

Interview des Monats: Deckenkunst, Affing-Mühlhausen

# „Deckenkunst und Bettenfachhandel passen perfekt zusammen“

Was macht man, wenn man als Konsument nicht genau die Produkte findet, die man sich wünscht? Petra Jakob hat für sich die Antwort auf diese Frage gefunden: Sie stellt sie selbst her. In ihrem Fall sind das hochwertige Decken aus Fellimitat. Daraus entstand 2008 die Firma Deckenkunst. Inzwischen hat sich das junge Unternehmen im Handel etabliert, und ein Ende der Expansion ist nicht abzusehen. Anfang Juli nimmt die Decken-Manufaktur erstmals an den ABK Open im westfälischen Halle teil. Haustex besuchte Petra Jakob aus diesem Anlass, um mit ihr über ihre Produkte zu sprechen, aber auch darüber, warum in unserer digitalisierten Welt die Sehnsucht nach schönen, flauschigen Decken immer größer wird.



Zu den Wohndecken bietet Deckenkunst auch die passenden Wohnkissen in Felloptik oder in Stoffausführung.

**Haustex:** Frau Jakob, wie sind Sie auf das Thema Decken gekommen?

**Petra Jakob:** Ich liebe Decken! Und ich brauche zu Hause immer eine Decke, im Winter genauso wie im Sommer. Ich habe aber lange vergeblich nach Exemplaren gesucht, die meinen ästhetischen Ansprüchen entsprechen. Vor sieben Jahren habe ich deshalb damit begonnen, mir privat Wohndecken schneiden zu lassen, suchte nach den richtigen Materialien und ließ diese dann hier vor Ort nähen. Danach entwickelte sich die Geschichte rasend schnell. Erst wurde die Familie mit meinen Decken ausgestattet, dann Freunde und Bekannte. Wenn ich eine Decke als Geburtstagsgeschenk mitgebracht habe, wollte die halbe Geburtstagsgesellschaft auch so eine haben. Nicht selten habe ich bei solchen Gelegenheiten innerhalb weniger Minuten sechs oder sieben Decken verkauft.

**Haustex:** Ihr Unternehmen Deckenkunst produziert hochwertige Wohndecken und Kissen in Fellbeziehungweise Pelzoptik. Wie sind Sie auf diesen Produktbereich gekommen?



**Petra Jakob:** Ich bin Autodidaktin. Durch meine vielen Auslandsreisen in meiner früheren Tätigkeit für eine Design- und Werbeagentur wurde mein Blick für das Besondere geschärft. Ich lernte dabei, das Besondere zu schätzen. Auf dem deutschen Markt gibt es allerdings viele Anbieter im Textilsektor, die auf Masse ausgerichtet und deren Produkte austauschbar sind. Mir fehlt dort häufig der individuelle und persönliche Touch bei den Produkten, die doch sehr uniform wirken. So ist es auch bei Decken aus Fellimitat. Deren Qualität leidet oft unter dieser Einstellung der Firmen. Ich möchte aber nicht die günstigen Sachen kaufen, sondern suche etwas, bei dem ich weiß, dass es aus einem schönen Material besteht, qualitativ gut und anständig gefertigt ist und mit dem man seinen eigenen Stil verwirklichen kann.

**Haustex:** Und dann haben Sie sich schließlich mit der Herstellung eigener Webfell-Decken selbständig gemacht?

**Jakob:** Ja, ich habe mich getraut, mit meinem Mann, der mich unterstützt, Geld in die Hand zu nehmen und das Deckengeschäft professionell aufzubauen, also auch größere Stückzahlen herstellen zu lassen. Ich war mit meinen Decken dann beispielsweise auf Handwerks- und Weihnachtsmärkten. Obwohl ich dort mit meinen Preislagen aus dem üblichen Sortiment herausstach, verkaufte ich dennoch sehr erfolgreich. Nicht jeder kommt mit 400 Euro auf einen Weihnachtsmarkt, aber sobald die Leute die Decken angefasst haben, hatte ich sie fast schon als Käufer gewonnen. Ich bin etwa vier Jahre lang von Markt zu Markt gewandert, und jedes Jahr kamen zufriedene Kunden mit ihren Freunden und Bekannten im Schlepptau, die auch solche Decken haben wollten.

