



Auf der Heimtextil lud der ZVR zu einer Podiumsdiskussion mit Vertretern der Branche ein.

TALKRUNDE

ZUKUNFT HANDWERK

Redaktion: Karin Mauro
Fotos: Deco Team

Das ZVR-Special widmete sich den Aus-sichten des Raumausstatter-Berufs. Sieben Branchenvertreter sprachen mit Moderatorin Agnes Zimmermann darüber, wie sich die Branche künftig aufstellen sollte.

Wo stehen wir mit unserem Handwerk und im Rahmen der aktuellen Krisen?

ULF SEELAFF: Wir stehen aktuell noch gut da. Nach für unsere Branche guten Zeiten haben wir noch Speck für die kommenden Herausforderungen.

RALF VOWINKEL: Es liegen gute Jahre hinter uns, die Auftragslage ist aber rückläufig. Ich gehe jedoch von einer steigenden Nachfrage ab Ostern aus und bin sicher, dass unser Handwerk gut aus der Krise herausgeht.

ESTHER FINGERLE: Große Nachfrage besteht im Privatbereich, den Menschen ist der Erhalt ihrer Immobilie wichtig.

MICHAEL BERGFELD: Ich denke, wir werden auf das Niveau von 2019 zurückkommen. Eine Verkaufszurückhaltung ist aber bemerkbar.

LORENZO PUGLISI: Der Kunde ist heute besser informiert. Er weiß, aus welcher Epoche und von welchem Designer ein Möbel stammt. Wir arbeiten Hand in Hand mit Designern und Architekten.



Agnes Zimmermann moderierte die Podiumsdiskussion.

KARIN MAURO: Der Raumausstatter ist gut durch die Pandemie gekommen. Das zeigen verschiedene Studien. Jetzt gibt es neue Herausforderungen, wie die hohe Inflation oder Schwierigkeiten bei den Lieferketten. Wir sind zuversichtlich, dass das Gewerk auch diese gut meistern wird.

Was ist das Besondere am Raumausstatter-Beruf?

PUGLISI: Man sieht sofort das Ergebnis seiner Arbeit und bekommt ein Feedback vom Kunden.

ANISSA WIENER: Die jungen Menschen erschaffen etwas, sie können kreativ sein. Das ist in der heutigen Zeit wichtig.

FINGERLE: „Geiz ist geil“ ist vorbei. Der Endkunde fordert von uns absolute Qualität. Man hat fast jede Woche einen neuen Arbeitsplatz, wir machen nicht jeden Tag das Gleiche. Wir sind die Problemlöser.

SEELAFF: Ich sehe jeden Tag, was ich geschaffen habe.

BERGFELD: Es werden innovative Perspektiven und Lösungen aufgezeigt, zum Beispiel leitfähige Böden oder akustische Aufgabenstellungen.

MAURO: Man macht Menschen glücklich. Der Beruf ist so vielseitig wie kaum ein anderer. Das muss man kommunizieren. Der Beruf des Raumausstatters ist der schönste Handwerksberuf, den es gibt.

Anregungen, um im Handwerk zu bleiben?

VOWINKEL: Jeder, der seinen Beruf liebt, muss es schaffen, dem Nachwuchs diese Botschaft zu transportieren. Man kann sich auf das spezialisieren, für was man brennt – das ist ein großer Anreiz.

BERGFELD: Technisch affine Menschen können sich weiterentwickeln, beispielsweise in der Beratung. Die Branche verändert sich und wird immer innovativer. Man ist an vorderster Front dabei.

Wie kann man das Handwerk in die Schule bringen?

WIENER: Wir müssen schon früh beginnen. Wir sammeln die Stoff- und Lederreste und bringen sie in die Schulen und Kindergärten. Die Kinder sollen die Materialien sehen und fühlen.

FINGERLE: Die Jugendlichen wollen oft gar kein Studium. Deswegen ist es wichtig, an die Schulen und die Lehrer zu gehen, damit wir das Standing wieder bekommen, das wir haben sollten. Man sollte auch noch viel stärker auf die Karrieremöglichkeiten hinweisen, beispielsweise, den Meister oder den Betriebswirt des Handwerks zu machen.

SEELAFF: Wir brauchen wieder textiles Werken, diese handwerklichen Fertigkeiten gehen verloren.

VOWINKEL: „Handwerk macht Schule“ des ZDH ist eine Initiative, welche die Themen des Handwerks in die Schulen trägt und informiert.



Lorenzo Puglisi und Anissa Wiener führen die 2015 gegründete Polsterei Königherz, die 20 Mitarbeiter beschäftigt. Der Altersdurchschnitt liegt bei 30.

MAURO: Information ist das A und O. Leider ist der Beruf der breiten Bevölkerung kein Begriff, deswegen kann ich nur appellieren, an die lokalen Einrichtungen wie Schulen und Kindergärten, die regionale Presse, die lokalen Vereine zu gehen und immer wieder zu zeigen, was der Raumausstatter macht.

