



Auf der Sonnenseite angekommen

Die Raumausstattung Wolf verkauft seit 1967 fast ausschließlich Sonnenschutz-Produkte

Text und Fotos: Sabrina Linseisen

Diana Wolf-Zschäpe und ihr Mann Jörg Zschäpe haben ihr Sortiment auf innen- und außenliegenden Sonnenschutz ausgerichtet. Das funktioniert – schließlich wurden die Weichen schon von den Großeltern gestellt.

Das kleine Geschäft an der vielbefahrenen Rothenburger Straße in Nürnberg hat trotz Mittagspause geöffnet. Mal kauft eine Kundin Sonnenschutz-Zubehör, mal bestellt eine andere die Firma Wolf für ein Projekt nach Hause. Diana Wolf-Zschäpe kennt solche Tage, auch

Ihr Schaufenster dekoriert Diana Wolf-Zschäpe regelmäßig um und achtet auf kräftige Farben

ihr Mann Jörg Zschäpe arbeitet mittags durch, nimmt Anrufe entgegen und macht Termine für Aufmäße bei Kunden aus. Für ihr Spezialgebiet Sonnenschutz brauchen sie ein großes Team: „Wir haben sieben Mitarbeiter für die Montage, eine Dame im Büro und eine weitere Raumausstatterin. Auch meine Eltern arbeiten immer noch mit, die Mutter ist ab und zu da, der Vater noch fast jeden Tag“, berichtet Wolf-Zschäpe. Auch wenn ihre Raumausstatterin ab und zu polstert und die Wolfs eine Dekostoff-Auswahl anbieten, machen sie ihr Hauptgeschäft mit Sonnenschutz. „Am meisten verkaufen wir Markisen und Raffstores“, stellt Wolf-Zschäpe fest. Von innenliegendem Sonnenschutz und Rollos über Sonnensegel, Sonnenschutz für Wintergärten und





Markisen stellen die Wolfs als eines der meistverkauften Produkte im Ladengeschäft aus

„Qualität ist den Kunden bei Sonnenschutz-Produkten wichtig, deshalb kommen sie zu uns“

Diana Wolf-Zschäpe

Insektenschutz bis hin zu Terrassendächern, Steuerungssystemen und einem Reparaturservice bieten sie das gesamte Spektrum an. Ihre Kunden kommen aus Nürnberg und Umgebung, öfter fahren die Wolfs als Warema Kompetenz- und Sonnensegel-Partner auch 100 Kilometer weit für einen Auftrag.

Mit Vorhangschienen fing alles an

Das Ehepaar hat sich nicht nur privat gesucht und gefunden. In ihrem Geschäft ergänzen sich die gelernte Raumausstatter-Meisterin und der gelernte Rollladen- und Sonnenschutzbau-Techniker ideal. „Die Firma gibt es seit 1967, meine Eltern haben sie aufgebaut. Mein Großvater hatte damals mit Vorhangschienen angefangen“, erinnert sich Wolf-Zschäpe. Ihr Großvater stammte aus Stuttgart und machte sich in Nürnberg mit einer Vorhangschienen-Fabrikation selbstständig. Beim Sonnenschutz ist es für die Wolfs geblieben. „Angebot und Nachfrage waren da, wir haben unser Sortiment stetig erweitert, so hat sich unsere Spezialisierung ergeben. Im Endeffekt lohnt es sich, obwohl es mittlerweile auch aufwändiger wird, weil immer mehr Raffinessen dazukommen“, erklärt Wolf-Zschäpe ihre Entwicklung.

Sonnenschutz und Dekostoffe

Das Sortiment der Wolfs erstreckt sich auf wenigen Quadratmetern: In ihrem Ladengeschäft haben sie es geschafft, auf engstem Raum die gesamte Produktpalette des Sonnenschutzes zu präsentieren. „Vor vier Jahren haben wir komplett entkernt und umgebaut“, erzählt Wolf-Zschäpe. Warema beriet sie beim Ladenbaukonzept, aber in Sachen Produktpalette haben sie ihre eigenen Vorstellungen. Obwohl die Wolfs 90 Prozent Sonnenschutz und nur noch zehn Prozent Gardine verkaufen, achten sie darauf, ihre Dekostoff-Kollektionen aktuell zu halten. „Dekostoffe machen den Laden einfach wohnlicher“, ist sich Wolf-Zschäpe sicher. Ihren Kunden bieten sie bezahlbare Produkte an, aber keine Billigware. Im Sonnenschutz käme es auf die kleinen Neuheiten an, sagt Wolf-Zschäpe: „Sonnensegel werden in letzter Zeit gut verkauft, vor allem die elektrischen. Kunden entscheiden sich auch für elektrische Rollläden oder wollen sie nachrüsten. Der Komfort wird immer gefragter. Vielen geht es auch um den Einbruchschutz. Wir verkaufen zudem mehr Raffstores im Privatbereich, die sind ebenfalls zu 80 oder 90 Prozent elektrisch. Bei Raffstores kommt es auf



- 1 Die Dekostoff-Kollektion nimmt zwar nur noch zehn Prozent des Umsatzes ein, aber die Wolfs achten auf eine aktuelle Kollektions-Auswahl, die das Geschäft wohnlich macht
2 Auch Terrassendächer und Sonnenschutz für Wintergärten montieren die Wolfs selbst

das Design an.“ Auf modernes Design achten ihre Kunden, dezente Farben sind gefragt, auch Jalousien werden vor allem in Grautönen jeder Abstufung gewählt.