**Haustex:** Inzwischen vertreiben Sie ihre Decken aber nicht mehr direkt, sondern über den Handel.

**Jakob:** Über persönliche Kontakte wurde ich weiter empfohlen, unter anderem an den Europa Möbel Verbund EMV. Neben den Möbelhäusern sind aber auch die Bettenfachgeschäfte eine sehr interessante Zielgruppe, die für meine Decken prädestiniert sind. Es ist für mich daher ein schöner Erfolg, dass ich Anfang Juli das erste Mal bei den ABK Open in Halle dabei sein darf. Bekanntlich ist es wegen der begrenzten Ausstellungsfläche für Firmen gar nicht so einfach.

dort hineinzukommen, wenn man nicht von Anfang an dabei war. Aber der ABK-Geschäftsführer Thomas Fehr hat mir eine kleine Fläche eingeräumt.

**Haustex:** Neben Deckenkunst gibt es noch weitere Anbieter von Fellimitat-Decken. Was fehlt Ihnen dort, was Sie in Ihre Produkte integriert haben?

**Jakob:** Bei jeder Decke, die ich im Markt gefunden habe, haperte es an mindestens einem Kriterium. Entweder war es die Haptik, die nicht stimmte, oder die Verarbeitung, die Größe, die Wärme, die

solch eine Decke eigentlich spenden sollte, die unechte Optik oder die leichte statische Aufladung. Mit meinem Produkt wollte ich etwas schaffen, das wirklich rundum passt.

**Haustex:** Das bedeutet konkret?

**Jakob:** Es fängt damit an, dass meine Decken in der Standardgröße ein Maß von 150x220 Zentimeter haben, statt 130x170, wie bei manchem Mitbewerber. Darin kann man sich wunderbar einscheln. Die nötige Wärme erreichen wir bei unseren besonders hochwertigen Decken durch eine dreilagige Verarbeitung und die Verwendung einer Spezialwattierung im Inneren. Unsere Kunstfell-Decken sind dennoch bei 30 Grad in der Waschmaschine waschbar. Die Decken aus Webpelz müssen in die Reinigung gebracht werden.

Die komplette Wertschöpfung findet in Deutschland statt, nämlich hier in Affing bei Augsburg, wo das Design entworfen wird und die Produktion erfolgt. Generell lege ich größten Wert auf eine sehr sorgfältige Verarbeitung in der Konfektion. Bei mir könnten Sie theoretisch jede Decke von innen inspizieren und würden immer sauber vernähte und verputzte Säume finden. Ich gehe bei der Herstellung meiner Decken keinerlei qualitative Kompromisse ein.

**Haustex:** Was zeichnet eine Deckenkunst-Decke neben der generell hohen Qualität aus?

**Jakob:** Das Auffälligste ist einfach der umwerfende Griff und das wunderbare Gefühl, wenn man die Ware anfasst. Die Leute sind häufig verblüfft und angenehm überrascht, wenn sie meine Decken berühren. Das ist einfach anders, als man das sonst bei einer Kunstfelldecke kennt. Und: ►



## Petra Jakob – Zur Person

Petra Jakob absolvierte nach dem Abitur eine Ausbildung im Bankensektor. Wenig später wechselte sie als Beraterin in eine renommierte Agentur für Werbung und Design. Eines Tages erkannte sie eine Marktlücke für hochwertige Wohndecken aus Fellimitat und ließ anfangs für den privaten Gebrauch Decken produzieren, die ihren Ansprüchen an Qualität und Nutzwert entsprechen. Die Decken fanden im Bekanntenkreis so positive Resonanz, dass sie die Deckenproduktion 2008 mit der Gründung der Firma Deckenkunst auf professionelle Beine stellte. Heute zählen rund 250 Kunden zu ihren Abnehmern.

Meine Decken laden sich statisch so gut wie gar nicht auf, was bei billigen Decken häufig der Fall ist. Außerdem spricht die Schwere der Ware für die Qualität unseres Produktes.

Man kann ohne Weiteres billigere Decken kaufen, die optisch genauso aussehen wie meine, aber die haben noch lange nicht die gleiche Güte. Der Griff ist bei denen steifer, unangenehmer. Wenn Sie eine Decke von uns aus der Tüte auspacken, stehen die Haare nicht kreuz und quer, sondern schön in eine Richtung. Ich glaube, viele meiner Mitbewerber haben aus preislichen Gründen Angst, mit wirklich guter Qualität zu arbeiten und gehen daher Kompromisse ein, die der Endverbraucher einfach spürt. Aber die Rechnung, durch billigere Ware könne man mehr Decken verkaufen und höhere Umsätze erzielen, geht meiner Meinung nach nicht auf.

