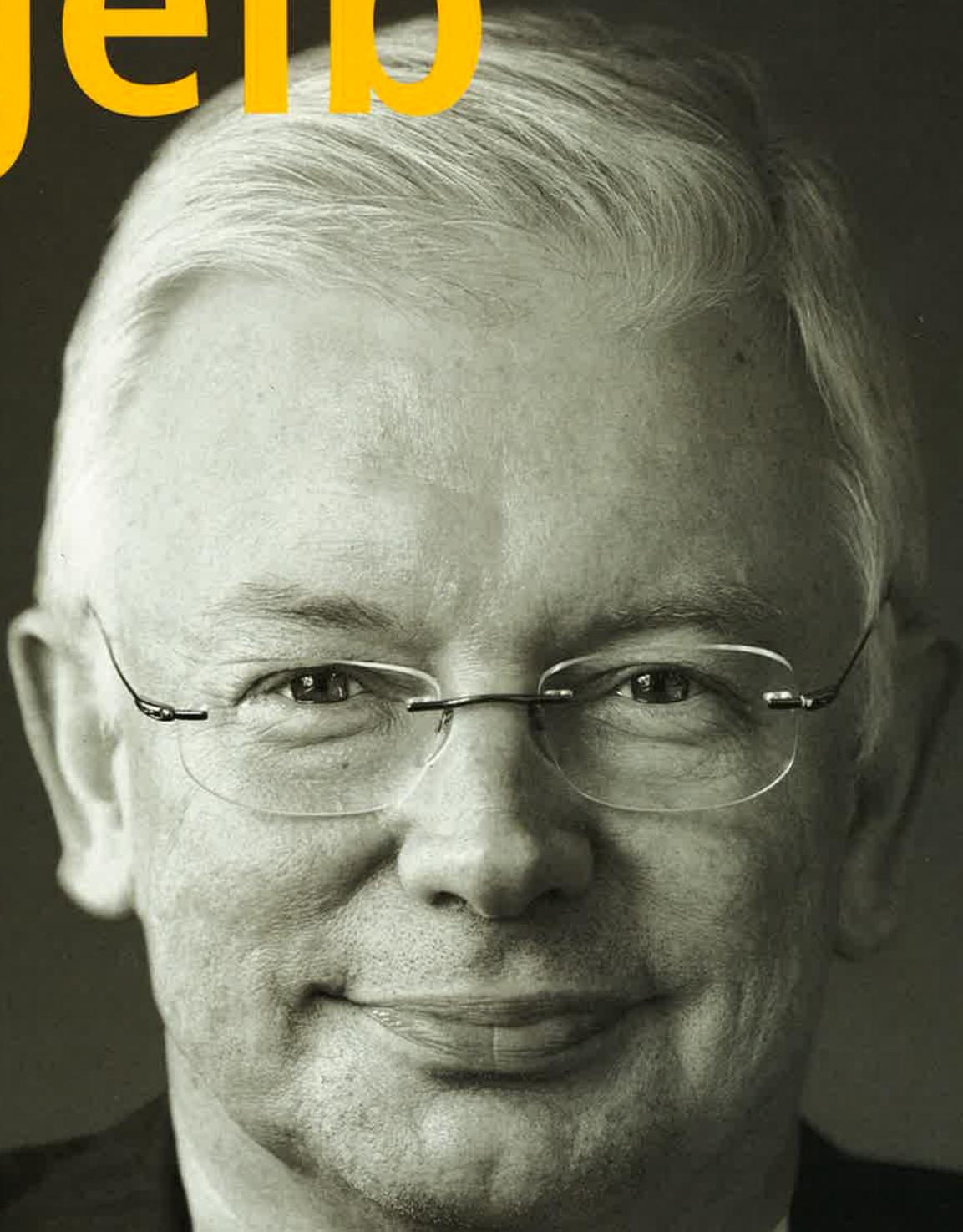


gelb



Titel | Roland Koch – Vom Politiker zum Unternehmer
Logistik | Häuserschiebung der Superlative
Wirtschaft | Strategien zur Markenerweiterung

Ein Händchen für den Handel

Jan Schawe ist ein Mann mit vielen Talenten. Diese setzt er gern ein, um die hiesige Handelslandschaft zu bereichern. Und die Branche dankt es ihm: Sein Konzept »Mutterland« wurde vom deutschen Einzelhandelsverband ausgezeichnet. Das hatte Folgen: Nun berät er auch den Filialisten Blume 2000.

Autorin: Anke Bracht



Das Mutterland-Sortiment umfasst deutsche Delikatessen und Bio-Feinkost.

Bei Blume 2000 heißen die Angebote »Schnapp«. So steht es auf dem Schild, weiß auf rot. Es sind die einzigen Schilder in Signaloptik der neugestalteten Filiale an der Hamburger Osterstraße. Entlang der Haupteinkaufsstraße im quirligen Stadtteil Eimsbüttel reiht sich ein Ladengeschäft an das andere. Der Fußweg ist breit, die Autos parken in zweiter Reihe, es ist laut. Zwischen Buchladen und Coffeeshop schützt eine dunkle Markise die auf Etagern stehenden Zinkkübel vor der Sonne. Die Blüten der Stauden leuchten unter dem schattigen Dach in monochromem Lila – und wecken Kauflust.

Seit 1974 ist Blume 2000 am Markt. Das Filialnetz zählt bundesweit rund 200 Läden, die überwiegend von Franchisepartnern betrieben werden. Zudem ist das Hamburger Unternehmen seit 1999 mit einem Online-Shop präsent. Stationär wie online ist Blume 2000 hierzulande Marktführer in seinem Segment. Doch das ehemals so innovative Konzept – Blumen- und Pflanzenkauf in Selbstbedienung – ist in die Jahre gekommen, der klassische Lebensmitteleinzelhandel hat sich zum stärksten Wettbewerber entwickelt. Blumen sind heute an fast jeder Tankstelle zu bekommen, im Baumarkt und im Möbelhaus zusätzlich die passenden Dekorationsartikel.

