbeiter, Meldungen aus der ganzen Branche im Internet auf

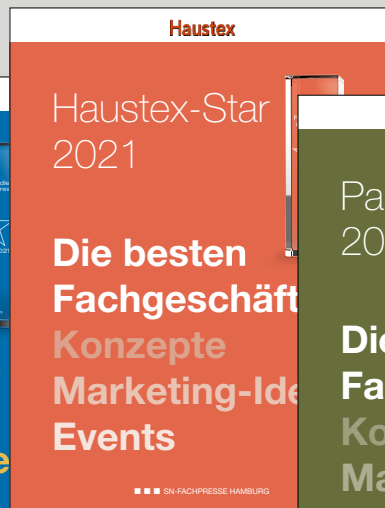
ist Raumausstattung



Carpet Magazine!
Carpet Magazine! erscheint mit einer deutschen und einer englischen Ausgabe für den Handel mit abgepassten Teppichen. Das Themenspektrum reicht vom klassisch gemusterten Maschinenwebteppich über den modernen Handtuft bis zum hochpreisigen handgeknüpften Einrichter-Teppich.



Haustex
Europas führende Fachzeitschrift und die einzige ihrer Art in Deutschland für Betten, Bettwaren, Decken, Matratzen/Schlafsysteme, Bett-, Tisch- und Hauswäsche. Die Leser von Haustex sind Führungskräfte und Verkäufer im Betten-Einzelhandel, Bettenabteilungen in Möbelhäusern und Zulieferindustrie.



Die Fachgeschäfte des Jahres

BTH Heimtex, Haustex und Parkett Magazin zeichnen beispielhafte Fachgeschäfte in verschiedenen Kategorien mit dem begehrten Branchenpreis aus. In diesen Spezialausgaben zeigen wir, was diese Geschäfte außergewöhnlich macht. Nehmen Sie die besten Ideen für Ihr Fachgeschäft mit.

■ ■ ■ **SN-FACHPRESSE HAMBURG**

An der Alster 21 · D-20099 Hamburg · Fax: 0 40 / 280 37 88 · E-Mail: vertrieb@snfachpresse.de

1.000 qm für Fensterdekoration

Gegen den allgemeinen Trend hat sich Knutzen Wohnen in Kiel dafür entschieden, seine Gardinenabteilung in der Asmusstraße zu stärken. Das Unternehmen investierte 250.000 EUR und verdoppelte die Fläche auf rund 1.000 m². Der Jury ist dieser Schritt einen Heimtex-Star für eine vorbildliche Deko-Abteilung wert.



Die Leiterin der Gardinenfachabteilung Ulrike Scholz und Geschäftsführer Kai Bendixen sind stolz auf den Akustik-Bereich, der sich in der Gardinenfachabteilung befindet.

Es gehört schon Mut dazu, Gardinen in Zeiten stagnierender bis sinkender Nachfrage größeren Raum zu bieten. Das Knutzen Wohnen Einrichtungshaus in der Kieler Asmusstraße hat ihn aufgebracht und auf Initiative von Geschäftsführer Kai Bendixen die Fläche der Abteilung für Gardinen und Dekostoffe einschließlich Sonnenschutz auf 1.000 m² verdoppelt. Das Haus gehört zu einem Ensemble von drei Filialen in der Innenstadt. Insgesamt betreibt Knutzen in der Fördestadt fünf Niederlassungen.

Gardinenangebot gebündelt

Während sich im ersten Stock Gardinen und Stoffe sowie Sonnenschutzprodukte ausbreiten, wurde im Erdgeschoss ein neuer, ebenfalls 1.000 m² großer Selbstbedienungsbereich eingerichtet. Dort finden Kunden unter anderem Mitnahmeartikel, Tapeten, Farben, Betten, Bettwaren und auch Fertiggardinen.

„Unser Ziel war es, die Gardine aufzuwerten und das Gardinensortiment sowie die dazugehörige Fachberatung zu bündeln“, erläutert Abteilungsleiterin Ulrike Scholz, die bereits seit rund 40 Jahren beruflich mit Gardinen beschäftigt ist.

Wie Kai Bendixen hervorhebt, waren die Hersteller von der Idee angetan und beteiligten sich mit eigenen Ideen und Präsentationen an der Gestaltung der modernen, im Oktober eröffneten Abteilung. Sie lädt zum Bummeln durch eine attraktive Stoffwelt ein, in der alle Produkte übersichtlich präsentiert werden.

250.000 EUR investiert

Eine extra ausgebaute Fensterfront in den Maßen 15 x 3 m sorgt dafür, dass die Gardinen auch bei Tageslicht betrachtet werden können. Dazu bieten ausgebildete Fachberater



Die Lieferanten haben sich an der Gestaltung der neuen Gardinenabteilung beteiligt.



Knutzen Wohnen in der Kieler Asmusstraße ist das älteste von insgesamt drei Häusern in der Innenstadt. Im Erdgeschoss werden unter anderem Tapeten, Bettwaren und Mitnahmeartikel präsentiert, im Obergeschoss Gardinen und Sonnenschutz.

Hilfestellung bei der Entscheidung für ein Produkt. Die intensive Beratung findet an eigens dafür vorgesehenen Tischen statt. Bendixen beziffert die Investitionskosten auf insgesamt rund 250.000 EUR, inklusive Treppe und Fahrstuhl.

„Wir haben nicht viel mehr Produkte aufgenommen, aber alles luftiger gestaltet“, sagt Scholz. Bei den Kunden komme diese Großzügigkeit gut an. Ein Highlight der Abteilung ist die Vorstellung von Akustikmaterialien. Dafür gibt es ein eigenes Studio.

„Wir schwimmen mit der erweiterten Gardinenfachabteilung zwar gegen den Strom“, weiß Bendixen. Aber er hält das Produkt noch immer für förderungsfähig. Schließlich würden in der Landeshauptstadt Kiel Gardinen nach wie vor nachgefragt. Allerdings schränkt Scholz ein: „Die jungen Leute zieht es eher in Richtung Sonnenschutz.“ →



Trends werden in der Gardinenfachabteilung stets aktuell präsentiert.

Knutzen Wohnen in Kürze

Knutzen Wohnen GmbH
Asmusstraße 19-21
24143 Kiel
Tel.: 0431 / 74 808
kiel@knutzen.de
www.knutzen.de

Geschäftsführer: Kai Bendixen
Leiterin der Gardinenabteilung:
Ulrike Scholz

Gegründet:
1982

Mitarbeiter:
93, davon 21 in der Gardinenabteilung

Ausstellungsfläche Gardinenabteilung:
1.000 m²



Ganz gleich, ob Gardinen oder Sonnenschutz: Die Abteilung bietet einen Rundum-Service an – vom Ausmessen vor Ort über das Nähen bis hin zur Dekoration. Um die Wünsche der Kunden kümmern sich 21 Mitarbeiter, darunter Dekorateur und Näherinnen. Wer Fertigware bevorzugt, erhält diese im Erdgeschoss mit seinen sechs Mitarbeitern, wo auch Tapeten namhafter deutscher Hersteller sowie Farben angeboten werden. „Manch ein Kunde kauft bei uns im ersten Stock die noch zu verarbeitende Bahnware und unten dann die passende Stange dazu“, erzählt Scholz.

95 % Stammkunden

Nach ihren Angaben sind rund 95 % der Käufer Stammkunden. Meist seien sie älter als 50 Jahre. Aber auch jüngere Kunden kommen, die von ihren Eltern oder Großeltern auf das

Geschäft aufmerksam gemacht worden seien. „Die Jüngeren steigen oft mit wenig Geld ein“, weiß Scholz. Ansonsten sei die Kundschaft sehr vielfältig, alle Einkommensklassen seien vertreten.

Im Trend liegen derzeit Stoffe in Unifarben, vor allem Grau und Schlämm, erläutert die Abteilungsleiterin. Muster würden eher wenig nachgefragt. Bei Plissée stünden Weiß und Beige auf der Prioritätenliste. „Schade, dass so wenig Mut zur Farbigkeit besteht“, findet Scholz.

Corona hat offenbar Lust auf Renovierungen gemacht. Wie Bendixen sagt, ist die Nachfrage seit April gestiegen, weil die Menschen durch die Absage geplanter Urlaube Geld für die Inneneinrichtung übrig hätten. Das Thema Wohnraumgestaltung wird seiner Meinung über das Ende der Pandemie hinaus bleiben.



Im Nähstudio werden die Gardinstoffe ganz nach individuellen Wünschen gefertigt.

Drei spezialisierte Filialen

Das neu gestaltete Gardinenhaus ist das älteste Gebäude des aus insgesamt drei in der Innenstadt liegenden Geschäftsensembles und gleichzeitig die Zentrale. In einer weiteren Filiale in der Bahnhofstraße werden Bodenbeläge, Teppiche und Kleinmöbel präsentiert, im Laden in Kiel-Kehrwieder Teppichboden. Zwei weitere Niederlassungen befinden sich außerhalb des Kieler Zentrums. „Insgesamt sind unsere stärksten Produkte Plissées und Design-Planken“, meint der Geschäftsführer. Zwar habe Knutzen auch eine sehr große Teppichbodenabteilung; dieses Produkt schwächle aber auch in Kiel. „Unsere Stärke ist unser Service“, ist Bendixen überzeugt. Eine große Rolle nehme die professionelle Beratung ein. Aber auch die Leistungen der Dekorateur und Bodenleger würden gerne angenommen.

Cornelia Küsel



An speziellen Beratungstischen können sich die Kunden in entspannter Atmosphäre vom Fachpersonal beraten lassen.



Sonnenschutz gehört bei Knutzen Wohnen in Kiel zu den gefragten Sortimenten.

Mit Rat und Tat gegen Raumschall

Raumakustik ist ein Themenfeld, das in öffentlichen Gebäuden und privaten Wohnungen zunehmend an Bedeutung gewinnt. Bei Buck Raum & Textil hat man den Trend erkannt und bietet neben klassischer Raumausstattung jetzt auch Beratung und Lösungen rund um die akustische Optimierung an. Für diese vorausschauende und vorbildliche Sortimentserweiterung vergibt die Jury den Heimtex-Star 2021 nach Mössingen.



Mit Lösungen für eine verbesserte Raumakustik haben Daniel, Martina und Dietmar Buck ein zusätzliches, lukratives Standbein geschaffen.



Der neue Ausstellungsbereich mit Akustiklösungen ist auf der Ladenfläche von Buck Raum & Textil stets präsent. Die schalldämmenden Paneele in verschiedenen Farben und Formen hängen weithin sichtbar an der Wand. Mit Produkten und Dienstleistungen rund um die Raumakustik hat sich der Innenausstatter im schwäbischen Mössingen ein neues, lukratives Geschäftsfeld erschlossen. „Es ist ein großer Bedarf da“, erklärt der Inhaber und Firmengründer Dietmar Buck. „Wir haben alle Voraussetzungen geschaffen, um die Nachfrage bedienen zu können.“ Der 63-jährige Raumausstatter- und Parkettlegemeister wird im Unternehmen von seinen Kindern Daniel und Martina tatkräftig unterstützt. Insgesamt umfasst die Belegschaft 15 Voll- und Teilzeitmitarbeiter.

Das Fachgeschäft mit 500 m² Verkaufsfläche zeigt auf einer Ebene eine wertige Warenpräsentation von klassisch bis modern: Parkett, Teppichboden, Designbeläge, Laminat, Vorhangstoffe, Innensonnenschutz, Insektenschutz und die neuen Akustikpaneele. Um den Standort im Gewerbegebiet Riethäcker haben sich im letzten Jahrzehnt ein Bau-, Drogerie- und Heimtiermarkt sowie die TÜV-

Prüfstelle angesiedelt. Entgegen ursprünglicher Befürchtungen erwies sich das Umfeld als Frequenzbringer. Denn bei der Gründung 1990 errichtete Dietmar Buck das einstöckige Gebäude für den Teppichboden- und Heimtextilien-Markt noch an der Peripherie auf der grünen Wiese mit „damals über 150 Teppichrollen als Lagerware“. Seitdem ist die Handelsform weiterentwickelt worden, hin zum Fachgeschäft. „Den Großteil der Produkte, die wir verkaufen, verarbeiten wir auch. Von 100 % Umsatz sind bei uns 80 % Dienstleistung.“

TÜV-geprüfter Fachberater Raumakustik

Das neue Sortiment mit Akustik-Lösungen ist eines der Aufgabenfelder von Daniel Buck. Der 41-jährige Raumausstattermeister hat sich zum Fachberater Akustik qualifiziert. Zudem agiert er als Sachverständiger im Raumausstatterhandwerk und zertifizierter Mediator. Im Betrieb ist der Prokurist im Bereich Bodenbelag für die Kommunen zuständig sowie für Privatkunden im Renovierungsgeschäft. Erste Anfragen zum Thema Schalldämmung seien vor drei Jahren aus den Kommunen gekommen, unter anderem von Kindertagesstätten



Als neue Serviceleistung gibt es im Fachgeschäft eine zertifizierte Raumakustik-Beratung.

