

Zu viel ist nicht zu viel

Steinmetzbordüren ■ 2005 ließ Peter Steinmetz seine erste Bordüren-Kollektion in Italien entwickeln. Seit 2007 verfügt sein Unternehmen über eine eigene Fertigung in Niederbayern. Und trotz des Überangebotes auf dem Keramikmarkt, will Steinmetzbordüren weiter wachsen. **Michael Henke**

■ Oft ist es ein Mangel oder eine Leerstelle, die eine neue Geschäftsidee begründet. Bei Peter Steinmetz, der 13 Jahre lang als Handelsvertreter in Bayern italienische Fliesenhersteller vertrat, war es anders. Ihn irritierte bei seinen Reisen eher ein Zuviel, ein Überangebot. Immer wieder stach ihm in den Fliesenausstellungen eine förmliche Mosaik- und Bordürenschwemme ins Auge. Doch die

Masse der Artikel repräsentierte keine große Vielfalt, sondern entsprang einer Fülle sich ähnelnder Produkte.

Steinmetz entschloss sich daher 2005, seine Marktkenntnisse zu nutzen, um eine Mosaik- und Bordürenkollektion in einem italienischen Studio zu entwickeln, die unvergleichlich sein sollte. „Die Kollektion ist eingeschlagen wie eine Bombe“, erzählt der Geschäftsführer von Stein-

metzbordüren. Er verpflichtete Handelsvertreter im gesamten Bundesgebiet und mehreren Exportländern. Im Abstand von drei bis vier Monaten folgten weitere Serien.

Offenbar ebenfalls mit Erfolg, denn das Unternehmen wuchs seitdem kontinuierlich. So kam 2006 unter dem Namen Pecasa Design eine eigene Designer-Marke heraus. Sie besteht nicht nur aus Bordüren und Mosaik, sondern auch aus zwölf Schmuck-Kollektionen, die auf einem eigenen Vertriebsweg vermarktet werden. Steinmetz sieht dabei durchaus Synergien zwischen Fliese und Schmuck: „Der Kunde kauft ein Bad mit unserer speziellen Bordüre. Als Geschenk bekommt er das passende Schmuckstück dazu! Die Empfehlung wird nicht lange auf sich warten lassen.“

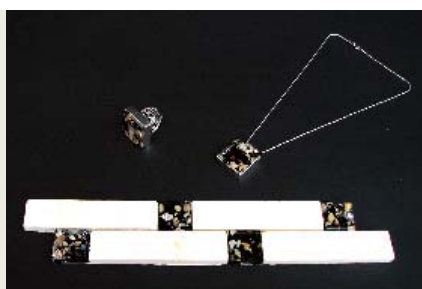
2007 folgte der nächste Schritt: Eine Mosaikfertigung wurde in Niederbayern in Betrieb genommen. Die eigene Produktion bringt für Steinmetz einige entscheidende Vorteile: Weniger Lagerhaltung, Flexibilität, schnelle Reaktionszeiten und Einzelanfertigungen. „Viele unserer Kunden – vor allem Großhändler – lassen sich eigene Produkte und Mischungen anfertigen. Der Kunde muss trotzdem nur geringe Mengen abnehmen, verfügt aber dennoch über ein exklusives Produkt. So entsteht mit einer Lagerfliese plus seinem eigenen Dekor eine persönliche Hausserie“.

Das Angebot, individuell auf die Kundenbedürfnisse einzugehen, erstreckt sich nicht nur auf die Produkte. Peter Steinmetz bietet auch an, eigene Marketing- und Merchandising-Konzepte zu erarbeiten, die noch über die für seine Kollektionen entworfenen Bemusterungsmöglichkeiten hinausgehen.

Vom Bordüren- und Mosaikmarkt, der eigentlich überschwemmt ist, will sich Steinmetz in Zukunft ein größeres Stück abschneiden: „Wir wollen Marktanteile von Wettbewerbern übernehmen, die nicht so attraktiv sind wie wir“, lautet seine selbstbewusst vorgetragene Kampfansage. ■



Pecasa heißt die Design-Linie von Steinmetzbordüren.



Steinmetz kann auch das passende Schmuckstück zur Bordüre liefern.



Trotz Überangebot unvergleichlich sein: Mit dieser Strategie ist Peter Steinmetz erfolgreich.

Weitere Informationen

www.steinmetzbordueren.de