

Das **neue** Gesicht einer **uralten** Technik

Zweistelliges Wachstum dank Innovationen mit Metall und Textil

Es wäre wohl eine Untertreibung den Industriebau schmucklos zu nennen, in dem die Firma Carpet Concept ihren Sitz hat. Doch die ernüchternde Fassade täuscht: Am Rand von Bielefeld, annähernd in Rufweite zu JAB, werden Objekt-Bodenbeläge konzipiert, die alles andere als alltäglich wirken.

So unscheinbar ist der Eingang der Zentrale von Carpet Concept, dass ihn der Taxifahrer auf Anhieb nicht einmal findet. Im Treppenhaus geben Sinnsprüche von Aristoteles die Richtung vor: „Von der Qualität lässt sich das Wesentliche ableiten“, heißt es da, und eine Etage weiter steht Weiß auf Schwarz geschrieben: „Das Ziel ist es, was jedem Tun seinen Charakter verleiht“.

Der Geruch von gerauchten Zigarillos liegt im Büro des Firmengründers und Geschäftsführenden Gesellschafter Thomas Trenkamp in der Luft. An der Wand rechts vom Schreibtisch findet sich ein weiterer Spruch, diesmal nicht von Aristoteles. „Wer zur Quelle will, muss



Thomas Trenkamp und sein Christo: Der Gründer von Carpet Concept sammelt Bilder und Plakate.

gegen den Strom rudern“ steht über den Köpfen eines Ruderteams. Trenkamp hat das alte Plakat 1993, im Jahr der Gründung von Carpet Concept, ersteigert; im Gegen-den-Strom-Rudern hat er seitdem Erfahrungen sammeln können, wenn auch nicht als Einzelkämpfer: Bereits seit Dezember 1994 sitzt in Trenkamps Boot die Anstoetz-Familie als Gesellschafter.

Die Zusammenarbeit mit JAB scheint Carpet Concept nicht schlecht bekommen zu sein. Aus einer Firma mit ursprünglich acht Mitarbeitern ist eine mit inzwischen 42 geworden, dazu kommen Vertretungen im Ausland sowie mehr als fünfzig Mitarbeiter in der Thüringer Teppichfabrik in Münchensdorf, die ausschließlich für Trenkamp produziert. Das mittelständische Unternehmen ist seit 1995 auch räumlich in der Nähe von JAB angesiedelt. Nach einer Pause im Jahr 2002 konnte es im vergangenen Jahr erneut zweistellige Umsatzzuwächse vorweisen – ein in diesen Tagen ebenfalls nicht alltägliches Ergebnis.

Carpet Concept hat in den zurückliegenden Jahren immer wieder mit ebenso kreativen wie ungewöhnlichen Produkten auf sich aufmerksam gemacht. „Ich wollte nicht Teppich bunt machen“, erklärt Thomas Trenkamp, „sondern Produkte mit eindeutiger Aussage, die das Zeug zum Klassiker haben.“

Nach dem Webboden JEN und dem von dreidimensionalen Strukturen geprägten JAC kamen LYN mit Edelstahllegern, der transluzente Webteppichboden NET und, im Jahr 2002, schließlich TEC auf den Markt. Trenkamps Ansatz: Das traditionsreiche Handwerk des Webens soll bei Carpet Concept fortgeführt, aber mittels moderner Technik immer wieder neu interpretiert werden. So hat das Unternehmen zunächst ein glatt gewebtes Garn mit Edelstahlfäden entwickelt und mit TEC schließlich „das Handwerk auf den Kopf gestellt“: Hier glänzt, anders als üblich, das Polgarn mit Metalloptik, während das Flachgewebe seine Farbe im stabilen Bereich von Kette und Schuss erhält. Der unkonventionelle Einsatz von Metall ist für Carpet Concept inzwischen

Auch abgepasste Teppiche hat Carpet Concept im Programm. Die Anregung dazu, erklärt Thomas Trenkamp, sei von einer Bank gekommen, die sich so etwas für den Schalterraum gewünscht habe.



zu einer Art Markenzeichen geworden. „Die Technik“, erklärt Thomas Trenkamp, „ist uralte; damit müssen nur die passenden Produkte hergestellt werden, und im Webbereich lässt sich da einiges finden.“

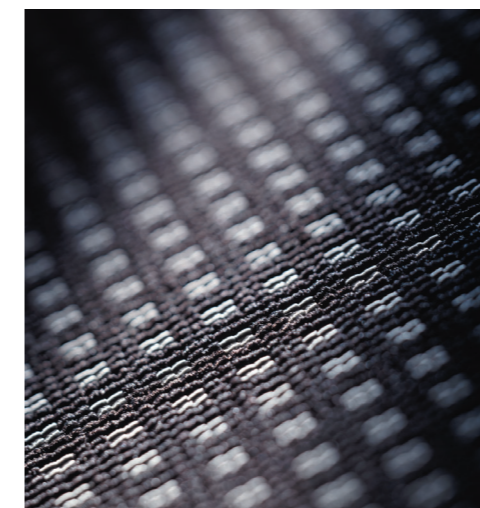
Die Produkte der Bielefelder basieren auf hohem technischen Know-how, dennoch ist der Gründer des Unternehmens kein Techniker: „Das denken immer alle“, sagt Trenkamp, „aber was das angeht bin ich Autodidakt.“ Der gelernte Kaufmann „mit Affinität zu Architektur und Design“ war einige Jahre Verkaufsleiter im Bereich Objekt. Carpet Concept wurde kurz nach der Gründung „nicht immer ernst genommen“, erinnert sich Trenkamp, „aber mit den ersten Innovationen hat man angefangen, uns als Konkurrenten anzusehen.“ Produkte für Architekten und