**Haustex:** *Wo beginnt Ihre Kollektion preislich?*

**Jakob:** Neu seit diesem Jahr führe ich auch weniger aufwändig konstruierte Decken, also ohne Innenwattierung, für die Einstiegspreislage. Hier beginne ich mit einem EK von 98 Euro in meiner Standardgröße von 150x220. Ich gebe keine empfohlenen Verkaufspreise vor, jeder kann seine Artikel wirklich frei kalkulieren. Nach oben gibt es eigentlich kein Ende, da wir auch Sonderanfertigungen in Sondergrößen vornehmen. Die teuersten Decken in der Standardgröße kosten im EK 290 Euro.

**Haustex:** *Das sind allerdings stolze Preise.*

**Jakob:** Unsere Decken sind ohne Zweifel im oberen Preissegment angesiedelt. Aber wir sind dort nicht allein, es gibt weitere An-



bieter auf unserem Preisniveau, die gute Produkte anbieten. Wie wir im Konzert dieser Anbieter qualitativ im Markt einzuordnen sind, dieses Urteil überlasse ich gern anderen. Ich kann nur sagen, dass für Deckenkunst gut nicht gut genug ist. Deckenkunst ist Petra Jakob – und ich will besser sein, nach Möglichkeit perfekt. Ich kann darum nicht mit billigen Materialien arbeiten. Wer bei mir kauft, kann sicher sein, dass er eine Top-Qualität erhält.

**Haustex:** *Wie sieht der typische Deckenkunst-Käufer aus?*

**Jakob:** Es gibt Verbraucher, die nur auf Label stehen, auf Marken. Da kann ich natürlich nicht mithalten, das bin ich einfach noch nicht. Aber es gibt auch viele Kunden die das Produkt, die Idee und die Firma toll finden. Viele fragen, woher die Ware stammt. Und wenn man dann erzählt, dass die Decke hier in Deutschland gefertigt wird, dass eine Schneiderin sie extra für den Kunden anfertigt, dann erkennt er das Produkt auch

als „seine“ Decke an und sagt: „Endlich mal ein Teil, das nicht von der Stange ist.“

**Haustex:** *Wodurch entsteht bei Ihren Decken dieser Aha-Effekt in der Haptik?*

**Jakob:** Durch die besondere Herstellungstechnik, die nur ganz wenige Produzenten weltweit beherrschen. Die von mir verarbeitete Ware verfügt über etwa doppelt so viele Haarfasern pro Quadratzentimeter wie herkömmliche Rohware. Außerdem sind die Haarfasern besonders fein. Ich musste lange suchen, bis ich die Rohware gefunden hatte, die meinen Ansprüchen entsprach und musste dafür weit reisen. Es gab zwar auch im europäischen Raum interessante Anbieter, aber mit nur sehr begrenzten Meterzahlen. Wenn ich dort später Ware nachbestellen wollte, gab es sie häufig nicht mehr. Daher arbeite ich jetzt mit verlässlichen Lieferanten zusammen, die mir beste Qualitäten in ausreichenden Mengen bieten können.

**Haustex:** *Woher beziehen Sie die Ware?*

**Jakob:** Inzwischen hauptsächlich von deutschen Großhändlern, die mit den von mir recherchierten Produzenten weltweit zusammenarbeiten. Anfangs kaufte ich direkt bei den Herstellern, aber sobald ich festgestellt hatte, dass die Produzenten Großhändler in Deutschland haben, bin ich aus Fairnessgründen zu den Großhändlern gewechselt. Natürlich erleichtert mir das auch das ganze Handling der Bestellungen. Im Gegenzug bin ich durch die Großhändler mehreren interessanten Kunden empfohlen worden. Es ist also ein Geben und Nehmen im besten Sinne.

**Haustex:** *Und wo genau sitzen Ihre Produzenten?*

**Jakob:** Das gehört zu meinen gut gehüteten Geheimnissen. Aber soviel kann ich sagen: Sie befinden sich im asiatischen Raum. Um immer gut bevorratet zu sein, muss ich deshalb bei der Lager-



**Täuschend ähnlich:  
Wohndecke Wolf  
von Deckenkunst.**

haltung der Gewebe stark in Vorleistung gehen. Gott sei Dank sind mir einige Lieferanten im Laufe der Zeit und wegen der engeren Zusammenarbeit etwas entgegen gekommen.