Foto: Buck Raum und Textil



Buck Raum & Textil präsentiert Akustik-Sortiment deutlich sichtbar auf der Ladenfläche.

und Jugendhäusern. „Anfangs waren wir noch unbeholfen und haben aus Unwissenheit mit Schaumwaffeln an der Decke gearbeitet“, erinnert sich der Juniorchef lachend. Die Firma Buck, seit 30 Jahren überzeugtes Mitglied beim Fachhandelsring, wandte sich an die Kooperation. Als dann das Seminar zum Fachberater Raumakustik mit TÜV-Rheinland geprüfter Qualifikation angeboten wurde, war klar: „Hier müssen wir dabei sein.“

Heute ist der Experte mit den akustischen Problemstellungen seiner Kunden bestens vertraut: Private Einrichter werden konfrontiert mit riesigen, harten Glasflächen im offenen Wohnzimmer, wo es häufig Parkett statt Teppichboden gibt und dadurch eine Hall-situation entsteht. Schulen und andere öffentliche Einrichtungen tauschen den alten, schallschluckenden Nadelvlies gegen glatte Böden aus und verzichten auf Vorhänge. Die Sprachverständlichkeit leidet. In Großraumbüros entsteht ein hoher Lärmpegel durch die Belegung mit vielen Mitarbeitern, aber ohne schützende Einhausung. Ebenso vielfältig wie die Probleme sind aber auch die gestalte-

rischen Möglichkeiten, die Akustik zu verbessern. „Das ist ein idealer Job für einen Raumausstatter“, betont der Seniorchef.



Den Raumakustik-Planer kann Buck Raum & Textil als FHR-Mitglied exklusiv nutzen.

Vielseitige Probleme, vielseitige Lösungen

Daher gibt es bei Buck Raum & Textil seit 2019 als zusätzliche Serviceleistung die Fachberatung Raumakustik. Das FHR-Mitglied hat online Zugang zu einem Akustikrechner, den die Kooperation bereitstellt. Entwickler des Tools sind Fuchs Raumingenieure im bayerischen Wallersdorf. „Für uns ist der Raumakustik-Planer das A & O“, bestätigt Daniel Buck. Zuerst gibt er in einen Fragenkatalog die Daten der zu analysierenden Raumsituation ein, wie Möbel, Glasflächen, harte Prallflächen, abgehängte Decke. Das Programm gleicht die raumakustischen Anforderungen ab und stellt sie in Diagrammen dar, etwa die Nachhallzeit. Es berechnet den Bedarf an Schallabsorbern und erstellt eine mehrseitige Expertise zu geeigneten Produkten. In das Planungstool eingepflegt sind auf ihre akustische Wirkung getestete Vorhangstoffe, Sonnenschutzbehänge, Textilbeläge und Akustikelemente. „Wir sind der Meinung, dass man die Akustikplanung durchaus als Dienstleistung anbieten kann“, ist sich die Inhaberfamilie einig. Die reine →



Beim Kauf von Parkett und anderen schallharten Belägen werden Kunden auf geeignete Akustiklösungen aufmerksam gemacht.

Expertise werde gegen eine Gebühr erstellt. Bei Erteilung eines Auftrags, seien die Kosten „kalkulatorisch eingepreist“.

Häufig setzt Buck in Objekt- und Privatbauten schallabsorbierende Paneele aus Schafschurwolle namens „Woopies“ ein, hergestellt von Baur Vliesstoffe in Dinkelsbühl. Die Elemente bestehen aus mehreren schallabsorbierenden Wolllagen, die mit einem Lodengewebe bezogen und dann verpresst werden. Sie sind ohne Rahmen konstruiert und lassen sich nahtlos nebeneinander an Wand und Decke, als Deckensegel oder Raumtrenner anbringen. Im Angebot sind drei verschiedene Farbpaletten. Mit den Akustikpaneelen aus Wolle erreiche man zusätzlich Klimaregulierung und Schadstoffabbau in der Luft. „Innerhalb der letzten zwei Jahre haben wir bereits neun Kitas damit ausgestattet“, freut sich Daniel Buck. Die bunten Woopies würden dabei oft zusätzlich als Pinnwand genutzt.

Alleine auf die Expertise des Raumakustik-Planers kann sich der Fachberater freilich nicht verlassen. Das Rechenprogramm ist nicht in der Lage, auf stilistische Vorlieben einzugehen. Werden Textilien und Teppichboden als Akustiklösung vorgeschlagen, komme das im puristischen Wohnbau oft „weniger gut an“, weiß Buck: „Wenn der Kunde Parkett will, wird er von einem Textilbelag nicht begeistert sein.“ Da brauche es ein „raumtechnisches Feeling“. So ließen sich alternativ Akustikpaneele einsetzen, die in dezenten Farben zum Gestaltungselement an Wand oder Decke werden.

Schwerpunkt auf Bodenbelägen

Martina Buck verantwortet im Familienunternehmen die Finanzbuchhaltung mit Personalwesen und das Marketing. „Die Werbemaßnahmen haben aufgrund von Corona etwas gelitten“, bedauert die 37-jährige Textilbetriebswirtin. „Mit dem Akustik-Thema ge-

hen wir konkret 2021 an den Start.“ Ein klares Konzept müsse man noch erarbeiten. Auf der Agenda stehen Kundenansreiben, Infos auf der Webseite, Zeitungsanzeigen und Auftritte in Social Media Kanälen. Als Aussteller auf der Endverbrauchermesse des Mössinger Gewerbe- und Handelsvereins habe man am Stand die neuen Akustiklösungen präsentiert.

Das Haupteinzugsgebiet von Buck Raum & Textil reicht im 40 km-Radius um Mössingen, eine Stadt mit rund 20.500 Einwohnern im Kreis Tübingen. Über 12.000 Adressen stehen auf der Kundenliste der Firma, mehrheitlich Stammkunden. Ein Standbein sind Bauträger, die Dietmar Buck Großteils betreut. „Wertiger Wohnbau“, bekräftigt er. Die Besitzer von Eigenheim und Eigentumswohnung kommen zur Bemusterung ins Haus. Besonders breit aufgestellt ist man dementsprechend im Bodenbelagssortiment (65 % Umsatzanteil), das „etwas holzlastig“ sei mit Preisen bis zu ➔

DER PARTNER FÜR DEN FACHHANDEL

Wir gratulieren allen Gewinnern zum Heimtex Star 2021!



DIESE KUNDEN KÖNNEN SIE KRIEGEN!

Mit den besten Sales-Ideen für den Fachhandel rund um die Sikkens Trendfarben 2021.

Mehr Informationen und den Fachberater in Ihrer Region finden Sie auf www.sikkens.de.



Sikkens Premiumpartner werden!

Buck Raum & Textil in Kürze

Buck Raum & Textil GmbH
Siemensstraße 19
72116 Mössingen
Tel.: 07473/2 47 22
info@buck-rt.de
www.buck-rt.de

Geschäftsführer:

Dietmar Buck

Gründung:

1990

Verkaufsfläche:

500 m²

Mitarbeiter:

15 Voll- und Teilzeitkräfte

Mitglied bei:

FHR



Textiler Sonnenschutz sowie Gardinen- und Dekostoffe sind auch Teil der Raumakustik-Planung.

350 EUR pro m². Bei Deko und Gardine (10 % Anteil) ist die Positionierung mittel bis hochpreisig angesiedelt. Innenliegender Sonnenschutz und Sonnenschirme – „auch ein Markt“ – tragen 15 % zum Umsatz bei, die restlichen 10 % entfallen auf das neue Akustik-Sortiment. „Das Angebot war bislang relativ geradlinig, doch nun läuft es in die Breite“, wird die Zusammenarbeit mit vorwiegend einem Absorber-Lieferanten begründet.

„Wir machen Wohnen zum Erlebnis“, lautet das Motto des Fachgeschäfts. Dietmar Buck bringt als vierte Generation einer Raumausstatterfamilie 65 Jahre Erfahrung im Handwerk mit. Sein eigener Betrieb basiere aber nicht auf einer Nachfolge, sondern einer „rechtlichen Neugründung“. Im Lauf der Jahre haben

sich mehr als 20 junge Menschen bei ihm zum Raumausstatter ausbilden lassen, zuletzt vier auf einmal. Umfangreiche Serviceleistungen sorgen für Kundenbindung, vom hauseigenen Nähatelier und der Gardinenwäsche bis zu Parkettrenovierungen und der Reinigung von Bodenbelägen. Polstern, Tapezieren, Maler- und Schreinerarbeiten werden in Kooperation mit ortsansässigen Handwerkern angeboten. Corona bescherte Familie Buck ein „relativ stressiges Jahr, mit Verschiebungen am Bau, Mitarbeitern in Quarantäne und einer hohen Krankheitsquote“. Während der siebenwöchigen Ladenschließung im Frühjahr sei die Montage im teilweise reduzierten Umfang weitergelaufen. Abschließend heißt es: „Wir machen 2020 den Deckel drauf und sind einigermaßen zufrieden.“

Petra Lepp-Arnold



175

marburg feiert
175 Jahre
Innovation.

marburg

www.marburg.com

from germany to the world

Kollektion SMART ART

Von der Wohnparty bis zum Herzstücke-Flyer

Nicole und Mario Mayer investieren viel ins Marketing. Das geht bis zum Wochenendspaziergang im Neubaugebiet, um den zukünftigen Eigenheimbesitzern ihre Bauherrentasche zu überreichen. Der Engagement lohnt sich: Sie bekommen viel Aufmerksamkeit für ihre Firma Deco & More Raum-Interpreten – und 2021 auch den Heimtex-Star in der Kategorie Vorbildliches Marketing.



Mario und Nicole Mayer haben den Schritt zum Komplettanbieter vollzogen und vermarkten die Neuausrichtung offensiv.

„Am Wochenende gehen wir gerne in Neubaugebieten spazieren“, erzählen Nicole und Mario Mayer lachend von ihren Werbetouren bei Häuslebauern. Diese seien samstags und sonntags häufig an der Baustelle anzutreffen. „Ist jemand da, überreichen wir unsere Bauherrentasche persönlich, sonst stellen wir sie vor die Tür“. Die Eheleute betreiben in Esslingen die Innenausstattung Deco & More Raum-Interpreten seit inzwischen 19 Jahren. Das hochwertig positionierte, moderne Vollsortiment mit Möbeln, Leuchten, Vorhangstoffen, Sonnenschutz, Bodenbelägen, Tapeten und Polsterarbeiten wird auf 160 m² Verkaufsfläche gekonnt inszeniert. Den Schritt vom reinen Raumausstatterbetrieb mit Fachgeschäft hin zum Komplettanbieter haben die Mayers vor zwei Jahren erfolgreich vollzogen.

Für die Gewinnung von Neukunden und die Bestandskundenpflege hat das ambitionierte Unternehmerpaar passgenaue Marketingaktivitäten entwickelt, wie ihre Bauherrenakquise beispielhaft zeigt. „Bei Neubauten muss man zum richtigen Zeitpunkt da sein, bevor das Haus ganz fertig ist“, sagt Mario Mayer. Der Raumausstattermeister beobachtet seit längerem einen Wandel im Immobiliengeschäft. „Weil die Kredite so günstig sind, wird die Einrichtung mitfinanziert und deshalb gleich hochwertiger gekauft.“ Die Eigenheim- und Wohnungsbesitzer sollen sich mit dem Informationsmaterial in der Bauherrentasche einen ersten Überblick verschaffen und erkennen, welche Bereiche noch im Argen liegen. Eine beigefügte Karte bringt wichtige Themen auf den Punkt: „Haben Sie daran



Deco & More Raum-Interpreten in Esslingen erstellen individuelle Einrichtungskonzepte und bieten dazu die passenden Möbel, Leuchten und Heimtextilien.



AUFGEMÖBELT



DECO & MORE
Raum-Interpreten

13.10.2019

11.00-18.00 Uhr

WOHN - PARTY

KABELLOSES LICHT
SMARTES INTERIEUR
RAUM-WUNDER

**Auf der jährlichen
Wohnparty treffen sich
Stamm- und Neukunden.**



styles | living

Wohnen ist mehr als nur einrichten

In Einrichtungs- und Ausstattungsfragen bietet Deco & More in Esslingen-Zell alles aus einer Hand

Zertifizierte Wohnberatung
„Wir haben unsere Kunden schon immer an allen Fragen und um die Ausgestaltung ihrer Wohnräume oder ihres Hauses beraten“, sagt Nicole Mayer. Doch dem haben sie in der Einrichtung eines Möbelbaus nicht klar machen, dass es jetzt anders aussieht. Jedes Jahr spenden unsere Kunden jede Menge Zeit und verdienen auch ein Feedback.“ erzählt Nicole Mayer, die sich in den vergangenen Jahren zur zertifizierten Wohnkuratorin weitergebildet hat. Dadurch kann es jetzt nicht mehr passieren, dass beispielsweise Sofas und Sessel oder auch Tische und Stühle gekauft werden, die eigentlich von der Größe oder der Farbe her nicht in den perfekt ausgestatteten Raum passen.

