

# Heimtex Star 2026

**Die besten  
Fachgeschäfte  
Konzepte  
Marketing-Ideen  
Events**





# PROJECT FLOORS

MELLOW WOODS COLLECTION.

Ruhige Holzdekore für eine unaufdringliche Raumgestaltung.

Zertifiziert nachhaltige und schadstofffreie Bodenbeläge  
für das Objekt und den privaten Wohnbereich. Alle Dekore zum Klicken, Kleben, als  
Fischgrät- oder Chevronformat erhältlich.



[www.project-floors.com](http://www.project-floors.com)

# Heimtex Star

**DIESES SONDERHEFT ZEIGT  
DIE KREATIVITÄT DER GESAMTEN BRANCHE.**



Die Portraits aller  
Heimtex Star-Gewinner  
im Internet lesen:

» [sn-home.de/heimtex-star](https://sn-home.de/heimtex-star)

■ Die Einweihungsfeier mit 700 Gästen. ■ Ein Podcast zum Thema Wohnen und Einrichten. ■ Engagement über den eigenen Betrieb hinaus für die Nachwuchsausbildung. ■ Der Umbau eines Fachmarkts mit 8.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche im laufenden Betrieb.

Das Spektrum der Preisträger beim Heimtex Star ist wieder einmal sehr breit. Der gemeinsame Nenner: Mut, Kreativität und der Instinkt für den richtigen Moment.

Es hat wieder Spaß gemacht, sich mit den Konzepten und den Menschen dahinter zu beschäftigen. Es war interessant zu hören, was die Jurymitglieder aus dem Kreis der Lieferanten und Kooperationen über die Kandidatinnen und Kandidaten zu sagen hatten – der Heimtex Star ist ein Preis aus der Branche für die Branche. Und zu diskutieren, welche der Leistungen denn nun wirklich vorbildlich sind. Unser Fazit: Auch diesmal hat es sich gelohnt.

Das werden Sie beim Lesen der Geschichten feststellen. Darin begegnen Sie Menschen, die in schwierigen Zeiten nicht in Wehklagen verfallen, sondern die Kundschaft mit neuen Ideen für sich gewinnen. Die neben ihren handwerklichen Fähigkeiten auf direkte Ansprache setzen, Nähe erzeugen, Vertrauen schaffen. Das kann im Jahr 2026 durchaus mit digitalen Hilfsmitteln geschehen, die Hörerinnen und Follower schließlich aber doch in den Laden führen, wo unsere Heimtex Stars mit ihrer Beratungskompetenz, ihren Produkten und Dienstleistungen auf sie warten. Handel und Handwerk gehen eben mit der Zeit.

Allen Preiskategorien haben wir das Wort „vorbildlich“ vorangestellt. Es drückt unsere Anerkennung für die herausragenden Leistungen aus. Und es ist ein Appell an Sie, liebe Leserinnen und Leser, sich von diesen Vorbildern inspirieren zu lassen.

