

Die hohe Kunst der kleinen Zierde

Fransen, Quasten und Borten: Seit 1900 werden sie in Frankfurt hergestellt

Das Wort Posamenten leitet sich vom französischen *pasement* ab und bezeichnet sämtliche Besatzartikel wie Quasten, Fransen, Borten und Kordeln. Raumausstatter wissen das. Wenn Lars Kuhlemann allerdings Branchenfremden erklärt, was er macht, kommt er mit dem Begriff Posamenten nicht sehr weit.

„Den kennen die wenigsten Leute. Das Wort Posamenten ist heute einfach nicht mehr gebräuchlich“, sagt der Urenkel des Firmengründers Julius Scheuerle. Seit zehn Jahren ist Kuhlemann Geschäftsführer und alleiniger Gesellschafter der Julius Scheuerle GmbH. Das Frankfurter Familienunternehmen kann auf mehr als hundert Jahre Erfahrung in der Herstellung von Posamenten zurückblicken.

Gemeinsam mit fünf Mitarbeitern werden im Stadtteil Sossenheim auch heute noch Borten, Quasten, Fransen und Seile produziert. Ein großer Teil davon entsteht als Sonderan-



Jeder Platz wird genutzt: Posamenten-Fertigung mit viel Handarbeit bei der Julius Scheuerle GmbH.

fertigung für Raumausstatter, Objekteure und Dekorateur. Hinzu kommt inzwischen der Handel mit industriell gefertigter Ware.

Die Möbel- und Dekorations-Posamenten sind in mehreren hundert Farben erhältlich und werden oft individuell nach Stoffmustern passend nach Kundenvorlage produziert. Die zum vorgegebenen Stoff passende Farbe der Borte bestimmt hier nicht etwa ein Computerprogramm, sondern das geschulte Auge.

Lars Kuhlemann hat all sein Wissen über das Posamentenherstellen von seinem Vater. Für den studierten Betriebswirtschaftler und Diplomkaufmann war nicht von Anfang an klar, dass er einmal das elterliche Unternehmen leiten würde: „In den achtziger Jahren ging es der Firma nicht gut. Meine Eltern haben eigentlich damit gerechnet, dass der Betrieb mit ihrem Ausscheiden nicht weiter existieren würde. Irgendwann hatte ich mich aber dazu entschlossen, weiterzumachen. Ich wollte lieber selbständig als in einem Großunternehmen tätig sein. Heute bin ich für alles

zuständig, von der Werbung über den Verkauf und die Gestaltung der Produkte bis zu unserem Internet-Auftritt. Diesen Schritt habe ich nie bereut – die Selbständigkeit ist schon mein Ding“, sagt der Firmenchef.

Nur noch eine Handvoll Betriebe in Deutschland produziert noch so: in Kleinserien oder als Einzelauftrag nach traditioneller Methode. Die wenigen noch verbliebenen Hersteller sind heute hoch spezialisiert – und sie kooperieren meist miteinander. Scheuerle etwa kann auf einen Maschinenpark blicken, der zum Teil aus Vorkriegszeiten stammt. Das bedeutet: Vom Schnurdrehrad über die Häkelgalonmaschine bis zum Nadelbandwebstuhl müssen die Frankfurter jeden Apparat genau kennen, einrichten und bei Bedarf meist auch selbst reparieren können.

Auch wenn immer wieder Designer versucht haben, Posamenten neu zu erfinden und die Produkte auch für jüngere Kunden interessant zu machen – bei Quasten und Borten denken viele zuerst einmal an eine etwas ältere Kund-



Lars Kuhlemann

Geschäftsführender Gesellschafter

»Den Schritt in die Selbständigkeit habe ich nie bereut.«

Scheuerle GmbH

Gegründet: 1900 durch Julius Scheuerle in Frankfurt als Manufaktur

Umsatz: rund 350.000 Euro

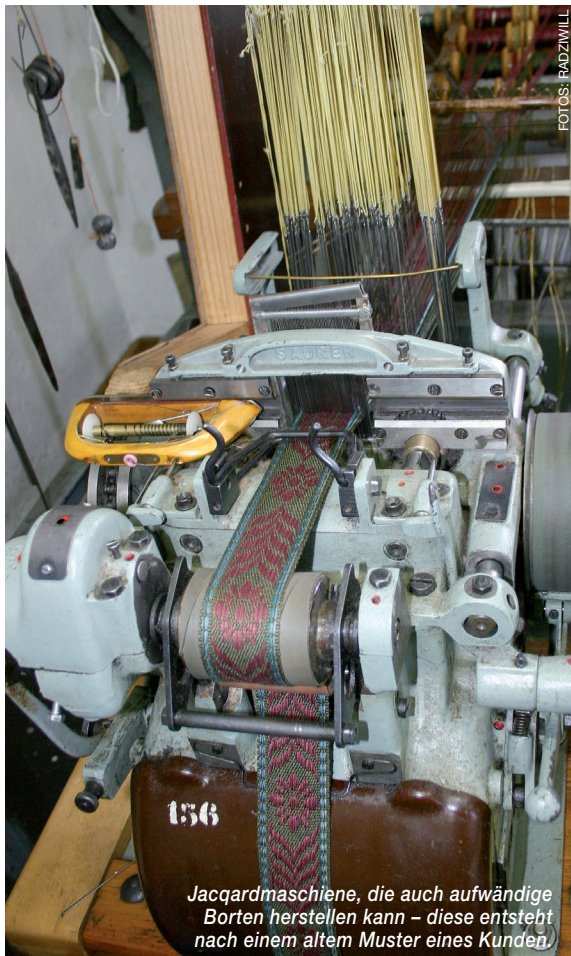
Eigentümer: in vierter Generation in Familienbesitz

Vertrieb: Beratung, Verkauf und Versand an Raumausstatter, Polsterer, Dekorateur etc. von Frankfurt aus

Mitarbeiter: fünf

Spektrum: Borten, Quasten, Fransen, Kordeln, Seile etc. individuell in Einzel- und Kleinserienfertigung, Handelsware

Weitere Infos: www.posamentengalerie.de



Jacquardmaschine, die auch aufwändige Borten herstellen kann – diese entsteht nach einem altem Muster eines Kunden.