**Haustex:** *Der hohe Preis ist also begründet in der hohen Dichte der Haarfasern?*

**Jakob:** Zum einen daran, aber der gesamte Herstellungsprozess ist sehr aufwändig. Viele Qualitäten müssen teilweise mehrere Färbe- oder Bleichprozesse durchlaufen, was die Kosten natürlich ebenfalls in die Höhe treibt. Wegen des komplizierten Herstellungsverfahrens befinden sich leider auch häufig Fehler darin, sodass in der Produktion überdurchschnittlich viel Ausschussware entsteht. Daher ist das Grundmaterial schon sehr teuer. Sie sehen, die vergleichsweise hohen Preise meiner Decken sind durchaus begründet. Auf der anderen Seite verfügen die Deckenkunst-Artikel über eine hohe Lebensdauer, was bei Fellimitat nicht unbedingt die

Regel ist. Meine eigenen Decken sind jetzt sechs bis sieben Jahre alt und wirken immer noch so neu wie am ersten Tag.

**Haustex:** *Ihre Schilderungen klingen, als wäre ihre Karriere in der Deckenbranche weniger geplant gewesen, sondern vielmehr das Ergebnis einer großen Kundennachfrage.*

**Jakob:** Das kann man tatsächlich so sehen. Letztlich wurde ich von Bekannten, die meine Decken kennengelernt haben, darin bestärkt, das Deckengeschäft professionell aufzuziehen. Darunter sind Geschäftsleute, die das Risiko der Selbständigkeit aus eigener Anschauung kennen und den Rat daher nicht leichtfertig gegeben haben.

**Haustex:** *Sind Sie heute noch selbst unterwegs zu den Kunden, oder beschränken Sie sich jetzt mehr auf die administrativen und kreativen Aufgaben im Unternehmen?*

**Jakob:** Ich habe den Kontakt zu den Kunden immer geliebt. Früher zu den Endverbrauchern, inzwischen auch zu den Händlern

ten Decken. Nur so können sich die Kunden wirklich ein realistisches Bild von der Ware machen.

**Haustex:** *Wann begannen Sie, den Verkauf auf Handwerker- und Weihnachtsmärkten zugunsten eines Vertriebs an Handelsunternehmen aufzugeben?*

**Jakob:** Ich hatte mit dem umfangreicheren Verkauf meiner Decken auf Märkten 2008 begonnen. Schon kurz danach, 2010, erschloss ich mir die ersten Kunden im Fachhandel. Inzwischen verfüge ich über einen Kundestamm von 250 Häusern.

**Haustex:** *Befinden sich diese alle in Deutschland?*

**Jakob:** Nein, ich habe auch einige Kunden in Monaco, Österreich, der Schweiz, aber der Schwerpunkt ist Deutschland. Der hiesige Markt ist sicherlich noch ausbaufähig.

**Haustex:** *Wie ist die Kollektion aufgebaut?*

**Jakob:** *Wir haben auf der einen Seite Decken aus Fellimitat und auf der anderen Seite aus Webpelz.*

*sere Fellimitat-Kollektion in drei Kategorien gegliedert: die einfache, nicht wattierte Form, wattiert und schließlich als hochwertigste Ausführung unser Meisterstück, bei dem wir den Rahmen der Decke besonders aufwendig umsäumen und nähern. Das Meisterstück benötigt rund ein Drittel mehr Material als die anderen Decken. Es ist zwar unsere teuerste, aber auch die am meisten verkaufte Deckenvariante.*

**Haustex:** *Welche Deckenmaße liefern Sie neben Ihrer Standardgröße noch?*

**Jakob:** Welches Maß auch immer der Endverbraucher wünscht. Dadurch, dass wir die Decken hier in Affing konfektionieren, können wir die unterschiedlichsten Deckenmaße realisieren. Unser Handelspartner kann seinen Kunden daher den Service einer maßgeschneiderten Decke anbieten. Unsere Decken kommen nicht von der Stange, sondern sind extra für den Endverbraucher gemacht. In Zeiten der Individualisierung der Produkte ist das, glaube ich, ein guter Weg.

Zudem: Zu jedem Decken-Artikel führen wir von Anfang an die passenden Kissen, in Stoff, Fell- oder Pelzoptik. Gemeinsam mit den Kissen handelt es sich um ein komplettes Einrichtungskonzept. Das ist raumgestalterisch sehr wichtig. Dadurch ist die Decke kein lästiges Teil, das man schnell zur Seite räumt, wenn Besuch kommt. Auch bei den Kissen versuchen wir, alle Wünsche der Kunden umzusetzen. Ich wollte früher eigentlich Inneneinrichtung studieren, was ich dann aus privaten Gründen nicht weiter verfolgt habe. Aber in meiner heutigen Arbeit komme ich immer mehr in die Rolle einer Inneneinrichterin. Das finde ich schön. Ganz neu im ▶



**Viele meiner Mitbewerber haben aus preislichen Gründen Angst, mit wirklich guter Qualität zu arbeiten, und gehen daher Kompromisse ein, die der Endverbraucher einfach spürt.**

und Verkäufern. Deswegen reise ich heute noch gerne und lege meine Produkte vor. Dafür nehme ich mir gerne Zeit. Ich komme nicht mit kleinen Gewebeläppchen daher, sondern mit komplet-

*Fellimitat ist kurzflorig, preislich etwa günstiger und bei 30 Grad in der Waschmaschine waschbar. Webpelze haben die langen Haare und erfordern eine Pflege in der Reinigung. Seit diesem Jahr ist un-*

Produktprogramm, und das freut mich sehr, sind unsere Überwürfdecken.