Liedergeschäft neu ausgerichtet
Die Erweiterung ihres Portfolioes durch die Erweiterung ihrer Wohnräume, ermöglicht auch eine Ausweitung des Liedergeschäfts wider. Dort finden ebenfalls auch Songs, Stühle, Tische, Schrank- und Regalsysteme sowie Leuchten. Bei Deco & More gibt es von dem Kauf einer Sitz-

gruppe eine intensive Sitzprobe und eine umfassende Beratung. Kunden können hören, wie lang diese und tief er sein sollte oder besser sein soll, damit sie bequem darauf sitzen können. Sie legen sich und lassen die Armliegen flach und probieren aus, welche Höhe bei der Polsterung angenehm ist. Übergang wird natürlich auch, ob das neue Möbelstück von der Größe her in einen bestimmten Raum passt und welche Farbe am besten mit den Wänden und Böden harmonisiert. Platzbedarf kann zudem auf den Zentimeter genau für einen bestimmten Raum auch farblich optimiert werden. Das macht sie letztlich zu Unikaten. Es gibt natürlich auch einen Termin vor Ort, bei dem der Raum angeschaut und alle Aspekte wie Licht, Größe, Farbe der Wände und des Bodenbelags mit einbezogen werden.

Familienbetriebe als Partner
Die Möglichkeit zur individuellen Gestaltung gibt es auch bei Tischen, Stühlen, Schränken und Regalen. Bei der Firmen- und Design- und Möbel- und Produktentwicklung arbeiten Mitarbeiterinnen und Kollegen, dass die Qualität made in Germany bekommen“, sagt Nicole Mayer. Das ist dem Ehepaar wichtig. „Wir haben Familienbetriebe ausgewählt und nicht auf große Marken gesetzt“, ergänzt Mario Mayer.

Anwalt gestaltet Räume
Seit einigen Jahren kümmert sich Nicole Mayer auch um laibgerichtete Eigentümer von Wohnungen und

Häusern, denen die Akustik ihrer Immobilien zu schaffen macht. „Durch die Zusammenarbeit unserer Mitarbeiter hat sich unser Thema förmlich aufgedrängt“, sagt Nicole Mayer. Lange Empfohlene, wie Beton, offene Räume und schallharte Oberflächen stellen die Akustik vor Herausforderungen. In den Wohnungen gibt es kaum mehr Teppiche oder Sofas, an denen sich der Schall brechen könnte. Die Folge: Die Leute fühlen sich zu Hause nicht mehr wohl.“

Mario Mayer verweist auf unterschiedliche Möglichkeiten, dem Problem zu begegnen. Beispielsweise können sie geräusche Lighting Plots aufhängen oder Wandbilder aus bisserbarmaterial angebracht werden. Ebenso können Vorhänge Schallwellen absorbieren und den Hall reduzieren, was für einen angenehmeren Raumklang sorgt.

Wohnbedürfnis hat Priorität
„Der was bei der Wohnbedürfnis des Menschen absolute Priorität“, erläutern Mario und Nicole Mayer. Was die beiden Raumausstatter bei allen Neuaufträgen wichtig ist. „Wir orientieren uns an den Wünschen und beherrschen unser Handwerk nach wie vor“, betonen sie und empfehlen auf Arbeiten wie Bodenleger, Tapezieren und Malern, das Anbringen von Wandtattoos und Sommerstühlen oder auch das neue Polsteren alterer Stühle in der eigenen Werkstatt. Nur wer seine Kunden von Anfang an bis zum Ende betreuen könne, habe den Markt für Deco & More und Nicole Mayer überlebt.“

Deco & More Raum-Interpreten
Untere Straße 3
73730 Esslingen/Zell
Telefon 0714 7340179
E-Mail: info@raum-interpreten.de
www.deco-and-more.de

**Presseberichte und
Anzeigen in lokalen
Magazinen erhöhen den
Bekanntheitsgrad.**

schon gedacht? – Akustik, Sonnenschutz, Licht“.

**Expansion nach
Start mit Hindernissen**

Nicole und Mario Mayer lernten sich bei der Raumausstatter-Ausbildung kennen und machten sich als Gesellen zunächst mit einer kleinen Dekorationsnäherei selbstständig. „Während mein Mann auf die Meisterschule ging, habe ich Vorhänge genäht“, blickt die heute 43-Jährige zurück. Von dem Verdienst wurde peu à peu ein Werkzeugsortiment angelegt und bis zur Neugründung von Deco & More 2002 komplettiert. „Hopp oder Top“ habe es nun geheißsen, als Existenzgründer ins

kalte Wasser zu springen. Schnell war für die Raumausstattung ein Ladenlokal gefunden und mit Hilfe eines Darlehens schön gestaltet. „Doch bei der Eröffnung wurde uns gesagt, dass wir wieder ausziehen müssen, weil das Haus verkauft wird“, entrüstet sich das Paar noch heute. Mit viel Kraft, Willensstärke und einem Quäntchen Glück gab es eine Fortsetzung in neuen Räumlichkeiten im Esslinger Ortsteil Zell. Das junge Unternehmen stellte Personal ein, expandierte und zog schließlich vor zehn Jahren innerhalb des Stadtteils um, in die Untere Straße 3.

Nicole Mayer machte eine Zusatzausbildung als Wohnraumberaterin und setzte damit Impulse für eine Neuausrichtung der Firma. Im

Zentrum der Serviceleistungen stehen seit 2018 ganzheitliche Einrichtungskonzepte, die individuell auf die Wünsche und Bedürfnisse der Kunden zugeschnitten werden. Die klassische Raumausstattung alleine reichte nicht mehr aus, um in Zukunft bestehen zu können, meint die Chefin. „Wir sind davon überzeugt, dass wir mit der Komplett Einrichtung und dem Full Service, den wir bieten, am Markt erfolgreich sind.“ Im Lauf der Jahre sei deutlich geworden, dass Kunden „alles aus einer Hand“ wünschten. Im Rahmen von Wohnraumberatungen ist sie anfangs sogar zur Auswahl mit in die Möbelhäuser gefahren. „Aber ich trage meinen Umsatz doch nicht in andere Geschäfte.“ Stattdessen sei ihr bewusst geworden, dass eine Sortimentserweiterung um →



Deco & More versteht sich als textiler Einrichter. Die Präsentation von Bodenbelägen wie auch Deko- und Gardinstoffen rücken die Kernkompetenz in den Fokus.



das eine oder das andere hätten, wären wir lange nicht so erfolgreich.“ Als Textiler Einrichter unterscheidet man sich von Möbelhäusern, weil das Augenmerk auf Wohnlichkeit liege.

Das neue Angebot von Deco & More Raum-Interpreten spiegelt sich in der Ausstellung wider: „Innerhalb eines Jahres haben wir alles umgekrempelt.“ Sofas, Sessel, Stühle, Tische, Regalsysteme rückten in den Fokus. Neu sind ein Schlaf- und ein Leuchtenstudio. Um Platz für die Möbel zu schaffen, wurden Gardinstoffe und Langschalpräsenster reduziert. Die Kollektionen für Bodenbeläge stehen verborgen in einem Wandschrank, der an der Front mit bunten Mustertafeln bestückt ist. Insgesamt wirkt die Präsentation mit „feinen, kleinen Sachen“ modern und aufgeräumt, aber nicht puristisch.

Möbel und Leuchten durchaus einträglich sein könne. Mario Mayer – zunächst noch zögerlich – hat sie damit überzeugt. Der Eintritt bei der Kooperation MZE/2HK markierte den Start für die finale Umsetzung.

Neuaustrichtung hebt den Umsatz

„Die Neuaustrichtung hat unseren Umsatz noch einmal auf ein neues Level gehoben“, betont Mario Mayer. So wie sich die Zahlen

entwickelten, werde man 2020 „an der Million kratzen“. Den Umsatz vom Geschäftsjahr 2019 beziffert er auf 840.000 EUR. Aktuell bilden bei Deco & More vier Mitarbeiter das Team um die Inhabersfamilie. Bis Dezember 2019 zählte die Belegschaft noch neun Beschäftigte, weil der Schwerpunkt auf Bodenbelägen lag. „Jetzt erzielen wir mit der halben Mannschaft bessere Umsätze.“ Das Wachstum schreibt der Raumausstattermeister der Kombination aus Möbeln und Heimtextilien zu. „Wenn wir nur

Rund 4.000 Kunden stehen auf der Adressenliste von Deco & More Raum-Interpreten. Zielgruppe ist der hochwertige Privatkundenbereich, zumeist Zweiteinrichter, zunehmend auch Neubau. Das Einzugsgebiet reicht großräumig um die 90.000 Einwohner starke Kreisstadt Esslingen bis nach Stuttgart, Kirchheim und Nürtingen. Der Objektanteil wird auf rund 10 % beziffert, darunter auch kom- ➔



Die Bauherrentasche verteilen Mayers in Neubaugebieten persönlich.



Pfiffige Werbemittel: Der Herzstücke-Flyer animiert mit ausgewählten Lieblingsstücke zum Kauf.



Fotos: Deco & More Raum-Interpreten



düfa

PREMIUM

Holzveredlung

Wir gratulieren allen Gewinnern zum Heimtex Star 2021!

METALLIC

Dekorative, wasserbasierte Lasur zur Holzveredlung mit Metallic-Pigmenten.



Farbtöne:

Platin

Titan

+PLUS

Dekorative, wasserbasierte Lasur zur Holzveredlung mit transparenten UV-Blockern.



Farbton:

Natur

Für jeden Einsatzbereich etwas dabei:

- Optimal aufeinander abgestimmtes Holzschutzsortiment
- Schneller Produktüberblick durch eine klare Gebindegestaltung

www.duefa.de

SCHUTZ UND SCHÖNHEIT FÜR IHR HOLZ



POS-Regal mit Echtmustern, Endverbraucher-Broschüre, Mix-Display, Aktionsbox und Anzeigenvorlagen

Wir beraten Sie gerne!

Ihr Kontakt bei allen Fragen im Vertrieb: **Michael Schnur**

Tel.: +49 671 870-206

Schnur.Michael@meffert.com

UNTERNEHMENSGRUPPE

Meffert AG
Farbwerke

Sandweg 15 · 55543 Bad Kreuznach · Tel.: +49 671 870-0 · www.meffert.com

Deco & More in Kürze

Deco & More – Raum-Interpreten
Untere Straße 3
73730 Esslingen/Zell
Telefon: 0711/ 7 94 01 79
info@raum-interpreten.de
www.deco-and-more.de

Gesellschafter:

Mario Mayer

Gründung:

2002

Verkaufsfläche:

160 m²

Mitarbeiter:

6

Mitglied bei:

MZE/2HK



Die Sortimentserweiterung um Möbel und Leuchten spiegelt sich in der 160 m² großen Ausstellung wider.

munale Aufträge der Stadt, wenn Sonderlösungen gefragt sind.

Kunden auf allen Kanälen erreichen und informieren

Um den Wandel zum Komplettausstatter nach außen zu kommunizieren, kamen vielfältige Marketinginstrumente zum Einsatz. „Wir haben unheimlich viel Kraft hineingesteckt, um den Menschen zu sagen, dass wir auch Möbel verkaufen.“ Das geschah zum einen über Anzeigen in der Lokalzeitung, wie auch in den Magazinen „Styles“ und „Der Macher“, jeweils flankiert von redaktionellen Berichten. Anzeigen in Amtsblättern, Kundenmailing-Aktionen sowie ein Relaunch der Webseite sorgten ebenfalls für Aufmerksamkeit. Abgestimmt auf das Corporate Design der Firma, stellt der Auftritt im Internet die Marken, Produkte und Serviceleistungen inklusive Wohnraumberatung vor. Ebenso ist man auf Facebook präsent.

Publikumswirksam ist die regelmäßige Teilnahme an Endverbraucher-Messen, unter anderem der „Leben, Lifestyle, Genuss“ in einem renommierten Autohaus mit „sehr gehobener Klientel“ oder der „Aktiva“ für Best-Ager. Etabliert hat sich die „Wohnparty“, ein eintägiges Kundenevent, das mit Gewinnspiel, Häppchen und Sekt viele Stamm- und Neukunden in das Fachgeschäft lockt. Die erste Wohnparty anlässlich der Neueröffnung erfuhr einen „überwältigenden Zuspruch“.

Pfiffige Werbemittel animieren zum Kauf, zum Beispiel der sogenannte Herzstücke-Flyer. Da-

rauf versammeln sich ausgewählte Lieblingsstücke vom Sitzmöbel bis zur Standleuchte, „schöne Dinge, die uns am Herzen liegen“. Ebenfalls selbst konzipiert haben Nicole und Mario Mayer ihren Imagefolder, was viele Stunden in Anspruch genommen habe. Ein Aufwand, der sich lohnt: „Niemand, der unseren Laden betritt, verlässt ihn ohne Wohnbuch, Herzstücke- und Image-Flyer.“

Das neue Möbelangebot weist im Sortiment inzwischen einen Umsatzanteil von 30 % auf. Hochwertige Lieferanten sind familiengeführte Möbelhersteller, die in Deutschland produzieren, wie Werther und Sudbrock. Ein Raum im Laden wird als Studio für seniorenrechtliches Wohnen mit dem Keno Kent Care-System genutzt. Seit Kurzem ist auch ein Warenbestellterminal online. Sonnenschutz, Deko- und Gardinstoffe tragen weitere 30 % zum Umsatz bei, ebenso Bodenbeläge, die in allen Varianten gelistet sind. Die restlichen 10 % verteilen sich auf Polstern, Wandbespannung, Tapeten. Ein fest angestellter Maler streicht auf Wunsch auch Wände, Türen und Fenster.

