

Anders sein als andere!

DER KUNDE AUF DER SUCHE NACH ERLEBNISSEN

Hier zeigt Matthias Golze einen Laden, der Ende Mai eingerichtet und Anfang Juni eröffnet werden soll. Er kann als Geschäft genutzt oder als Location vermietet werden. Die Möbel auf Rollen können nach dem Baukasten-Prinzip umgenutzt werden.

Wie die Schere und der Wickeldraht in der Floristik ist die Einrichtung immer nur Werkzeug“, sagt Innenarchitekt Matthias Golze. Bevor man sich für eine Einrichtung entscheidet, muss man sich grundsätzlich fragen, wie man vom Kunden wahrgenommen werden möchte.

Informationen und Abbildungen: Matthias Golze, Ludwigsburg



Die Einkaufsmöglichkeiten im Internet führen zu großen Veränderungen im Kundenverhalten. Wie muss sich der Fachhandel präsentieren, damit er attraktiv bleibt? Bei der Antwort von Matthias Golze fließen Erfahrungen aus anderen Branchen ein: „Für den modernen Menschen sind drei Plätze wichtig: sein Zuhause, sein Arbeitsplatz und ein Ort, wo er sich gerne aufhält und Unterhaltung sucht.“ Auf dieser Ebene ergeben sich Chancen für den Einzelhandel, denn das Internet ist eindeutig im Vorteil, wenn es um Produktvielfalt und Preisgestaltung geht, bietet aber keine Emotionen. Die persönliche Ansprache fehlt und der Kunde kann nichts anfassen, riechen, erleben. Im Fachhandel dagegen kann der Kunde die Qualität und Anmutung von Produkten spüren. Wenn man ihn nicht daran hindert. „Man sollte die Kunden ermutigen, wie Kinder unterwegs zu sein“, sagt der Innenarchitekt. „Sie wollen Dinge anfassen, an Blüten riechen, selbst aktiv werden.“ Deshalb sollte die Waren-

präsentation nicht zu schön sein. Sonst trauen sich die Kunden nicht, Produkte rauszunehmen und auch mal selbst Gefäß-Pflanzen-Kombinationen auszuprobieren. „Es geht nicht um Bedarfsdeckung, sondern um Sehnsucht“, so Matthias Golze. „Wer kauft sich noch einen Mantel, weil er friert. Man möchte gesehen werden, etwas erleben, sich bespaßen lassen.“

Alles ist nichts ohne die Personen dahinter

Aus dem Bereich Hofläden weiß er, dass ein Streichelzoo heute viel zu wenig ist. Da werden zum Beispiel Betriebe um ein Café oder Ferienwohnungen erweitert, wenn die Tochter Konditormeisterin oder Hotelfachfrau ist. Wenn Qualität und Service perfekt sind, spricht sich das herum. „Man muss anders sein als andere.“ Zuden dürfe man nie aufhören, in Marketing und Außenwirkung zu investieren. Vorher aber müsse man die Frage beantworten, wo man seinen Platz sieht. Was

erwartet der Kunde von mir? In welcher Preisliga spiele ich? Je nach Antwort wird sich das Erscheinungsbild unterscheiden, weil die Kunden andere Erwartungen an Einrichtung, Kleidung, Qualität und Produktauswahl haben. Die Entscheidung, wie ein Geschäft eingerichtet wird, sollte also erst fallen, wenn die grundsätzlichen Überlegungen abgeschlossen sind.

Noch einen Punkt spricht Matthias Golze an: „Es geht nicht ohne Werkzeug, aber alles ist nichts ohne die Personen dahinter.“ Sprich, ob sich die Kunden wohl fühlen, hängt ganz wesentlich vom Personal ab, von der Freundlichkeit und Kompetenz der Mitarbeiter. „Menschen werden entscheidender und das ist eine große Chance für Familienbetriebe“, ist Matthias Golze überzeugt. ■■

Nähere Infos und Kontakt: Matthias Golze, Ludwigsburg Tel. 07141/7975575, www.matthiasgolze.de