**Haustex:** *Auch in Felloptik?*

**Jakob:** Nein, hier stützen wir uns in Zusammenarbeit mit einem Stoffverlag auf ausgewählte, hochwertige Stoffe mit sehr interessanten Dessins und Veredelungen. Auch hier arbeiten wir mit handwerklich sehr hochwertigen, dreilagigen Decken und mit einer eingearbeiteten Wattierung. Es war nicht einfach, für die Überwürfe einen Stofflieferanten zu finden, der raumhohe Stoffe mit einer Breite von drei Metern im Sortiment führt. Es gibt nämlich für dieses Maß kaum noch Webmaschinen.

**Haustex:** *Gibt es zwischen den Überwürfen und Ihrem Deckprogramm keinen Kannibalisierungseffekt, so dass der Endverbraucher nur das eine oder das andere kauft?*

**Jakob:** Nein, im Gegenteil. Die Überwürfe haben eine ganz andere Optik als die Decken und harmonisieren sogar sehr gut mit ihnen. Wir verfügen über eine breite Palette von etwa 15 modernen Stoffen in verschiedenen Farben, aus denen die Endverbraucher wählen können. Sie sind mit den Dessins früherer Tagesdecken überhaupt nicht zu vergleichen, bieten eine ganz besondere Haptik und fallen sehr schön. Darüber hinaus sind alle Stoffe waschbar. Ich bin ein Fan davon, dass die Dinge genutzt werden. Man darf sich deshalb gerne darunter legen, statt einer Daunendecke, wie es im Ausland teilweise üblich ist, oder zusätzlich dazu. Natürlich schneiden wir dazu aus den Stoffen auch die passenden Kissen. Wir stellen unseren Kunden für die Beratungsgespräche Musterlaschen zur Verfügung. Langfris-

tiges Ziel ist es, eines Tages auch mit selbst entworfenen und speziell für uns hergestellten Stoffen arbeiten zu können. Aber das ist Zukunftsmusik.

**Haustex:** *Wo liegen die Überwürfe preislich?*

**Jakob:** Wir fangen bei einem EK von 390 Euro in der leichten Variante an. Dabei muss man berücksichtigen, dass so ein Überwurf etwa das Dreifache an Metrage benötigt im Vergleich zu meinen



**Meine eigenen Decken sind jetzt sechs bis sieben Jahre alt und wirken immer noch so neu wie am ersten Tag.**

Decken im Standardmaß. Sie bedecken schließlich das komplette Doppelbett.

**Haustex:** *Wie viele Artikel führt Deckenkunst in seinem Sortiment?*

**Jakob (lacht):** Es sind sehr viele, etwa 100. Mittlerweile müssen wir aufpassen, dass wir uns im Programm nicht verzetteln. Nach diesem Jahr werde ich sicherlich einige Artikel auslisten, denn natürlich gibt es in unserem Programm auch Produkte mit sehr unterschiedlich starker Nachfrage. Ich muss und kann nicht alles bieten und die Stoffe dafür bereit halten, nur damit eine Decke einmal im Jahr genäht werden kann.

Andererseits bin ich kein Freund von häufigen Kollektionswechseln. Die Kunden können sich darauf verlassen, dass ich die bestverkauften Artikel über mehrere Jahre führe. Warum sollte ich auch wechseln? Ein Hasenfell-

Imitat bleibt auch im nächsten Jahr optisch ein Hasenfell-Imitat. Meine Kunden haben daher nicht den Druck, etwas unbedingt abverkaufen zu müssen, weil schon wieder etwas Neues um die Ecke kommt. Und der Endverbraucher kann später noch seinen Kauf um weitere optisch dazu passende Artikel erweitern.