Wie arbeitet Deco & More aktuell unter Corona Bedingungen? Aufträge, die bereits im Februar erteilt worden seien, hätten den Betrieb im Handwerk drei Monate lang beschäftigt. Anschließend profitierte der Innenausstatter davon, dass durch die Krise das Einrichtungsthema mehr ins Blickfeld gerät. Mario und Nicole Mayer freuen sich: „Wir müssen im Moment überhaupt keine Werbung machen. Die Leute rennen uns die Bude ein.“

Petra Lepp-Arnold



Selten war das eigene Zuhause so wertvoll wie in diesen Tagen. Trendforscher gehen davon aus, dass das eigene Zuhause neue Bedeutung gewinnt. Diesen Trend greifen wir mit der Kampagne **#LocalHero** auf. Bestandteil der Kampagne ist der innenliegende Sonnenschutz.

Unsere neue **SKYLINE Duette®** Kollektion bietet nicht nur Sicht- und Blendschutz sondern setzt auch moderne Design-Akzente.

Informationen finden Sie unter: www.localheropos.jab.de

JAB
ANSTOETZ
SYSTEMS

Ein Jahrhundert-Event

Der Raumausstattung von Bongartz in Willich gelingt es, mit guten Ideen, viel Engagement und finanziellem Einsatz zum 100. Jubiläum ein Kundenfest auf die Beine zu stellen, das nicht nur am Tag selbst für viel Begeisterung sorgt. Eine Kommunikationsberaterin sorgt auch im Nachgang des Events für ein großes Medienecho. Für diese Leistung erhält von Bongartz in der Kategorie „Vorbildliches Kundenevent“ den Heimtex-Star 2021.



Foto von Bongartz

Zur Jubiläumsfeier kamen der stellvertretende Hauptgeschäftsführer der Handwerkskammer Düsseldorf sowie der stellvertretende Bürgermeister von Willich, der Heimatgemeinde von Raumausstattung von Bongartz.

Für Dieter von Bongartz war das 100. Jubiläum seines Raumausstatterbetriebs im niederrheinischen Willich im Städtedreieck Düsseldorf, Mönchengladbach und Krefeld etwas ganz Besonderes. Denn der 55-Jährige führt das kleine, aber feine Familienunternehmen mit heute neun Mitarbeitern und einem Jahresumsatz von rund 800.000 EUR zusammen mit seiner Frau Birgit bereits in vierter Generation. Er ist ein kreativer und einnehmender Mensch und mit großer Leidenschaft Raumausstatter. Bereits als Elfjähriger wusste er, dass er die Familientradition fortführen möchte, die sein Urgroßvater im Juli 1919 mit der Gewerbeanmeldung in Krefeld begründete.

ten Öffentlichkeit in der Regel wenig bis gar keine Aufmerksamkeit. Diese Aufmerksamkeit braucht allerdings auch von Bongartz. Der traditionsreiche Betrieb lebt zwar von Stammkunden, zu denen man direkten Kontakt hat, doch der Kreis zahlender Kunden muss selbstverständlich stetig gepflegt und wenn möglich auch erweitert werden. Ein Event auf die Beine zu stellen aus Anlass des 100. Jubiläums bietet sich da natürlich an. Gerade auch vor dem Hintergrund, dass das Unternehmen seit einigen Jahren keine Anzeigen in lokalen Zeitungen und Anzeigenblättern mehr schaltet. „Das zieht nicht mehr“, findet Dieter von Bongartz. Man lebe von Mund-zu-Mund-Propaganda und werbe lieber online über Google.

Veranstaltungen und Aktionen statt Anzeigen

Der Firmengeburtstag sollte also groß gefeiert werden. Doch was für einen Raumausstatterbetrieb eine große Sache ist, erregt in der drei-

„Uns war aber von an Anfang klar, dass wir unseren Gästen aus Anlass des 100. Jubiläums schon etwas Besonderes bieten müssen. „Schließlich wollen die Leute etwas erleben, wenn sie eingeladen werden.“

KATEGORIE
VORBILDLICHES
KUNDENEVENT



Das Ladengeschäft befindet sich in Willich, gelegen im Städtedreieck Düsseldorf, Krefeld und Mönchengladbach.



Birgit und Dieter von Bongartz erhalten für ihre Ideen und ihr Engagement zum 100 Jahre-Event den Heimtex-Star.



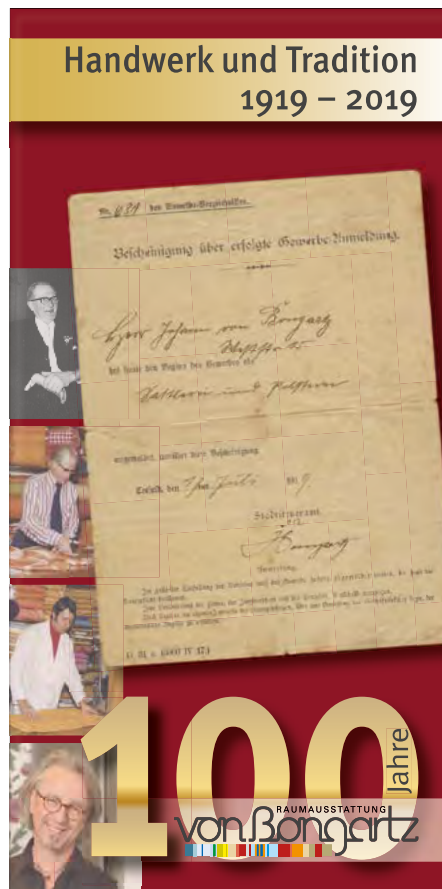
Mehr als 120 Gäste sorgen für ausgelassene Stimmung im kleinen Raumausstattergeschäft von Bongartz im niederrheinischen Willich.

Foto: von Bongartz

Die von Bongartz' sprechen aus Erfahrung. Sie haben schon zahlreiche Veranstaltungen und Aktionen organisiert oder als Betrieb an ihnen teilgenommen: Sie waren auf Stadtfesten, Modeschauen, haben zu Kreativ-Seminaren eingeladen oder an kleinen Messen an besonderen Orten wie einer Villa teilgenommen; alles mit einem Ziel: Stammkunden zu pflegen und neue zu gewinnen. Nicht immer seien diese Aktionen von Erfolg gekrönt, sagt das Ehepaar. Aber aus jedem Event haben sie gelernt und für die Zukunft ihre Schlüsse gezogen.

Lange Vorbereitung

Diesen Erfahrungsschatz haben sie in Planung, Organisation, Durchführung und Nachbereitung ihres Firmenjubiläums einfließen lassen. Die Vorbereitungen starteten frühzeitig: Fast ein Jahr vor der Jubiläumsfeier begannen erste Planungen. Obwohl die Ausstellungsfläche des Betriebs nur rund 100 m² misst, war den beiden wichtig, das Kundenfest in ihren eigenen Räumlichkeiten zu veranstalten. „Die Umgebung ist unseren Kunden vertraut“, erklärt Birgit von Bongartz. Zwei weitere Vorteile: In einem gefüllten Raum kommt unter den Gästen eher gute Stimmung auf, als wenn diese sich auf großer, nur halb gefüllter Fläche verlaufen.



Die gelungene Einladung für das Kundenevent mit Fotos der vier Generationen der Familie von Bongartz.

Entscheidend dafür, dass viele Kunden und Gäste der Einladung folgen, ist ein gutes Motto für die Veranstaltung, finden die von Bongartz. So verdientvoll es auch sei, einen Raumausstatterbetrieb 100 Jahre lang über vier Generationen hinweg erfolgreich zu führen: Dieser Anlass sei kein Selbstläufer. Er brauche zusätzlich ein Motto, welches mit Leben gefüllt werden müsse, betont Dieter von Bongartz.

Das Familienunternehmen lud seine Gäste deswegen zu einer Zeitreise durch ein Jahrhundert ein. „Wir haben uns gefragt, wie war das vor 100 Jahren? Was haben die Leute für Musik gehört damals, welche Klamotten haben sie getragen, und was wurde gegessen?“, erzählt Birgit von Bongartz.

Zeitreise durch ein Jahrhundert

Das von Bongartz-Team empfing ihre Gäste deswegen unter anderem mit einer Wohnkoje, eingerichtet wie vor 100 Jahren samt der Gewerbeanmeldung des Urgroßvaters Johann von Bongartz großformatig auf die Tapete gedruckt. Alle Mitarbeiter hatten sich zudem im Schick der damaligen Zeit gekleidet. Auch kulinarisch ging es auf Zeitreise: An drei Stationen eines Caterers wurde für die Jahre 1919, 1950 und 2019 typisches Fin- ➔

Foto: von Bongartz



Von Bongartz beauftragten Mareike Dietzfelbinger (rechts) für eine professionelle Pressearbeit. Die Kommunikationsberaterin nutzte unter anderem ihre Pressekontakte.

ment und bot den Gästen unter viel Applaus ein Medley aus Melodien der vergangenen 100 Jahre, unterstützt von einem befreundeten Profimusiker. Und selbstverständlich zeigte man viele Bilder aus der Firmengeschichte im historischen Abriss, die ebenfalls viel Anklang fanden. Für gute Stimmung sorgte außerdem ein Alleinunterhalter und Zauberkünstler. Er gab sich beim Empfang der Gäste als Türsteher aus. Später brachte er sie dann auf charmante Weise untereinander ins Gespräch.

Für von Bongartz und ihre Mitarbeiter war es ein rundum gelungenes Kundenfest, das mit einem großen Essen mit Mitarbeitern und Freunden ausklang. Den Tag vorzubereiten und mit Leben zu füllen, hatte allen Spaß gemacht, auch wenn es viel Zeit in Anspruch nahm und mit rund 7.000 EUR eine ordentliche Summe gekostet hat. „Wenn man ein Event für seine Kunden macht, dann sollte man nicht kleckern, sondern klotzen“, findet Dieter von Bongartz.

Foto: von Bongartz

gerfood gereicht: Wiener Schnitzel mit fränkischem Kartoffelsalat, Rosa Roastbeef mit Sauce Tartar und Sashimi vom Label Rouge Lachs. Für die Zusammenstellung hatten die von Bongartz eine Speisekarte des Berliner Hotels Adlon von vor 100 Jahre ausfindig ge-

macht und sich für ihr Menü inspirieren lassen.

Ein musikalisches Highlight trug Dieter von Bongartz höchst persönlich bei: Der Hobby-Akkordeonspieler griff zu seinem Instru-

Professionelle Hilfe für die Pressearbeit

Doch fast genauso wichtig wie eine gelungene Veranstaltung ist deren Vermarktung mit ➔

Enormes Presseecho im Nachgang des Events – lokal und regional



Kreatives Glück in Schiefbahn

Das Unternehmen hat seinen 100. Geburtstag gefeiert und dabei ein besonderes Jubiläum gefeiert: 100 Jahre. Die Schiefbahn Gruppe hat sich in der vergangenen Zeit zu einem der führenden Unternehmen in der Holzbranche entwickelt. Die Gruppe ist heute ein Konzern mit über 1000 Mitarbeitern und einem Umsatz von über 100 Millionen Euro. Die Schiefbahn Gruppe ist ein Unternehmen, das sich für Innovation und Kreativität einsetzt. Die Gruppe hat in den vergangenen Jahren viele neue Produkte und Dienstleistungen entwickelt. Die Schiefbahn Gruppe ist ein Unternehmen, das sich für Innovation und Kreativität einsetzt. Die Gruppe hat in den vergangenen Jahren viele neue Produkte und Dienstleistungen entwickelt.



Raumausstatterbetrieb in vierter Generation

Das Schiefbahn Unternehmen hat seinen 100. Geburtstag gefeiert und dabei ein besonderes Jubiläum gefeiert: 100 Jahre. Die Schiefbahn Gruppe hat sich in der vergangenen Zeit zu einem der führenden Unternehmen in der Holzbranche entwickelt. Die Gruppe ist heute ein Konzern mit über 1000 Mitarbeitern und einem Umsatz von über 100 Millionen Euro. Die Schiefbahn Gruppe ist ein Unternehmen, das sich für Innovation und Kreativität einsetzt. Die Gruppe hat in den vergangenen Jahren viele neue Produkte und Dienstleistungen entwickelt. Die Schiefbahn Gruppe ist ein Unternehmen, das sich für Innovation und Kreativität einsetzt. Die Gruppe hat in den vergangenen Jahren viele neue Produkte und Dienstleistungen entwickelt.

Fotos: von Bongartz

ENGAGIERT ZUM ERFOLG!

Wir gratulieren allen Gewinnern,
die sich in diesem Jahr über die Auszeichnung mit dem Heimtex-Star 2021 freuen können!

Die Faszination Raum bringt immer wieder neue und starke Ideen hervor.
Auf dieser Basis engagieren wir uns mit Kompetenz und Leidenschaft,
um die Qualität der Raumgestaltung ständig weiter voranzutreiben.
Davon profitieren unsere Partner aus Handel, Objekt und Handwerk – heute und in Zukunft.

Wir freuen uns mit den Preisträgern und wünschen allen Teilnehmern
auch im kommenden Jahr einen erfolgreichen Einsatz für die Raumgestaltung!