Ein Team, das zusammenhält

Ihre Aufträge verrichten Wolf-Zschäpe und ihr Mann zu 50 Prozent im Objektgeschäft, sie meisterten bereits große Projekte: von Jalousien und Vorhängen beim Bayerischen Rundfunk über die Reparatur der Außenjalousien bei Siemens bis hin zu der Firma Datev, bei der sie in allen drei Gebäuden von etwa 100 Metern Vertikaljalousien angebracht haben. Jörg Zschäpe erinnert sich: „Wir haben an Sonn- und Feiertagen und sogar am Vater-

tag gearbeitet. Wir hatten weitere Helfer, nachts wurde angeliefert, sodass wir in der Früh gleich weiterarbeiten konnten. Die ersten zwei Bauten mussten wir immer am Wochenende machen, das Dritte war ein Neubau.“ Dass diese Großprojekte von der Firma Wolf gestemmt werden können, dafür braucht es mehr als nur Durchhaltevermögen. „Wir haben wirklich ein Team, das zusammenhält, wenn ein Projekt ansteht“, verrät Wolf-Zschäpe.

Kundenwerbung ist wichtig

Ob für Firmenkunden oder das Privatgeschäft, das Ehepaar holt sich regelmäßig Anregungen auf den Messen. Sie gehen auf die Fensterbau, die R+T und die Heimtextil. Von schnellen Blitzbesuchen halten sie nichts, die Heimtextil besuchen sie an zwei Tagen: „Wir bekommen die Eintrittskarten kostenlos über das Insider-Programm und besitzen ein Wohnmobil, so wird es erschwinglich. Um sich richtig umzusehen, sind zwei Tage nötig.“ Messe-Inspirationen setzt Wolf-Zschäpe in ihrem Schaufenster um, das sie alle

Das breite Sortiment im Ladengeschäft umfasst auch E-Rollos von Erfal und Teba-Sonnenschutz

sechs Wochen neu dekoriert. Für dezente Töne sei hier kein Platz, es soll auffallen. Zur Zeit sieht man frühlingshafte Dekostoffe, Jalousien und Osterhasen. Kundenwerbung ist für die Wolfs wegen ihrer Spezialisierung besonders wichtig. „Im Sonnenschutz müssen wir darauf achten, dass wir immer wieder neue Kunden bekommen. Eine Markise hält einfach länger als eine Tapete“, bringt es Wolf-Zschäpe auf den Punkt. In Sachen Werbung sind sie schon lange aktiv: Sie verschicken auf einen Schlag 40.000 Haushaltswerbungen, besitzen schon seit Jahren eine eigene Homepage und lieben dafür ein Firmenvideo drehen. 2007 feierten sie großes Jubiläum mit einer eigens aufgebauten Ausstellung und einer Abendveranstaltung. In ihrem Ladengeschäft veranstalten die Wolfs regelmäßig einen Tag der offenen Tür. Wenn sie dann zu dritt verkaufen, wird es in den Räumlichkeiten schon mal eng. Ihre Kunden wissen die Ortstreue aber zu schätzen. „Letztens kam ein Kunde mit einer Rechnung von 1969, weil wir da auch schon hier waren, unter gleicher Adresse und gleicher Telefonnummer“, verrät Wolf-Zschäpe. Offensichtlich ihr Erfolgsrezept.

Das Unternehmen auf einen Blick

Wolf GmbH Sonnenschutz & Raumausstattung

Rothenburger Straße 170
90439 Nürnberg
Tel. +49 911 614119
info@sonnenschutz-wolf.de

Geschäftsführer:

Diana Wolf-Zschäpe, Jörg Zschäpe

Mitarbeiter:

Das Ehepaar Wolf (ehemalige Geschäftsführer) und 7 Mitarbeiter (eine Raumausstatterin, Sonnenschutz-Techniker, eine Sekretärin)

Angebot:

Schwerpunkt Sonnenschutz: Markisen, Sonnensegel mit automatischem Antrieb, Rollläden, Raffstores, innenliegender Sonnenschutz, Gardinen, Sonnenschutz für Wintergärten, Insektenschutz, Terrassendächer, Steuerungssysteme, Reperaturservice

