

INTERVIEW

Waesche - Kultur
home couture



„LUXUSUHR UND IT-BAG, ABER IN DISCOUNTER BETTWÄSCHE SCHLAFEN“ – *Das Schlafzimmer ist das neue Wohnzimmer*

Heute treffe ich zwei Kölner Unternehmer, die neben einem Showroom den Premium Bettwäsche Shop www.waesche-kultur.de betreiben. Auf den Begriff „Luxus“ möchten die Beiden bewusst verzichten. Warum erklärt Maik Causemann, der Gründer von Waesche-Kultur:

Maik Causemann: Heutzutage werden zu viele Dinge als Luxus bezeichnet. Nehmen wir beispielsweise ein qualitativ mäßiges Produkt aus Asien, labeln es mit der richtigen Marke und versehen es mit einem Mondpreis: Schon wird es als Luxus bezeichnet.

Da muss ich noch einmal nachhaken. Wenn ich mir Ihr Produktportfolio anschau, sprechen wir doch aber schon von Luxusprodukten oder?

Maik Causemann: Lassen Sie uns lieber von hochqualitativen Produkten sprechen. Die Hersteller, die wir führen, fertigen fast alles in Handarbeit. Die Stoffe kommen aus traditionellen europäischen Webereien, die Verarbeitung erfolgt in hauseigenen Nähereien, jeder Knopf, jede Naht wird händisch kontrolliert. Und wir haben den Vorteil, dass wir ausschließlich Hersteller aufnehmen, die in Europa fertigen. Das ermöglicht uns, diese regelmäßig zu besuchen und uns beispielsweise auch die Fertigungen anzuschauen.

Frau Dannemann, wie kann man sich Ihren typischen Kunden vorstellen?

Anna Dannemann: Wir haben keinen typischen Kunden, in unseren Showroom in Köln kommt die junge Familie, die Wert darauf legt, zu wissen, wo die Daunen in der Kinderbettdecke herkommen. Genau so gehören auch Industrielle und Promis zu unseren Kunden. Selbst viele Touristen finden den Weg zu uns, denen wir die Bettwäsche dann nach Hause schicken. Wir beraten per Telefon die ältere Dame, deren Bettenhaus geschlossen hat und nun keine Chance mehr hat, auf dem Land noch eine schöne Bettwäsche zu kaufen.

Also sind Ihre Kunden Individualisten?

Anna Dannemann: Was die unterschiedlichen Designs, Einrichtungsstile und Anforderungen angeht: Sicherlich. In einem unterscheiden sich unsere Kunden aber nicht. Und das ist jeden Abend das wohlige „Mmmmh“-Gefühl, wenn sie im Bett liegen.

Herr Causemann, welche Kunden sind die schwierigsten?

Maik Causemann: *Lacht* Diejenigen, die eine Luxusuhr und It-Bag tragen, aber in Discounter Bettwäsche schlafen. Spaß beiseite, jeder Kunde hat spezielle Anforderungen und Wünsche. Von daher gibt es keine schwierigen Kunden, jeder Kunde ist individuell in seinen Anforderungen, wichtiger ist, die Kunden richtig abzuholen. Natürlich stellt uns das je nach Kunde vor tolle neue Herausforderungen. Es gibt kein Textil, in dem wir kumuliert mehr Zeit verbringen als in Bettwäsche. Da möchte ich doch schon wissen, woher der Stoff kommt, wie er gefärbt wurde, wer den Bezug genäht hat. Einfach ein gutes Gefühl zu haben und sich sicher zu sein, dass von der Baumwolle bis zum fertigen Produkt alles kontrolliert und zertifiziert ist.

Können Sie das trotzdem mit der Luxusuhr bzw. It-Bag noch näher erläutern?

Maik Causemann: Nun, eine Bettwäsche ist erst einmal nichts, was ich nach außen zeigen kann. Es dient ausschließlich dem Zweck des persönlichen Wohlfühlgefühls. Hin und wieder macht es dann im Gespräch den Eindruck, dass es genau deswegen sehr günstig sein muss, weil es eh niemand sieht. Wir merken allerdings zunehmend, dass sich unsere Gesellschaft in einem Wandel befindet. Themen wie Nachhaltigkeit und der „Living at Home“ Gedanke rücken in den Fokus, man lümmelt eher im Bett und schaut eine Serie, als auf der Couch. Die Wohnräume sind nicht mehr so stringent getrennt wie sie es früher einmal waren. Heute kann es durchaus mal passieren, dass alle Freunde zusammen im Bett liegen und einen Film schauen oder ein Spiel spielen.

Frau Dannemann, was haben Sie heute für eine Tasche dabei?

Anna Dannemann: *Lacht* Jetzt haben Sie mich. Allerdings schlafe ich auch in Christian Fischbacher Bettwäsche.

Christian Fischbacher ist eine bekannte Bettwäsche Marke?

Anna Dannemann: Absolut, Christian Fischbacher ist ein Schweizer Traditionsunternehmen, welches nächstes Jahr sein 200-jähriges Jubiläum feiert und im Bereich Heimtextilien zu den besten der Welt gehört. Christian Fischbacher ist einer der bekanntesten Hersteller im Bereich Bettwäsche, Vorhänge, Teppiche und Tapeten. Und wir sind stolz darauf, dass wir mittlerweile der größte Online Händler von Christian Fischbacher sind.

Sie haben ja nächstes Jahr auch ebenfalls ein Jubiläum. Erzählen Sie uns davon?

Maik Causemann: Sehr gerne, im nächsten Jahr feiern wir das 10-jährige Firmenjubiläum von Waesche-Kultur. Neben einer Riesensause bereiten wir einige spannende Aktionen für unsere Kunden vor.