# Heimtex Star 2026 – Inhalt

## Vorbildlicher Umbau

Klaiber + Heubach, Tübingen . . . . . 8

## Vorbildlicher Umbau

Knutzen Wohnen, Hamburg . . . . . 14

## Vorbildliches Marketing/Werbung

Wörner Raumausstattung, Pfullingen . . . . . 18

## Vorbildliche Ladengestaltung

Bauer Raum, Kürn . . . . . 22

## Vorbildlicher Generationswechsel

Reitz Lebensräume, Bergisch Gladbach . . . . . 28

## Vorbildliche Übernahme

Farben-Center Fallersleben,  
Wolfsburg-Fallersleben . . . . . 32

## Vorbildliche Übernahme

Oliver Wagner Inneneinrichtung, Hamburg . . . . . 38

## Vorbildlicher Ausbildungsbetrieb

Lindemann Wohnkultur, Bielefeld . . . . . 42

## Vorbildlicher Ausbildungsbetrieb

U. Leibbrand, Schorndorf . . . . . 46

## Vorbildliches Kundenevent

Betten- und Raumausstattung Knies, Darmstadt . . . 52

## Vorbildliches Kundenevent

Farben Bauer, Zeitlarn . . . . . 58

## Vorbildlicher Neubau

Ingo Wermbter Malerfachbetrieb,  
Bad Zwischenahn . . . . . 62

## Vorbildliche Sortimentserweiterung

MYR Deco & More, Esslingen . . . . . 68

## Vorbildliche Sortimentserweiterung

Lacolor-Schilling, Limeshain . . . . . 74

## Vorbildliche Neugründung

Raumausstattung Lang, Breitbrunn . . . . . 80

## Vorbildliche Nutzung sozialer Netzwerke

Pohle Raumgestaltung, Soest . . . . . 84

## Lebenswerk

Klaus Meffert,  
Vorstandsvorsitzender Meffert AG Farbwerke . . . . 88

## IMPRESSUM

Der „Heimtex Star 2026“ ist eine Sonderpublikation von BTH Heimtex und erscheint beim SN-Verlag Hamburg, An der Alster 21, 20099 Hamburg, [sn-home.de](mailto:sn-home.de), [bth@snfachpresse.de](mailto:bth@snfachpresse.de). Redaktion: Michael Steinert / Chefredakteur, Johanna Badorrek, Beate Boehm-Gawantka, Michaela Fischer, Heike Heel, Matthias Heilig, Cornelia Küsel, Thomas Pfnorr; Layout: Sven Mohr-Eggert

Genderschreibweisen: Um den Lesefluss nicht zu hemmen, wird in den Texten in der Regel die männliche Form gebraucht.

Die jeweilige Bezeichnung soll für jedes Geschlecht stehen und als neutraler Begriff verstanden werden.

Das Werk ist urheberrechtlich geschützt. Alle Rechte, insbesondere das Recht des Nachdrucks, der Wiedergabe in jeder Form und der Übersetzung in andere Sprachen behält sich der Verlag vor. Kein Teil dieses Heftes darf ohne schriftliche Genehmigung des Autors oder des Verlages verändert bzw. reproduziert werden. Dies gilt für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmung und die Einspeisung und Verwendung in elektronische Systeme sowie das Internet.

© 2026 SN-Verlag Hamburg



Entdecke Tytan

**100 % PVC-freier Klickboden,  
der Maßstäbe setzt!**

Scanne & entdecke  
diese PVC-freie  
Kollektion



# Heimtex Star 2026 Die Jury



## Die Sponsoren







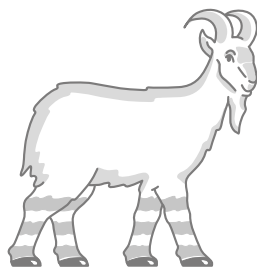
**ADO**  
GOLDKANTE

**rasch**

**marburg**  
www.marburg.com

**MHZ**  
LICHT. RAUM. LEBEN.

**MZE**  
NETZWERK WOHNKULTUR  
**RAUMDESIGN**



**tretford**  
TEPPICH

**best  
wool**

**PROJECT**  
FLOORS

**heimtextil**

**DAS/TEPPICH/WERK**

1 8 8 3

# Vom Fachgeschäft zum Objekteur – von Wagner zu Waldrich

Was 1948 in Ost-Berlin mit einem Malerfachgeschäft und Holzleim-Produktion begann, ist heute ein Objekteur in Hamburg. Dazwischen liegen diverse Neuanfänge, ein Großbrand, mutige Entscheidungen – und jetzt die „Vorbildliche Übernahme“ durch einen Mitarbeiter, die mit dem Heimtex Star 2026 ausgezeichnet wird.



Es hat alles gepasst, so dass Oliver Wagner sein Unternehmen Schritt für Schritt an Dustin Waldrich übergeben kann.

Noch sind sie beide Chefs – Oliver Wagner und Dustin Waldrich. Doch im Grunde ist der Staffstab längst übergeben. „Im Dezember 2022 habe ich 70 % meiner Anteile an Dustin abgegeben“, erzählt Wagner. Wir sitzen am langen Vollholztisch, an dem sonst Kunden beraten werden. Es war eine ruhige, harmonische Übergabe, da sind sich beide einig: der eine 61, der andere 39 Jahre alt. Auf die Frage, was sich verändert hat, sehen sie sich kurz an. „Jeder hat seine Stärken“, sagt Wagner. Der eine ist stark in der Kommunikation, der andere sorgt für Ruhe und behält die Übersicht – vieles ergänzt sich. Und vieles wird bewusst weitergeführt, zum Beispiel der offene Umgang mit den Mitarbeitenden, die Transparenz, die kurzen Wege. „Wir sind wie eine kleine Familie“, bemerkt Waldrich. „Das bleibt so. Auch der Name, der ist längst eine Marke.“

Größere Umstrukturierungen stünden gerade nicht an, erklären beide unisono, sie wür-

den solide dastehen. „Wir haben uns eine Nische erarbeitet, die wir gut bespielen“, sagt Oliver Wagner. Mit ihrem 17-köpfigen Team betreuen sie Privat- und Objektkunden. „Früher hatten wir mehr, heute sind es weniger, dafür aber anspruchsvollere Kunden, auch im Privatbereich. Statt um ein Zimmer geht es um komplette Wohnungen oder Häuser. Wir sind ein Bindeglied zwischen Innenarchitektur und Raumausstattung geworden“, fasst er zusammen.“ Schwerpunkte sind Bodenbeläge, Sicht- und Sonnenschutz. „Die Nachfrage nach Akustiklösungen wächst zurzeit stark“, ergänzt Dustin Waldrich. Einig sind sich die beiden allerdings auch darin, dass sie den Markt im Blick behalten müssen.

