



Erfolgsrezept Alleinstellung

Anders zu sein als andere – das ist das Hauptziel des Ladenkonzepts von Vier Jahreszeiten. Auch mit der Filiale in Köln ist die angestrebte Alleinstellung gelungen – jetzt wird geschliffen und gefeilt.

HORST FIEDLER

➤ Gute Standorte in Innenstadtlagen sind für kleinere inhabergeführte Bio-Märkte schwer zu bekommen. Diese Erfahrung haben die *Vier Jahreszeiten*-Betreiber Monika Reske und Michael Stammnitz mehrfach gemacht: „Wir waren oft kurz vor Vertragsabschluss, aber am Ende haben den Zuschlag immer große Filialisten bekommen.“ Doch das Glück war ihnen hold: Beim zweiten Laden in Bad Honnef hat ein Kunde den Mietvertrag vermittelt. Und bei der vor neun Monaten eröffneten Kölner Filiale hat der Vermieter sogar selbst angerufen und gefragt, ob sie nicht auch in der Domstadt einen Laden eröffnen wollen. Sie wollten. Aber um Sicherheitsleistungen in sechsstelliger Höhe sind sie nicht herumgekommen. Das Ergebnis kann sich sehen lassen: Anthrazitfar-

bene Wände, dunkle Warenträger und geölte Eichenböden sorgen dafür, dass die Ware im Vordergrund steht. Mit herkömmlicher Biomarkt-Ästhetik hat der Laden nicht das geringste zu tun – ohne die Bezeichnung „Bio Markt“ über dem Eingang, würde man nicht errahnen, dass hier 5.000 ausgewählte Bio-Artikel bereitgehalten werden.

Bistro bringt zwei Drittel des Umsatzes

Das Bistro nimmt den größten Teil der Ladenfläche ein, die aus zwei Ebenen besteht. Wenige Stufen und ein behindertengerechter Zugang verbinden die Ebenen. Das Angebot für das Bistro-Buffer wird in der Küche am Stammsitz St. Augustin vorbereitet. Die Auswahl ist groß und reicht von Kompositionen für

Veganer bis zum Flexitarier. Der Kunde füllt seinen Teller selbst und zahlt nach Gewicht – 2,80 Euro für 100 Gramm. Die Mitarbeiter bieten den Gästen ihre Hilfe bei der Auswahl der Speisen an und erläutern auch gerne die Zusammensetzung der originellen Soßen und Dips, die ebenfalls in großer Auswahl bereitstehen.

Gegen Mittag füllen sich die rustikalen Bänke und Tresenplätze schnell mit Hungrigen. Bisher fallen

Innenstadt verteilt, werden neue Kunden auf *Vier Jahreszeiten* aufmerksam gemacht.

Authentizität ist wichtig

Wer ein Ladenkonzept plant, wird von Monika Reskes Erfahrungen profitieren können: „Man muss herausfinden, was man will und dies aufschreiben – über Produkte, Mitarbeiter und die visuelle Gestaltung. Jeder muss sich fragen, was sein Herz,



Haben mit dem *Vier Jahreszeiten*-Konzept eine Alleinstellung im Naturkostfachhandel erreicht: Monika Reske und Michael Stammnitz. Das linke Bild zeigt die Kuchentheke, den Blickfang am Ladeneingang.

zwei Drittel des Umsatzes dem Bistro zu, der Rest den Lebensmitteln, Kochbüchern und Accessoires, die alle etwas mit Essen zu tun haben. Auf Kosmetikartikel und Waschmittel wurde bewusst verzichtet. Auch darin liegt ein Unterschied zu herkömmlichen Bio-Märkten – keine Verzettlung, sondern Konzentration ausschließlich auf Lebensmittel und das dazu gehörige „Randsortiment“.

Am Konzept muss noch gefeilt werden

Wie in Sankt Augustin und Bad Honnef scheint das Konzept von Monika Reske auch für Köln aufzugehen. Viele Stammkunden wurden bereits gewonnen, jetzt gehe es darum, die Feinarbeiten zu machen, so dass das Angebot zu 100 Prozent zur vorhandenen und potenziellen Kundschaft passt. „Ein Ladenkonzept ist zunächst immer ein theoretisches Konzept, das sich in der Praxis bewähren muss“, erläutert sie. Bis ihr neues „Baby“ allein laufen kann, will sie noch in der Filiale mitarbeiten.

Der Laden ist eher ein Ort der Entspannung und Entschleunigung – breite Gänge, klare Gliederungen und Strukturen. Da kommt kein Stress auf. Höchstens bei der Auswahl eines Tortenstücks gleich im Eingangsbereich. Ein eigens für *Vier Jahreszeiten* tätiger Konditormeister sorgt für eine große Auswahl an Kuchen und Torten. Durch Info-Postkarten mit einem integrierten Getränke-Gutschein, die eine Schauspielerin mit gekonntem Lächeln in der Kölner

sein Bauch und sein Verstand sagen: Wo sind meine Vorlieben, was sind meine Stärken, passt der Standort? Jeder muss sein eigenes Ding machen – Authentizität ist wichtig.“ Bei Rewe ist man offenbar nicht in sich gegangen, denn die *Temma*-Biomärkte erinnern stark an das *Vier Jahreszeiten*-Konzept.

Die Organisation der bisherigen drei Filialen wird bereits möglichst einheitlich gestaltet. So sei z.B. der Aufwand zu hoch, unterschiedliche Preise an den verschiedenen Standorten zu kalkulieren. Auch qualitätsorientierte Läden könnten sich an *Dennree*-Verkaufspreisen orientieren.

Partner für weitere Filialen gesucht

Ziel von Monika Reske und Michael Stammnitz ist, dass auch nach ihrem Ausscheiden aus dem Erwerbsleben, das von ihnen Geschaffene Bestand hat. Mit einer Filiale gelinge das nicht, deshalb sei investiert worden, um am Ende ein modernes, zukunftsfähiges Supermarktkonzept verkaufen zu können – sofern ihre Kinder die Läden nicht übernehmen wollen. Maximal fünf Filialen nach dem *Vier Jahreszeiten*-Muster sollen es werden. Für die nächsten beiden werden Partner gesucht, die sich finanziell beteiligen wollen. ■

Vier Jahreszeiten

- Einkaufen & Genießen -
Herzogstraße 34, 50667 Köln
350 qm Fläche inkl. Bistro
4 Mitarbeiter
5.000 Produkte (keine Kosmetik,
keine Waschmittel)
Großhändler: *Dennree*
Öffnungszeiten:
MO-FR 10 bis 19 Uhr, SA 10 bis 18 Uhr