DECOR-UNION
SYSTEMVERBUND | BODEN • WAND • DECKE

Raumausstattung von Bongartz in Kürze

Raumausstattung von Bongartz
Tupsheide 68
47877 Willich
Tel.: 02154 / 95 25 30
vonbongartz.de
info@vonbongartz.de

Filiale:
Petersstraße 45
41747 Viersen

Inhaber:
Dieter von Bongartz

Gründung:
1919

Mitarbeiter:
9

Verkaufsfläche:
jeweils 100 m²

Mitglied bei:
MZE/2HK



Foto: von Bongartz

Ein Zauberer und Alleinunterhalter machte Stimmung und brachte die Gäste untereinander ins Gespräch.



Foto: von Bongartz

Ein professioneller Akkordeon-Spieler sorgte für eine musikalische Zeitreise.

Hilfe von Öffentlichkeits- und Pressearbeit. „Und da wir uns auf diesem Gebiet nicht auskennen und uns neben unserem Tagesgeschäft nicht auch noch dafür Zeit nehmen konnten, haben wir uns professionelle Hilfe geholt“, sagt Dieter von Bongartz. Und zwar bei Mareike Dietzfelbinger. Sie ist Kommunikationsberaterin, Pressesprecherin des Evangelischen Krankenhauses Düsseldorf und: Kundin der von Bongartz. „Sie fungierte als Koordinatorin sowie Moderatorin am Tag des Events selbst“, sagt Birgit von Bongartz. Dietzfelbinger sorgte dafür, dass alle wichtigen

Stammkunden mit einer schicken Karte per Post eingeladen wurden. Gekommen sind am Ende zwischen 120 und 150 Gäste. Darunter war auch lokale Prominenz: Der stellvertretende Bürgermeister von Willich sowie der stellvertretende Hauptgeschäftsführer der Handwerkskammer Düsseldorf.

Und fast noch wichtiger: PR-Profi Dietzfelbinger nutzte ihr gutes Netzwerk zur Presse. Sie erstellte professionelle Pressemappen und ihr gelang es, dass nicht nur zwei Redakteure der lokalen Zeitung sowie des ansässigen Anzeigenblattes von den Jubiläumsfeierlichkeiten berichteten. Auch Journalisten der Regionalzeitungen Rheinische Post aus Düsseldorf sowie der Westdeutschen Zeitung informierten ihre Leser über die Veranstaltung. „Das hätten wir aus eigener Kraft nie geschafft“, zeigt sich Dieter von Bongartz sehr zufrieden.

Die vielen Presseberichte hätten noch über Wochen für nachhaltige Aufmerksamkeit im bestehenden und neuen Kundenkreis gesorgt. „Wir haben die Beziehung zu unseren Stammkunden gefestigt und Neukunden hinzugewonnen“, zieht der Inhaber eine positive Bilanz der Veranstaltung zu 100 Jahre Raumausstattung von Bongartz.

Jochen Lange



TON ANGEBEN STATT NUR MITMISCHEN

Entdecken Sie die neuen Trendimpulse!

* Trendfarbe des Jahres:
DÜNENBEIGE PALAZZO 110

**Start frei für die Caparol
Farbtrends 2021!**

Inspirieren Sie Ihre Kunden mit dem
neuen Caparol UNIKAT #4.1 Impulse.
Spannende Detail-Informationen zu
den Trendfarben 2021 gibt es hier:
www.caparol.de/trendfarben

**Elefantenstarke
Glückwünsche an alle
Heimtex-Stars
2021!**

Qualität erleben.

Vom Azubi zum Inhaber

Hohenleitner ist eine Institution in Wolnzach. Zwar ist die 100 Jahre alte Firma seit 2019 nicht mehr im Besitz der Gründerfamilie. Aber der neue Eigentümer Marcel Müller kennt den Betrieb und das Team: Er hat dort seine Ausbildung gemacht und ist nach anderen Stationen wieder dorthin zurückgekehrt. Der einstige Lehrling hatte den unternehmerischen Mut, sich selbstständig zu machen: Vorbildlich, sagt die Heimtex-Star-Jury.



Der langjährige Mitarbeiter Marcel Müller und seine Frau Nadine haben die Raumausstattung Hohenleitner übernommen und setzen auf Kontinuität.

Inmitten der Hallertau, dem größten Hopfenanbaugelände Deutschlands, liegt Wolnzach, die Heimat der Raumausstattung Hohenleitner. Seit 1920 gehört der Handwerksbetrieb mit angeschlossenen Fachgeschäft zu dem bayerischen Ort. Wenige Monate vor dem hundertsten Firmenjubiläum hat der langjährige Mitarbeiter Marcel Müller das Unternehmen übernommen, für das in der Familie kein Nachfolger bereit stand. „Den Schritt wage ich“, entschied der erfahrene Raumausstattermeister nach reiflicher Überlegung. Nachdem er die Konditionen der Übergabe kalkuliert und berechnet hatte, machte er Nägel mit Köpfen. „Meine Uhr tickt. Wenn nicht jetzt, dann gar nicht“, betont der 42-jährige und verhehlt nicht, dass es für ihn wichtig war, dass auch seine Frau Nadine Müller das Vorhaben unterstützt. Die beiden Söhne, ein und acht Jahre alt, sind ohnehin begeistert, wenn sie im Laden oder in der Werkstatt dabei sein dürfen.

Im Geschäftshaus an der Preysingerstraße 32 steht auf 500 m² Verkaufsfläche ein klassisch ausgerichtetes Vollsortiment aller gängigen Lieferanten zur Auswahl: Bodenbeläge, Gardinen- und Dekostoffe, Sonnenschutz und Polsterarbeiten. Die Belegschaft zählt neun Mitarbeiter. Das Firmenschild gibt auf den Besitzerwechsel allerdings keinen Hinweis. „Hohenleitner ist eine Marke“, sagt Marcel Müller, „wir sind alteingesessen, man kennt uns.“ Daher wird der angestammte Name weitergeführt und damit – im übertragenen Sinne – auch die Tradition. Die Bevölkerung in Wolnzach und der Region sei eher konservativ und lege Wert auf Kontinuität. Deshalb setzt Müller „auf eine schleichende Veränderung, aber nichts gravierendes, damit uns die Kunden nicht wegbrechen“. Den Auftakt machte ein behutsamer Umbau des Ladengeschäfts. Und die ehemaligen Inhaber, Christian und Petra Hohenleitner, stehen dem neuen Betreiber als



Der Raumausstatterbetrieb mit Fachgeschäft ging seit der Gründung 1920 über drei Generationen immer vom Vater an den Sohn. Nun ist Marcel Müller der Nachfolger seines ehemaligen Chefs und Ausbilders.



Nach dem Besitzerwechsel wird bei Hohenleitner umgebaut. Der neue Inhaber präsentiert den Sortimentschwerpunkt Bodenbeläge jetzt im Erdgeschoss.

externe Mitarbeiter beratend zur Seite. „Auf Hohenleitners können wir zugreifen, wenn’s brennt. Gut, dass sie uns noch unterstützen.“

Familienbetrieb übernommen

Die Firmenchronik ist geprägt von drei Generationen der Familie Hohenleitner, die ein Jahrhundert lang fast durchweg am heutigen Standort aktiv waren. Der Gründer Anton Hohenleitner fertigte als Sattlermeister prunkvolle Pferdegeschirre, auch für den Brauereizug auf dem Oktoberfest. Später kamen Polsterarbeiten dazu, die Sohn Michael bei seinem Einstieg 1965 um Gardinen, Bodenbeläge, Orientteppiche sowie Tapeten ergänzte. Dessen Sohn Christian wiederum übernahm 1999 den Betrieb, stellte die Orientware und das Tapetensortiment zugunsten des Sonnenschutzes ein.



Marcel Müller startete 1993 eine Ausbildung zum Raumausstatter bei Hohenleitner. Der ehrgeizige Geselle hielt bereits mit 21 den Meisterbrief in der Hand und sammelte schließlich weitere berufliche Erfahrung im rund 50 km entfernten München. Als „Generalist“ sei er bei einer Firma aus dem Reinigungsgewerbe für Sonnenschutz mit kleiner Fertigung „voll eingestiegen“. Damals stand sogar eine Übernahme im Raum. „Doch in dem Nischengeschäft habe ich kein Wachstum gesehen.“ Der Traum, sich selbstständig zu machen,

lebte jedoch fort. „Es war ein beruflicher Stillstand. Ich habe eine neue Herausforderung gesucht.“ So spielte der Handwerksmeister auch mit dem Gedanken, sich als Ein-Mann-Betrieb in der Raumausstattung eine Existenz aufzubauen.

Unterdessen ist der Kontakt nach Wolnzach zum früheren Chef und den Kollegen nie abgebrochen. Immer wieder einmal half Marcel Müller im alten Betrieb aus. Zu einer erneuten

Festanstellung kam es schließlich 2012, als ihm Christian Hohenleitner offenbarte, dass er langfristig auf der Suche nach einem geeigneten Nachfolger sei. Seine beiden Kinder hätten beruflich andere Wege eingeschlagen. Die Verhandlungen für die Firmenübernahme kamen sukzessive in Schwung und mündeten in der Übergabe im Januar 2019. Das Ehepaar Hohenleitner wohnt im Obergeschoss ihrer Immobilie und hat die Gewerberäume mit 800 m² Nutzfläche für Laden, Werkstatt, →

Raumausstattung Hohenleitner in Kürze

Christian Hohenleitner GmbH
Preysingstraße 32
85283 Wolnzach
Telefon: 08442 / 39 44
mueller@hohenleitner.de
www.hohenleitner.de

Geschäftsführer:

Marcel Müller

Gründung:

1920

Verkaufsfläche:

500 m²

Mitarbeiter:

9

Mitglied bei:

FHR



Bei Bodenbelägen ist ein Vollsortiment im Angebot.

Büro und Lager an den Nachfolger vermietet. Im Impressum firmiert das Unternehmen nun mit „Christian Hohenleitner GmbH, Geschäftsführer Marcel Müller“.

Das Team bleibt bestehen

Doch bis zum konkreten Vertragsabschluss mussten noch einige Hürden genommen werden. Erste Gespräche mit der Bank und dem Steuerberater dämpften zunächst die Euphorie. „So positiv wir in die Sache auch hineingegangen sind, so einfach war das dann alles nicht“, sagt Nadine Müller. Es habe Mut erfordert, sich zu trauen. „Alles, was wir uns im Leben aufgebaut haben, haben mein Mann und ich uns selbst erwirtschaftet.“ Von Beruf medizinische Fachangestellte, will sie nach Ablauf der momentanen Elternzeit als Quereinsteigerin im Büro und im Verkauf das Personal verstärken.

Neben dem normalen Unternehmerrisiko ruht nun auch die Verantwortung für die Mitarbeiter zum ersten Mal auf Marcel Müllers Schultern. Er wechselt die Position vom Kollegen zum Chef. „Wir kennen uns schon jahrelang und sind ein eingespieltes Team.“ Die Entscheidung für eine Weiterbeschäftigung der ganzen Belegschaft sei für ihn „relativ einfach gewesen, da ich weiß, wie alle arbeiten und ticken.“

Die 11.000 Einwohner zählende Gemeinde Wolnzach liegt ungefähr in der Mitte zwischen München und Ingolstadt. In diesem Umfeld agiert der Raumausstatter mit einem gewachsenen Privat- und Firmenkundenstamm. Die Übernahme wurde den Kunden per Zeitungsartikel und Mailings kommuniziert; mit „durchweg positiver“ Resonanz. Dann kam 2020 Corona mit vierwöchiger Schließung des Ladengeschäfts und einem ständigen auf und ab. „Mal ist es brechend voll, dann flaut es wieder ab. Kontinuität hat man nicht.“

Neue Ausrichtung in Richtung Privatkunde

In den letzten Jahrzehnten lag ein starker Fokus auf dem Objektbereich, darunter ein namhafter Automobilhersteller. Doch seit Beginn der Dieselkrise 2016 und jetzt wegen Corona ist die Auftragslage aus der Industrie „schleppend“. Künftig soll deshalb das Privatkundengeschäft ausgebaut werden. Eine neue, zeitgemäß aufgemachte Webseite und der Auftritt bei Facebook dienen als erste wichtige Informationsquelle. Geplant sind unter anderem auch Werbeaktivitäten im weiteren Umkreis, etwa das Sponsoring im Fußball und Trikots „mit unserem Logo drauf“.



Alle Produkte für die Fensterdekoration werden nun auf einer Fläche im ersten Stock ausgestellt. Sonnenschutz, Deko- und Gardinstoffe wie auch Vorhanggarnituren können bei Tageslicht bemustert werden.

