

Neueröffnung: Impuls-Drogerie Peterer in Flawil

Den eigenen Stempel gut aufgedrückt

Es gibt noch Orte, wo das Potenzial des Drogisten-Berufs voll ausgeschöpft wird. Einer ist die Impuls-Drogerie Peterer in Flawil, die im August ihre Neueröffnung feierte. Gleich vier Lehrlinge lernen dort, wie man aus dem Beruf eine eigene Marke macht – machen muss. Sandra Peterer und Daniel Gegenschatz leben es ihnen vor.

Der Ansturm ist gross. Am 23. August 2006 vermag der rund 220 m² grosse Verkaufsraum der Impuls-Drogerie Peterer die vielen Gelandenen kaum zu fassen. «Eine Neueröffnung ist jedes Mal eine Sternstunde für die Gemeinde», bekennt der Flawiler Gemeindepräsident Werner Muchenberger. Und fügt hinzu, bei der Wahl des neuen Mottos «Flawil – ein pfiffiger Lebensort für moderne Leute» hätte der Gemeinderat an kompetente und attraktive Fachgeschäfte wie die Impuls-Drogerie Peterer gedacht sowie an innovative und initiale Unternehmerpersönlichkeiten wie Sandra Peterer Gegenschatz und Daniel Gegenschatz. «Unternehmerischer Erfolg ist keine Selbstverständlichkeit. Es gehören dazu unternehmerischer Mut, Entschlossenheit, viel Arbeit, Fleiss, Ausdauer und eine geschickte Geschäftsführung.»

Eine Erfolgsgeschichte in Stichworten

Den Grundstein zum unternehmerischen Erfolg legt Josef Peterer 1959 mit der Gründung der Drogerie an der Bahnhofstrasse 5 in Flawil. 1996 ziehen Sandra Peterer Gegenschatz und Daniel Gegenschatz nach Flawil und übernehmen die Drogerie Schneider in Bischofszell. 1997 eröffnen sie eine weitere Drogerie im Coop-Center in Uzwil. Am 1.1.2000 übernimmt das Unternehmer-Ehepaar die Drogerie Peterer AG von den (Schwieger-) Eltern. Vom 24. bis 26. August 2006 wird nach fünfeinhalbwöchigem Umbau die Impuls-Drogerie Peterer neu eröffnet.

Herr Gegenschatz: Worin liegt Ihr Erfolgsrezept?

Daniel Gegenschatz: Josef Peterer spezialisierte sich seit Beginn auf Naturheilmittel und auf individuelle Lösungen für seine Kunden: Mischen von Tropfen, Tees, Salben usw. Ganz wichtig war – dies stellt auch unsere Philosophie dar – einerseits eine Personifizierung des Geschäfts; andererseits muss man etwas Einmaliges, Unvergleichbares, Individuelles machen. Diese Haltung muss eine Drogerie heute unbedingt anstreben, wenn sie im Wettbewerb bestehen will. Denn die Ware – die «Hardware» – ist grundsätzlich austauschbar; es kommt auf die richtige «Software» an!

Fällt Ihnen «auf dem Land» die Positionierung leichter?

Ich denke nicht, dass wir es einfacher haben.



Daniel Gegenschatz und Sandra Peterer Gegenschatz (v.l.) und ihr aufgestelltes Team können im neu eröffneten Laden das Potenzial des Drogistenberufs noch besser ausschöpfen.

Alles hat zwei Seiten: Vielleicht erreichen wir die Frequenz einer Stadt-Drogerie nicht, doch dafür kennt man sich hier besser als in einem anonymen städtischen Gebiet. Am Schluss, ob in der Stadt oder auf dem Land, müssen die Leistungen stimmen.

Erhalten Sie bei Ihrer Tätigkeit als Mitglied der «Impuls»-Marketing-Kommission Anregungen fürs eigene Geschäft?

In einer Gruppe erhält man gute Informationen. Es ist klar, dass 60 Mitglieder einige Ideen haben können. Nur: Man muss merken, welche gut sind ... und etwas daraus machen. Ich schätze es sehr, in der Impuls-Gruppe zu sein. Denn heute kommt man kaum mehr darum herum, einer Gruppierung beizutreten – einerseits wegen des Know-how-Austausches, der professionellen Marketingunterstützung unserer Zentrale und andererseits wegen der guten und profitablen Zusammenarbeit mit Lieferanten-Partnern.

Ihr 11-köpfiges Team zählt vier Lehrlinge ...

Vier Lehrlinge sind bestimmt überdurchschnittlich viel, doch sind wir ein ausserordentlich lebhafter Betrieb mit unseren Filialen und den Messebesuchen. Für junge Leute ist diese Vielfalt sehr interessant, weil sie während der Ausbildung verschiedene Fachgebiete kennen lernen und so in einen Drogerie-Betrieb Einblick erhalten. Das Potenzial des

Drogisten-Berufs ist sehr gross – es sollte nur besser ausgeschöpft werden. Unser Beruf gibt einem sehr viel – man muss es nur machen. Wir sollten weg vom reinen Ware-Verkaufen und dem Beruf seinen Stempel aufsetzen, seine Marke draus machen – sein Label.

Und die Zukunft? Wird bald eine weitere Filiale eröffnet?

Was der Markt in den nächsten Jahren bringen wird, steht in den Sternen. Nein, wir haben uns hier in Flawil gerüstet und die nötige Hardware hingestellt. Wir wollen uns diversifizieren – einerseits mit unseren Drogerien, aber auch mit eigenen Marken, die ich noch besser pflegen möchte. Messen und Versand sind weitere Standbeine. Durch Diversifikation lässt sich das Risiko verteilen. Oder anders: Weniger ist mehr, dafür das Wenige gut machen – das Vorhandene ausschöpfen.

Wie gut Daniel Gegensatz seine Philosophie umzusetzen vermag, zeigt der neue Verkaufsraum. Die Ware – kaum mehr Artikel als früher – wird breiter, attraktiver präsentiert. Und die Kundinnen können sich auch mit Kinderwagen im Laden elegant bewegen. Gegenschatz: «So sind wir für die nächsten 15 Jahre gerüstet.» Mindestens! ■

Jürg Lendenmann