

Veränderungen im Freizeit-Einzelhandel

Der Marketingclub zu Besuch in der Bleichermühle

Heute ist die BLEICHERMÜHLE in Schwalmatal ein Anziehungspunkt für Kunden, die Gartenmöbel, Grills oder Wohnaccessoires suchen. Bei der Marketing-vor-Ort-Veranstaltung des Marketingclubs Mönchengladbach erzählte der Referent des Abends, Inhaber und Geschäftsführer Hans-Joachim Hansen, zunächst von den Anfängen. „Ich stehe hier neben historischen Mehlsäcken, wurde früher in der Bleichermühle doch auch tatsächlich Mehl hergestellt.“ Seine Vorfahren erweiterten den Futterhandel nach und nach um Freizeitmöbel und Gartengeräte, bis 1971 die Ausstellungsfläche auf 150 m² angewachsen war. „Da standen dann die Gartensachen zwischen den Maschinen. Ich erinnere mich noch, dass meine Aufgabe morgens als Kind war, die Mehlwürmer von den Dächern der Hollywoodschaukeln zu fegen“, lacht Hansen.

1984 wurde eine große Umbaumaßnahme durchgeführt, nach dem Brand im Jahr 2002, bei dem nahezu die komplette Lagerfläche abbrannte, entstand ein moderner Neubau mit zwei Ebenen und einer Fläche von 5.500 m². Neu hinzugekommen ist zu diesem Zeitpunkt eine Weber Grillakademie sowie eine Kochschule. Hansen hält nun seit 30 Jahren das Geschick des Unternehmens in der Hand, vieles habe sich ganz anders entwickelt, als es sich seine



Inhaber und Geschäftsführer Hans-Joachim Hansen.

Eltern oder Großeltern vorgestellt hätten. In den 70er Jahren wurde Kettler im Bereich Gartenmöbel zum Kassenschlager. Damals reichte es, davon ausreichend Modelle auf Lager zu haben.

„Heute benötigen wir eine große Modellvielfalt und müssen schnell auf Trends reagieren“, so Hans-Joachim Hansen. So sei der Besuch der entsprechenden Messen Pflicht, um eine große Vielfalt und alle Neuheiten früh anbieten zu können. „Gerade Freizeitmöbel unterliegen dabei einem Trend: Form, Funktion, Farbe, und nachhaltige Produktion.“ Der Garten sei das Sommer-Wohnzimmer, wo die gesamte Freizeit verbracht werde, und so solle dieser „Erlebnis-Raum“ auch schön eingerichtet sein.

Dafür geben die Deutschen mit 390,- Euro pro Jahr dann auch mehr Geld aus als beispielsweise Italiener. Für Hansen ist das große Angebot, das Kunden im Internet finden, kein Problem: „Sicher hat sich der Distanzhandel, also der Verkauf über Internet oder Katalog, sehr schnell weiter entwickelt. Doch die Haptik, das Anfassen und Ausprobieren kann das Internet nicht leisten. Das kann nur der stationäre Handel.“



Selbst außerhalb der Schulzeit können Kinder mit großem Spaß lernen. Davon konnten sich die Besucher kürzlich auf dem EineStadt-Fest in Rheydt überzeugen. Die HEBO-Privatschule begrüßte dort über 100 Kinder, die mit großem Engagement und mit Freude spielerisch Aufgaben lösten. Im nachgebauten Klassenzimmer im HEBO-Zelt wurde in fröhlicher Atmosphäre unter anderem „Stadt, Land, Fluss“ und „Glücksrad“ gespielt. Die Quizfragen waren dabei allesamt auf die verschiedenen Schulfächer abgestimmt. Zu gewinnen gab es passend dazu Preise vom Federmäppchen über Pausenspielzeug bis hin zu Schreibwaren.



Die Kinder hielten sich teilweise mehrere Stunden im HEBO-Zelt auf. Nach dem Quiz wurden noch fleißig Bilder gemalt und andere Spiele gespielt. Ein toller Erfolg für den ersten HEBO-Besuch auf dem EineStadt-Fest und eine Bestätigung für das Konzept.



„Unser Ziel ist es, den Schülern den Spaß an der Schule zu erhalten bzw. zurückzugeben, was in einen erfolgreichen Schulabschluss münden soll,“ so Schulleiter Jürgen Steinborn. Hausaufgabenbetreuung, Förderkurse und Ferienförderkurse, Prüfungssimulationen und Nachhilfe in kleinen Gruppen bis hin zu Einzelunterricht sind hierbei selbstverständlich. Darüber hinaus bietet die HEBO-Privatschule diverse Arbeitsgemeinschaften, Ausflüge, Klassenfahrten, Ferienfreizeiten und Sprachreisen an.

Telefon: 02161/200060, www.hebo-privatschule.de