Kurz nach dem Wechsel folgte der Umbau des Ladengeschäfts. „Wir haben frischen Wind hineingebracht“, meint Müller zu der nach seinen Vorstellung gestalteten Ausstellungsfläche. Das hochwertige Mobiliar wird vom Beratungstisch bis zum Musterschrank weiter genutzt. Geändert hat sich die Präsentation der Sortimente auf den beiden, jeweils 250 m² großen Etagen. So werden jetzt alle Bodenbeläge von textil- und elastisch bis zu Parkett

konzentriert im Erdgeschoss gezeigt. Sie sind der Sortimentsschwerpunkt (rund 65 % Umsatzanteil) und sollen deshalb an prominenter Stelle zu sehen sein. Zuvor hätten Deko- und Gardinstoffe die meiste Fläche im Laden eingenommen. Inzwischen sind sie zu einem „Nebengeschäft“ (10 %) geworden und wurden im ersten Stock platziert. Zusammen mit Innen- und Außensonnenschutz, Dekorationstechnik und Insektenschutz (15 %) – zuvor

im Kellergeschoss untergebracht – gibt es jetzt auf einer Etage alle Produkte für die Fensterdekoration. Außerdem profitieren Stoffmusterbügel, Rollos, Plissees, Markisen & Co. nun vom Tageslicht der vielen Fenster. Auch Smart Home Lösungen werden in diesem Kontext beraten. Polsterarbeiten inklusive Möbelstoffe (5 %) und Wandbespannungen (5 %) runden das Programm ab.

Petra Lepp-Arnold

Leidenschaft für das Handwerk

Seit 1956 ist Rieder Raumgestaltung im oberbayerischen Hausham eine der Top-Adressen, wenn es um individuelle Raumgestaltung geht. Hans und Elisabeth Rieder führen das traditionsreiche Familienunternehmen in zweiter Generation und haben die Mischung aus Handwerkskunst, Stilbewusstsein und Individualität zu ihrem Markenzeichen gemacht. Die Leidenschaft für gehobene Wohnkultur leben die Rieders auch konsequent in ihrem Ladengeschäft. Dafür wird das Unternehmen mit dem Heimtex-Star 2021 für vorbildliche Laden- und Schaufenstergestaltung ausgezeichnet.



Hans und Elisabeth Rieder führen das vom Vater gegründete Unternehmen Rieder Raumgestaltung seit 1990.

Gegründet wurde das Unternehmen von Hans Rieders Vater Dionys. Gemeinsam mit seiner Ehefrau betrieb dieser am selben Standort in Hausham ein klassisches Raumausstatter Geschäft mit eigener Polsterwerkstatt und Näherei. 1990 übernimmt Sohn Hans als Raumausstatter-Meister, geprüfter Parkettleger und Betriebswirt des Handwerks die Unternehmensführung mit Ehefrau Elisabeth und baut den Betrieb sukzessive aus.

Auf rund 800 Quadratmeter Gesamtfläche erstreckt sich Rieder Raumaustattung heute,

davon sind rund 150 Quadratmeter Verkaufs- und Ausstellungsfläche, die sich über zwei Ebenen erstrecken. Der restliche Fläche entfällt auf die eigne Polsterwerkstatt, das Nähatelier, Büroräume und Lager.

Mit ihrem umfassenden Sortiment decken die Rieders nahezu alle Bereiche der dekorativen Raumgestaltung und Inneneinrichtung ab: neben Gardinen, Deko- und Polsterstoffen finden die Kunden auch Sicht- und Sonnenschutzprodukte, Tapeten, Teppiche, Teppichboden und Parkett sowie erlesene dekorative Accessoires.



Foto: Rieder Raumgestaltung

Der offen gestaltete Verkaufsraum wirkt einladend und freundlich.

Ein Produkt-Highlight ist zudem der Outdoorbereich. Hier wird eine schöne Freifläche auf dem Firmengelände saisonal mit hochwertigen Gartenmöbeln der Marke Weishäupl zum Außen-Showroom verwandelt. Ein Angebot, das bei den Kunden ausgesprochen gut ankommt.

Auch das Service-Angebot steht bei den Kunden hoch im Kurs. Mit einem 18köpfigen Mitarbeiter-Team wird bei Rieder Raumgestaltung jeder Auftrag im eigenen Haus ausgeführt. Dazu gehören Beratungsgespräche im Ladengeschäft, ebenso wie Termine bei den Kunden zu Hause, Aufmaß-Termine sowie die komplette Planung und Abwicklung – hier kommt alles aus einer Hand. Dabei sind die Rieders besonders stolz darauf, jedem Kunden eine maßgeschneiderte Planung in meisterhafter Ausführung zu bieten.

Der Mix macht's: Modernität und Handwerkskunst

Überhaupt ist dem Ehepaar der harmonische Mix von Kreativität und Handwerkskunst, von

Modernität und Tradition sehr wichtig. Das zeigt sich auch, wenn man sich im Ladengeschäft umsieht. Mit einem Händchen für stilvolle Dekorationen, liebevoll gestaltete Details und ansprechend arrangierten textilen Produkten bietet Elisabeth Rieder ihren Kunden immer wieder neue Ideen und Inspirationen für das eigene Zuhause. Die Stil-Range reicht vom zeitlosen Landhaus-Look über Boho-Style bis hin zum modernen Loft.

Auch die großen begehbaren Schaufenster, die zur Hauptstraße zeigen, werden maximal genutzt, um das breite Spektrum textiler Inszenierungen zu spielen. Hier spürt man die Handschrift der Chefin, die von sich selbst sagt, sie sei „stoff-lastig“. Sowohl die Schaufenster als auch der Laden selbst werden im Schnitt alle vier bis sechs Wochen umdekoriert, um den Kunden das Thema ganzheitliche Raumgestaltung immer wieder aufs Neue erlebbar zu machen. Dabei gefallen die vielen geschmackvollen Accessoires, die Stoffe und Möbel detailreich inszenieren. Um sich selbst zu inspirieren, besuchen die Rieders gerne

Messen im In- und Ausland und bringen dann Ideen aus Mailand, Paris, Salzburg oder Köln und München mit ins heimische Geschäft.

Bei so viel Inspiration kein Wunder, dass die Ausstellung eher den Charme eines geschmackvoll gestalteten Wohnhauses vermittelt als den Eindruck eines klassischen Ladengeschäfts. Edle Plaids, scheinbar zufällig über einen Sessel geworfen, Kissen lässig drapiert, kleine Objekte gekonnt in Szene gesetzt und Familienfotos dekorativ an einer Wand aufgehängt – das Gesamtbild ist stimmig und reflektiert den Eigenanspruch, den die Rieders auch an die Gestaltung ihrer Geschäftsräume haben. Einer der Gründe, weshalb durchschnittlich alle vier Jahre kleinere Um- bzw. Ausbauten erfolgen. Als nächstes Projekt dieser Art steht die Modernisierung der Sonnenschutz-Abteilung auf der Agenda.

Großes Einzugsgebiet

Schon zu Lebzeiten des Firmengründers hat Rieder das Einzugsgebiet weit über den →



Foto: Rieder Raumgestaltung

Stoffe sind ihr Element: Elisabeth Rieder hat ein Händchen für den harmonischen Mix aus Kreativität und Handwerkskunst, aus Modernität und Tradition.

Rieder Raumgestaltung in Kürze

Rieder Raumgestaltung
Miesbacher Straße 18
83734 Hausham
Tel.: 08026 / 83 44
info@raumgestalter.net
www.raumgestalte.rn

Geschäftsführer:

Hans und Elisabeth Rieder

Gründung:

1956

Mitarbeiter:

18

Gesamtfläche:

ca. 800 m², davon etwa 150 m² Verkaufsfläche



Foto: Rieder Raumgestaltung

Die handwerkliche Arbeit wird bei Rieder Raumgestaltung groß geschrieben und von den Kunden geschätzt. Ganz gleich, ob es um den Neubezug des Lieblingsstuhls oder um ein Kissen geht, in der eigenen Polsterei und Näherei sind alle voll engagiert – und so wird aus jedem Auftrag eine individuelle Maßanfertigung.

Landkreis Miesbach ausbauen können. Neben den heimischen Kunden zählt das Unternehmen heute zahlreiche Stammkunden unter anderem aus München, die sowohl ihre Privathäuser als auch die Ferienimmobilien rund um den Tegernsee ausstatten lassen. Auch in Sachen Altersstruktur ist die Kundschaft breit aufgestellt und deckt das komplette Spektrum ab: „Wir haben sowohl junge Ersteinrichter, die sich zur Hochzeit einen Einrichtungsgutschein wünschen, als auch 90jährige Kunden, die im Alter nicht auf eine hochwertige Einrichtung verzichten wollen“, sagt Elisabeth Rieder.

Die Kundschaft sei primär an der Qualität von Produkt, Beratung und Service interessiert, führt Elisabeth Rieder weiter aus, der Preis sei dabei eher zweitrangig.

Stattdessen legen die Kunden großen Wert auf Individualität in der Beratung und professionelle, zuverlässige Realisierung der

Projekte. „Das ist ein vergleichsweise großer Aufwand, der unsere Arbeit jedoch auszeichnet und so spannend macht“, wie Elisabeth Rieder weiter ausführt. Auch hier setzen sie auf die gute Mischung aus neuen Ideen, zeitgemäßen Konzepten und guter, alter Handwerkskunst. „Das Handwerk hat hier bei uns im ländlichen Raum noch einen sehr hohen Stellenwert“, ergänzt Hans Rieder. „Die Kunden wissen das zu schätzen und legen seit jeher großen Wert auf eine hohe Beratungs- und Handwerkskompetenz.“

Aktiv werben müssen die Rieders für ihr Unternehmen eigentlich nicht mehr. Dennoch ist das Unternehmen regelmäßig in ausgesuchten Regional-Titeln wie beispielsweise dem Tegernsee Magazin vertreten. Neukunden kommen allerdings vornehmlich über Empfehlungen. Hier profitiert der Betrieb vor allem von der Kooperation mit örtlichen Architekten. Über saisonale Newsletter und einen eigenen Blog, der in die Unterneh-



Liebevolle Details in der Gestaltung der eigenen Geschäftsräume zeigen, dass die Rieders das Thema Wohnkultur leben. Hier der ansprechende Aufgang zur 1. Etage des Ausstellungsraums, der über eine Holzterrasse an einem Glasobjekt vorbeiführt ...



... oder hier die schön arrangierten Kerzen vor dem Foto des Rieder-Teams. Ein sympathisches Zeichen der Wertschätzung an die Mitarbeiter.

mens-Website eingebunden ist, werden die Kunden regelmäßig über Einrichtungstrends und Veranstaltungen informiert, um immer auf dem neuesten Stand zu bleiben.

Stark auch im Objektgeschäft

Neben dem privaten Wohnbereich ist Rieder Raumgestaltung auch im Objektgeschäft tätig, das mit rund 20% zu Buche schlägt. Für den Landkreis werden beispielsweise öffentliche Gebäude vom Gemeindesaal über Kindergärten bis hin zu Turnhallen ausgestattet. Hinzu kommen hochwertige Objekte im Gastronomiesektor, Ladenlokale und Büros. Ein Großteil im Objektbereich entfällt dabei auf Bodenlegearbeiten. Hier hat sich das Unternehmen vor allem auf die Verlegung von Teppichboden, Parkett und Dielenböden spezialisiert.

Michaela Fischer



Saisonales Highlight ist der Outdoorbereich. Hier wird die Freifläche auf dem Firmengelände mit hochwertigen Gartenmöbeln zur Sommer-Lounge verwandelt. Ein Angebot, das bei den Kunden ausgesprochen gut ankommt.

Foto: Rieder Raumgestaltung

Mit Erfahrung und frischem Elan in die Zukunft

Die Übernahme des alteingesessenen Bad Aiblinger Raumausstattungs-Unternehmens Hauser & Englhart durch Armin und Andreas Ulber ist gleich in mehrfacher Hinsicht bemerkenswert. Zum einen haben die Ulbers mit der Übernahme innerhalb von nur acht Wochen zweifellos einen Geschwindigkeitsrekord aufgestellt. Zum anderen hat das Vater-Sohn-Gespann durch die Einbindung beider Generationen in die Geschäftsführung der Ulber Raumausstattung den Grundstein für die langfristige Zukunftssicherung des Unternehmens gelegt. Für diese vorbildliche Übernahme erhalten Armin und Andreas Ulber den Heimtex Star 2021.



Fotos: Ulber

Ein eingespieltes Team: Vater Armin Ulber (links) und Sohn Andreas teilen sich die Geschäftsführung ihres Raumausstatter-Betriebes in Bad Aibling.

Die Anfänge gehen zurück auf das Jahr 1969. Die Eheleute Fritz und Hildegard Hauser gründen ein Raumausstattungsunternehmen und bieten von Beginn an ein außergewöhnlich umfangreiches Produktportfolio. Dieses reicht von innen- und außenliegendem Sonnenschutz über Böden, Stoffe, Gardinen, Tapeten und Farben bis hin zu Kleinmöbeln. Das Unternehmen ist erfolgreich und wächst schnell. Mit Georg Englhart wird ein Geschäftsführer an Bord geholt und bald schon werden neue, größere Verkaufsräume in der

Aiblinger Wildstraße bezogen, in der die Firma bis heute zu Hause ist.

Im Großraum Rosenheim wächst Hauser & Englhart, wie das Unternehmen mittlerweile heißt, kontinuierlich und entwickelt sich zu einer regelrechten Institution, wenn es um professionelle Raumkonzepte in handwerklicher Ausführung geht. Im Jahr 1996 tritt Raumausstattermeister Armin Ulber als weiterer Geschäftsführer und Gesellschafter in das Unternehmen ein, da Ge-



Egal, ob Teppichboden oder Parkett, Ulber Raumausstattung bietet einen professionellen Verlegeservice, der den Kunden außerdem die Arbeit der umweltgerechten Entsorgung von Altbelägen abnimmt.