Mit dieser zunehmend härter werdenden Konkurrenzsituation konfrontiert, entschied sich das Unternehmen für eine komplette Neuausrichtung der Marke – und holte Jan Schawe an Bord. Empfohlen für diese komplexe Aufgabe hatte sich der Chef von »We Love Design« mit seinem Feinkost-Konzept »Mutterland«: Dort trägt alles seine Handschrift – vom Logo mit dem zum Herz verschlungenen M über den Ladenbau bis zur Sortimentsgestaltung. 2007 öffnete das Stammgeschäft im altherwürdigen Bieberhaus nahe dem Hamburger Hauptbahnhof. Nach einem weiteren Laden in Eppendorf kam

Organische Materialien und eine klare Struktur bestimmen das neue Shopdesign.



jüngst eine zweite Filiale direkt in der City im denkmalgeschützten Streit's Hof in der Poststraße dazu. An die 5000 oft saisonalen Produkte von rund 250 deutschen Manufakturen werden im Mutterland verkauft, von Schokolade über Spirituosen bis hin zu Konfitüre. Auch Eigenmarken sind in den an Obstkisten erinnernden Regalen und neben Brot und Gebäck an der Theke zu finden.

Inhalte inszenieren, erlebbar machen

Sie alle verbindet die Philosophie des studierten Kommunikationswirts. Und die besteht aus dem Dreiklang Ökologie, Nachhaltigkeit, Fairtrade. Dass Ladendesign und Verpackungen äußerst ansprechend sind, versteht sich von selbst, denn: Jan Schawe ist durch und durch Ästhet. Bereits im zweiten Jahr nach der Eröffnung des ersten Standortes wurde Mutterland vom deutschen Einzelhandelsverband wegen seiner Einzigartigkeit in der Kategorie Food zum »Store of the Year« gekürt. Auf einmal war Schawe in der Branche bekannt und als Berater gefragt. Das Portfolio seiner Firma We Love Design, bis dahin mehr auf Gestaltungsthemen ausgerichtet, wurde um das Angebot Consulting erweitert. Nun also Blume 2000. »Es bestand die Bereitschaft, sich komplett zu überdenken«, begründet Schawe seinen Entschluss, den Auftrag anzunehmen. »Ich habe schnell gemerkt: Die wollen kein neues Logo, die wollen Inhalte.«

Und die sind am Standort Osterstraße überall erlebbar, denn Schawe setzt sie in Szene. Er versteht es, die Elemente des Ladenbaus so zu verwenden, dass die Kernaussage der Marke auch ohne Worte erlebbar ist. Beispiel Sortiment: Die Klassiker wie Schnittblumen und Orchideen werden durch Arrangements von Pflanzen aus ökologischem Landbau ergänzt, Blumen und Dekorationsartikel sind nicht beliebig zusammengewürfelt, sondern nach Themen platziert. Das

schafft Wertigkeit und macht Lust aufs Einkaufen. Oder die Eigenmarken: Kleine Gebinde und Blockplatzierungen lassen sie wirken. Dasselbe gilt für die auf Etagern und in Zinkgefäßen aufgereihten Blumen: Weniger ist mehr, die Reduktion suggeriert eine bessere Qualität der Ware. Das dunkle Holz, das Ordnungssystem der Regale und die mit weißer Kreide beschrifteten Schiefertafeln an den Wänden treten hinter der blühenden Ware zurück, das ausgeklügelte Beleuchtungssystem lässt die Farben strahlen. Details wie handgeschriebene, mit Bindfaden an den Artikeln befestigte Pappkärtchen verstärken den Eindruck, in einem ganz individuell geführten Geschäft zu sein – und nicht in der Filiale eines Franchisesystems. Wer Mutterland kennt, sieht die Parallelen: organische Materialien, unbehandeltes Metall, keine Kunststoffe. Sparsam gesetztes Licht, Inszenierung der Ware durch Mengenreduktion, liebevolle Details. Kurz: Authentizität. Der Laden passt zur Ware und umgekehrt.

Doch auch das, was für den Kunden unsichtbar bleibt, wurde auf den Prüfstein gestellt. »Die Beratung geht hin bis zur Auswahl der Lieferanten«, sagt Schawe, »immer vor der Frage: Wo wollen wir hin, wo wollen wir in den nächsten Jahren stehen – und für was?« Das Ergebnis stimmt den kreativen Berater zuversichtlich. Die Umsätze seien gut, das Konzept werde vom Verbraucher angenommen. Für September ist die Umstellung weiterer zwei Geschäfte geplant. Wo sieht er die Ursache für seinen Erfolg? »Es ist wohl diese Begegnung auf Augenhöhe zwischen Unternehmern«, so Schawe. Als Betreiber von Mutterland sei er mit den Höhen und Tiefen des täglichen Geschäfts vertraut, anders als Berater, die solche Herausforderungen nur aus der Theorie kennen. Sein persönlich größtes Problem sei allerdings der Mangel an Zeit. »Ich habe die Schränke voll mit Ideen«, gesteht der Handlungsexperte, »und weiß nicht, wann ich das alles umsetzen soll.« Wie gut, dass Jan Schawe erst 38 ist. ■

»Ich habe die Schränke voll mit Ideen und weiß nicht, wann ich das alles umsetzen soll.«



Das Regalsystem von Mutterland hat unbehandelte Obstkisten zum Vorbild.