## WECHSELVOLLE FIRMENGESCHICHTE

Wachsamkeit, aber auch Flexibilität und Ideen trugen das Unternehmen durch die letzten



Der Name Oliver Wagner Inneneinrichtung wird bleiben, die Marke ist in Hamburg etabliert.





Seit den 1960er Jahren residiert das Unternehmen am Eppendorfer Weg.

Jahrzehnte. Seit dem ersten Geschäft in Ost-Berlin im Jahr 1948 erfolgten einige Transformationen. Wagners Stiefvater führte damals ein Malerfachgeschäft mit eigener Produktion des „Berliner Bären Leim“, einem weißen Holzleim. Das kleine Unternehmen exportierte sogar. Kurze vor dem Mauerbau floh die Familie nach Hamburg und begann dort von vorne mit „Tapeten Wagner“. In den 1960er-Jahren zogen sie in die heutigen Räume am Eppendorfer Weg 152: ein klassisches Fachgeschäft jener Zeit mit Tapeten, Farben und großem Lager. Später kam eine Filiale an der Wandsbeker Chaussee hinzu. Wagner lässt den Blick schweifen: „Dieser Teil war ein Süßwarenladen, der Durchbruch existierte damals noch nicht. Der vordere Teil war das Farben- und Tapetengeschäft. 400 Blätter Tapeten hatten wir auf Lager. Kreide und Gips wurden abgewogen – das war in den Ferien mein Job.“

Doch dann entdeckten die Baumärkte den Handel mit Tapeten, die Fachgeschäfte verschwanden und auch Tapeten Wagner drohte dieses Schicksal. Es war eine harte Zeit, eine Lösung musste her – und die war der damals 23-jährige Oliver Wagner. Er war nach einer Ausbildung bei Lackschmidt in Harburg als Kaufmann bereit für die Herausforderung – „aber weil ich so jung war, wollte uns keine Bank einen Kredit geben.“ Mit Unterstützung eines Unternehmensberaters gab die Hausbank schließlich doch grünes Licht – abgesichert durch alles, was der Stiefvater besaß, eine kleine Eigentumswohnung, seine Altersvorsorge. Der junge Wagner, der eigentlich mal Archäologie studieren wollte, stellte den

Betrieb konsequent um: Filiale schließen, Personal reduzieren, Firmenname ändern, die Ausrichtung weg vom Einzelhandel hin zum Dienstleister und Handwerksbetrieb. Böden wurden der neue Schwerpunkt, der Privatkundenbereich neu gedacht. 1988, nach nur einem halben Jahr, schrieb die Firma wieder schwarze Zahlen. Und die Marke „Oliver Wagner Inneneinrichtung“ war geboren.

Ein entscheidender Auftrag, der vieles erneut verändern sollte, kam von der Reederei Hapag Lloyd. „Dass sie uns damals das Vertrauen gaben, war Schicksal“, erzählt Wagner. „Sie hätten auch einen großen Betrieb nehmen können, aber die persönliche Betreuung durch den Inhaber machte den Unterschied.“



Das Angebot umfasst neben Boden- und Wandbelägen auch Stoffe, innenliegenden Sonnenschutz und Polsterei.



So hat es mir neulich erst ein Entscheider erzählt, der damals dabei war. Wir haben noch immer gute Kontakte.“ Mit Hapag Lloyd öffneten sich viele Türen: größere Projekte, gute Referenzen, Kontakte zu renommierten Architekturbüros. Ein Polstermeister kam hinzu; die Polsterei existiert bis heute im geringem Umfang.

Alles lief rund, bis 1998 das gesamte Geschäft ausbrannte – ausgelöst durch unsachgemäße Arbeiten im Keller. Der Schaden war enorm, die Unterstützung aus dem Viertel, von Großkunden, Lieferanten und Kollegen allerdings auch. „Das hat uns die Kraft gegeben, weiterzumachen“, erzählt Wagner. Die Räume wurden komplett umgestaltet. „Danach ➔





Ein Wandbild zeigt die Geschichte der Firma, die in Hamburg zunächst als Tapeten Wagner firmierte.

