

Fachwissen, Fairness
und Transparenz
stehen bei der Beratung
an oberster Stelle.

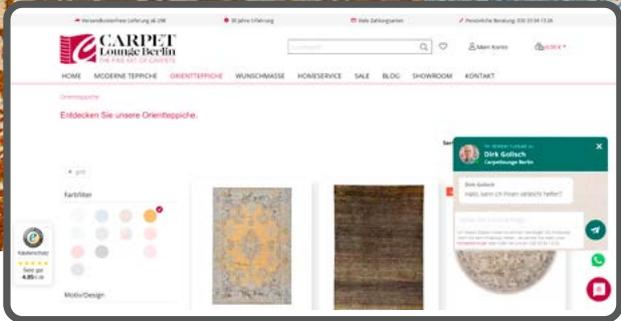


Photo: Dirk Golisch

Carpet Lounge, Berlin

Online und offline gekonnt verknüpft

Dirk Golisch, Teppichexperte mit langjähriger Verkaufserfahrung, hat sein Berliner Ladengeschäft kurz vor dem Lockdown eröffnet; das Sortiment reicht von der gehobenen Mittelklasse bis in den Hochwertbereich. Die Carpet Lounge Berlin kommt gut an – nicht zuletzt dank der dazugehörigen durchdachten Webseite mit Online-Shop.



Die Carpet Lounge befindet sich im gut situierten Berliner Stadtteil Steglitz in der Nähe des Botanischen Gartens, wo viele junge Eltern Kinderwagen die Straßen entlangschieben.

Während der stationäre Einzelhandel sein Online-Geschäft immer stärker ausbaut, ist Dirk Golisch die Sache anders herum angegangen: Zuerst gab es die Carpet Lounge Berlin ausschließlich als Online-Shop, ein Jahr später kam das Ladengeschäft hinzu: im gut situierten Berliner Stadtteil Steglitz in der Nähe des Botanischen Gartens, wo viele junge Eltern ihren Nachwuchs im Kinderwagen die Straßen entlangschieben – auch vorbei am neuen „Carpet Lounge“-Ladengeschäft, das seit Anfang 2020 in einer ruhigen Seitenstraße hochwertige Teppiche anbietet. Doch echte „Laufkundschaft“ findet sich hier selten ein. Die Menschen kommen

eher gezielt und meistens, nachdem sie schon einmal einen ausführlichen Blick in das „virtuelle Schaufenster“ des Geschäfts im Internet geworfen haben. Den dortigen Auftritt inklusive Shop hat Golisch gerade erst gemeinsam mit einer Agentur überarbeitet: Er hat eine noch übersichtlichere Struktur erhalten und ist um viele hoch aufgelöste Bilder reicher. „Der Besuch unseres Online-Shops soll sich für die Kunden so anfühlen, als wären sie in einem echten Laden“, erklärt Golisch. Auf jeder Auswahl-Ebene tauchen weitere Filtermöglichkeiten auf, sodass man auch innerhalb der einzelnen Kategorien wieder nach Farbe, Stil und Preis sortieren kann. Das wird gut angenommen: „Seit der Shop-Überarbeitung bekomme ich deutlich mehr Anrufe.“

Kompetente Beratung, auch für den Online-Shop

Zu einem „echten Laden“ gehört auch eine fachkundige Beratung. Erst recht, wenn es um höherwertige Teppiche geht. Beratung bietet Go-

lisch auch im Online-Shop: per Text-Chat oder am Telefon. Diese Möglichkeit wurde und wird häufig wahrgenommen. „Viele bestellen im Online-Shop, ohne je im Laden gewesen zu sein. In der Regel rufen sie an, werden top beraten und kaufen fast immer.“ Dabei geht es durchaus >



Photo: Dirk Golisch

anfangs gab es die Carpet Lounge Berlin ausschließlich als Online-Shop, dann erst kam das Ladengeschäft hinzu. Auch von hier aus kann man den noch umfangreicheren Shop besuchen.



Photo: Dirk Golisch

Das Ladengeschäft ist mit 90 m² nicht gerade riesig. Trotzdem gelingt es, die Auswahl sehr geschmackvoll und vielseitig zu präsentieren.



All sechs bis acht Wochen wird in der Carpet Lounge umdekoriert.



Photo: Dirk Golisch

Kreative Präsentationslösungen im Ladengeschäft: Halterungen mit aufgerollten Teppichmustern an der Wand.



Höher- bis hochwertige Teppiche machen den größten Teil des Sortiments aus.

um höher- bis hochwertige Teppiche, die auch den größten Teil des Sortiments ausmachen; die Rücklaufquote liegt in der Carpet Lounge bei unter 3 %. Seine hohe Beratungskompetenz hatte Golisch zuvor im Möbelhandel unter Beweis gestellt und perfektioniert. Dort war er viele Jahre lang tätig gewesen – ebenfalls in Sachen Teppiche –, bis er beschloss, sich etwas Eigenes aufzubauen.

