

Sensationelles Angebot

→ **TAPETENTRENDS** Welche Entwicklungen sehen Sie bei höherwertigen Wandbekleidungen und wie wird das umfassende Angebot des Markts von Ihren Kunden angenommen? Armin Doege vom Malerbetrieb Doege in Hilden gibt Einblicke in seine Beratungspraxis und erklärt, worauf es ankommt.

Die Villa Fuchsberg in der Fuchsbergstraße 8 in Hilden ist der Stammsitz des Malerbetriebs Doege, der 42 Mitarbeiter beschäftigt. Kunden erwartet hier eine Hausausstellung der besonderen Art: Im Erdgeschoss der Villa aus den 30er Jahren des letzten Jahrhunderts mit quadratischem Grundriss befindet sich ein Beratungsstudio mit ca. 144 m² Grundfläche. Alle zwei bis drei Jahre werden die Räume komplett renoviert, um Stamm- und Neukunden kompetent auf der Höhe der Zeit zu beraten.

Kompetenz trifft Eleganz Malermeister Armin Doege (54) zeigt, mit welchen Kollektionen und Materialien sich unverwechselbare Wohnideen realisieren lassen: 241 Tapetenkollektionen sowie 11.970 Varianten und Qualitäten von Bodenbelägen



Armin Doege, Inhaber des Malerbetriebs Doege

»Wir leben Tapeten und beschäftigen uns intensiv mit jeder Kollektion, die wir präsentieren.«

stehen zur Verfügung. Im Betriebsgebäude sehen Besucher eine Vielzahl von Beispielen für attraktive Wand- und Deckengestaltungen. Armin Doege stellt jedoch klar: »Uns ist kein Auftrag zu klein und wir geben uns bei allen Kunden die gleiche Mühe. Selbstverständlich erledigen wir auch die normalen Malerarbeiten zu günstigen Preisen.«

Mappe: Wie bewerten Sie das aktuelle Angebot bei den Wandbekleidungen?

Armin Doege: Sensationell. Es macht Spaß, Tapete zu verkaufen und wir bedanken uns ausdrücklich bei den Herstellern. Das Thema Tapete hat in den letzten fünf Jahren eine unglaubliche Dynamik bekommen. Meine Wahrnehmung ist, dass tolle und schicke Tapeten jenseits des konsumorientierten Sektors aber oft aus dem europäischen Ausland kommen – aus Belgien, England, Frankreich und Italien.

Mappe: Spielen die deutschen Hersteller bei Ihnen überhaupt keine Rolle?

Armin Doege: Natürlich gibt es auch hier schöne Karten, z. B. die Kollektion Rasch 1861 mit dem Nachahmen von natürlichen Oberflächen oder Newstyle der Marburger

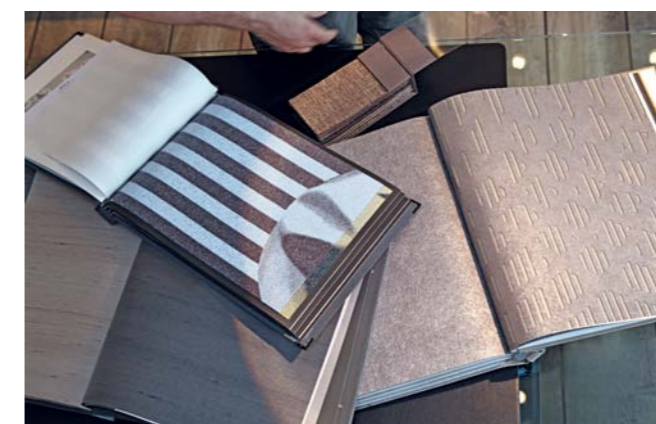
Tapetenfabrik als hochwertige Textilkollektion. Interessant ist das Angebot von Berlin-tapete (Rasch Textil) mit »Wallpaper on demand«, bei dem individuelle bzw. künstlerisch inspirierte Tapeten nach eigenen oder fertigen Motiv-Vorlagen gefertigt werden. Allgemein hält sich bei uns die Nachfrage beim Digitaldruck in Grenzen. Das Thema ist eher für Bereiche geeignet, in denen Tapeten schneller gewechselt werden – z. B. für Boutiquen oder in Hotel-Foyers. Um hier auf dem Laufenden zu bleiben, empfehlen wir jedem Kollegen den jährlichen Januar-Besuch der Fachmesse Heimtextil in Frankfurt. Dort sind alle relevanten Anbieter in einer Halle versammelt, so dass wir uns gezielt informieren und vergleichen können. Auf dieser Basis führen wir bei uns weitere Gespräche mit dem Außendienst der Tapetenhersteller und wählen die Kollektionen aus, die zu unseren Kunden passen.

