



Im Modehaus Flach, Gelnhausen, zeigen die getätigten Modernisierungsmaßnahmen positive Wirkung.

## Gut vorbereitet!

**Wer sein Geschäft sowohl optisch als auch im Angebot neu positioniert, will seine Stammkunden behalten und zusätzlich neue Kunden gewinnen. Gut gelungen ist dies im Modehaus Flach im Stadtteil Hartz der Barbarossastadt Gelnhausen.** „Wir haben einen deutlichen Kunden- und Umsatzzuwachs - denn wir hören nur positive Reaktionen seit der Eröffnung dieses Frühjahr“, erklärt Helmut Flach, der mit seiner Frau Margit und seinen Söhnen Benjamin und Christian bereits im Frühjahr 2003 mit der Umstrukturierung des 1.000 qm großen Unternehmens begann. Professionell beraten wird er dabei seit Jahren durch Oliver Frim von der Kölner Betriebsberatung TUB.

Heute stellt sich das 1952 gegründete Familienunternehmen mit einem vergrößerten Angebot für die Dame und konzentrierten Flächen für Herren und Kinder auf. Die Wäscheabteilung wurde aufgegeben. Die klassische DOB wird mit Shopflächen von Gerry Weber, Kenny S. und Gelco konzentriert bedient. Gestärkt wurde die mittelmodische Kundin: Das Multilabel-Angebot rundet die Systemflächen von Tom Tailor, Street One, Mexx sowie More & More ab. Auch für Accessoires wurde eine Fläche eingerichtet. Der HAKA-Bereich wurde verkleinert und durch Flächen von Camel, Tom Tailor und Lerros attraktiver gestaltet.

Die Modernisierung und Spezialisierung des Hauses wurde optisch durch den Architekten Karl-Heinz Göbel, Eschwege, und die Schreinerei Theodor Hollstege, Erbach/Donau, in vier Wochen Umbauzeit durchgeführt. Ein Großteil des Bodens wurde erneuert und das Ganze mit neuer Beleuchtung ins rechte Licht gerückt. 70.000 Euro wurden investiert. Nicht zuletzt sorgen die technischen Investitionen in ein neues Kassen- und Warenwirtschaftssystem von Prohandel sowie die Einführung einer Kundenkarte für Professionalität. **KR**