## OLIVER WAGNER INNENEINRICHTUNG IN KÜRZE

Oliver Wagner Inneneinrichtung GmbH  
Eppendorfer Weg 152  
20253 Hamburg  
Tel.: 040/4 22 58 58  
info@oliver-wagner-inneneinrichtung.de  
www.oliver-wagner-inneneinrichtung.de

**Geschäftsführende Gesellschafter:** Dustin Waldrich, Oliver Wagner  
**Gründung:** 1948  
**Verkaufsfläche:** 100 m<sup>2</sup>  
**Beschäftigte:** 17, inkl. 5 Auszubildende



„Lieblingsstücke für Lebensträume“ verspricht Oliver Wagner Inneneinrichtung seiner Kundschaft.

waren wir erneut ein anderer Betrieb“, wie Wagner resümiert, „wir konzentrierten uns ab sofort auf die Objektivierung.“

### ERST ENGLAND, DANN EPPENDORF

In den folgenden Jahren liefen die Geschäfte. Und es bahnte sich ein neuer Kontakt an: 2013 schickte Dustin Waldrich nach seiner Ausbildung zum Raumausstatter im Hotel Baseler Hof eine Initiativbewerbung an Oliver Wagner. Heimlich, wie er erzählt: „Ich wollte nicht, dass meine Mutter etwas sagt und Druck entsteht. Sie und Olli kennen sich nämlich seit der Schulzeit.“ Damals wurde allerdings niemand gesucht, es kam eine freundliche Absage. So verfolgte Waldrich andere Pläne, ging mit seiner Frau nach England und machte sich dort als Handwerker selbständig. Im Baseler Hof hatte er schon früh eigenständig arbeiten können, diese Erfahrungen kamen ihm nun zugute.

Kurz bevor das Paar nach Deutschland zurückkehrte, rief seine Mutter an und wollte wissen, ob er sich bei Oliver Wagner beworben hätte – mittlerweile suchte das Unternehmen. „Ich war bei Durchsicht der archivierten Bewerbungen auf den Namen Waldrich gestoßen“, erzählt Oliver Wagner. Die heimliche Bewerbung war aufgefliegen.

2017 kam es dann endlich zum Bewerbungsgespräch. Es fiel auch schon der leise Hinweis, dass der Betrieb irgendwann übernommen werden könnte. „Meine Idee war es immer, dass mit 60 Jahren die Übergabe geklärt sein muss“, so Wagner. Darauf arbeitete er hin, wo-

bei die erste Kandidatin nicht passte. Bei Dustin Waldrich war es zum Glück anders. Er begann zunächst als Raumausstatter, bekam Schritt für Schritt mehr Verantwortung, übernahm schließlich Baustellenleitungen – und 2022 im Dezember dann 70 % der Firmenanteile.

### UNTERSTÜTZUNG VON DER HANDWERKSKAMMER

Auf diesem Weg wurden Wagner und Waldrich unterstützt von den Nachfolgelotsen der Handwerkskammer Hamburg. „2020 haben wir uns an die Kammer gewandt“, erzählt Oliver Wagner. „Die Nachfolgelotsen erläuterten uns die verschiedenen Möglichkeiten der Übernahme, ihre Vor- und Nachteile. Der Betriebswert wurde fair nach dem AHW-Standard ermittelt. Grundlage dafür ist das Ertragswertverfahren, das auf die Verhältnisse handwerklicher Betriebe zugeschnitten ist.“ Dustin Waldrich ergänzt: „Ich wurde bei der Erstellung des Businessplans und den ersten Gesprächen mit den Banken begleitet. Auch die Unterstützung beim Antrag für ein von der KfW-Bank abgesichertes Darlehen war Gold wert. Dadurch wurden die Chancen und Konditionen nochmal besser.“

### HERAUSFORDERUNGEN ANDERER ART

Alles in allem lief der Prozess für beide Seiten transparent, sicher und in geordneten Bahnen ab. Waldrich weiß, dass dieser Start ein anderer war als der von Oliver Wagner – nicht nur wegen der vorbildlichen und verantwortungsbewussten Übergabe. „Ich setze mich ins gemachte Nest“, stellt er schlicht fest. Was nicht heißt, dass es keine Herausforderungen gebe. „Sie werden andere sein, Bürokratie und Fachkräftemangel zum Beispiel. Auch die Verantwortung, den Betrieb langsam weiterzuentwickeln, bleibt natürlich bestehen“, sagt er.

Damit kommen wir nun doch noch mal auf eine kleine anstehende Veränderung: Die Außenfassade wird bald tapeziert. „Es war gar nicht so leicht, das durchzusetzen, wir brauchten tatsächlich eine Baugenehmigung“, so Junior- und Senior-Chef mit einem Kopfschütteln und in Vorfreude auf das ungewöhnliche Projekt.

Johanna Badorrek