



Lässig, Babenhausen

## Unterstützung für soziale Projekte

Die Elefanten sind los – zumindest auf Trolleys, Rucksäcken, Lätzchen oder dem Kindergeschirr der Wildlife-Linie des hessischen Modeunternehmens Lässig. Hinzu gesellen sich Giraffe, Strauß, Großkatze, Nashorn und Schildkröte. Die Kollektion ist farbenfroh gehalten in Grün, Blau, Pink und Orange.

Das Sortiment der „4Kids-Linie“ steht außerdem für ein neues soziales Projekt des Labels. Ab Herbst fließt monatlich ein fester Betrag in die Projekte „Big Cat Guardians“ und „Sparkling Elephant“ der tansanischen Non-Profit-Organisation Momella Foundation.

Im „Big Cat Guardian“ Projekt werden die Maasai zu Wildhütern ausgebildet. Die

Hüter sorgen dafür, dass die Gehege der Nutztiere nachts geschützt sind und beobachten die Routen der Löwen.

Beim Projekt „Sparkling Elephant“ wird ein lebensgroßer, eiserner Elefantenkorpus mit Glasperlen zum Glänzen gebracht. Dafür sorgen neben Kindern aus aller Welt die Schüler der Sinya Grundschule im Osten Tansanias. Letztlich sollen so die Jüngsten für ihre unmittelbare Umwelt sensibilisiert werden, um den Tieren eine Zukunft zu geben. Denn ganz in der Nähe der Schule verläuft die Route der alten Elefantenbullen auf dem Weg zu ihren „Altersruhesitzen“. Die Dickhäuter sind aufgrund ihrer sehr langen Stoßzähne bei Elfenbeinjägern besonders beliebt.



Maria Büscher Lederwaren, München

## Erfolgreiches Facelifting

Ein frischer Anstrich, ein neuer Teppich im Eingangsbereich – mit relativ geringem finanziellen Aufwand unterzog Lederwarenfachhändler Peter Büscher aus München sein Geschäft Anfang des Jahres einem Facelifting. Außerdem integrierte er eine fünf Meter lange Samsonite-Wand sowie zwei Warenträger von Deuter und Picard. Gleichzeitig reduzierte er in allen Bereichen die Warenfülle. Dabei wurde unter anderem die Präsentation von ehemals 400 Schirmen um zwei Drittel reduziert.

„Die Samsonite-Wand auf der kompletten Breite des Geschäftes strahlt Kompetenz aus“, freut sich Peter Büscher. Neben der Auswahl unterstreicht der in der Mitte der Markenpräsentation integrierte Computer den Fachgeschäftsanspruch. Hier laufen im Wechsel aktuelle Samsonite Filme sowie der aktuelle Fernsehbeitrag mit Peter Büscher als Koffertester. Zudem können die Kunden auch direkt ins Internet gehen. Ein Service, der jedoch selten genutzt werde. „Die Kunden sind in der Regel bestens vorinformiert.“ Daher legt der Fachhändler großen Wert auf sein Google-Ranking. Nach Eingabe der Stichworte „Koffer“ und „München“ erscheint „Kof-

fer Büscher“ an erster Stelle. „Diesen Status möchte ich behalten.“

Anstelle großer Investitionen sieht Peter Büscher generell Kreativität und Individualität als entscheidende Erfolgskriterien an. Auch für die Kundenfeier anlässlich der Wiedereröffnung seines Geschäftes hatte er sich daher etwas Besonderes einfallen lassen. Jeder Gast nahm an einer Tombola teil, zu der Samsonite, Deuter und Picard mit Gewinnen beigetragen hatten. Diese Firmen unterstrichen mit der Anwesenheit ihrer Repräsentanten in einer besonderen Location – eine Tiefgarage – ihre Verbundenheit. Jeder Gewinner erhielt außerdem einen von Hand geschnitzten Koffer aus Holz mit Samsonite Logo. „Den Kunden bleiben gerade die Kleinigkeiten, die man sich nicht kaufen kann, im Gedächtnis“, sagt Büscher.

Die bisherige Umsatzentwicklung bestätigt seine Strategie. Nach den ersten acht Monaten liegt er mit 18% im Plus. „Erfolg ist planbar“, ist der Fachhändler überzeugt – wohlwissend, dass es ohne das berühmte Quäntchen Glück nicht geht. Das habe ihm nicht zuletzt das Hochwasser vor wenigen Wochen eindrücklich vor Augen geführt.

**WOHLFARTH**  
 Produkte für große Marktvorteile

Modell Riva und Lyon  
 mit Diebstahlsicherung

www.mw-wohlfarth.de  
 Telefon +49 (0) 62 82 -1472  
 74731 Walldürn  
 Besuchen Sie unsere Hausausstellung