

Nimmt sich Zeit
fürs Design:
Hergen Garrelts.



„Design vom Dorf“

Hergen Garrelts investiert Zeit in Ideen. Der Tischler spart sie bei der Auftrags-Akquise ein.



Kreative Köpfe treffen anspruchsvolle Kunden. Das klingt nach großen Entwürfen – und vergrübelten Stunden. Wie passen Gestaltung und Wirtschaftlichkeit zusammen? Hergen Garrelts hat seine persönliche Antwort: Seinem „Design vom Dorf“ lässt der Tischler Zeit, sich zu entwickeln. Kreativität lässt sich nicht kalkulieren – und doch rechnet sie sich. So klingt es jedenfalls, wenn Garrelts von der Arbeit als Designer spricht. Oder als Gestalter: „Ich finde den Begriff Gestaltung besser“, macht der 44-Jährige deutlich. Das Wort „Design“ schaffe eine Hemm-

schwelle. Aber sein Titel „Diplom-Designer“ scheint nicht alle abzuschrecken. Im Gegenteil: „Wir haben viele Stammkunden, vor allem aus dem Umland.“ Auch in Hannover und Köln hat er zu tun.

Ein Blick in die Werkstatt verrät, dass ganz normal ausgerüstete Tischler am Werk sind: Sie liegt im Erdgeschoss des Bauernhauses, in dem Garrelts mit seiner Familie lebt. Draußen steht klein „Atelier“ an der Tür, drinnen herrscht kreatives Chaos. Nur der kleine Anbau aus Glas und Stahl lässt von außen ahnen, dass hier niemand mehr die Schweine füttert. „Den Anbau brauchen wir, um unsere Küchen neben dem laufenden Werkstattbetrieb aufzustellen“, erläutert der Bad Zwischenahner Unternehmer.

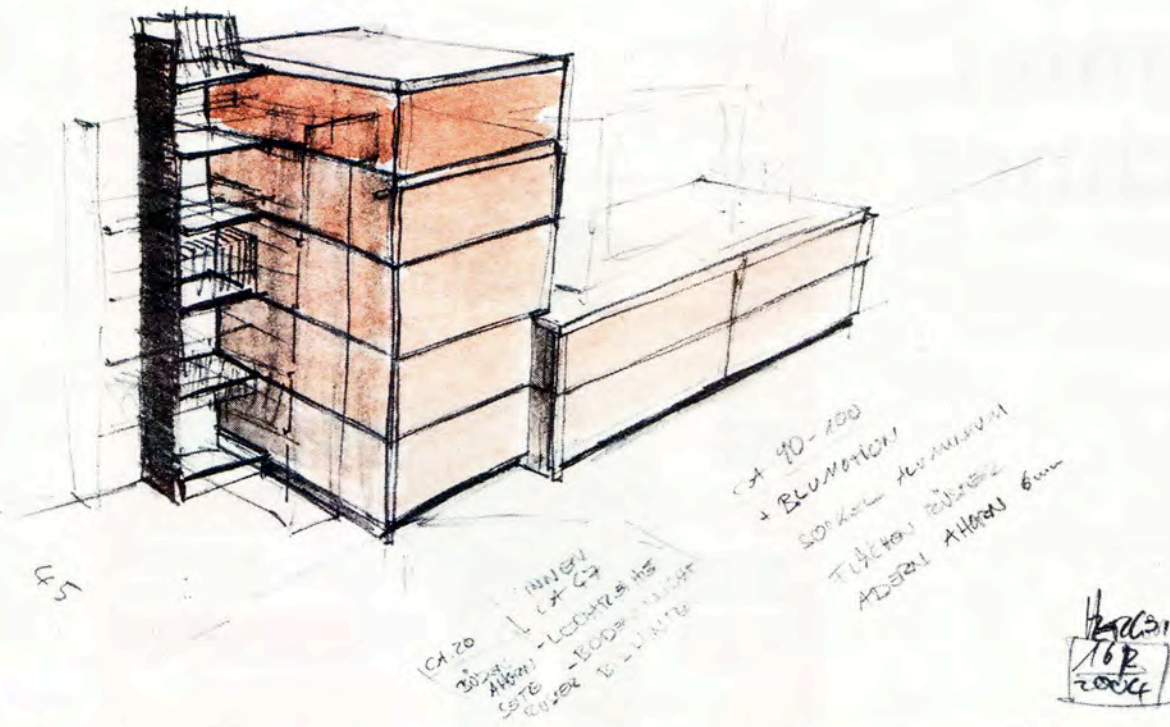
Warum setzt der norddeutsche Tischler auf Gestaltung? Er wollte raus aus der Vergleichbarkeit und damit aus dem Preiswettbewerb. Darum fertigt Garrelts auch keine Fenster mehr. 70 bis 80 Prozent seines Umsatzes macht er mit Küchen. Sie-