Mappe: Welche Trends beobachten Sie bei den Materialien?

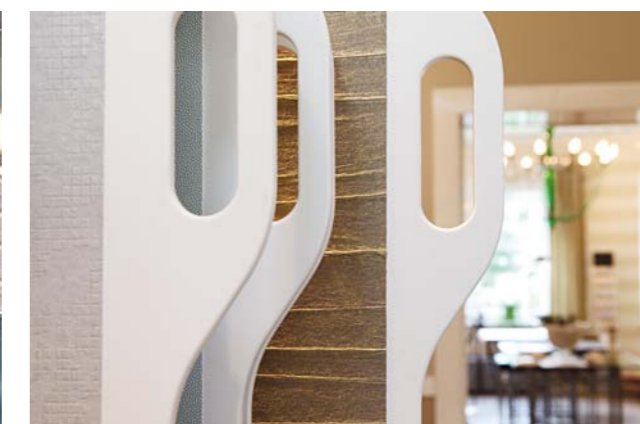
Armin Doege: Verstärkt nachgefragt werden metallisierende Oberflächen, z. B. die Kollektionen Arte Noctis von Arte oder



Blick in das Beratungsstudio des Malerbetriebs Doege: Auf 144 m² werden 241 Tapetenkollektionen gezeigt



Das sind Tapetentrends: Metallisierende Oberflächen und Naturwerkstoffe



Griffbereit: Herausziehbare Muster vermitteln dem Kunden ein authentisches Gefühl für Material und Dessin



So viel Zeit muss sein: Nach der Sondierungsphase findet ein längeres Beratungsgespräch in der Villa Fuchsberg statt

Duke's von Omexco. Hier sind Jacquard-Ge-webe mit Metallfaser-Beimischungen in einem Material- und Dessin- bzw. Muster-mix ästhetisch veredelt. Ein zweites Thema sind natürliche Materialien und Oberflächen, z. B. Bambus, Gras, Hanf, Seide oder Pferdehaar (Omexco Zephyr, Omexco Su-

matra, Arte Bark Cloth, Arte Helidor).

Mappe: Früher hatten Tapetenkollektionen allgemein eine Laufzeit von zwei Jahren. Gilt dies immer noch?

Armin Doege: Der Zwei-Jahres-Rhythmus ist bei konsumorientierter Ware weiter allgemein üblich, um mit diesen Impulsen das

Massengeschäft zu beleben. Die Laufzeiten bei exklusiven Kollektionen betragen hingegen 5 bis 6 Jahre und länger, weil sie zeitloser sind. Diese Langfristigkeit erwarten wir, weil wir uns intensiv mit jeder Kollektion beschäftigen und bei unserer Beratung auf Nachhaltigkeit setzen.

Fotos: Malerbetrieb Doege

Mappe: Wir sind bei der »Wünsch-Dir-was«-Frage. Was erwarten Sie von den Tapetenherstellern?

Armin Doege: Ich wünsche mir Verbraucheraufklärung in Sachen sichtbare Nähte bei Tapeten. Jeder Verbraucher kauft sich ein Kostüm oder einen Anzug, ohne Nähte zu reklamieren. Ich erwarte, dass Hersteller Mut zur Naht entwickeln. Dazu gehört, in den Kollektionen realistische Fotos zu zeigen, auf denen heikle Nahtbereiche – z. B. bei Bambusoberflächen – nicht ausgeklammert oder elektronisch retuschiert sind. Die Tapetenanbieter müssen sich trauen, Nahtmarkierungen als Echtheitsbeweis zu thematisieren und zu zeigen.

Mappe: Wie sehen Ihre Prognosen für höherwertige Wandbekleidungen aus?

