



Möbel Hartwig: Neue Frische im „Küchen Mega Markt“

Kompetenz mit Herzblut

Die Krise ist bei Hartmut Hartwig (unten mit Assistentin Miriam Hergemöller und Ehefrau Annette, r.) zwar nicht angekommen, doch nach 43 Jahren Möbelhandel stellt er fest: „Wir müssen heute mehr für den Kunden tun.“ Wichtig ist dem Traditionshaus, dass sich niemand als „Nummer“ behandelt fühlt. Die Serviceorientierung und individuelle Betreuung unterstreicht nicht zuletzt das neugestaltete Ambiente im „Küchen Mega-Markt“. Ganz rechts: Geschäftsführer Detlef Warras.



Im nördlichen Münsterland ist Möbel Hartwig in Ibbenbüren eine bekannte Adresse – als Spezialist fürs Wohnen ebenso wie für Küchen. Denn beide Kompetenzen verbindet das Alliance-Haus vorbildlich unter einem Dach. Das Geschäftsprinzip: Hohe Beratungsqualität, Top-Preise und der Mut zu Veränderungen. Letzteren bewies Hartwig durch das jüngste Refresh im „Küchen-Mega-Markt“.

Etwa 52.000 Einwohner zählt Ibbenbüren – eine mittelgroße Stadt nahe Osnabrück, geprägt vom traditionellen Kohleabbau. „Keine reiche, aber doch gesunde Region“, auch nach der Karmann-Insolvenz, wie Hartmut Hartwig erklärt. Vor 43 Jahren ist der resolute 71-Jährige als Möbeldändler gestartet, seit 2004 wird er tatkräftig unterstützt von Geschäftsführer Detlef Warras.

Das Vollsortiment erstreckt sich heute über 10.000 qm Verkaufsfläche – auf 1.300 qm kommt dabei der „Hartwig Küchen Mega-Markt“, der als Shop-in-Shop mit separatem Eingang seit 2003 integriert ist. Schon damals wurden große Anstrengungen für den Umbau unter-

nommen. In diesem Jahr legte Hartwig nochmals nach, um die Ausstellung den aktuellen Trends anzupassen. „Wer rastet, der rostet“ ist die Devise und spätestens jetzt repräsentiert die Küchenabteilung (mit rund ein Viertel des Umsatzes) das Glanzstück des Hauses.

Nach nur sechs Wochen war der Abverkauf und in weiteren zwei Monaten – parallel zum Verkauf – der Umbau bewältigt. Dabei lernte das ehemalige Mondial-Mitglied vor allem die Unterstützung des Alliance-Verbands und die reibungslose Zusammenarbeit mit den Lieferanten schätzen. Nobilia, Bauformat und Schüller bilden nun ein gestrafftes und zugleich schlagkräftiges Sortiment, um das Unternehmen entsprechend der Kundenstruktur in der „guten Mittelklasse“ zu positionieren. Zur Abgrenzung im Wettbewerb spielt dabei die Darstellung der 55 Musterküchen die entscheidende Rol-

le: Alle wurden (unter einer neutralen Kojennummer) selbst gestaltet, um die Planungsleistung zu demonstrieren.

Veränderungen gab es überdies im Ladenbau. Das großzügige Entree mit rotem Teppich und Infotresen bietet nun einen repräsentativen Empfang und unterstreicht zugleich den Fachmarktcharakter. Eine Sitzgruppe im Wellness-Ambiente soll den Küchenkäufer entspannen. Zum Blickfang mit regionalem Bezug wird daneben eine Wandmalerei mit Motiven aus dem Bergbau und der Stadt Ibbenbüren.

Keine labyrinthische Zwangswegeführung, sondern eine transparente lichte Ausstellung erwartet den Kunden. Verschiedene Fußböden grenzen die Bereiche „Family“, „Hochwert“ und „Landhaus“ ab. Mittendrin befindet sich nun ein Beratungscenter, das Muster von Fronten, Griffen und Arbeitsplatten zur Auswahl stellt und auf

Als Mitglied bei Alliance (nach der Fusion mit Mondial seit 2008) fühlt sich Hartwig seinem Verband stark verbunden. Dies zeigt der Ibbenbürener sogar im Außenauftritt (s. Display rechts). „Wir nutzen den Verbandsnamen zur Verstärkung“, erklärt Geschäftsführer Warras. Im Verband insgesamt bleibt dies jedoch die Ausnahme, weil die lokale Marke in jedem Fall Priorität hat – auch bei Hartwig.



