

„Das ist der, der die Gardinen aufhängt“

Südbund-Mitglieder stellen sich vor: „Der Dekorator“ aus Bassum bei Bremen

Der Raumausstattermeister Carsten Wiegmann hat vor mehr als zwanzig Jahren den Sprung in die Selbstständigkeit gewagt. Als „Der Dekorator“ hat er sich einen Namen gemacht und setzt erfolgreich auf sein gutes Image als Handwerker und auf die Weiterempfehlung durch Kunden.

Im Landkreis Diepholz, dreißig Kilometer südlich von Bremen, ist er ansässig – „Der Dekorator“ in der Gemeinde Bassum mit rund 16.000 Einwohnern. Dekorator mit ö? Die Frage nach der Schreibweise drängt sich auf. Inhaber Carsten Wiegmann sagt: „Es gibt auch viele Frisöre, die sich mit ‚ö‘ schreiben. Für mich ist es auch ein bisschen ein Alleinstellungsmerkmal. Hinzu kommt, dass die Berufsbezeichnung Raumausstatter bei uns in der Region eher unbekannt ist und die wenigstens damit etwas anfangen können. Den Begriff ‚Dekorator‘ hingegen – lassen wir mal die Schreibweise mit ‚eu‘ oder mit ‚ö‘ beiseite – kann hier jeder einordnen. Das ist, salopp formuliert, der, der kommt und mir die Gardinen aufhängt.“

Carsten Wiegmann hat das Unternehmen 1998 gegründet, nachdem er 1997 die Meisterprüfung abgelegt hat – zunächst als Ein-Mann-Betrieb, den er stetig erweitert hat. Heute beschäftigt er sechs Mitarbeiter: eine Raumausstatterin, eine Raumausstattermeisterin, eine Schneiderin, einen Raumausstatter, einen Maler „und eine gute Fee, die Haus und Hof zusammenhält. Nicht zu vergessen natürlich der voll mitarbeitende ‚Chef‘, obwohl ich mich leider inzwischen fast ausschließlich mit administrativen Tätigkeiten befassen muss, was nicht gut ist“, berichtet Wiegmann.

Von Beginn an war der Unternehmer mit seinem Unternehmen in Bassum ansässig, wo er auch geboren ist. 2013 bezog er seine Räumlichkeiten in der eigenen Geschäftsimmoblie. Wiegmann kommt nicht aus einer klassischen



Carsten Wiegmann hat sich vor mehr als zwanzig Jahren selbstständig gemacht. Als „Der Dekorator“ arbeitet der Raumausstattermeister seit 2013 von seinem jetzigen Standort aus für seine Kunden.

Raumausstatterfamilie. Ein wenig habe am Ende der Zufall nachgeholfen, dass er 1987 seine Ausbildung zum Raumausstatter in Bremen absolviert habe, sagt er. Nach einigen Gesellenjahren in verschiedenen Betrieben wagt er den Schritt in die Selbstständigkeit.

Das gesamte Spektrum

„Wir sind zwar sehr fußbodenlastig, bieten aber das gesamte Produktportfolio an, von Farben, Tapeten und Stoffen über Polsterarbeiten bis hin zu Sonnen- und Insektenschutz und natürlich alle Arten von Bodenbelägen.“ Primär sei der Privatkunde zu sechzig Prozent die wichtigste Zielgruppe, zu zwanzig Prozent arbeite er für die Öffentliche Hand und zu zwanzig Prozent für Bauträger; hier in erster Linie im Fußbodenbau.

Eine Unternehmenserweiterung wäre für Carsten Wiegmann durchaus denkbar, wird aber sowohl räumlich als auch personell aus-

gebremst. „Wir verzeichnen zum Glück ein stetiges Wachstum und würden gerne erweitern. Aber wir stoßen, wie wir jetzt insbesondere auch in Corona-Zeiten gemerkt haben, räumlich an unsere Grenzen, weil mehr Personal auch gleichzeitig mehr Arbeits-, Lager- und Bürofläche nach sich zieht. Wir sind jetzt an dem Punkt, an dem wir überlegen, wie wir uns künftig ausrichten und welche Erweiterungsmöglichkeiten es für uns geben könnte.“ Erschwert würden diese Überlegungen nicht zuletzt durch den Fachkräfte-Mangel.