Armin Doege: Der Trend zur Nachhaltigkeit und die Nachfrage bei natürlichen Materialien wird anhalten. Wir müssen uns bewusst sein, dass bei manchen Kunden ein Renovierungszyklus von 15 bis 20 Jahren bis zur nächsten Renovierung erreicht wird. Sie geben gutes Geld für gute Qualität aus. Natürliche Materialien wie Gras und Bambus altern in Würde und verändern sich farblich. Das gehört aber zum Charakter dieser Materialien und ist nicht zu vermeiden. Bestimmte Druckverfahren – z. B. Leimdruck mit dem verwischenden Druck – und Textiltapeten werden eine Renaissance erleben.

Am Anfang steht die Beratung Wie läuft bei Armin Doege und seinem Team eine qualifizierte Tapetenberatung ab? Obwohl man bei der Kollektions-Vielfalt aus dem Vollen schöpfen kann, wird nicht nur

SO PROFITIERT IHR KUNDE

Ihre Kunden sollten spüren, dass Sie das Tapeten-Thema **authentisch** vermitteln und (er-)leben. Die Beratung, der Verkauf und die Verarbeitung von höherwertigen Wandbekleidungen müssen im Einklang ohne innere Widersprüche erfolgen, indem Sie in Ihre Kunden hineinhören: Was wünschen sie wirklich? Die anschließende **Zufriedenheit** nach getaner Arbeit ist die **beste Referenz** für Folgeaufträge und das Objekt eine Visitenkarte Ihrer Leistung, für das sich auch Bekannte und Verwandte des Kunden interessieren. Das **Vertrauen** des Kunden ist ein wichtiges Marketinginstrument für Sie.

mit dem Tapetenbuch gearbeitet. Für jeden Kunden wird auf Wunsch ein größerer Musterabschnitt des Dessins besorgt, das in die engere Auswahl kommt. Der Kunde muss sehen, wie die Tapete auf der Wand oder Decke tatsächlich wirkt. Dazu findet eine Information und Beratung im Objekt statt, denn häufig kann der Kunde seine Wünsche anfangs nicht klar genug ausdrücken. Hier ist das Einfühlungsvermögen des Malers und Gestalters gefragt, wobei die Beratung Hand in Hand mit dem Innenarchitekt Michael Burkert erfolgt.

Ein erstes schriftliches Angebot erfolgt ohne die technisch genaue Beschreibung der Ausführung. Armin Doege erklärt: »Wir mussten die Erfahrung machen, dass Kunden mit einem ausgefeilten Angebot zum Wettbewerber gingen und dieser manchmal den Zuschlag bekam. Wir werden erst bei einer grundsätzlichen Zusage und echtem Interesse konkreter.«

Der nächste Schritt ist der Dialog mit dem Kunden im Studio. Das kann durchaus

zwei bis drei Stunden dauern. »Ich muss die Kollektionen im Kopf und mich intensiv damit befasst haben«, kommentiert Armin Doege. »Wir möchten das verkaufen, was zum Kunden passt und das Richtige für ihn ist.« Die Erfolgsquote nach einer detaillierten Beratung liegt bei 92 %.

Die Beratung im Vorfeld und die sich anschließende Verarbeitung sind nicht zu trennen: Die Untergrundvorbereitung wird von den Mitarbeitern des Doege-Teams penibel und sorgfältig ausgeführt – als Basis für die einwandfreie Tapezierung der Wandbekleidungen mit empfindlichen Oberflächen. Die gewerkeübergreifende Zusammenarbeit hilft, handwerkliche Dienstleistungen ohne Reibungsverluste anzubieten. Zu dem Netzwerk gehören inzwischen 18 Betriebe, die als »Alles-wird-schön«-Partner« (www.alles-wird-schoen.de) je nach Kundenbedürfnis und Auftrag Hand in Hand zusammen arbeiten. Die verpflichtenden Tugenden sind Pünktlichkeit, Zuverlässigkeit, hundertprozentiges Einhalten von Zusagen, Sauberkeit und Ehrlichkeit. **Roland Wahl**



Wer schöne Tapeten verkauft, sollte auch bei der Präsentation Wert auf Optik legen. Gelingen ist das dem Malerbetrieb Doege. Der Kunde erhält bereits in den Ausstellungsräumen und beim Anschauen der Beratungsunterlagen und Muster den Eindruck, dass hier Wert auf Qualität gelegt wird