

Imagewechsel

DAS GESCHÄFT ALS KUNDENDIENST-ZENTRUM

Nach etwa 17 Jahren entschlossen sich Anke und Andreas Mählen, die alte Einrichtung von „Floristik und Gärtnerei Mählen“ im sauerländischen Attendorn zu ersetzen. Und wollten damit auch den Imagewechsel eindeutig sichtbar machen – weg von der ehemaligen Friedhofsgärtnerei hin zum gehobenen Floristikfachgeschäft und Friedhofsdienstleister.

Text: Gerlinde Witt, Overath Fotos: Mählen, Witt



Barrierefrei, übersichtlich, flexibel – das waren die Kriterien, die für die neue Ladeneinrichtung von „Floristik und Gärtnerei Mählen“ gefordert waren. Entstanden ist ein großzügiger, heller und luftiger Verkaufsraum mit schlichten, geometrischen Elementen und weichen, fließenden Formen in dezenten Farben. Die Einrichtung lässt viel Raum für Beratung. „Das Blumengeschäft ist wie ein Aushängeschild für den Betrieb. Wir sehen es mittlerweile als Kundendienst-

Zentrum“, erklärt Andreas Mählen, der Gärtnerei und Blumengeschäft vom Vater übernahm. Vor etwa 30 Jahren wurde der Betrieb gegründet, seit der Umsiedlung 1982 liegt der Betrieb in unmittelbarer Nachbarschaft zum Attendorfer Waldfriedhof. Nun wurde es Zeit für Veränderung, denn inzwischen erschwerten die düster wirkenden Regale Beratung und Abverkauf, und die Arbeitsfläche der damaligen Theke war für die Floristikbelange viel zu klein geworden. „Wir hatten

schon vor zehn Jahren den Ladenumbau auf unserer Agenda stehen“, so der Gärtnermeister. „Aber erst 2013 – im zweiten Anlauf – haben wir das Vorhaben mit Matthias Golze umgesetzt.“

Eine derart lange Zeit bis zur Modernisierung ist in der Branche nicht ungewöhnlich. „Während Geschäfte in unmittelbarer Nähe zum Bahnhof oder in Bahnhofsgebäuden gezwungen sind, alle sieben bis acht Jahre ihr Bild komplett zu verändern, braucht es ansonsten 15 bis 20 Jahre, bis



Zu Zehnt präsentiert sich das Team. Fünf Mitarbeiter unterstützen Anke und Andreas Mählen in der Floristik, drei auf dem Friedhof.

Wände und Decken sind in dezentem Weiß gehalten, der neue rutschfeste Hart-PVC-Bodenbelag vermittelt in einem rustikalen Holzdekor Wohnlichkeit. Lediglich drei schlichte beleuchtete Wandregale aus Edelstahl mit Glasböden präsentieren hochwertige Keramik und Karten und bieten Platz für Floristikbedarf wie Schleifen, Bänder und Kerzen. Pflanzen und Blumen werden zurückhaltend und stark reduziert auf Säulen, in Kübeln und auf mobilen Elementen präsentiert. Fertigsträuße gibt es in drei Preisklassen.

Eine abgeteilte Sitzzecke mit Lederschwingern und rundem Tisch lässt eine ungestörte Kundenberatung zu.



Die Elemente setzen sich aus tragenden und liegenden Teilen zusammen, ohne schwer zu wirken. Dafür sorgen „schwebende“ Deckplatten, die sich bei Bedarf abnehmen und austauschen lassen. Schattenfugen sorgen für den entsprechenden Effekt.

„So wie Multi-Sizing bereits aus dem Gaststättenbereich bekannt ist, haben wir uns für verschiedene Formate entschieden, die verschachtelt und kombiniert werden können“, erläutert Matthias Golze. „Sideboards, Hocker, Tische, Säulen, lang, kurz, quadratisch.“ Das Design ist schlicht, funktional und modern. Farbgebung und Material wurden bewusst begrenzt – grau, schwarz, Schieferdekor, Edelstahl.

Drei austauschbare Wechselrahmen – zurzeit wird auf die Frischegarantie aufmerksam gemacht – sowie ein Bildschirm, jeweils platziert auf einer farblich abgestimmten Platte, informieren die Kunden über das Leistungsspektrum des Betriebs und ermöglichen die Werbung in eigener Sache.



