

Leben, wohnen, träumen ...

SORTIMENTSVIELFALT BEI „TIME & VISION“ IN DETTINGEN

Vor vier Jahren gründete Ramona Kohler ihr Geschäft „Time & Vision“ in Gerstetten-Dettingen – der Besuch im Laden soll inspirieren und verführen, die Kunden sollen „leben, wohnen, träumen“, so das Motto. Die Kunden kaufen Blumen und Pflanzen und nehmen nebenher auch mal ein Tisch Tuch für 200 € mit, einen Schal für 140 € und Kissenbezüge, die ab 40 € aufwärts kosten.

Text: Heidy Hetper, Aalen Fotos: Hetper 2, Kohler 5



„Die Leute kommen, weil sie etwas Besonderes suchen, hübsch und individuell“, erklärt Ramona Kohler ihr Konzept. „Richtig schöne, inhaergeführte Geschenkartikelgeschäfte gibt es ja auch in den Innenstädten immer seltener.“ Mit ihrem Sortiment und vor allem der Inszenierung bietet sie eine Auswahl, die die Kunden sonst selten sehen – deshalb nehmen sie auch weite Anfahrtswege in Kauf.

Dettingen am Albuch hat rund 2000 Einwohner. Knapp 15 km sind es nach Heidenheim, gut 30 km nach Ulm. Von der Nähe zur A7 profitiert der Ort durch ein Gewerbegebiet. Ein Blumengeschäft aber würde man hier nicht erwarten. Bei der Gründung von „Time & Vision“ vor vier Jahren hätte auch noch niemand geglaubt, dass Kunden aus einem Umkreis von rund 150 km kommen würde – zu den Ausstellungen begrüßt das Team sogar Kunden aus Augsburg und München. Die Adventsausstellung findet aufgrund des Andrangs mittlerweile an zwei Wochenenden statt.

Noch vor einigen Jahren war Dettingen auch für Ramona Kohler ein weißer Fleck auf der Landkarte. Auf der Suche nach einem Bauplatz oder einer Immobilie für die fünfköpfige Familie lernten die Kohlers den Ort kennen. Dass sich Haus und Hof

bald in ein florierendes Geschäft verwandeln würde, ahnte man beim Hauskauf 2007 noch nicht. Dass „Time & Vision“ heute Arbeitsplätze für ein 10-köpfiges Team bieten kann, war allerdings nicht nur Glück: „Am Anfang habe ich immens in die Werbung investiert, in die Website, durch Aktivitäten auf Facebook“, so Ramona Kohler. „Man muss bekannt werden, an einem abgelegenen Standort sowieso. Jetzt haben wir einen wachsenden Kundenstamm, Neukunden kommen oft aufgrund von Mundpropaganda.“

Viel Zeit und Geld in Werbung investiert

Nach wie vor investiert Ramona Kohler viel Zeit und Geld in die Werbung. Vor ihren Ausstellungen nimmt sie sich schon mal einen Abend Zeit, um Kleinanzeigen-

Plattformen im Internet zu „füttern“. Dazu kommen Anzeigen in der lokalen Presse und rund 5000 Einladungskarten, die von begeisterten Kunden auch in anderen Geschäften oder Praxen ausgelegt werden. Ein Teil wird auch per Post verschickt, für den einen oder anderen Stammkunden sogar mit handschriftlichem Gruß. Nur für die Kurse in ihren Räumen macht Ramona Kohler keine Werbung mehr. „Meist kommen die Kundinnen von selbst auf mich zu, der Kurs füllt sich noch, bevor ich ihn ankündigen kann“, berichtet sie. Hier wäre also noch Potenzial, aber das ist für das Time-&Vision-Team eine Platz- und Zeitfrage.

Seit der Firmengründung hat Ramona Kohler stetig neue Warengruppen dazu genommen. Für die Geschäftsfrau gibt es keinen Sortimentsbereich, den sie ablehnt: „Ich kann so ziemlich alles ver-

kaufen. Schmuck, Textilien, Dekobücher, Vasen, Kerzen, Karten und jede Menge Floristik.“

„Jedes Produkt braucht eine gewisse Zeit“, weiß Ramona Kohler aus Erfahrung. „Die Kunden gewöhnen sich nur langsam an Neues.“ Bei Duftölen zum Beispiel stieg die Nachfrage erst nach drei Monaten; heute gehören sie ganz selbstverständlich zum Sortiment. Das nächste Projekt ist ein Gourmetbereich. Als leidenschaftliche Köchin wünscht sich Ramona Kohler schon lange Feinkost im Geschäft, aber bis vor kurzem gab es am Ort noch ein kleines Lebensmittelgeschäft. „Hier auf dem Land muss man aufeinander aufpassen und darf sich nicht in den Rücken fallen“, erklärt Ramona Kohler. „Also gab es bei mir grundsätzlich keine Feinkost. Jetzt hat der Kollege den Laden aufgegeben und ich nehme die Chance gerne wahr.“

