

## Jakobs DMV: Immer eine gute Figur

■ Jeder kennt sie, aber erkennen soll man sie nicht. „Eine gute Schaufensterpuppe erkennt man daran, dass man sie nicht wahrnimmt“, betont Heinrich Jakobs,

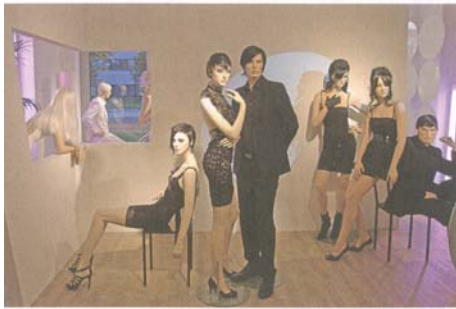


Foto: Jakobs DMV

Geschäftsführer der Jakobs DMV GmbH & Co. KG. Das Oberhausener Unternehmen ist Anbieter von Schaufensterfiguren und Shop-Design – vom Strumpf Bein bis zur Perücke, vom Torso bis zur hochwertigen Deko-Schneiderbüste findet sich hier alles rund um die Schaufensterausstattung. Bereits seit über 30 Jahren ist Jakobs im Geschäft aktiv, das durch den Einstieg seines Sohnes Thomas mittlerweile ein echter Familienbetrieb geworden ist. Im Jahr 2003 haben sie den großzügigen Showroom an der Centroatlee bezogen.

Das Kerngeschäft des Unternehmens gliedert sich in drei Schwerpunkte: Zum einen werden mit „Window Mannequins“ Schaufenster-Figuren jeglicher Art angeboten. Mal realistisch, mal abstrakt oder auch headless – Farben, Formen und Ausstattung sind aus rund

37 verschiedenen Kollektionen frei wählbar. Neu im Sortiment sind auch sog. Minifiguren. Die nur rund 60 cm großen Schaufensterpuppen werden individuell angefertigt und stehen ihren großen Vorbildern in nichts nach. Zudem ist das Alu-Shop-System Teil der Produktpalette. Das Präsentationssystem ist als Baukastensystem individuell zusammenstellbar und leicht aufzubauen. „Insbesondere für temporäre Präsentationen sehr geeignet“, unterstreicht Thomas Jakobs. Zudem runden Torsen und hochwertige Schneiderbüsten das Sortiment der Oberhausener ab. Lagerkapazitäten werden in Oberhausen u. a. für den Reparaturservice wie auch für Aufträge vorgehalten. „Hier geht jedoch der Trend immer mehr zur direkten Belieferung des Kunden“, so der Junior-Chef.

„Qualität ist unser oberstes Ziel“, sagt Heinrich Jakobs zur Firmenphilosophie. „Wir legen größten Wert auf hochwertige Produkte und eine ausführliche Beratung“. Zum langjährigen Kundenstamm zählen viele namhafte Unternehmen aus ganz Deutschland. Die Figuren fänden sich aber oftmals in aller Welt in den Filialen der jeweiligen Marken wieder. Ein Muss, so die beiden Geschäftsführer, ist alle 3 Jahre die Teilnahme an der Euro Shop – der internationalen Fachmesse für Ladenbau. „Hier werden die Trends für die kommende Saison gesetzt“, sind sich Vater und Sohn einig.

[www.jakobs-dmv.de](http://www.jakobs-dmv.de)