

Matthias Bachmann, Confiseur Bachmann, Luzern. „Unsere Filiale im Bahnhof war die erste Verkaufserfahrung mit Feng Shui. Da es in der Schweiz noch keine offizielle Feng Shui-Konditorei gab, bekamen wir gleichzeitig eine gute PR-Möglichkeit.“



1. Im Frühjahr '98 haben wir beschlossen, unsere Filiale im Bahnhof umzubauen. Der Standort mit 44 m² Verkaufsfläche macht ein Drittel unseres Jahresumsatzes, die Herausforderung war also groß und durchaus auch riskant. Ziel: Umsatzsteigerung in dem bis dahin schon optimal laufenden Verkaufsgeschäft.

2. Feng Shui wird längst häufiger angewendet, als wir denken. Viele europäische Architekten befassen sich damit, die meisten von ihnen reden allerdings wenig darüber.

3. Sie erkennen FS wie folgt: Sie laufen am Laden vorbei und irgend etwas zieht Sie förmlich hinein. Wieso? Ich glaube, man muß all die kleinen Details der generellen Raumge-

staltung sehen. Ich könnte Seiten vollschreiben über die Bau- und Wohnphilosophie und was wir beim Ladenbau berücksichtigt haben. Hier einige Beispiele:

- Der Schwung in der Decke, die zweimal herunterhängt und ohne Verkantung ist.
- Der Granitboden vom Bahnhof-Shopping wurde in den Laden im Halbkreis hineingezogen.
- Die Farbe und Struktur des Bodens.

Shui ist eine ganz-trachtungsweise, nach erarbeitete Betrachtung nicht mißverstanden.“

Funktioniert hat FS ganz generell nur dann, wenn Sie im Laden stehen, sich ganz einfach wohlfühlen und den Überblick haben. Bei den vielen Komplimenten, die wir bekommen, ist uns das offenbar auch gelungen. Ob der Erfolg an den tollen Vitrinen, der optima-

len Beleuchtung oder am FS selbst liegt, ist für mich heute weniger relevant. Das Ganze muß aufeinander abgestimmt sein und Mehrerlöse bringen.

4. Sicher ist, daß FS eine Ladeneinrichtung nicht günstiger macht. Wir werden häufig darauf angesprochen, jedoch weniger auf FS selbst, sondern einfach auf den schönen Laden. Er kommt gut an, so

wie er ist, und das zählt. Mit oder ohne FS, das der Laden in der düsteren Bahnhofsumgebung soll für die Kunden nicht relevant sein. Unter-

nehmerisch verzeichnen wir heute 15 - 30 % Mehrumsatz (allerdings Erweiterung von 44 auf 54 m²). Die Steigerung kam zustande durch neue Kunden, einen größeren Durchschnittsverkauf pro Kunden sowie freundlicheres Verkaufspersonal, das gesunden und vitalen Verhältnissen ausgesetzt ist. Wie ein Diamant soll der Laden in der düsteren Bahnhofsumgebung leuchten.

5. FS fördert das Wohlbefinden (unbewußte Daseinsebene) und gibt viele Antworten auf Fragen der Lebensqualität in Räumen. Ein absolutes Trendthema. Auch werden die Gründe für Wohl- oder Nichtwohlbefinden aufgezeigt. Im Grunde genommen ist alles sehr logisch und einfach nachzuvollziehen.