WIENER: In unserem Betrieb beschäftigen wir viele Abiturienten oder Studienabbrecher. Es dauert ein bisschen, bis die Eltern an das Handwerk denken. Deswegen kümmern wir uns um die, die bereits im Leben stehen.



Esther Fingerle – Fingerle Interior Design, Stuttgart – übernahm den Malerbetrieb ihrer Eltern, erweiterte ihn um die Raumausstattung und hat sich auf das Privatkundengeschäft spezialisiert.

Was hat euch dazu bewegt, Raumausstatter zu werden?

SEELAFF: Meine Eltern waren bereits Raumausstatter. Wir haben uns vom Bodenlegerbetrieb über den Raumausstatter bis zum Einrichter entwickelt. Im 50. Jahr des Unternehmens haben wir zwölf Mitarbeiter, eine Polsterei, Näherei und können komplette Ausstattung anbieten inklusive der Bäder.

WIENER: Ich bin Quereinsteigerin, habe Management und Vertrieb studiert. Im Handwerk kann ich mich in der Personalführung gut entfalten.

FINGERLE: Für mich war das Handwerk Berufung, weil der Mensch im Mittelpunkt steht. Wir genießen das Vertrauen unserer Kunden und müssen täglich Lösungen für verschiedene Herausforderungen finden.

BERGFELD: Ich bin ebenfalls ein Quereinsteiger und habe früher bei der Deutschen Post gearbeitet. Durch meine Frau habe ich die Branche kennengelernt und schätze die Strukturen in einem Familienunternehmen.

PUGLISI: Mein Vater war ebenfalls Polsterer und mich hat der Beruf schon als Kind fasziniert. Ich habe dann bei Porsche eine Ausbildung gemacht und bin immerhin 15 Jahre geblieben. So wirklich kreativ kann man aber nur in der Selbstständigkeit werden. Deswegen habe ich mein eigenes Unternehmen gegründet.

VOWINKEL: Unseren Meisterbetrieb führe ich in der dritten Generation, bereits mein Großvater war Sattler und Tapezierer.

MAURO: Ich bin als Journalistin bereits seit 15 Jahren in der Branche und immer noch begeistert von ihrer Vielseitigkeit.

Sollte man gleich in die Selbstständigkeit einsteigen? Oder erst einmal angestellt arbeiten?

PUGLISI: Am Anfang ist die Selbstständigkeit extrem anstrengend. Bei einer Kaufhauseröffnung beispielsweise ist es undenkbar, dass das Produkt nicht fertig wird. Da muss man eben mal Samstag und Sonntag durcharbeiten. Mittlerweile haben wir eine Größe, bei der man nicht mehr so viele Überstunden braucht. Ich bin inzwischen auch eher Ideengeber und Problemlöser und stehe nicht mehr in der Werkstatt. Aber das alles braucht natürlich Zeit. Es dauert auch eine Weile, bis man seine Netzwerke aufgebaut hat.

VOWINKEL: Es ist nicht jeder für die Selbstständigkeit gemacht. Es gibt sehr gute Gesellen und Meister, die die Sicherheit brauchen. Diejenigen, die kreativ sein wollen und die Verantwortung tragen möchten, sollten sich selbstständig machen.



Michael Bergfeld betreut seit 15 Jahren im Fachhandelsring die Partnerbetriebe in Betriebswirtschaft, Mediation, Coaching.

FINGERLE: Selbstständig sein ist großartig, aber davor braucht man einen Erfahrungsschatz. Ich habe sehr davon profitiert, dass ich bei verschiedenen Raumausstatter-Betrieben reinschnuppern konnte. Vieles möchte man anders machen, aber man kann auch viel Gutes in den eigenen Betrieb mitnehmen. Ich denke, direkt nach der Gesellen- oder Meisterprüfung in die Selbstständigkeit zu gehen, ist ein schwerer Weg.

SEELAFF: Ich habe es genauso gemacht wie alle, habe 60, 70 Stunden in der Woche gearbeitet. Das geht aber auch anders. Jetzt haben wir eine Vier-Tage-Woche bei 36 Stunden Arbeitszeit pro Woche. Wir schaffen mehr von Montag bis Donnerstag als in fünf Tagen. Das rechnet



Ralf Vowinkel, Präsident des Zentralverbands Raum und Ausstattung und Raumausstatter-Meister.

sich auch kaufmännisch. Auch als Selbstständiger kann ich selektieren und die Zeiten reduzieren. Ich kann jedem nur empfehlen, an seinem Zeitmanagement zu arbeiten.

Sollte man die Arbeitszeiten besser an die eigenen Bedürfnisse anpassen?

PUGLISI: Bei uns ist es ähnlich. Wir haben eine Viereinhalb-Tage-Woche. Am Freitag kochen die Auszubildenden für das Team, um etwas zurückzugeben.

