

Trendinformation & Branding



Das Schnüchel-Führungssteam (von links): Bernfried Kleinschmidt, Silke Krischer-Schnüchel und Claudia Klumwer.

Vom Kaufhaus zum Markenhaus - Ein konsequentes Branding!

Vor neun Jahren und damit rechtzeitig, bevor der Einkaufs- und Marketingverbund Kaufring ins Trudeln geriet, wechselte das Anschlusshaus Schnüchel mit seinen Filialen in Unna und Bergkamen zur Katag. Parallel dazu begann die Zusammenarbeit mit der Kölner Unternehmensberatung TUB. „Wir wollten unseren Textil-Anteil steigern und suchten externen Rat, wie wir unser Haus am besten umstellen“, erklärt die geschäftsführende Gesellschafterin Silke Krischer-Schnüchel den Hintergrund. Unterstützung fand sie bei der TUB. Begleitet durch die Kölner Spezialisten wurden Abteilungen wie Haushaltswaren oder Beleuchtung aufgegeben und detaillierte Stilwelten-Gliederungen, Flächenkonzepte und Einkaufsplanungen für die

sich das Unternehmen Schnüchel zu einem modernen Markenkaufhaus weiter. „Ich habe die Maxime meines Vaters beibehalten, die Kunden immer mitzunehmen und nicht zu überfordern“, war der Diplom-Kauffrau wichtig.

Erfolge machten mutig

Doch die Erfolge und die Prognose von TUB-Berater Karsten Torner machten Mut, jetzt in Unna einen großen Schritt zu wagen. Im Juni 2006 wurde der selbst betriebene Rewe-Lebensmittelmarkt im Untergeschoss geschlossen. „Er war nicht zukunftsfähig. Gleichzeitig wollten wir die Frequenz dicht am Haus behalten. Da ergab sich die Chance, dass der Rewe-Konzern einen ebenerdigen Standort uns direkt gegenüber belegen konnte“, freut sich die Unternehmerin über die optimale Lösung. Die gewonnene Fläche wurde für einen Trendlevel mit Marken wie Blend, ede, Freesoul, Only, Pepe, Replay, Scotch & Soda oder Tally Weijl genutzt.

Darüber hinaus standen etliche weitere Veränderungen und Innovationen an, die von der TUB initiiert, umfassend geplant und begleitet wurden. So mietete Schnüchel eine benachbarte Immobilie mit 220 qm Verkaufsfläche an. Ein Durchbruch zum eigenen Haus in 1b-Lage wurde geschaffen. „Jetzt sind wir auch vom Marktplatz aus zu sehen“, nennt Silke Krischer-Schnüchel den wesentlichsten Vorteil. Shops von Marc O Polo, Mexx oder Tommy Hilfiger begrüßen die Kunden im neuen Eingangs-Bereich. Neben der Modern Woman wird auch die Classic-Kundin mit Marken wie Basler, Frank Walder, Gelco oder Samoon verstärkt angesprochen. „Diese Zielgruppe ist eine sehr dankbare, sie war in Unna vernachlässigt worden. Jetzt freuen wir uns über hohe Bons“, erzählt die Einzelhändlerin. Aber auch die HAKA wurde nicht vergessen. Die Überbauung des eigenen Parkdecks brachte weitere 400 qm Fläche.

Von Woche zu Woche schöner

Die TUB wirkte an der gesamten Konzeptionierung mit und forcierte zudem das Thema Dekoration. „Das ist für uns ein Lernprozess“, gibt die Geschäftsfrau zu. Aber einer, dessen Erfolge dank der vielen Anregungen durch die Kölner Unternehmensberatung sichtbar werden: „Schnüchel wird von Woche zu Woche schöner.“ Ein reines Modehaus soll aus dem Kaufhaus aber nicht werden, zumindest nicht in absehbarer Zeit. „Wir sehen uns weiterhin als Nahversorger“, betont Silke Krischer-Schnüchel. Schreibwaren werden als Frequenzabteilung weitergeführt. Spielwaren, angebunden an die Kindermode, seien ebenso eine gewachsene Stärke und wurden sogar ausgebaut. Schmuck und Lederwaren ergänzen das Modeangebot perfekt. Aspekte – die das Unternehmen nicht zuletzt dank der TUB effektiv und gewinnbringend berücksichtigt.

Auch die Etagenverblüpfung wurde auf Anraten von TUB-Berater Karsten Torner verändert. Jetzt ist der Blick frei.



facts

Standorte	Unna 6.800 qm plus ein Cecil-Store Bergkamen 3.500 qm
Sortiment	DOB, HAKA, KIKA, Young Fashion, Wäsche, Lederwaren, Quick Schuhe, Heimtextilien, Uhren/Schmuck, Spiel- und Schreibwaren
Unternehmensberatung	TUB, Köln
Berater	Karsten Torner

neuen Mode-Angebote erstellt. Welche Fläche ist an welchem Standort richtig? Welchen Lieferanten stärken wir wo? Auf Fragen wie diese wusste und weiß die Kölner Unternehmensberatung Antwort. „Wir haben intensive Gespräche geführt. Unser TUB-Berater Karsten Torner hat uns neben Impulsen viel Sicherheit gegeben. Denn schließlich kennt er nicht nur unsere Strukturen, sondern auch viele andere Häuser“, berichtet die Geschäftsführerin. Schritt für Schritt entwickelte