Coach gibt dem Einzelhandel Impulse

Unternehmensberater Daniel Schnödt zieht positive Bilanz der Analyse und sieht die Stadt in der Pflicht

VON SEDA HAGEMANN

Neue Ideen: Unternehmensberater Daniel Schnödt spricht mit Michaela Uffelmann, Inhaberin des Blumengeschäftes "Töberich" an der Neuen Torstraße, über einige Verbesserungsvorschläge in ihrem Laden. | Foto: Seda Hagemann

Wie kann der Einzelhandel in Blomberg attraktiver werden? Unternehmensberater Daniel Schnödt hat 15 Geschäfte in der Nelkenstadt unter die Lupe genommen. Die LZ begleitete ihn beim "Store-Check".

Blomberg. Floristenmeisterin Michaela Uffelmann wirkt etwas angespannt. Ihr gegenüber am kleinen Tisch neben der Theke, an dem sie normalerweise über floralen Hochzeitsschmuck oder angemessene Trauergestecke redet, sitzt heute Unternehmensberater Daniel Schnödt. Dieses Mal stellt er die Fragen. Ohne Umschweife will er von ihr ihren Jahresumsatz, die Größe der Räumlichkeiten und Näheres über ihren Arbeitsalltag wissen. Die Inhaberin des Blumengeschäfts "Töberich" gerät anfangs ins Stocken, entscheidet sich aber dafür, alle Fakten auf den Tisch zu legen.

"Ich will eine objektive und professionelle Meinung zu meinem Geschäft. Deshalb habe ich diesem 'Store-Check' zugestimmt", erzählt sie im Gespräch. Die Aktion ist Teil des Nelke-küsst-Tulpe-Projektes der Stadt und des Marketingvereins. Alle Einzelhändler im Ort wurden angesprochen - 15 Geschäfte nahmen daran teil.

Bevor er das Gespräch mit der Inhaberin führt, macht Schnödt zunächst eine Bestandsaufnahme, schaut sich den Thekenbereich genau an, inspiziert Schaufenster und die Dekoration. Er schaut sich in Ruhe in dem 60 Quadratmeter großen Laden um, sucht nach Fehlerquellen, bewertet gleichzeitig Aufbau, Struktur und die Präsentation des Sortiments. Sein Urteil zaubert ein Lächeln auf das Gesicht der Inhaberin. "Unter den gegebenen Umständen wüsste ich nicht, was Sie hier verbessern könnten", sagt er ihr. "Alle Geschäfte, die ich in Blomberg bisher gesehen habe sind ordentlich und sauber. Das ist für 95 Prozent der Kunden ein Grund, wieder hier einzukaufen", zieht er eine positives Zwischenbilanz.

Dennoch hat er Verbesserungsvorschläge in petto. "Sie sollten langfristig über einen Austausch der Möbel nachdenken", sagt er, "die sind einfach zu alt." Auch die Farbe an den Wänden gefällt dem Unternehmensberater nicht. "Ist das etwa Blomberg-Beige?", fragt er provokant. "Sie haben das Beste aus dem Geschäft rausgeholt, weitere Projekte wären nur durch eine größere Investition zu realisieren", regt Schnödt an. Das sieht die Inhaberin ähnlich, aber auch die Geldsumme, die dahinter steht. "Darüber muss ich erst nachdenken. Aber einen Teilbereich des Ladens will ich umgestalten", zeigt sich Michaela Uffelmann bereit für Veränderungen.

Daniel Schnödt ist hier fertig mit seiner Arbeit und freut sich, Impulse mit auf den Weg gegeben zu haben. Auf die Frage, wie er die Situation des Einzelhandels in Blomberg einschätze, antwortet er: "Hier fehlt ein Anziehungspunkt. Ein großes Textilhaus oder eine Parfümerie zum Beispiel." Eine Lösung hat der Berater nicht parat. "Einen großen bekannten Filialisten werden Sie hier nicht hinbekommen, dafür ist die Stadt zu klein, aber genau den brauchen Sie, damit mehr Menschen in die Stadt kommen. Die Katze beißt sich in den Schwanz."

Der Einzelhandel selbst könne dabei nur wenig tun. "Es liegt bei der Stadt, hier mehr Menschen hinzulocken", sagt er. Aber wie? Schnödt überlegt kurz, betrachtet den Marktplatz. "Zunächst einmal würde ich mir Gedanken über die Bestuhlung in der Außengastronomie machen. Die ist uneinheitlich und sieht nicht schön aus." Außerdem müsse die Stadt mehr Plätze schaffen, die einen Erholungswert für Besucher bieten. "Auf dem Marktplatz fehlen Informationstafeln mit Angeboten der Stadt. Der Pideritplatz wäre ein schöner Anlaufpunkt, ist aber lediglich zu einem Parkplatz degradiert worden. Die Aufenthaltsqualität und der Erlebniswert müssen hier steigen, damit auch der Einzelhandel davon profitieren kann", meint Daniel Schnödt.