Fachwissen, Fairness und Transparenz stehen in seiner Beratung an oberster Stelle. Liefer-



An einem Hängepräseniter befinden sich Muster der sogenannten "Topseller": etwas günstigere und damit schneller verkäufliche Ware.

zeiten für Custom-Order-Teppiche berechnet er lieber sehr großzügig, als falsche Versprechungen zu machen. Außerdem dürfen die Kunden nicht bedrängt werden; stattdessen gibt Golisch ihnen viel Zeit, sich zu entscheiden, gibt Teppichmuster mit nach Hause und schlägt vor, „zur Sicherheit eine Nacht darüber zu schlafen.“

Hochwertiges, das man sonst kaum sieht

Das Ladengeschäft in Berlin-Steglitz ist mit 90 m² nicht gerade riesig. Trotzdem gelingt es, die Auswahl sehr geschmackvoll und vielseitig zu präsentieren. „Erst habe ich hier praktisch



Photo: Dirk Golisch

Seit einigen Monaten unterstützt Golischs Neffe Daniel Künzelmann seinen Onkel im Laden.

das gesamte Preisspektrum von günstig bis hochwertig angeboten, inzwischen konzentriert sich unser Angebot vor Ort hauptsächlich

auf den oberen Bereich“, berichtet Golisch. „Es ist mein Anspruch, hier keine Standardware zu zeigen, sondern etwas anderes, das man nicht überall sieht.“ Und tatsächlich fallen die vielen hochwertigen Teppiche als Erstes auf. An der Wand, an Musterständern und Hängepräsen-tern sowie auf wenigen flachen Podesten hat Golisch sie effizient in Szene gesetzt und dazu eigene kreative Lösungen gefunden: Beispielsweise hat er mehrere Halterungen mit aufgerollten Teppichmustern an die Wand geschraubt; ein Anbieter hatte ihm besagte Halterungen überlassen. Golisch hat sie schwarz überstrichen, nun passen sie perfekt zum Interieur. All sechs bis acht Wochen wird umdekoriert, und neue Teppiche fungieren als Eyecatcher. Die dürfen gern auch farbenfroh sein; in Berlin mag man es durchaus etwas auffälliger und „verrückter“, gern mit Wolle und Seide. ▷

Der kostenlose Carpet Home Newsletter



JETZT EINTRAGEN
bit.ly/carpet-newsletter-dt



Heitmann Felle®



Fordern Sie unseren Katalog an

Heitmann Felle GmbH • Großhandel & Pelzgerberei
 Freudenthalstraße 50 Fon +49 5193 3077 info@heitmann-felle.de
 29640 Schneverdingen Fax +49 5193 1597 www.heitmann-felle.de



Etwas günstigere und damit schneller verkäufliche Ware gibt es hier auch: An einem Hängepräsenster befinden sich Muster der sogenannten „Topseller“: hochwertige Maschinenwebteppiche von Theko, OCI oder aus der Schöner-Wohnen-Kollektion von Otto Golze. Sogar Teppichboden (etwa von Vorwerk, Jab Anstoetz, Best Wool oder Lano) kann man sich bei der Carpet Lounge aussuchen



Dirk Golisch:

“Es ist mein Anspruch, hier keine Standardware zu zeigen, sondern etwas anderes, das man nicht überall sieht.“

und ihn sogar verlegen lassen – das macht Golisch übrigens selbst. Viele Kunden lassen sich aus der Bahnware auch gern Teppiche in Wunschmaßen zuschneiden und diese umketteln.

**Perfekte Ergänzung:
Ladengeschäft und Online-Shop**

Der sehr erfolgreiche Handwebbereich ist bei Golisch durch Paulig vertreten. Dazu kommen handgeknüpfte Einzelstücke des Orientteppich-Importeurs Tepp Team, moderne Knüpfteppiche von Talis und Makalu sowie ein enorm breites Spektrum von Theo-Keller-Teppichen,

darunter dessen Hochwert-Marke Theko Deluxe. Die Carpet Lounge als Ladengeschäft gibt es erst seit 2020; da hat Golisch die Räume spontan angemietet, mitten in der Pandemie. Kaum hatte er eröffnet, musste er allerdings schon wieder schließen, aber: „Der Online-Shop hat das sehr gut aufgefangen.“

Während der Online-Shop den Kunden das Gefühl vermitteln soll, sich in einem realen Geschäft zu befinden, kann man umgekehrt auch im realen 90m²-Geschäft den noch viel größeren Online-Shop besuchen. An einem großen Flachbildschirm zeigt Golisch seinen Kunden die Möglichkeiten der Individualisierbarkeit von Custom-Order-Teppichen oder Produkte, die im Laden keinen Platz gefunden haben – Indoor/Outdoor-Teppiche zum Beispiel. „Für mich ist die Verknüpfung von real existierendem Ladengeschäft und virtuellem Online-Shop ideal“, so Golisch. „Für viele Kunden offenbar auch. Wir führen das Prinzip *erst im Internet recherchieren, dann offline kaufen zusammen*.“ Auf sein Geschäft macht Golisch in Lokalzeitungen aufmerksam, zusätzlich bringt er aufwendig gestaltete Flyer in den Umlauf und schaltet Radiowerbung: „Das ist besonders effektiv.“ Auch auf den Social-Media-Plattformen Facebook und Instagram ist er aktiv und will sich dort noch steigern. Die allermeisten Kunden haben laut Golisch allerdings über Google ihren Weg in den Showroom gefunden.

Die Carpet Lounge wächst weiter

Anders herum kommt die Carpet Lounge auch zu ihren Kunden nach Hause: Im Rahmen ihres „Homeservice“ berät sie Interessenten unverbindlich in den eigenen vier Wänden, selbst abends, am Wochenende oder an Feiertagen. „Der Teppichbedarf bei den Endverbrauchern ist da, das Geld auch“, kommentiert Golisch. Entsprechend viel gibt es zu tun, sodass die Carpet Lounge, ursprünglich noch eine reine One-Man-Show, Verstärkung brauchte. Seit einigen Monaten unterstützt Golischs Neffe Daniel Künzelmann seinen Onkel im Laden; im September ist er voll eingestiegen. □