**Haustex:** *Wie muss man sich die Entwicklung eines neuen Artikels vorstellen? Es gibt ja schließlich nicht wie bei der Bettwäsche ein*

*Dessin, das Sie selbst entwickeln und bei einem Drucker in Auftrag geben.*

**Jakob:** Das Prinzip ist aber schon ähnlich. Dadurch, dass ich viel auf Messen und in Hotels unterwegs bin, sehe ich natürlich Dinge, die mir ins Auge stechen, entweder, weil sie gut sind, oder weil ich denke, dass ich das besser machen könnte. Daher kann ich inzwischen zu meinen Großhändlern gehen und ihnen meine Vorstellungen von einem neuen Gewebe oder Fellimitat erklären. Die Leute dort sind kompetent genug zu wissen, welcher ihrer Lieferanten so etwas herstellen kann. Danach erhalte ich eine Probecharge oder eine Laborfärbung. Bei Gefallen platziere ich dann einen Auftrag. Die Stoffballen werden bei uns zugeschnitten und zu Decken oder Kissen konfektioniert. Die Produktion hier in Deutschland ist mir wichtig. Ich möchte einen hohen Wertschöpfungsgrad in Deutschland

erreichen. Ich würde die Stoffe auch gerne in Deutschland kaufen, aber das geht leider nicht mehr.

**Haustex:** *Können Sie beziffern, wie viel Handarbeit in einer Decke steckt?*

**Jakob:** Das differiert natürlich nach Größe und Konfektionsaufwand. Automatisiert ist bei uns gar nichts. Ein Meisterstück erfordert von der reinen Fertigung her schon gut zwei bis zweieinhalb Stunden Handarbeit. Aber an jeder Decke hängt natürlich viel mehr als die reine Arbeitszeit.

**Haustex:** *Ihre Anfangserfolge haben Sie im qualifizierten Möbelhandel erreicht. Nun wollen Sie auch den Bettenfachhandel verstärkt ins Visier nehmen. Warum?*

**Jakob:** Weil Deckenkunst und Bettenfachhandel einfach perfekt zusammenpassen. Es reicht nicht, unsere Decken im Regal zu horten und auf einen guten Abverkauf zu hoffen. Unsere Produkte müssen dekoriert und erklärt werden. Der Bettenfachhandel zeichnet sich nun mal durch eine hohe Beratungsqualität aus. Umgekehrt profitieren auch die Bettengeschäfte von unseren schönen Decken. Mit Matratzen, die man vielleicht alle zehn Jahre kauft, kann man keine Frequenz in den Geschäften generieren, ganz abgesehen von der eher langweiligen Optik dieser Produkte. Das kann man im Internet schöner haben. Mit unseren Decken schafft ein Bettenhändler eine ganz andere, angenehmere Atmosphäre im Geschäft und das erleichtert die Chance auf Zusatzumsätze. Der Erfolg unserer Decken steht und fällt mit der attraktiven Präsentation. Es ist ein Emotionskauf - und Emotionen werden im Bettenhandel dringend gebraucht.

**Haustex:** Wie schnell können Sie liefern?

**Jakob:** Artikel in der Standardgröße können wir innerhalb weniger Tage liefern. Sondermaße liefern wir innerhalb von ein bis maximal zwei Wochen. Es dauert eigentlich nie länger als eine Woche, selbst in der Vorweihnachtszeit konnten wir schnell liefern. Dank sehr guter Mitarbeiter, die flexibel auf den Bestelleingang reagieren und bereit zu Überstunden sind, wenn es mal nötig ist. Meine Mitarbeiterinnen haben eine sehr enge Beziehung zum Unternehmen, eine Schneiderin ist praktisch von Anfang an mit dabei und hat das Wachstum des Unternehmens miterlebt. Ihnen ist bewusst, dass wir bei der Auftragsabwicklung schnell sein müssen.

Ich baue auf einen festen Stamm von Näherinnen, in der Hochsai-

son kommen Weitere dazu. Und wenn das nicht reichen sollte, gäbe es für mich noch weitere Möglichkeiten. Ich bekomme inzwischen auch vermehrt Aufträge von Kunden, die ihren Firmennamen im Labeling haben möchten, um die Wertigkeit unserer Produkte noch stärker auf ihren eigenen Markennamen transferieren zu können. Das sind häufig umfangreichere Aufträge, die allerdings ebenso zügig abgewickelt werden müssen.

**Haustex:** Hat der gegenwärtige Boom der Boxspring-Betten einen Einfluss auf Ihre Geschäftsentwicklung genommen?

**Jakob:** Ja, ganz bestimmt. Schlafzimmer mit Boxspring-Betten haben einen ganz anderen Stellenwert im Haus. Diese Betten werden viel mehr geschmückt. Dazu gehören Überwürfe, schöne Decken, mehrere passende Kissen.

