



Mohr in Dollern: Gelungener Umbau

Leuchtturm im Norden

Tolle Eyecatcher: große Prints, die die Wertigkeit und Handwerkslichkeit der Möbel betonen.

Mohr in Dollern ist eine Institution – für Mode und Möbel. Der Mix aus beiden Bereichen ist historisch bedingt. Die Gründung erfolgte bereits 1948, erst als Betten-Mohr, dann als Versender für Mode und Textilien aller Art. Seit 1973 ist die Familie im stationären Handel tätig, seitdem auch mit Möbeln. Geschäftsführer ist Volker Mohr (Foto).

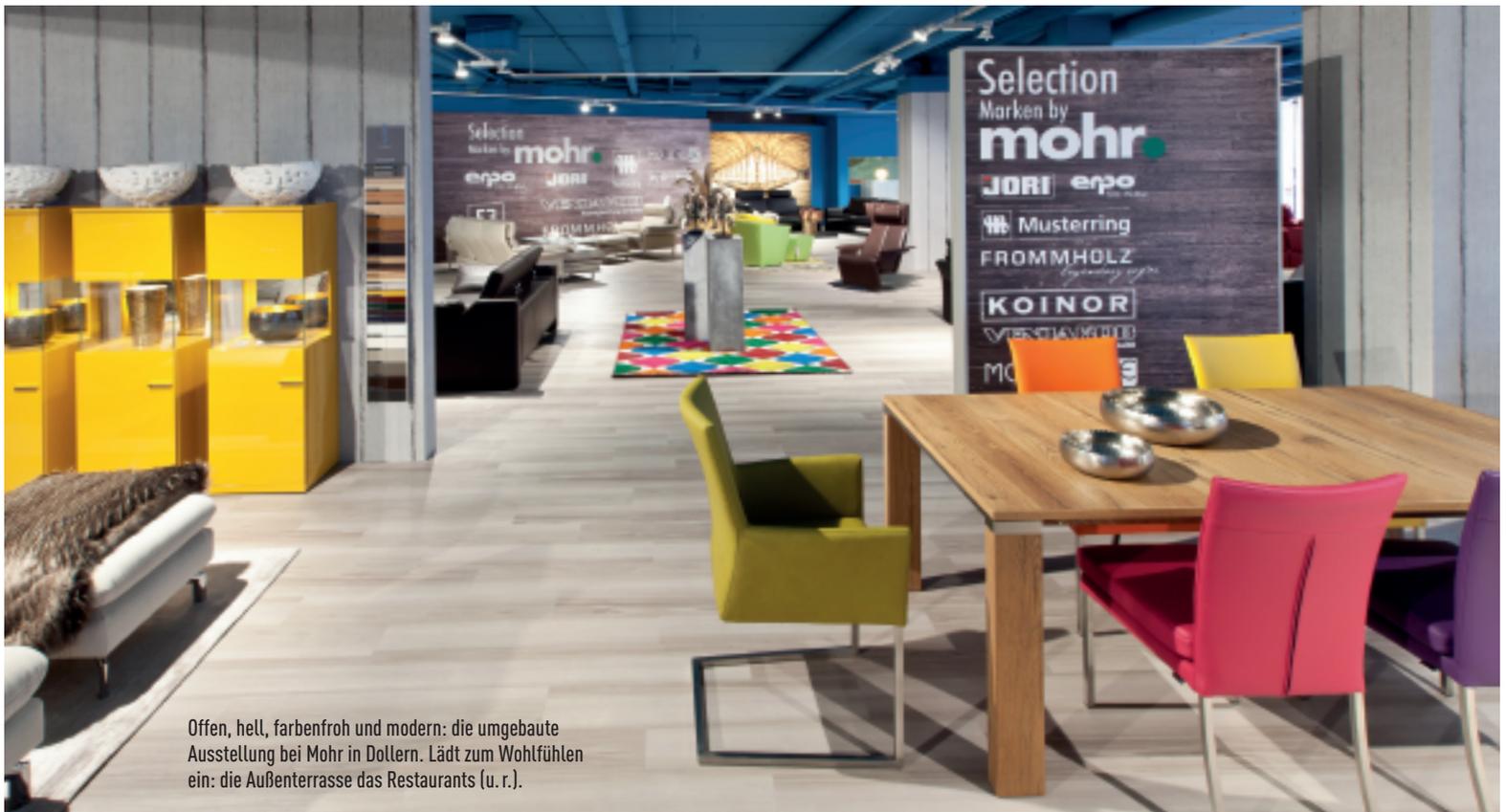
Das norddeutsche Einrichtungshaus Mohr will seinen Kunden mehr bieten als die branchenüblichen Rabatte. Das Rezept von Firmenchef Volker Mohr besteht aus individuellen Produkten, schicken Wohntrends und einem modernen Ambiente. Das zeigt das Alliance-Mitglied eindrucksvoll mit seiner jüngst umgebauten Ausstellung. „Die Kunden erwarten, dass wir uns zeitgeistig und innovativ aufstellen.“



Der Handel braucht dringend Frequenz. Früher hieß es, Warendruck erzeugt Umsatz. Das glauben wir schon lange nicht mehr. Im Gegenteil: Wir versuchen deshalb intensiv, Sortimente zu verkleinern, ohne unsere Kompetenz zu verlieren.“ Volker Mohr spricht aus, was viele kleinere Möbelhändler umtreibt. „Es ist insgesamt viel zu viel Ware im Markt und damit auch auf den Flächen.“ Dabei kann er aufgrund seiner Mode-Kompetenz auch den Vergleich zu Fashion ziehen, wo sich die Situation im Grunde genauso darstellt. Denn Mohr ist im Norden, genau genommen in Dollern bei