KATEGORIE
VORBILDICHE
ÜBERNAHME





Foto: Ulber

Einladend: Die schicke Fassade mit dem neuen Schriftzug von Ulber Raumausstattung wirkt modern und zeitgemäß.

org Enghart einen Partner gesucht hatte. Obwohl er als Teilhaber gleichberechtigt in der Geschäftsführung ist, verzichtet Armin Ulber damals darauf, namentlich in der Firmierung in Erscheinung zu treten: „Das war damals nicht relevant für mich und es wäre auch einfach zu viel gewesen“, sagt Ulber im Rückblick.

Den etablierten Namen aufgeben

Als sich Georg Enghart im Jahr 2019 aus dem aktiven Berufsleben in den Ruhestand zurückzieht, muss Armin Ulber nicht lange überlegen. Sohn Andreas, ebenfalls Raumausstattermeister aus Leidenschaft, übernimmt die Anteile des Mitinhabers, Vater und Sohn sind nun gleichberechtigte Geschäftsführer und Inhaber der Ulber Raumgestaltung, wie das Unternehmen von nun an firmiert. Das Wagnis, einen etablierten Namen in der Region über Bord zu werfen, um mit der Neuausrichtung neue Kunden zu gewinnen, ohne dabei die alten zu verlieren, gehen die Ulbers bewusst ein.



Auch für die Kleinsten ist mit einer Spielecke gesorgt, damit sich die Eltern in Ruhe beraten lassen können.

Doch mit der Namensänderung allein ist es nicht getan. Armin und Andreas Ulber haben sich zum Ziel gesetzt, das bestens eingeführte Traditionsunternehmen in eine erfolgreiche Zukunft zu führen – und dazu gehört ihrer Auffassung nach auch ein zeitgemäßes Erscheinungsbild. Da das Vorhandene nicht mehr den modernen Anforderungen der Zeit entspricht, verordnet das Team Ulber, dem CI, Design und dem Auftritt nach außen einen Rundum Frische-Kick. Für den Prozess der Umfirmierung und Neugestaltung arbeiten die Ulbers mit einer Agentur zusammen und kreieren, gestalten und produzieren gemeinsam das neue Erscheinungsbild inklusive eines Marketingplanes mit Budgetierung.

Das Besondere an dieser Übernahme ist die Tatsache, dass die komplette Umfirmierung in rekordverdächtigen acht 8 Wochen realisiert wird: vier Wochen für die Konzeptionsphase, weitere vier Wochen für die Umsetzung. Und das Ganze bei voll weiterlaufendem Betrieb. →



Foto: Ulber

In der großen Stoff-Abteilung finden die Kunden eine immense Auswahl an Gardinen, Deko und Möbelstoffen aller renommierten Anbieter.

Neuer Auftritt nach außen

Das Ergebnis kann sich sehen lassen: Das neue, frische Logo passt zum Unternehmen und zeigt sich als Leuchtreklame an der Fassade, auf den Firmenfahrzeugen und der Bekleidung der Mitarbeiter im Außendienst sowie in der Verkehrsmittelwerbung auf den innerstäd-

tischen Bussen in Bad Aibling. Hier fällt Ulber Raumausstattung buchstäblich ins Auge. Ergänzt wird das Maßnahmen-Paket durch eine attraktive Imagebroschüre für die Kunden, den neuen Webauftritt und diverse Aktivitäten auf den bekannten Social Media Kanälen. Auch unter dem neuen Namen erarbeiten Armin und Andreas Ulber mit ihren 25 Mitarbeitern

umfassende und individuelle Einrichtungs- und Raumkonzepte für die Kundschaft, wobei sich das Einzugsgebiet östlich über Rosenheim bis nach Prien am Chiemsee und nördlich bis nach München erstreckt. An ihren Kunden schätzen die Ulbers besonders, dass sie primär auf die Qualität der Produkte und der handwerklichen Leistung achten. Umso ➔



Foto: Ulber

Dekorative Accessoires wie Kissen und Bett- und Frottierwäsche runden das Sortiment ab.



Eine Marke der
SÜDBUND eG

süd
bund

Der Einkaufsverband
für Heimtextilien

**Gemeinsam
mehr erreichen.**

- Kein Kundenbeitrag, kein Mindestumsatz
- Exklusive Eigenkollektionen mit hohen Gewinnspannen
- 350 leistungsstarke Industriepartner
- Kompetente Beratung vor Ort durch das Vertriebsteam
- Umfassendes Werbeprogramm für die Ansprache der Endkunden
- Zentralregulierung

SÜDBUND

Der Einkaufsverband
für Heimtextilien eG

Welzheimer Straße 6
71522 Backnang

Tel. +49 7191 801-0
suedbund@suedbund.de

suedbund.de

Ulber Raumausstattung in Kürze

Ulber Raumausstattung
Wildstraße 4
83043 Bad Aibling
Tel.: 08061 / 89 15
mail@ulber-raumausstattung.de
www.ulber-raumausstattung.de

Geschäftsführer:

Armin und Andreas Ulber

Gründung:

1969

Übernahme Ulber Raumausstattung:

2019

Mitarbeiter:

25

Verkaufsfläche:

500 m²

Mitglied bei:

Südbund



Auch das Teppichboden-Sortiment bei Ulber kann sich sehen lassen. Den Kunden steht ein Musterservice zur Verfügung, damit wird man sich zu Hause einen Eindruck von Farbe, Material und Raumwirkung verschaffen kann.

wichtiger ist es Ihnen, gemeinsam mit den Kunden für deren persönliche Vorstellungen die richtigen und stimmigen Wohnkonzepte zu erarbeiten und umzusetzen. Dazu nehmen die beiden Chefs auch gerne selbst beim Kunden genau Maß und verschaffen sich ein Bild der jeweiligen Raumsituation.

Stark im Objekt-Bereich

Für die Realisierung steht eine fein abgestimmte und ausgewogene Auswahl hochwertiger Markenprodukte in den Segmenten Heimtextilien, Vorhänge und Möbelstoffe, Bodenbeläge, Sonnen- und Insektenschutz, Bodenbeläge, Farben und Tapeten sowie seit letztem Sommer auch hochwertige Garten- und Lounge-Möbel. Alle Produkte werden inhouse in der eigenen Polsterwerkstatt oder Näherei auf Kundenwunsch konfektioni-ert.

Der professionelle Verlegeservice von Raumausstattung Ulber übernimmt sämtliche Arbeiten vom Teppichboden über Designbeläge bis hin zu Parkettböden. Ein Service, der besonders im Objektgeschäft zum Tragen kommt, das bei den Ulbers immerhin in einer Größenordnung von 30 bis 40 % zu Buche schlägt. Hier hat sich das Vater-Sohn-Gespann vor allem auf den Bereich Krankenhäuser und Kliniken spezialisiert, in denen vornehmlich

homogene PVC-Beläge und Kautschukböden verarbeitet werden.

Standortsicherung durch Nachwuchsförderung

Die großen Herausforderungen der Zukunft liegen nach Einschätzung der Ulbers in den Bereichen Nachhaltigkeit, Umweltbewusstsein und soziale Verantwortung. „Die Vermeidung von Abfällen, deren umweltgerechte Entsorgung und die Verwendung von wiederverwertbaren Materialien gehören bei uns zum Alltag“, sagt Armin Ulber. „Wir achten sowohl bei uns im Unternehmen, als auch bei unseren Zulieferern auf einen schonenden Umgang mit Ressourcen und soziale Verantwortung.“

Als Ausbildungsbetrieb ist es den beiden Chefs ein Anliegen, den örtlichen Wirtschaftsstandort durch die Förderung qualifizierter Nachwuchskräfte zu stärken. „Deshalb bilden wir regelmäßig in unterschiedlichen Berufen aus, wobei es unser Bestreben ist, die Auszubildenden nach der Abschlussprüfung zu übernehmen und in unser Unternehmen zu integrieren“, erklären Vater und Sohn. „So können wir auch in Zukunft sicherstellen, dass wir qualifizierte Mitarbeiter haben, die mit uns gemeinsam unsere Ziele verfolgen.“

Michaela Fischer



Wir gratulieren
allen Gewinnern
zum **Heimtex-Star**
2021!

EIN STARKER PARTNER MIT LANGER TRADITION

Das umfangreiche Sortiment und vielseitige Serviceleistungen machen Schlau zu einem starken Partner für Handwerksbetriebe wie Maler, Boden- und Parkettleger, Raumausstatter sowie spezialisierte Fachgeschäfte – und das nun schon seit einem ganzen Jahrhundert. Das Jahr 2021 steht ganz im Zeichen des Jubiläums, der Schlau Großhandel feiert sein 100-jähriges Bestehen. Ein besonderer Erfolgsweg, den das Familienunternehmen mit seinen Kunden gegangen ist und fortsetzen wird.

Seien Sie schlau – vertrauen Sie auf uns!

FARBEN | TAPETEN | BODENBELÄGE | WERKZEUGE | BAUCHEMIE | WDVS | ZUBEHÖR

Für Sie vor Ort: deutschlandweit in mehr als 60 Handwerkermärkten und online auf www.schlau-grosshandel.de

„Ich bin noch richtig neugierig“

Seit über 30 Jahren ist Peter J. Schroeder in der Raumausstatter- und Inneneinrichtungsbranche zu Hause. Sein Name ist aufs engste verknüpft mit seinem leidenschaftlichen Engagement für das Raumausstatter-Handwerk und für die Idee der ganzheitlichen Wohnberatung. Sein visionäres Denken und der Mut, neue Wege zu gehen, hat die Raumausstatter- und Textileinrichter-Branche maßgeblich beeinflusst. Für dieses außergewöhnliche Engagement erhält Peter J. Schroeder den Heimtex-Star Ehrenpreis 2021 für sein Lebenswerk.



Foto: MZE

Als Leiter des MZE Unternehmensbereichs zHK/Raumdesign ist es Peter J. Schroeder eine Herzensangelegenheit, den Raumausstatter zu profilieren.

Wäre es nach dem Wunsch seiner Großeltern gegangen, hätte Peter J. Schroeder nach dem Schulabschluss ein Theologiestudium begonnen und damit seinen Einsatz in der katholischen Kirche fortgeführt, wo er bereits als Jugendlicher im Katholischen Kaufmännischen Verein (KKV) aktiv war. Doch es sollte anders kommen.

Anstatt eine Karriere in der Kirche anzustreben, heuert Schroeder in seiner Heimatstadt Duisburg bei Horten an und absolviert dort eine, wie er sagt, „grundsolide“ kaufmännische Ausbildung. Die Leidenschaft für seinen Beruf und das buchstäblich anpackende Naturell zeichnen ihn bereits damals aus und legen den Grundstein für eine vielversprechende Laufbahn im Warenhauskonzern, deren nächste Etappe Schroeder von Duisburg

ins südlich von Bonn gelegene Andernach führt. Dort wird ihm die Leitung der Lebensmittelabteilung – damals in allen Warenhäusern die zentrale und wichtigste Abteilung – in der örtlichen Horten-Filiale anvertraut.

Andernach wird für Schroeder gewissermaßen zum beruflichen Schicksalsort, denn hier lernt er Karl-Heinz Achatz kennen, einen ambitionierten Raumausstatter, der damals im Begriff ist, sich mit einem eigenen Betrieb selbstständig zu machen. Peter J. Schroeders Interesse an der Raumaustattung ist geweckt und damit die Begeisterung für eine Branche, die ihn bis zum heutigen Tag nicht losgelassen hat. Achatz und Schroeder werden Geschäftspartner und gründen die Achatz Raumaustattung mit klarer Aufgabenverteilung: Achatz ist als Raumausstatter der kreative Part, während



Seit 2009 ist die MZE mit dem Unternehmensbereich zHK/Raumdesign erfolgreich auf der Heimtextil im Rahmen des Deco Teams vertreten. Hier im Bild MZE-Geschäftsführer Rüdiger Gehse, Enie van de Meiklokjes und Peter J. Schroeder



Ein eingespieltes Messe-Team: Birgit Schlenker vom Deco Team und Peter J. Schroeder.

sich Schroeder um die kaufmännischen Belange kümmert.

Zum damaligen Zeitpunkt ist er allerdings hauptberuflich in verantwortlichen Positionen im Warenhauskonzern tätig, die ihn für Quelle nach Koblenz und dann für den Kaufhof zunächst nach Bad Kreuznach und anschließend nach Berlin verschlagen. „Ich war damals ein überzeugter Vagabund“, resümiert Schroeder mit Blick auf seine damaligen Wanderjahre.

Eine historische Aufgabe

In der zweiten Hälfte der 1980er Jahre arbeitet Schroeder in Berlin für den Kaufhof. Als Abteilungsleiter am Alexanderplatz, dem ehemaligen Zentrum Warenhaus, begleitet Schroeder den Mauerfall. „Das war damals eine historische Aufgabe“, erinnert er sich. „Historisch, weil es eine vergleichbare Situ-

ation bis dato nicht gegeben hatte und wohl auch in Zukunft nicht geben wird.“ Seine Aufgabe besteht anfänglich darin, Filialen im Ostteil der Stadt auf westliches Niveau umzuwandeln.