Das Geschäft hat eine Verkaufsfläche von etwa 45 m², das Gewächshaus ist etwa 110 m² groß. Für den Bideraum kommen 40 m², für das Kühlhaus weitere 16 m² hinzu.

Im Verkaufsgewächshaus sorgen Holztische mit Glasplatten und Holzpodeste sowie Stoffbanner für eine wohnliche Atmosphäre.

mal etwas Neues passiert“, weiß der Innenarchitekt und Verkaufsleiter bei Schneider Golze Ladenbau.

Dafür ging der Umbau bei Mählen dann umso schneller und lag mit fünf Wochen – vom 2. Januar bis 14. Februar – absolut im Plan. „Der Winter war für uns die einzig mögliche Zeit zur Veränderung unseres Verkaufsraums“, erläutert Anke Mählen. „Während dessen ging der Betrieb im angrenzenden Verkaufsgewächshaus weiter. Wir wollten die neuen Räumlichkeiten unbedingt zum Valentinstag eröffnen.“

Im Vordergrund: Beratung und Kommunikation

Im neuen Geschäft liegt der Schwerpunkt auf Beratung. Die abgehängten Deckenlampen, der bei Nässe rutschige Fliesenboden und die rustikalen Regalkonstruktionen hatten im Geschäft ausgedient, aber ein Teil der Holzregale steht noch in Kombination mit neuen mobilen Elementen im Verkaufsgewächshaus: Sie sorgen dort für eine angenehme, wohnliche Atmosphäre. „Solide Festeinbauten gehören der Vergangenheit an. Was vor 20 Jahren modern war, wirkt heute düster und beengt“, erklärt Matthias Golze.

Hier galt es, die Statik aufzubrechen – mit luftigen, großzügigen Elementen. Zudem wollten die Eheleute Mählen ihre Kunden in den Mittelpunkt stellen und Kommunikation zulassen. „Der neue geschwungene große Verkaufstresen spielt nunmehr eine wichtige Rolle. Hier können Menschen ins Gespräch kommen. Denn im Vordergrund soll die Beratung stehen.“ Und er verbindet auf harmonische Weise das Geschäft mit dem Arbeitsraum, fungiert als „Riegel“ vor Büro und Wirtschaftsräumen.

Die neue Möblierung orientiert sich an den geometrischen Grundstrukturen und -formen wie man sie beispielsweise an einer Brücke findet. „Gerade dieses solide



Element vermittelt den Kunden unbewusst Sicherheit, was wiederum dem Fachgeschäft zugute kommt“, weiß Matthias Golze. „Die Kunden spüren, dass es sich um einen beständigen Betrieb handelt, keine Eintagsfliege, die in kurzer Zeit wieder verschwunden ist.“ Das sei insbesondere für Kunden wichtig, die eine Dauergrabpflege vergeben wollen.

Austausch in der Erfa-Gruppe

Bei der Einrichtung sollten zudem Nachhaltigkeit und Wirtschaftlichkeit nicht vernachlässigt werden. Die Beleuchtung zum Beispiel wurde komplett auf LED umgestellt – sowohl die Deckenlampen als auch die indirekte Regalbeleuchtung.

Als Mitglied einer Erfa-Gruppe nimmt Andreas Mählen bereits seit 17 Jahren an Betriebsvergleichen teil und tauscht sich

mit anderen Betriebsinhabern erfolgreich aus. Dabei geht es um ganz unterschiedliche Themen. „Seit mehreren Jahren nutzen wir ein EDV-System von Terra Data – anfangs zum Nadeln und Lasern unserer Schleifen, dann kam das ‘X5. Kassensystem’ hinzu, 2013 dann ‘X5. Fried’ mit allen wichtigen Lizenzen und seit diesem Jahr das Warenwirtschaftssystem“, so der Gärtnermeister. „Mein Kassenbuch kann ich jetzt auf Knopfdruck abrufen.“

Das Computersystem ermöglicht auch Direktwerbung über den Kundenstamm. „So können wir unsere Kunden zum Beispiel persönlich zu unserer Hochzeitsmesse auf Burg Schnellenberg im Herbst oder zur Adventswoche einladen“, sagt die gelernte Bürokauffrau Anke Mählen. Beim Burghotel gilt der Betrieb als „Hoflieferant“. Und so machen Hochzeiten mittlerweile etwa 10% des Gesamtumsatzes aus. ■