

Muss es immer mehr Verkaufsfläche sein?

Posted By [Hannes Treichl](#) On 10. Oktober 2006 @ 10:09 In [Stories](#), [Geschäftsidee](#), [Marketing](#), [+ Differenzierung](#) | [No Comments](#)

Ich mag Geschichten über kleine Kaufleute, denen es gelingt, direkt neben großen Platzhirschen erfolgreich zu sein.

Ein schönes Beispiel ist jenes von [1] [Thomas und Ramona Gietl](#), die sich im Tiroler 1.000 Seelen Dorf Schönberg einen Traum erfüllt haben - und das ein paar hundert Meter neben einem Tiefpreis-Diskonter von Hofer.

[2] [Being Spaces](#) ist das Schlagwort zu dem, was Ramona und Thomas nach der Übernahme des Geschäfts mit Hausverstand umgesetzt haben: Kurzerhand wurde ein altmodischer Supermarkt in einen **trendig-stilvollen Cafe Laden** umgestaltet.

'Wir wollten wieder einen **Treffpunkt schaffen**, wo man ein bisschen ein Dorfleben hat. Wir wollen der Anonymität entgegentreten. Zudem wollen wir mit vielen regionalen Partnern zusammenarbeiten', sagte Ramona anlässlich der Eröffnung vor gut einem Jahr. Und das ist gelungen!

'Im 60 m² großen **Café** bieten wir Ihnen neben Getränken und Snacks auch eine abwechslungsreiche Wochenkarte', steht stolz auf der [3] [Homepage](#) der Gietls. Das frisch zubereitete Tagesmenü ('Schmankerln') findet man im Internet. Abends kann das Lokal für Feste und Feiern **gemietet** werden. Wer lieber daheim bleibt, nutzt das **Catering-Service**.

Das eigentliche Geschäft misst 160m² und beinhaltet alles, was das Dorfleben verlangt - und hergibt: Frisches Brot, Fleisch einer lokalen Metzgerei, Blumen vom Gartenbauer aus dem Nachbardsdorf, Services die einst Postämtern vorenthalten waren, Annahme für Textilreinigung und Fotoausarbeitung - auf Wunsch auch [4] [online](#).

Ideen gibt es genug. Erfolgreich umgesetzte Beispiele auch. Trotzdem glauben [5] [andere](#), ihre Rettung ausschließlich im Vervielfachen von Verkaufsflächen und einer Angleichung des Sortiments an große Supermärkte zu finden. Weil es (leider) oft hieran mangelt:

- .: Der Bereitschaft, traditionelle Pfade zu verlassen,
- .: abgedroschene Geschäftsmodelle zu überdenken,
- .: Veränderungen zu akzeptieren,
- .: sich über den Tellerrand hinauszulehnen, und
- .: Mut zur Umsetzung alternativer Ansätze zu entwickeln.

Differenzieren ist erfolgsversprechender als Kopieren - und macht ungleich mehr Spaß! Wer über seinen Schatten springt, hat gute Aussichten darauf, sich gemeinsam mit Ramona Gietl zu freuen:

'Wir haben einen Traum umgesetzt und haben für die nächsten 30 Jahre einen sicheren Arbeitsplatz. Mit guten Ideen und viel Herzblut ist fast alles machbar.'

Gefunden habe ich die Geschichte der Familie Gietl im neuen (Tiroler) [6] [Westmagazin](#), einer Zeitschrift die es (dank gut recherchierter Beiträge und einer gesunden Portion spitzer Feder) schon mit der ersten Ausgabe geschafft hat, mich unübliche 2 Stunden vor einem Print-Magazin zu fesseln.

Article printed from ANDERS|denken Blog: <http://www.hannestreichl.com>

URL to article: http://www.hannestreichl.com/index.php/being_spaces_gietl_cafe_laden/

URLs in this post:

[1] **Thomas und Ramona Gietl:** <http://www.gietls.com>

[2] Being Spaces: <http://trendwatching.com/trends/2002/11/BEINGSPACES.html>

[3] Homepage: <http://www.gietls.com>

[4] online:

<http://asp09.photoprintit.de/microsite/6394/?detection=os:winxp;java:true;activex:false;iu:false;>

[5] andere: <http://tirol.orf.at/stories/107380/>

[6] Westmagazin: <http://www.westmagazin.at>