

Dr. Hartmut Falter, Chef der Mayerschen Buchhandlung in Aachen, will mit dem umgebauten Stammhaus des Unternehmens Innovationstreiber auch für die Thalia-Gruppe sein



Stammhaus mit neuem Auftritt

Die Mayersche in Aachen hat ihrem Stammgeschäft ein komplett neues Design verpasst. Hauptmerkmal des Auftritts ist die stärkere Verbindung von Buchhandlung, Gastronomie und Event-Geschäft.

Matthias Koeffler

Die neue Selbstbezeichnung, mit der Hartmut Falter, geschäftsführender Gesellschafter der Mayerschen Buchhandlung in Aachen, die Presse zur Vorstellung des umgebauten Stammhauses lockte, sagt bereits viel über die jetzige Ausrichtung aus: „Die Mayersche in Aachen – Das Buch- und Kaffeehaus“.

Das neue Ladenkonzept umfasst auf 4.500 qm Verkaufsfläche alle vier Ebenen des Hauses, die als unterschiedliche „Welten“ konzipiert sind. Falter fasst die Strategie in einem Satz zusammen: „Hier wachsen Einkaufen und Entschleunigung zusammen.“ Die Höhe der Investitionen will Hartmut Falter nicht verraten, nur so viel: „Circa 50 Prozent entfallen auf die Gastronomie, die anderen 50 Prozent auf die Aufwertung der Flächen.“ Ein wesentliches Element der Neuerungen ist, dass es jetzt auf jeder Verkaufsebene gastronomische Einrichtungen mit insgesamt 800 qm Fläche gibt. Sie sind den Konzepten und Zielgrup-

pen der jeweiligen Ebene angepasst. Zuvor gab es nur ein Café im ersten Stock.

VIER BUCHWELTEN Boden, Decken und Shop-Beleuchtung wurden erneuert. Geblieben sind die schwarzen Regale. Der Grund: Vor dem dunklen Hintergrund kommen die vielen bunten Buch-Cover deutlich besser zur Geltung. Waren die Etagen früher in einem einheitlichen Design gestaltet, präsentiert sich heute jede der vier Ebenen mit einem eigenständigen Auftritt.

Die Cafés auf jedem der vier Stockwerke haben insgesamt 250 Plätze. Im Erdgeschoss wird der Appetit nach regionaler Hausmannskost bedient. Im Kinderbuch- und Spielwarenstock ist das Angebot kindgerecht. Ein breites Kuchenangebot findet sich in der Beletage und ganz oben werden moderne Gerichte gereicht, vielfach in der Bowl – natürlich auch mit veganen Varianten. Dazu gibt es Außenplätze auf der neu gestalteten Dachterrasse. Alle vier gastro-

nomischen Einrichtungen werden jetzt in Eigenregie betrieben. „Unser Fünf-Jahresplan ist, einen Umsatzanteil von 20 Prozent zu erreichen. Die Cafés sollen sich alle selbst tragen“, sagt Hartmut Falter. Kundinnen und Kunden können die gastronomischen Flächen mieten und dort feiern: vom Kindergeburtstag bis hin zur Familien- oder Firmenfeier.

Mit seinem neuen Ladenkonzept will Hartmut Falter Innovationstreiber auch für die Thalia-Gruppe sein. „Hier können wir Neues ausprobieren und sind dann auch flexibel, wieder etwas umzugestalten. Was sich bewährt, können wir dann ausrollen.“

www.mayac.de



Mehr Infos und Fotos
finden Sie unter
www.stores-shops.de