

Handel trifft Zeitgeist

Autorin: Rahel Willhardt

Internationale Ketten wachsen stärker denn je, Boutiquen sterben, Buchläden gehen ein. Ist das wirklich so? Ein Blick auf lokale Händler, die über ihre Stadtgrenzen hinaus wachsen, weil sie genau den Zeitgeist treffen.

„Zielgruppen kompromisslos spitz bedienen, das macht Multilabelstores erfolgreich“, unterstreicht **SH-Selection-Handelsberater** Joachim Schulte-Hillen:

Kunden schätzen einzigartige Sortimente, die ihren Geschmack treffen. Der Trend geht eindeutig zu Marken, die auf Manufaktur und limitierte Kontingente setzen. Denn Kunden wollen auf neue Dinge stoßen. Waren, die im Laden Aha-Effekte und später Fragen wie „Wo hast du das her?“ auslösen. Das leistet eine wirklich im Geiste des Kunden getroffene Vorselektion, aber auch ein untrügerisches Gespür für Zeitgeist. Dazu braucht es exzellentes Personal. Verkäufer, die mit wenigen Blicken und Fragen begreifen, wer vor ihnen steht. Wie Mytheresa.com eingängig zeigt, kann das mittlerweile auch ein zielgruppenspitze E-Shop mit breitem Serviceangebot leisten. Gerade für Nischenkonzepte ist der E-Shop unverzichtbar – ein Konzept wie LN-CC nur in London hätte es schwer. Doch die Masse hochgebildeter Ästheten global angesprochen, das kann funktionieren. Jedenfalls wächst die Klientel metropolitaner Weltbürger – Großstädter, die international viel reisen und eine universelle Stiletikette ausbilden. So oder so – der größte Vorteil kleiner Multilabelstores ist ihre Wendigkeit. Ob in Sortiment oder Beratung, die großen Herstellermarken und Handelsketten reagieren ungleich langsamer auf Kundenbedürfnisse – und genau darin liegt die Riesenchance. ←