Es gibt inzwischen viele Verbraucher, die nicht mehr ausschließlich schöne Daunendecken mögen und sich gerne nachts mit einer XL-Tagesdecke oder einer Fellimitat-Decke zudecken. Wenn ich mit Endverbrauchern rede, prophezeie ich denen stets, dass ihre Decke im Haus wandern wird, vom Bett zum Sofa, vom Sofa in den Garten. Sie ist einfach zu schön und zu kuschelig, als dass sie nur einem Zweck dienen sollte.

**Haustex:** Ist die Decke nicht zu schade für die Verwendung im Garten?

**Jakob:** Überhaupt nicht. Fellimitate können ohne Probleme zig Mal in der Waschmaschine gewaschen und in den Trockner gesteckt werden, ohne dass die Qualität leidet. Wir haben extra eine Wattierung gefunden, die trocknergeeignet ist. Das ist beispielsweise auch für

den Objektbereich interessant, etwa für hochwertige Hotels. Unsere Decken sind sicherlich nicht billig, aber sie sind ein Investitionsgut, an dem der Verbraucher sehr lange Freude hat.

**Haustex:** Findet man Deckenkunst-Decken bereits in Hotels?

**Jakob:** Ja, momentan allerdings erst in zwei oder drei Häusern. Das ist eine ganz andere Vertriebschiene, aber nicht ohne Potenzial. Wir warten mal ab, wie sich dieser Bereich entwickelt.

**Haustex:** Mit welchem Sortiment werden Sie auf den ABK Open Anfang Juli zu sehen sein?

**Jakob:** Ich hoffe, neben meinen Decken auch die Überwürfe präsentieren zu können, aber ich habe leider nicht einen so großen Stand, dass ich dort mehrere Boxspring-Betten aufstellen könnte. Vielleicht kann ich in dem Punkt mit dem einen oder anderen Aussteller in Halle zusammenarbeiten.

**Haustex:** Wie ist es Ihnen gelungen, Aussteller auf den ABK Open zu werden? Dem Vernehmen nach gibt es ja eine lange Warteliste mit interessierten Firmen, die dort gerne ausstellen würden.

**Petra Jakob:** So, wie ich viele neue Kunden gewinnen konnte: über Empfehlung. Der Verband wurde von Kunden darüber informiert, dass Deckenkunst ein interessanter Aussteller sein könnte. Daraufhin schaute sich der Geschäftsführer Thomas Fehr meine Produktpalette an und fand, dass ich gut auf seine Messe passen würde.

Genau so war es beim EMV. Einer der besten Händler in der Contur-Schiene empfahl mich beim Verband, sodass ich schließlich ►



**Wohndecke Chinchilla:** Die von Deckenkunst verarbeitete Ware verfügt über etwa doppelt so viele Haarfasern wie herkömmliche Kunstfell-Rohware.

auf der Hausmesse letztes Jahr mit einem kleinen Stand dabei sein durfte. Offenbar hat den Leuten gefallen, was sie dort bei mir gesehen haben, denn vor der April-Messe kam man vom Verband auf mich zu und bat mich, den Contur-Stand der Messe mit meinen Decken und Kissen zu gestalten. Die Contur-Häuser zählen zu den besten und hochwertigsten des Verbandes - und auf 750 Quadratmetern wurden auf der Messe die Spezialsortimente für diese Häuser vorgestellt. Meine Aufgabe war es, acht Boxspring-Betten, sechs andere Betten und neun Sofas mit Deckenkunst-Artikeln zu dekorieren. Die Resonanz der Messebesucher darauf war einfach wunderbar und bringt das Unternehmen Deckenkunst ein weiteres Stück voran.

**Haustex:** Aber damit geben Sie sich ja nicht zufrieden. Wie möchten Sie den im Vergleich zum Möbelhandel recht kleinteiligen Markt der Bettenfachgeschäfte erschließen?

**Petra Jakob:** Wir werden unseren Vertrieb dafür verstärken. Bayern und Baden-Württemberg bereisen Angelina Donderer oder ich selbst, für Norddeutschland haben wir mit Alexander Hagedorn in Höxter bereits einen Agenten gewinnen können. Für die anderen Regionen nördlich der Donau suche ich noch gute Handelsvertreter, die sich mit dem Produkt Wohndecke wirklich identifizieren können und es mit Leidenschaft verkaufen können. So jemanden zu finden, ist leider nicht ganz einfach. Parallel dazu möchte ich meine Exportaktivitäten verstärken. Deshalb suche ich gute Vertreter für Schweiz, Österreich, Dänemark, Belgien.