JAC, NET, JEN, LYN und TEC: Um sich eindeutig zu positionieren sollen die Namen der Produkte von Carpet Concept nie aus mehr als drei Buchstaben bestehen. „Die Namen denke ich mir erst ganz zum Schluss aus, das ist nicht so wie bei Kindern, wo man das vorher planen

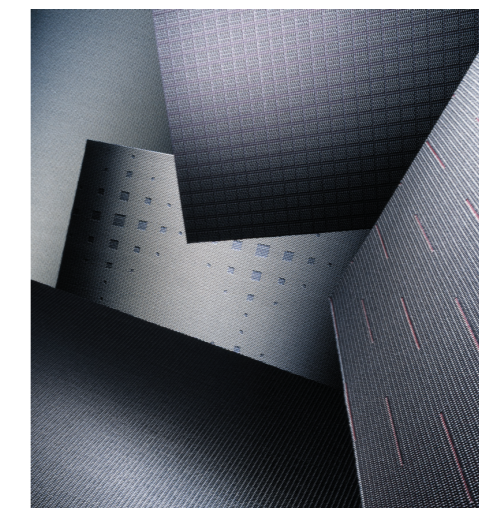
„eine Produktallianz“ eingehen sollen, wie Thomas Trenkamp sagt, führt ihn sein Weg unzählige Male in die Weberei. Wie soll, wie kann eine Idee überhaupt umgesetzt werden? „Auf dem Weg zum Produkt wird man fündig, zwangsläufig“, sagt Trenkamp, „da müssen Sie

»Ich wollte Produkte, die das Zeug zum Klassiker haben.«

Objekteure – diese Nische hat Carpet Concept von Anfang an besetzt, „und dort wollen wir die Besten sein“, sagt der Gründer. Dazu gehört seit 1995 die enge Zusammenarbeit mit Designern wie etwa Peter Maly oder Ubaldo Klug. 28 nationale und internationale Designpreise zeugen vom Erfolg des Konzepts.



Edelstahlfäden dominieren die Optik von NET, einem Webteppichboden in Metalloptik.



Jacquardgewebe mit hoher Fadendichte: Rund drei Jahre Entwicklungsarbeit stecken hinter TEC.

kann“, lacht Trenkamp. Schwanger gehen die Bielefelder mit ihren Ideen dennoch länger denn je: Während an LYN, bei dem zum ersten Mal Metall als musterbildendes Element zum Einsatz kam, rund anderthalb Jahre entwickelt wurde, brauchte TEC mit drei Jahren schon deutlich mehr Zeit. Wenn unterschiedliche Materia-

einen langen Atem haben und dürfen nicht schon nach der dritten Niederlage aufgeben.“

Wohin geht der Trend bei Carpet Concept? Zurück zu den Wurzeln, sagt der Unternehmensgründer. Die „absolute Coolness“, so Trenkamp, werde zunehmend in den Hintergrund treten, stattdessen werde der Mensch „wieder im Mittelpunkt“ stehen: „Ich glaube an eine textile Welle.“ Also eine Abkehr vom kühlen Stil? „Carpet Concept wird niemals plüschig sein“, sagt Trenkamp, aber „das Harte abfedern“ in einem Büro mit Wänden aus Sichtbeton und Glas bis zum Boden, „das kann ein textiler Teppichboden“. Und der müsse nicht zwangsläufig am Boden bleiben, sondern könne auch an der Wand und der Decke ein gutes Bild abgeben. Trenkamp setzt auf „solides Wachstum“. Viel wichtiger als die Menge sei es, das Niveau aus eigener Kraft zu halten und weiter zu entwickeln. „Ich möchte gar nicht fünf Millionen qm Webteppichboden im Jahr verkaufen“, sagt er – wie viel es im Moment ist, behält er für sich. Und fügt hinzu: „Ich will nicht der Größte werden, aber zu den Besten gehören.“ ■ ALEXANDER RADZIWIŁL



Thomas Trenkamp
Gesch.führender Gesellschafter

»Auf dem Weg zum Produkt wird man fündig, zwangsläufig.«

Carpet Concept

- Gegründet:** 1993 in Hannover
- Umsatz:** keine Angaben
- Standorte:** Firmensitz in Bielefeld, Produktion in Thüringen und der Schweiz
- Mitarbeiter:** 42 feste am Firmensitz, darüber hinaus 54 am Produktionsstandort
- Spektrum:** Objekt-Bodenbeläge: Designer-Kollektionen, Webteppichböden, Tufting, Nadelvlies, Glasboden

Weitere Infos: www.carpet-concept.de