Stade, eine gewachsene Institution, eben nicht nur für Möbel, sondern auch für Bekleidung. „Die Kunden sind satt. Sie suchen deshalb die für sie interessanteste Auswahl und Darstellung. Und erwarten zu Recht von uns, dass wir uns zeitgeistig und innovativ aufstellen.“

In der Mode sorgen bekannte Fashion-Labels für Begehrlichkeiten und geben den Kunden Sicherheit. Die Möbelbranche habe diese Vielfalt „echter“ Marken, außer im Design-Bereich, nicht, weiß Volker Mohr. „Zudem erlauben einige dieser Anbieter im gehobenen Mainstream-Segment oft nur ungenügende Ertragsmöglichkeiten.“ Eine Crux.



Offen, hell, farbenfroh und modern: die umgebaute Ausstellung bei Mohr in Dollern. Lädt zum Wohlfühlen ein: die Außenterrasse des Restaurants (u. r.).



Mit rund 9.000 qm für Mode und einer etwa 7.000 qm großen Fläche für Möbel ist Mohr seit Jahrzehnten eine feste Größe in der Region – mit Kunden, die sogar aus Hamburg anreisen. Um den steigenden Ansprüchen der Verbraucher gerecht zu werden, setzt das Unternehmen auf einen attraktiven Standort – in allen Belangen. „Es geht genauso wie in der Mode um Mehrwerte wie hohe Serviceorientierung, Verlässlichkeit, Glaubwürdigkeit und Authentizität. Zudem müssen wir individuelle Produkte bieten, lifestyleorientierte Wohn-trends präsentieren und das alles in einem zeitgeistigen Ambiente darstellen“, erläutert der Alliance-Gesellschafter.

Ende letzten Jahres wurde deshalb, innerhalb von sechs Wochen, die Möbelfläche komplett umgebaut – „stark positiv beeinflusst“, so Mohr, durch den Kölner Innenarchitekten Werner Quadt, „mit hervorragender Unterstützung“ von

Alliance und „perfekt umgesetzt“ durch CVO Ladenbau aus Wesel. Die Dekoration stammt von Andrea Thomas-Niederberghaus aus Greven. Mit dem Ergebnis, dass sich die Möbelabteilung vor der Modefläche jetzt definitiv nicht mehr verstecken muss. Hell, farbenfroh und mit einer offenen Gestaltung lädt die Ausstellung zur Inspiration ein. Zudem werden auch hier Möbel-Labels in den Vordergrund gestellt, wie z. B. Jori, Erpo oder die Marke Musterring. Immer im Fokus: Mohr, der wichtigste Name vor Ort.

Profitiert haben sämtliche Warengruppen. Am besten laufen derzeit Boxspring-Betten, Rahmen und Matratzen. Neu ins Sortiment aufgenommen wurde Kare, derzeit noch vorrangig als Deko, doch dabei wird es nicht bleiben, das zeigen bereits die guten Verkaufszahlen. Insgesamt spielen Küchen, sehr erfolgreich mit einem Umsatzanteil von 44 Prozent, die wichtigste Rolle bei Mohr. Auf 1.200 qm zeigt das

Familienunternehmen 48 Ausstellungenküchen. Dem Segment Wohnen werden 3.500 qm eingeräumt. Dazu kommt ein Möbel-Outlet mit 2.000 qm. Statt einer eigenen Boutique setzt Mohr zudem seit drei Jahren auf die Zusammenarbeit mit Depot. „So gut könnten wir unsere Fachsortimente niemals darstellen“, betont Mohr. „Das ist eine tolle Leistung, die von unseren Kunden sehr gut nachgefragt wird.“

Immer im Blick: die persönliche und etwas besondere Ansprache. Denn eines will Volker Mohr auf keinen Fall: mit unglaublichen Rabattangeboten auf Kundenfang gehen. Und findet dafür auch klare Worte: „Die unrealistisch hohen Rabatte vieler Möbelhäuser sind eine Katastrophe für die gesamte Branche. Möbel sind so eine schöne Ware – verlieren dadurch aber dramatisch und immer mehr an Wert. Wir steuern mit Individualität und Lifestyle dagegen.“

EVELYNE BECKMANN

Volker Mohr war sehr zufrieden mit dem „Umbau-Team“, bestehend aus dem Innenarchitekt Werner Quadt, CVO Ladenbau und der Deko von Andrea Thomas-Niederberghaus. Zudem ist es ihm ein besonderes Anliegen, die „hervorragende Zusammenarbeit“ mit Alliance zu betonen.

FACTS

- Mohr, Dollern
- Geschäftsführer: Volker Mohr
Ein- und Verkaufsleiterin Möbel: Anja Dissen-Tombrock
- Anzahl der Mitarbeiter: 285, davon 39 im Bereich Möbel
- Verband: Alliance
- Verkaufsfläche Möbel: 7.500 qm, davon 2.000 qm Möbel-Outlet
- Gestaltung: Werner Quadt, Köln
Ladenbau: CVO Germany, Wesel
Deko: Style Trend Colours, Greven, Andrea Thomas-Niederberghaus

www.erlebe-mohr.de