Zum Spektrum von Scheuerle gehören auch Miniaturquasten, hier als Anhänger für Holzschatullen.



Quasten mit tausenden von Fäden dienen als Abschluss bei Absperrseilen etwa in Museen.



Einige der rund zwanzig Maschinen bei Scheuerle stammen noch aus der Vorkriegszeit – und bis heute laufen sie dank ständiger Wartung präzise.

schaft. „Das ist wohl so“, sagt Kuhlemann, „wobei wir die Endkunden aber kaum je sehen. Es sind aber auch viele jüngere darunter, die modernere Einrichtungen mit Quasten garnieren. Viele lassen auch alte Erbstücke aufarbeiten, und da kommen dann Posamenten wie vor hundert Jahren wieder mit dran“, berichtet der 42-Jährige. Statt auf Kork, Federn oder Glassteinchen, wie sie etwa auf der Heimtextil im Januar zu sehen waren, setzt Scheuerle Posamenten auf eher traditionelle Formen. Diese sind bei den Frankfurtern auch in deutlich schlichteren Varianten für moderne Einrichtungen zu haben.

Das ist unser wichtigster Weg, die Produkte bekannt zu halten. Direkte Werbung zum Endkunden können wir nicht leisten.“

Die meisten Aufträge des kleinen Unternehmens spielen sich im zwei- bis dreistelligen Bereich ab – zwei Quasten oder zwanzig Meter Stengelfranse. Eher selten bestellt ein Scheich Posamenten für seine Villa in Marbella. 95 Prozent seiner Neukunden finden den Weg zu Kuhlemann heute über das Internet. Dort gibt es zwar keine richtige Shop-Funktion, aber immerhin einen ausführlichen Katalog mit vielen Bildern und Texten rund um das Unternehmen und seine Produkte.

gelfransen und Kordelraffhalter zum Beispiel werden ausschließlich individuell gefertigt, Quasten und Absperrseile überwiegend, meist passend zu einem Logo oder der Firmenfarbe. Die Frankfurter beliefern einige kleinere Mittelständler, die Polstermöbel produzieren. Die meisten Kunden kommen aus dem Handwerk.

In den letzten zwei Jahren kamen viele internationale Kunden hinzu, etwa aus Österreich, der Schweiz, Schweden, Holland und Belgien. „Wir beliefern auch deutsche Großhändler, aber kaum Stoffverlage, denn das ist vom Volumen her zu groß für uns. Dazu hätten wir uns räumlich und personell verdreifachen

»Ich erkenne Posamenten, die von uns hergestellt worden sind.«

Da die Generation, die Posamenten heute kennt und schätzt, irgendwann nicht mehr da sein wird, versucht das Unternehmen ständig, neue Kunden an die Produkte heranzuführen. Wie aber kann der Endverbraucher für Quasten, Borten und Schnüre begeistert werden?

„Für uns ist das schwierig“, räumt Kuhlemann ein. „Wir machen zum Beispiel Führungen mit Meisterschulen, um die Sachen bekannt zu halten, damit sie auch eine jüngere Generation von Raumausstattern kennenlernt. Wenn die selber sehen, wie wir arbeiten, können sie sich Posamenten beim Kunden oder im Schaufenster vielleicht besser vorstellen.“

Individualität und Detailtreue der Ware gegenüber den Kundenvorlagen sind Markenzeichen von Scheuerle. „Ich erkenne Posamenten, die von uns sind; das passiert mir oft, entweder zufällig in Hotels, Museen, oder Schlössern, aber auch in der Spielbank Bad Homburg oder in der Alten Oper Frankfurt, wo ich weiß, dass wir die Sachen gemacht haben“, sagt Lars Kuhlemann.

Fast alles, was bei Julius Scheuerle entsteht, wird aus Viskose, also natürlicher Kunstfaser aus Zellulose, gefertigt. Dem Umsatz nach halten sich Serienprodukte und Sonderanfertigungen etwa die Waage – Sten-

müssen, das wollte ich nicht. Ich wollte uns nie in Abhängigkeit von wenigen großen Kunden bringen“, sagt Lars Kuhlemann.

Wie geht es weiter mit Scheuerle? „Die Branche stirbt seit über hundert Jahren“, meint der Firmenchef. „Man muss sich nur ansehen, wie viele Betriebe es früher gab und heute gibt. Es ist wichtig, sich in den existierenden Nischen zu positionieren und zu behaupten. Wie das in zwanzig Jahren aussieht, kann man nicht wissen. Man muss sehen, dass man das gesamte betriebswirtschaftliche Repertoire nutzt und die Kosten im Griff behält.“ ■

ALEXANDER RADZIWIŁŁ