Die Berliner Zeit prägt Schroeder sehr und verändert ihn als Mensch, wie er rückblickend zusammenfasst: „Die Erfahrungen im Ost-Berlin der Wiedervereinigungs-Ära gehören zu den wichtigsten meines Lebens und haben mich in dem Sinne verändert, dass ich noch zielstrebig und verantwortungsbewusster geworden bin. Seit dieser Zeit habe ich einmal gesetzte Ziele nie mehr aus den Augen verloren und habe meine Verantwortung darin gesehen, Erfolge nicht zu verwalten, sondern Dinge immer weiter zu entwickeln.“

Diese Haltung wird zu so etwas wie einem Lebensmotto, das sich wie ein roter Faden durch

das künftige Berufsleben von Peter J. Schroeder zieht. Denn die beruflichen Stationen haben seinen weiteren Lebensweg maßgeblich beeinflusst. „Ich habe immer gerne neue und große Herausforderungen angenommen, habe Dinge neu gedacht, konzipiert und weiterentwickelt und bin dann weiter zur nächsten Aufgabe gezogen.“

Während Schroeder in Berlin unter denkbar geschichtsträchtigen Umständen die Geschichte des Kaufhofs als Abteilungsleiter und aufstrebender Geschäftsführer vorantreibt, halten ihn zusätzlich die Raumausstattung und das Geschäft in Andernach auf Trab. Zu dem Zeitpunkt arbeitet Schroeder während der Woche in Berlin und fliegt jedes Wochenende nach Hause, um sich dort um das zunehmend erfolgreicher werdende Geschäft zu kümmern. Denn die Raumausstattung Achatz entwickelt sich aus dem Stand heraus zu einem Erfolgskonzept. →



Extrem wandel- und einsetzbar: Wenn Not am Mann ist, springt Peter J. Schroeder gerne ein. Ganz egal, ob es darum geht, für eine Fotoproduktion Hand anzulegen oder als Moderator auf der Deco Team Show Bühne einzuspringen.



Abschied vom Warenhaus-Konzern

1991 muss sich Peter J. Schroeder schließlich entscheiden: Karriere im Warenhauskonzern in Berlin, was bedeutet hätte, in Andernach einen externen Geschäftsführer für den kaufmännischen Bereich einzusetzen oder Abschied vom Konzern und Konzentration auf den Betrieb in Andernach. „Für mich galt und gilt bis heute, dass ich da sein muss, wo ich arbeite. Und so sehr mir die Arbeit im Kaufhof gefiel, so sehr hatte ich längst eine enorme Liebe zur Raumausstattung entwickelt“, erinnert sich der Ehrenpreisträger. Der Rest ist schnell erzählt: Schroeder entscheidet sich für „Schluss mit dem Weg im Warenhauskonzern“ und tauscht den Arbeitsplatz an der Spree gegen den am Rhein.

Eine gute Entscheidung, denn der Andernacher Betrieb wächst kontinuierlich und Schroeder fuchst sich immer mehr in die Materie ein. Das kreative Können von Karl-Heinz Achatz hatte sich längst bis ins nahe gelegene Bonn/Bad Godesberg herumgesprochen. Damals

noch Hauptstadt, zählten bald zahlreiche Politiker und Wirtschaftsgrößen aus der Region zu den Kunden von Raumausstattung Achatz. Peter Schroeder erinnert sich: „Wir waren damals tatsächlich in der Politprominenz zu Hause und wuchsen beständig. Zu unseren Bestzeiten hatten wir 14 Mitarbeiter und waren in Deutschland der erste Betrieb mit einem Bassetti-Store.“

Doch Schroeder bleibt seinem Lebensmotto treu und entscheidet sich 1997 für eine erneute Zäsur: Er geht nach Kulmbach zu Saum & Viebahn. Dort ist er zunächst im Vertrieb tätig, wird dann jedoch 2001 in die Geschäftsführung der Kooperations-Töchter Coratex und Sofatex berufen. Die Arbeit dort ist kein Neuland für ihn, denn aus seiner Andernacher Zeit (als Mitgliedunternehmen der Coratex) weiß Schroeder, worauf es ankommt, um Raumausstatter sinnvoll zu unterstützen und in eine erfolgreiche unternehmerische Zukunft zu führen. Auch die Coratex-Zeit hat Schroeder rückblickend in guter Erinnerung: „Das war damals wie eine große Familie. Wir waren ein privates Unternehmen, familienge-

führt durch Saum & Viebahn. Das hat das Arbeiten stark geprägt.“

Doch auch in Kulmbach ist Schroeders beruflicher Weg nicht zu Ende. 2008 zieht es ihn Richtung München, nach Neufahrt zur MZE, Möbel-Zentral-Einkauf – eine Herausforderung ganz nach seiner Vorstellung. Denn MZE-Gründer Dr. Richard Gehse hatte damals die Idee, den im Ursprung klassischen Einkaufsverband für kleine bis mittlere Möbelgeschäfte zu einem Einrichtungsverband auszubauen. Dazu fehlte im MZE-Portfolio noch der Bereich Raumausstattung, der als eigenständiger Unternehmensbereich 2HK entwickelt und ausgebaut werden sollte.

Die mit dem roten Faden

Eine Aufgabe wie maßgeschneidert für Peter J. Schroeder. Mit seiner Expertise, seinem tiefen Wissen über sämtliche Belange des Raumausstatter-Handwerks und einem unvergleichlichen Netzwerk legt Schroeder 2008 als Leiter des Bereichs 2HK los: „Im Januar 2009 haben wir uns dann erstmals als



Auch wenn er den Mond noch nicht erobert hat: Die Raumausstatter-Branche hat Peter J. Schroeder in den 30 Jahren seines Wirkens nachhaltig beeinflusst.

2HK/MZE auf der Heimtextil mit unserer Philosophie des roten Fadens präsentiert. Damals waren wir europaweit der einzige Möbelverband mit einem integrierten Raumausstatter-Verband“, erinnert sich Schroeder an seine Anfänge bei der MZE.

Die Philosophie des roten Fadens – im Auftritt nach außen visualisiert durch einen roten Faden, der sich zu einem Wollknäuel aufrollt – macht 2HK/MZE in der Branche schnell bekannt. „Wir waren damals für viele die mit dem roten Faden“, sagt Peter J. Schroeder. Hinter dem einprägsamen Motiv steckte die Aufforderung: „Entwickle den roten Faden für dein Unternehmen, verliere ihn nicht aus den Augen, gehe deinen unternehmerischen Weg konsequent und habe immer einen Plan.“

Das Raumausstatter-Handwerk stärken

Schroeders Plan war von Anfang an, den stationären Fachhandel und das Raumausstatter-Handwerk zu stärken. Getragen wurde und wird er dabei von der tiefen Überzeugung,

dass in jedem Raumausstatter ein enormes Kreativpotenzial steckt, das oft nicht gelebt wird. So kam es, dass Schroeder den Fokus in seiner Tätigkeit stark darauf legte, die Menschen zu ermutigen und damit Image und Selbstbewusstsein im Raumausstatter-Handwerk voranzutreiben. „Ich sehe meinen Auftrag darin, den Menschen ihre Schaffenskraft und ihre Kreativität vor Augen zu führen, ihnen zu zeigen wie gut sie sind und sie aufzufordern, diese Botschaft auch selbstbewusst nach außen zu tragen. Ich finde ganz ehrlich, dass Raumausstatter irre gut sind“, formuliert Schroeder auf gewohnt empathische Art.

„Raumausstatter sind einfach irre gut“

Um dauerhaft unternehmerisch erfolgreich zu sein, davon ist Schroeder überzeugt, braucht man ein Alleinstellungsmerkmal: „Damit kann ich mich als Unternehmen positionieren und das nach außen kommunizieren. Dann weiß mein Kunde, wie gut, wie kreativ und leistungsfähig ich bin.“ Und dieses Alleinstellungsmerkmal konnte Schroeder „seinen“

Raumausstattern im Unternehmensbereich 2HK der MZE liefern. Zum einen durch die Möglichkeit, auf alle anderen MZE-Bereiche zurückzugreifen und zum anderen durch die Gründung der Fachgruppe Textile Einrichter, einem Herzens-Projekt von Peter J. Schroeder.

Denn mit dem Konzept der Textilen Einrichter zeigt er exemplarisch auf, wie sich Kooperationen in heutigen Zeiten definieren sollten: „Wir müssen weg vom klassischen Einkaufsverband hin zum professionellen Verkaufsverband. Und wir müssen Mitgliedern Konzepte an die Hand geben, mit denen sie sich positionieren und weiterentwickeln können“, sagt Peter J. Schroeder.

Mit der Gründung der Fachgruppe habe er den Raumausstattern nach dem Motto ‚Back to the roots‘ außerdem verloren gegangene Kompetenzen zurückgeben wollen, ergänzt Schroeder, denn vor 30 Jahren sei der Raumausstatter im Allgemeinen viel breiter im Sortiment aufgestellt gewesen als heute.

Die Etablierung der Fachgruppe ist für ihn zugleich auch ein Meilenstein in seiner →

Peter J. Schroeder Lebens- und Karrierestationen

1955

Geboren in Duisburg

1971-1974

Ausbildung zum EH Kaufmann
bei Horten in Duisburg

1975 bis 1979

Bundeswehr

1979 bis 1991

Diverse Stationen in leitenden Positionen in
den Warenhauskonzernen Horten, Quelle,
Kaufhof

1991

Abschied vom Warenhauskonzern und Grün-
dung der Raumausstattung Achatz, Andernach

1991 bis 1997

Geschäftsführer bei Raumausstattung Achatz,
Andernach

1997

Wechsel zu Saum & Viebahn, Kulmbach

2001

Wechsel in die Geschäftsführung
von Coratex und Sofatex

2008

Wechsel zur MZE, Möbel-Zentral-Einkauf,
Neufahrn als Leiter des Unternehmens-
bereichs 2HK/MZE



Als Laudator begleitet Peter J. Schroeder den Heimtex-Star seit vielen Jahren – nun hat er selbst den Ehrenpreis für sein Lebenswerk erhalten.

beruflichen Biografie. „Ich würde mich freuen wenn ich durch meine Lebenseinstellung Menschen anregen konnte, ihre eigene Philosophie zu stärken, selbstbewusst aufzutreten und ihren Weg zu gehen. Und ich wäre sehr stolz darauf, wenn man die Bemühungen, den Raumausstatter kompetenter zu profilieren, auch in zehn Jahren noch mit meinem Namen verbindet“, sagt Schroeder. Dann habe sich sein Kreis geschlossen und sein „roter Faden“ nach mehr als 30 Jahren wieder aufgewickelt. „Damit kann ich in einem Jahr gut aus der Branche ausscheiden und werde sehr gerne auf 30 sehr erfüllende Jahre zurückblicken, die mein Leben geprägt haben.“

**„Jede Entscheidung
hat mich zu dem gemacht,
der ich heute bin“**

Gibt es etwas, was Peter J. Schroeder heute rückblickend anders machen würde? Die Antwort kommt spontan: „Nein. Manche Dinge

und Entscheidungen waren schwierig. Doch wenn ich all das im Nachgang ehrlich reflektiere, hat mich jede Entscheidung weitergeführt und zu dem gemacht, der ich heute bin. Ich bedauere keine Station meines Lebens und möchte keine missen.“

Und den Blick nach vorn gerichtet: Gibt es ein Hobby, auf das sich unser Preisträger freut oder einen Lebenswunsch, den er sich noch erfüllen möchte? Auch hier muss Peter J. Schroeder nicht lange überlegen: „Das größte ‚Hobby‘ in meinem Leben ist der Mensch. Ich finde es ungeheuer spannend, Menschen zu begegnen, Menschen kennenzulernen, aber auch sehr konkret für Menschen da zu sein. Daher möchte mir die Freiheit offenhalten und freue mich darauf, noch möglichst vielen Menschen auf meinen Lebensweg zu begegnen und damit noch mehr Erfahrungsschätze zu sammeln. Ich bin noch richtig neugierig auf das, was sich zeigt.“

Michaela Fischer



VERTIKAL-JALOUSIEN VON MHZ

Maßgeschneidert in Form, Farbe und Funktion

Einzigartige Lasercut-Designs, erlesene Farben, faszinierende Stoffwelten – die neue MHZ Kollektion für Vertikal-Jalousien setzt mit ihrem außergewöhnlichen Charakter eindrucksvolle Akzente in der modernen Wohnkultur. Hochwertige, funktionale Stoffe bieten zudem optimale Lösungen für besondere Ansprüche im Gesundheitswesen, Büro und in öffentlichen Gebäuden.

Entdecken Sie die MHZ Kollektion für Vertikal-Jalousien: <https://www.mhz.de/vertikaljalousien2020>

feel TEXTILES OFFLINE

LIVE IN
FRANKFURT
4. – 7.5.2021

Auf der Leitmesse für
Wohn- und Objekttextilien.

heimtextil

Discover the entire textile experience:

SHOW / TREND / CONFERENCE



www.heimtextil.messefrankfurt.com