Einkaufen bei großen und kleinen Firmen

Ramona Kohler denkt oft daran zurück, wie sie mit 500€ Startkapital begonnen hat – das waren drei Kartons voller Ware. Heute ordert sie auch mal palettenweise. Die Großmärkte Stuttgart und Ulm sowie die Bedarfshändler und Cash-&-Carry-Märkte im näheren Umkreis fährt Ramona Kohler regelmäßig an. Dazu kommen die Ordermessen TrendSet in München oder auch mal die Maison&Objet in Paris, außerdem die Hausmessen von großen Lieferanten. Besonderes Augenmerk legt sie beim Einkaufen auf kleine Firmen, die sie auf den Messen oder über einen Facebook-Kontakt kennenlernt. Dazu gehört zum Beispiel eine junge Mutter in Polen, die zum Teil exklusiv für „Time & Vision“ entwirft und näht.

Als ihr Schnittblumenhändler erklärte, dass das Blumengeschäft es im letzten Jahr unter die Top10 geschafft hätte, war Ramona Kohler selbst überrascht. Aber Blumenschmuck für über 70 Hochzeiten und viele weitere Familienfeste schlugen natürlich zu Buche. Beim ersten Betreten des Ladens ist man allerdings verblüfft, wie wenig Schnittblumen man sieht. Ramona Kohler zeigt nur fertige Inszenierungen, sie transportiert Stimmungen und verführt die Kunden mit Ideen. „Meiner Meinung nach sind Kunden überfordert, wenn sie sich anhand von Einzelblüten und einem Glas eine fertige Tischdeko vorstellen sollen“, erklärt Ramona Kohler ihren Ansatz. Die Floristinnen arbeiten an einem 5 m langen Bindetisch in einem Arbeitsraum. Dort haben sie Ruhe und Platz – das ist vor allem bei der Vorbereitung von größeren Bestellungen nötig.



Kissen, Schmuck, Bücher, Kerzenständer und dazwischen farblich passende Gefäße, mal gefüllt, mal ungefüllt – das vielfältige Warenangebot ist üppig und vielfältig. Die Warenpräsentation erfolgt nach Farben. Mehrfach täglich sorgt das Team dafür, dass das Styling passt und dass Ordnung und Übersicht nicht verloren gehen.



Zu ihrem eigenen Bedauern ist Ramona Kohler keine ausgebildete Floristin. Den Wunschberuf hatten die Eltern abgelehnt – unter Tränen entschloss sie sich dann zu einer Ausbildung im Einzelhandel. Bis heute profitiert sie von den kaufmännischen Grundlagen.

Erst in der „Kinderpause“ war wieder Zeit für die eigentliche Leidenschaft. Die junge Mutter jobte in einer nahe gelegenen Gärtnerei, sammelte erste Erfahrungen in Verkauf und Floristik, besuchte später Kurse. Krankheitsbedingt musste sie die Tätigkeit in der Gärtnerei aufgeben, kehrte zu einem Bürojob zurück, aber mit dem neuen Haus kamen neue Möglichkeiten. „Mein Mann hat mich ermutigt, meinen Traum umzusetzen.“ Mit einer Adventsausstellung im Eingangsbereich ging es los. Mittlerweile arbeiten zwei Vollzeitkräfte, fünf Teilzeitkräfte und zwei Auszubildende bei

Time & Vision. In Stoßzeiten greifen zwei Aushilfen und Ramona Kohlers Mann unterstützend ein.

Schaufenster gestalten, Gefäße vermieten ...

Neben dem Einzelhandel ist Dienstleistung ein wichtiger Sektor – Gefäße vermieten, Events managen, Schaufenster gestalten. In den Schaufenstern kann die Geschäftsfrau sogar ihre Visitenkarten auslegen. „Zu meinen Kunden gehören Parfümerien, Modengeschäfte und ein Nagelstudio“, so Ramona Kohler. Die Zielgruppe passt perfekt. Wir rechnen die Zeit nach Stunden ab, dazu kommt noch die Leihgebühr für die Dekoartikel.“

Bei Hochzeiten bietet Ramona Kohler gegen eine Pauschale an, dass der Tischschmuck nicht nur geliefert, sondern ein-

dekoriert wird. Immer öfter nehmen Brautpaare auch Unterstützung in anderen Bereichen an – von der Wahl der Location bis hin zur Gestaltung der Einladung. Beratung stellt die Geschäftsfrau nicht in Rechnung, aber bisher hat auch noch kein Brautpaar nach dem ersten Gespräch abgesagt.

Die individuelle Beratung gibt es bei Time & Vision nur mit Termin – im privaten Wohnzimmer. Ramona Kohler lässt sich ein Foto vom Brautkleid zeigen, möglichst auch von der Einladung, dann fängt sie an, Ideen zu entwickeln. Bilder ihrer bisherigen Hochzeiten hat sie auf ihrem Tablet-PC gespeichert, sodass sie im Verlauf des Gesprächs gezielt Beispiele zeigen kann. Und Anfang Juli heiratet die älteste Tochter – da kann das Time-&Vision-Team zeigen, wie prachttvoll Blumenschmuck für eine Hochzeit aussehen kann. ■