„Preisbrecher"-Pilothaus: Alliance-Mitglied Hermann Uschold in Schwandorf

„Purer Discount – nur schöner"

Nicht erst seit dem beschlossenen Beitritt der Wohngruppe macht sich Alliance auch im Bereich Discount stark. Mit dem „Preisbrecher" hat der Verband ein SB-Konzept entwickelt, das diesen Namen auch verdient. Jetzt präsentierte Hermann Uschold in Schwandorf das Pilothaus. Das Sortiment ist SB pur, bei der Aufmachung werden jedoch auch wohnliche Elemente – wie Stellwände, Teppichböden, Laminat und ein wenig Deko – eingesetzt.

Oben: Hermann Uschold (links) mit seinem jungen Team in Schwandorf. Die CI hört bei der Bekleidung nicht auf. Zusätzlich zu den Polo-Shirts gibt's auch noch schicke Westen. Die Ausstellung: SB-like aber doch ansprechend und wohnlich präsentiert.

Der „Preisbrecher" ist kein Schnellschuss. Denn auch die Vermarktung von Discountware funktioniert heute nicht mehr von allein. Rund 12 Monate Zeit haben sich Schienenmanger Georg Lange und der SB-Einkaufsausschuss von Alliance deshalb genommen, um den Markt zu sondieren, das Konzept und die komplette CI gemeinsam zu entwickeln. „Ein großer Vorteil waren dabei die kurzen Entscheidungswege bei Alliance", erläutert Hermann Uschold, der als Mitglied im Einkaufsausschuss viele Impulse geben konnte. Aus der Praxis weiß er, dass heutzutage auch im Discount-Bereich Service-Lesitungen, wie Lieferung und Montage, verstärkt nachgefragt werden. Und dass ein Haus nicht mehr komplett nach unterster Schiene aussehen darf: „Der Verbraucher denkt nicht in Kon-

Zur Verbandsarbeit gehört nicht nur die Bereitstellung von Prospekten, Katalogen, Beschilderungen, Fahnen oder Tragetaschen. Unter www.preisbrecher-moebel.de hat Alliance auch einen komplett der CI angepassten Webauftritt entwickelt.

Zweckmäßig, aber doch viel wohnlicher und professioneller als in anderen Discount-Märkten: die neue Küchenabteilung des „Preisbrechers" bei Uschold in Schwandorf. Auf gute Beratung muss ein SB-Kunde demnach heutzutage nicht mehr verzichten. Und dann steigt der Wert einer Komission durchaus auf bis zu 10.000 Euro.

zepten. Der denkt auch nicht über Discount nach. Der will einfach Möbel kaufen. Ansprechend präsentiert und günstig!"

Im Dezember 05 startete Hermann Uschold mit dem Umbau seines Standorts in Schwandorf, den er seit knapp zehn Jahren führt. Mitte Juni konnte er seinen Verbandskollegen dann das „Preisbrecher"-Pilothaus präsentieren. Der Selfmademan zeigt das Konzept auf 3.000 qm Verkaufsfläche. „Sicherlich die optimale Größe." Aber kein Muss. Die Mindestgröße liegt bei ca. 1.500 qm. Geeignet als Stand-Alone oder integriert in eine passende Fläche. Das kann ein Einrichtungshaus sein – oder aber z. B. ein Bau- und Heimwerkermarkt. Dass auch das funktioniert, konnten die SBler von Alliance ebenfalls von Hermann Uschold erfahren. Er betreibt seit April letzten Jahres eine Discount-Fläche im Hagebau-Markt in Weiden, die jetzt natürlich auch auf „Preisbrecher" umgerüstet wurde.

Highlight der neuen Ausstellung ist zweifellos die Küchenabteilung, die bereits seit Januar am Start ist. Eine Investition, die sich schon jetzt ausgezahlt. Der Anteil Küche am Gesamtumsatz stieg seitdem von 20 auf über 35 Prozent. Das interessante dabei: Uschold verkauft heute Küchen-Kommissionen im Wert von bis zu 10.000 Euro (!). Das Geheimnis hinter der erfolgreichen Entwicklung: eine zwar SB-gerechte, aber doch wohnliche Ausstellung in der nicht nur Blocks stehen, sondern Küchen auch professionell geplant werden. Um den Umsatz weiter anzukurbeln, will der Verband im Oktober, zusätzlich zum „Preisbrecher"-Wohnkatalog, einen 52 Seiten starker Küchen-Katalog auflegen. Auch außergewöhnlich.

Ebenso wie Stellwände, Teppichböden, Laminat sowie (wenige) Deko-Elemente, mit der die Präsentation bei sämtlichen Warengruppen aufgepeppt wird. Weshalb die Macher des „Preisbrechers" davon ausgehen, dass sich die positive Entwicklung bei den Küchen auf die anderen Sortimente übertragen lässt – und aufgrund dieses Erfolgs weitere Discount-Spezialisten des Verbands das Konzept installieren werden.

Bislang konnte Schiemenmanager Georg Lange 35 (???) Gesellschafter vom „Preisbrecher" überzeugen. Sein Planziel für die kommenden 12 Monate: weitere 30 (???). Nicht unrealistisch, da Alliance durch den Beitritt der Wohngruppe zum 1. Januar 2007 im Bereich SB stark zulegen wird. Und damit kann das Konzept dann sogar, wenn die CI strikt von sämtlichen Teilnehmern 1:1 umgesetzt wird und durch die Möglichkeit überregionaler Werbung die Bekanntheit steigt, in die Kategorie von Roller (aktuell 78 Märkte) oder Möbel Boss (72) aufsteigen.

Evelyne Kerl

FACTS & FIGURES

- **Preisbrecher: SB-Schiene von Alliance**
- **Schienenmanager: Georg Lange**
- **VKF-Maßnahmen: Katalog, Prospekte, Beschilderungen, Aufkleber, Fahnen, Tragetaschen, Infoboxen, ganz neu: Polohemden + Westen**
- **Katalog: Wohntrends 2006, 68 Seiten stark, ab Oktober 06: zusätzlich separater Küchen-Katalog (52 S.)**
- **VK-Fläche: 1.500 bis 3.000 qm, als Stand-alone oder integriert**
- **Teilnehmer: aktuell ?? Händler, Ziel für Ende 2007: ?????**

@ Mehr Infos: **www.preisbrecher-moebel.de**