ben bis acht Stück schafft sein Team pro Jahr – neben individuell gefertigten Massivholz-Möbeln wie Tischen und Stühlen.

Bei Küchen muss sich Garrelts vergleichen lassen. Doch da spielt der Preis in einer anderen Liga. „Die Kunden haben sich vielleicht schon im hochwertigen Küchenhandel informiert“. Wenn nicht, schickt der Tischler sie bewusst dorthin, denn so kann er am einfachsten seine Vorteile verdeutlichen. Zum Beispiel, dass seine Küchen individueller sind und dennoch ohne Designer-Aufschlag auskommen. Das funktioniert, weil Garrelts auf die Handelsspanne verzichten kann, die andere in Verwaltung und Marketing stecken.

Sein Unternehmen kann er alleine verwalten. Das Team ist klein: ein Geselle, ein Auszubildender und seit neustem ein Meister. Marketing bedeutet für ihn vor allem, auf Messen und Ausstellungen präsent zu sein: „Da informiere ich mich über die aktuellen Trends und sehe die Resonanz der Kunden auf meine Stücke.“





Feines Design erwächst aus kreativem Chaos: Küchen sind das Spezialgebiet von Hergen Gerrelts. Gemeinsam mit seinen Mitarbeitern fertigt der Diplom-Designer sieben bis acht im Jahr. Foto: Wiebking/Privat

Seine Stücke haben klare Linien und kantige Strukturen, „bei uns wird nicht alles rundgenudelt“. Wo möglich, lässt Garrelts Hängeschränke weg, um den Lichteinfall nicht zu stören. Dafür geht er lieber bei den Unterschränken in die Tiefe – auch mit Auszügen von 75 oder 80 Zentimeter Länge. Offene Regallösungen gehören in Garrelts Küchen dazu, ebenso wie individuell gestaltete Griffe. „Bei 80 Prozent unserer Küchen werden die Griffe auf Maß aus Edelstahl, Aluminium oder Holz gefertigt.“ Doch vor allem sollen sich seine Kunden selbst bei der Gestaltung einbringen „Dabei helfe ich ihnen“, stellt der Küchenbauer klar. Aufträge nach dem Motto „Gestalten sie mir mal eine Küche“, lehnt er darum auch ab.

Stattdessen interessiert sich Garrelts ganz persönlich für seine Kunden: Wie sie leben, wie sie einen Raum nutzen. Dient die Küche alleine der Zubereitung von Mahlzeiten oder wird hier auch gegessen? Ist sie gar ein zentraler Lebensraum? „Wer

abends nur die Mikrowelle nutzt, hat andere Bedürfnisse als jemand, der gerne mit vielen Freunden kocht“, weiß der Unternehmer. Oder welche Materialien wurden bisher verwendet? „Auf einem neutralen Fliesenboden kann ich die Wirkung des Holzes viel stärker betonen als in einer Küche, die schon einen Holzboden hat.“ Am liebsten mag Garrelts die Aufträge, bei denen es noch nicht zu viele Vorgaben gibt, zum Beispiel Neubauten: „Dann berate ich die Kunden gerne auch bei der Farb- und Materialwahl für Wände und Boden.“

Die Gespräche und die Entwürfe brauchen ihre Zeit. „Manchmal geht es schnell, aber es kommt auch vor, dass ich etliche Stunden mit den Entwürfen für ein Projekt verbringe.“ Zeit, die er nicht in Rechnung stellen kann. Garrelts ist für Monate ausgebucht. Viele Aufträge kommen von Stammkunden oder über Empfehlungen. Und wer weniger Zeit in die Akquise stecken muss, kann es sich auch leisten, Ideen in Ruhe wachsen zu lassen. (ju) ■