FINGERLE: Meine Mitarbeiter wollten die Fünf-Tage-Woche behalten, aber wir haben die Öffnungszeiten geändert. Das hat sich während Corona gezeigt. Wir haben eine feste Erreichbarkeit von 10 bis 14 Uhr und darüber hinaus werden ganz viele Termine vereinbart. So haben wir eine intensive Beratung, oft kommen ganz andere Aufträge heraus, weil man für den Kunden mehr Zeit hat.

BERGFELD: Jeder sollte auf sich achten. Online-Termine, die vorher geplant werden, funktionieren auch.

VOWINKEL: Es ist ein gegenseitiges Geben und Nehmen. Eine Mitarbeiterin will zum Beispiel im Januar Urlaub nehmen, dafür kann eine andere später im Jahr eine längere Auszeit nehmen.

MAURO: Man sieht, dass es überall dort gut läuft, wo auf die individuellen Bedürfnisse der Mitarbeiter Rücksicht genommen wird. Mitarbeiter zu halten ist wichtig, denn es ist ja nicht einfach, neue auf dem Arbeitsmarkt zu finden.

Wie sollte sich ein Handwerksunternehmen vermarkten?

PUGLISI: Man sollte eine Brand aufbauen. Deswegen haben wir uns Königherz

genannt und nicht Polsterei Puglisi, wir wollten weg vom verstaubten Image des Polsterers und Raumausstatters. Es beginnt bei der Webseite, die Visitenkarte nach außen. Erreichbarkeit sollte gegeben sein, egal ob über Instagram, Facebook, Telefon oder E-Mail.

WIENER: Der Kunde möchte sich mit dem Unternehmen identifizieren. Tue Gutes und sprich darüber ist ein wichtiger Leitsatz. Wenn man eine Botschaft nach außen trägt, hat der Kunde die Möglichkeit, eine Verbindung aufzubauen. Sobald er diese Verbindung hat, habe ich ihn gewonnen.

MAURO: Viele Handwerker möchten wenig Geld für Werbung ausgeben. Ich empfehle, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit zu machen und den Redaktionen tolle Projekte vorzustellen. Die lokale Presse, aber auch Fach- und Publikumsmagazine sind immer dankbar für Themen. Betriebe können über die sozialen Medien auch selbst veröffentlichen und eigenen Content zeigen.



Ulf Seelaff führt einen 50 Jahre alten Betrieb, den er vom Raumausstatter hin zum Komplettanbieter umgestaltet hat.

VOWINKEL: Richtig, man sollte die Webseite pflegen und die sozialen Medien. Auch Print ist sehr wichtig. Wir haben über den Winkler Medien Verlag die Möglichkeit, unseren Beruf vorzustellen und zu zeigen, was der Raumausstatter macht. Wir alle müssen viel mehr an die Öffentlichkeit gehen.

FINGERLE: Wir pflegen unsere Webseite und unseren Instagram-Kanal. Bei uns läuft aber auch viel über persönliche Empfehlungen.

SEELAFF: 80 Prozent der Neukunden kommen über die Webseite, über Instagram und Facebook. Wir gehen auch auf kleine regionale Messen.



Karin Mauro, Redaktionsleitung RZ – Trends Interior Design, berichtet seit mehr als 15 Jahren über die Heimtextil- und Raumausstatter-Branche.

BERGFELD: Es gibt neue Wege für die Vernetzung, wie die Unternehmer-Frühstücke. Daraus entstehen Aufträge.

Was erhoffen Sie sich für die Zukunft?

VOWINKEL: Ich hoffe, dass Betriebe weiterhin ausbilden und unsere schöne Branche voranbringen.

SEELAFF: Sichtbar sein, Stärken zeigen. Persönlich möchte ich in den nächsten zehn Jahren einen Nachfolger finden und übergeben.

PUGLISI: Das Handwerk hat Zukunft, es wird immer gebraucht werden.

FINGERLE: Ich wünsche mir, dass Raumausstatter selbstbewusst sind und jeden Tag in die Welt rufen, dass wir einen schönen Beruf haben.

MAURO: Dass die Raumausstatter das Ohr am Markt haben. Nur die Unternehmen, die Trends beobachten und darauf reagieren, können sich zukunftsfähig aufstellen.

Wie gelingt die Übergabe?

BERGFELD: Verbände wie der FHR unterstützen Übergaben mit Mediation, Coaching und mit der betriebswirtschaftlichen Beurteilung, beispielsweise von Unternehmensberater Dieter Perk.

VOWINKEL: Wir vom ZVR werden oft darauf angesprochen und haben die innovative Betriebsnachfolgebörse geschaffen, um die Betriebe und die jungen Raumausstatter, die ein Unternehmen übernehmen möchten, zusammenzubringen. Das Ganze ist ein Prozess, den man begleiten muss.

Vielen Dank für die interessanten Beiträge.