**Haustex:** Export ist logistisch und von den eigenen Produktionskapazitäten gesehen allerdings eine



## Ich bin kein Freund von häufigen Kollektionswechselln. Die Kunden können sich darauf verlassen, dass ich die bestverkauften Artikel über mehrere Jahre führe.

*ganz andere Herausforderung als das Inlandsgeschäft.*

**Petra Jakob:** Ich plane keine exorbitanten Steigerungen im Auslandsgeschäft. Ich möchte das Ausland zwar bedienen, aber dafür genügen mir einige gute Händler. Es müssen nicht viele sein und sie müssen nicht groß sein. Sie sollten lediglich sinnvoll mit mir zusammenarbeiten wollen.

**Haustex:** Was bedeutet für Sie sinnvoll?

**Jakob:** Das Haus muss im Genre zu meinen Produkten passen und es muss im Geschäft jemanden geben, der das Produkt wirklich schätzt und den Kunden aktiv anbietet. Man sollte dort Spaß daran haben, sein Geschäft zu dekorieren, die Produkte zu erklä-

ren. Man muss von dem Produkt überzeugt sein, um es glaubwürdig verkaufen zu können. Eine Decke von uns ist nicht einfach eine Decke, wie ein Wein nicht einfach ein Wein ist. Es gibt bei beidem große qualitative Unterschiede.

**Haustex:** Das setzt natürlich profunde Kenntnisse über die Besonderheiten von Deckenkunst voraus. Schulen Sie Ihre Kunden?

**Petra Jakob:** Selbstverständlich, deshalb ist es unumgänglich, dass ich ab und an mal bei meinen Kunden auftauche. Das ist sehr sinnvoll und mache ich auch gerne. Ich kann schließlich am besten erklären, worauf es bei meinen Produkten ankommt und warum sie das kosten, was sie kosten. Denn selbstverständ-

lich reicht es dem Verbraucher nicht, in die Ware zu greifen und zu spüren, wie toll sie sich anfasst. Es geht darum, dass es ein besonderes, tolles Produkt ist, das man jeden Tag nutzen kann.

**Haustex:** Und um das man sich in der Familie streitet?

**Petra Jakob:** Es ist wirklich so. Gerade den Müttern unter meinen Kunden gebe ich immer den Rat, um ihre Decke zu kämpfen, weil sie sonst in einer Woche wieder bei mir stehen werden. Und tatsächlich kommen sie früher oder später bei mir rein und sagen lächelnd: „Ich habe verloren.“ Das macht natürlich Spaß und deshalb versuche ich nach Möglichkeit, den Kontakt zu meinen Kunden im Handel, aber auch zu den Verbrauchern zu halten.

**Haustex:** Blicken wir ein paar Jahre nach vorn. Wo soll dann das Unternehmen Deckenkunst stehen?

**Jakob:** Das Unternehmen soll gesund und vernünftig aufgestellt sein, mit guten Händlern zusammenarbeiten, weiterhin qualitativ so hochwertige Produkte anbieten wie heute. Ich möchte stetig wachsen, ohne das konzeptionelle Grundgerüst von Marke und Produkt zu verlassen. Auch dann möchte ich noch genug Gelegenheit haben, um die Händler zu besuchen. Ich brauche keine großen Produktionshallen oder eine edel gestaltete Firmenzentrale. Ich bin eine Spezialanbieterin und werde eine Spezialanbieterin bleiben. Und wer mit mir zusammenarbeiten möchte, ist herzlich dazu eingeladen. Der Trend geht im Bettenhandel immer mehr zum Komplettanbieter von Schlafzimmern, über die nackte Matratze hinaus - und meine Produkte sind dafür eine ideale Ergänzung im Sortiment. ■

### Deckenkunst – in Kürze

<p>Deckenkunst Manufaktur Germany Unterkreuthweg 7a 86444 Affing-Mühlhausen Tel.: 08207/963741-0 Fax: 08207/963740-9 Internet: www.deckenkunst.de E-Mail: info@deckenkunst.de</p> <p><b>Geschäftsführerin:</b> Petra Jakob</p> <p><b>Mitarbeiterzahl:</b> 4 fest, dazu mehrere Näherinnen in Teilzeit</p>	<p><b>Produkte:</b> Wohndecken aus Kunstfell und Webpelz, dazu Kissen und Überwürfe/Tagesdecken.</p> <p><b>Produktionsstandort:</b> Affing-Mühlhausen</p> <p><b>Absatzmärkte:</b> hauptsächlich Deutschland, dazu Österreich, Schweiz, Monaco.</p>
---	--