Worauf legt der engagierte Unternehmer besonderen Wert, wenn es um eine professionelle und qualitativ hochwertige Wohnraumgestaltung geht? „Ich möchte mit meinem Auftritt und meinem Angebot etwas für ein besseres Image unseres Handwerks tun, das insbesondere nach dem Wegfall der Meisterpflicht gelitten hat.“ Aus seiner Sicht ist dieser Imageverlust nur schwer wieder gutzumachen. Raumausstatter müssten sich immer

wieder neu aufstellen und mit der Zeit gehen, sowohl beim Angebot, als auch bei der Außendarstellung, um im Wettbewerb mit Billiganbietern bestehen zu können.

Carsten Wiegmann sieht sich als Ansprechpartner für die komplette Innenraumausstattung. Der Kunde kann in die Ausstellungsräume kommen oder wird vor Ort für Beratung und Aufmaß besucht. Bei Bedarf vermittelt Wiegmann den Kontakt zu anderen Gewerken und übernimmt die zeitliche Koordination. Das Einzugsgebiet reicht rund 25 Kilometer.

Infos von den Wohntagen

Um über Innovationen und Trends der Innenausstattung informiert zu sein, sind Messen für Carsten Wiegmann eine wichtige Inspirationsquelle. „Ich fahre gerne zu Messen, aktuell ist dies leider nicht möglich. Obwohl ich erst seit 2017 Südbund-Mitglied bin, sind die Südbund-Wohntage für mich wichtig, um mich über neue Kollektionen zu informieren. In mehr oder weniger regelmäßigen Abständen besuche ich zudem die Heimtextil und die Domotex. Auch die Hausmessen der Großhändler sind eine gute Möglichkeit.“

In Sachen Social-Media-Aktivitäten und Marketing-Maßnahmen biete Südbund eine gute Unterstützung und viele Vorteile, hier habe er aktuell aber noch Nachholbedarf. Wiegmann: „Aktiv nutze ich die Kundenzeitschrift WOHNEN & mehr als Werbemedium, die bei meinen Kunden gut ankommt.“

Der Zugriff auf das komplette Lieferantenprogramm habe ihn überzeugt. So müsse er nicht gleich mit jedem Hersteller eigene Vertragskonditionen aushandeln, nur weil ein Kunde einmal ein Produkt einer bestimmten Firma bestelle. Im Bereich der textilen Bodenbeläge und bei Stoffen arbeite er gern mit den Südbund-Eigenkollektionen. Im Alltagsgeschäft sei zudem die Möglichkeit der Zentralregulierung extrem praktisch.

Beim Blick in die Zukunft ist Carsten Wiegmann ein wenig zwiespalten: „Für uns hat sich die Geschäftssituation trotz Corona positiv entwickelt. Nach einem kurzen ‚Corona-Schock‘ durch die Geschäftsschließung im ersten Lockdown hat sich alles wieder gefangen und stabilisiert.“ Aktuell ist das Geschäft indes wieder geschlossen – Termine erfolgen ausschließlich nach Absprache. ■

NICOLE STOLPMANN



Das Unternehmen bietet das gesamte Produktportfolio an: von Farben, Tapeten und Stoffen über Polsterarbeiten bis hin zu Sonnen- und Insektenschutz und zudem alle Arten von Bodenbelägen.



Mit einem Anteil von sechzig Prozent sind Privatkunden die wichtigste Zielgruppe. Je zwanzig Prozent der Aufträge des „Dekorator“-Teams stammen aus der öffentlichen Hand und von Bauträgern.



Der Kunde kann in die Ausstellungsräume kommen oder wird für Beratung und Aufmaß zu Hause besucht. Wiegmann vermittelt auch den Kontakt zu anderen Gewerken und übernimmt die zeitliche Koordination.