



Fotos (4): Osiander

Die Erwartungen der Kunden übertreffen

50 Läden betreibt die Osiandersche Buchhandlung mittlerweile in Süddeutschland und setzt ihre Expansion in Mittelstädten fort. Was macht das mehr als 400 Jahre alte Traditionsunternehmen so erfolgreich? Neben der Atmosphäre im Store sind dies Serviceangebote, die dem Kunden sehr weit entgegenkommen.

von Katharina Sieweke

Im ehemaligen Schreibwarengeschäft Haufler am Stuttgarter Marktplatz öffnete im Sommer 2017 die 40. Filiale der Osianderschen Buchhandlung. Dort möchten die Geschäftsführer und Inhaber Christian und Heinrich Riethmüller ihren Kunden ein schönes Einkaufserlebnis bieten und offline mit der gleichen Bequemlichkeit und Schnelligkeit überzeugen, wie es Amazon online erreicht.

Genau 400 Jahre nach seiner Gründung in Tübingen im Jahre 1596 startete das Familienunternehmen 1996 mit einem Webshop, also für das digitale Zeitalter relativ früh und erzielt mittlerweile 10 Prozent seines Umsatzes online. Dennoch verzichten die Inhaber weitgehend auf digitale Medien am POS. „Ich gehe nicht in einen Laden, um dort Digitales vorzufinden“, ist Heinrich Riethmüller überzeugt. Und auch Christian Riethmüller machte beim EHI Marketing Forum 2017 deutlich, dass seiner Meinung nach viele Unternehmen die Digi-

talisierung ihrer Geschäfte vorantreiben, dabei aber Gefahr liefen, den stationären Handel aus den Augen zu verlieren. Statt digitaler Screens punktet Osiander am POS mit einer kuratierten Buchauswahl, zahlreichen Services und Wohlfühlatmosphäre.

Kulanz ohne Grenzen

„Kulanz ohne Grenzen“ nennt Christian Riethmüller das, was sie als Unternehmen vermitteln möchten, denn der Kunde habe letztlich die Macht. So akzeptiert der Buchhändler beispielsweise Fremdgutscheine als Zahlungsmittel – und löst diese selbst bei den Wettbewerbern ein, um Verluste zu vermeiden. „Früher haben wir Fremdgutscheine abgelehnt, aber auf diese Weise schicken wir den Kunden fort und vertun unsere Chance“, so Heinrich Riethmüller. Kunden können bei Osiander auch Bücher umtauschen oder als Geschenk verpacken lassen, die sie in einem anderen Geschäft erworben haben.

Zu den Omnichannel-Services zählen Click & Collect-Lieferungen zum nächsten Tag sowie der kostenfreie Standardversand der Ware innerhalb Deutschlands. In 6 Städten bietet das Familienunternehmen eine Zustellung der Ware per Fahrradkurier an, in Tübingen kooperiert Osiander mit einem regional ansässigen Gymnasium. Rund 100 Schüler holen täglich Bestellungen aus der Filiale ab, um diese in der Umgebung ihres Zuhauses auszuliefern. Auf diese Weise können die Schüler ihr Taschengeld aufbessern. Osiander kann auf diese Weise durch Empfehlungsmarketing neue Kunden gewinnen. Mit dem Fahrradkurier-Service war Osiander in Tübingen so erfolgreich, dass man den Service an die Schülerfirma outsourct hat.

Entscheidend zu einem Einkaufserlebnis tragen nach Meinung der Riethmüllers neben den Services auch die Mitarbeiter bei. Zu bestimmten Zeiten ist das Personal der Osianderschen Buchhandlung von allen weiteren Auf-



Bild oben links: Die „Setzkästen“ im Treppenbereich inszenieren zahlreiche Themen rund um Bücher und Autoren

Bild links: Gemütliche Leseecke mit bequemen Sesseln

Bild oben rechts: Warme Store-Atmosphäre mit viel Echtholz und Designlampen

gaben befreit und steht einzig den Kunden zur Verfügung. „Unsere Kunden sollen sich alleine zurecht finden, aber uns ist auch wichtig, dass sie eine individuelle Beratung erhalten, wenn sie etwas Bestimmtes benötigen“, sagt Heinrich Riethmüller.

Dass dem Personal bei Osiander eine wichtige Rolle zukommt, zeigen auch die Mitarbeiterempfehlungen in den Stores des Händlers: In jeder Etage schmücken professionell gemachte Porträts der Angestellten in Kombination mit deren Buchtipps großflächig die Rückwände. „Wir sprechen Menschen an, die eine Beratung suchen, die beispielweise überfordert sind, wenn sie 30 Reiseführer vorfinden“, sagt Heinrich Riethmüller.

Getränke in Selbstbedienung

Um am POS zur Entschleunigung der Kunden beizutragen, legen die Inhaber außerdem großen Wert auf eine Wohlfühlatmosphäre. So verfügt der neue Laden am Stuttgarter Marktplatz über eine verglaste Außenfassade, die viel Tageslicht spendet, eine Klimaanlage und Sonnensegel, verschiedene Sitzgelegenheiten, eine

kleine Bar mit Kaffeeautomat und Kühlgetränken in Selbstbedienung (!) sowie freies WLAN für die Kunden.

„600 qm verteilt über vier Verkaufsebenen sind schwer zu bewirtschaften“, so Heinrich Riethmüller über die für eine Buchhandlung untypische Flächenverteilung. Dennoch zeigt sich das Unternehmen sehr zufrieden mit den Ergebnissen des letzten Dreivierteljahres. Wett machen dies zum einen der Standort des Stores und zum anderen die exponierte Lage der Treppe im Zentrum der Verkaufsfläche. Als verbindendem Element aller Stockwerke kommt ihr eine besondere Bedeutung zu, und sie wird dementsprechend in den Fokus gerückt: An rot gestrichenen Rückwänden im Treppenhaus inszeniert Osiander die Geschichte des Unternehmens. Ein Blickfang sind die dort positionierten „Setzkästen“, die sich vom Untergeschoss bis zur Decke im obersten Stockwerk aneinanderreihen und Einblicke in die Geschichte des Buchs geben. So werden zum Beispiel in Form von Bild, Text oder Skulptur wichtige Autoren präsentiert, Plakate vergangener literarischer Events aus der Region gezeigt oder mit alten

Bilder auf die Geschichte Stuttgarts aufmerksam gemacht.

Eine Besonderheit des neuen Geschäfts bilden die Materialien des Store-Designs. Die Deckengestaltung stammt aus gespritztem Sandstein vom vorherigen Store, der Bodenbelag ist ein Echtholzboden mit Ausnahme der Fliesen im Eingangsbereich. In Kombination mit Holzregalen entsteht im gesamten Laden eine warme Atmosphäre. Begriffe wie „Weltwissen“, „Fernweh“ oder „Zeitgeist“ zieren in kalligraphischem Stil die Regale und die Fassade. Sie kennzeichnen die unterschiedlichen Zonen und adressieren in erster Linie das Bildungsbürgertum – die Zielgruppe der Osianderschen Buchhandlung. Einzelne dekorative Leuchten rücken die Warentische in den Fokus, die zu Impulskäufen animieren sollen. Im Bereich der Belletristik erinnert ein verglastes Dach an Wintergärten. Verspielte Tapeten vermitteln Wohnzimmerflair. Erklärtes Ziel der Osianderschen Buchhandlung ist es insgesamt, die Erwartungen des Kunden zu übertreffen und dadurch Erfolg zu erzielen.

redaktion@ehi.org