



Peter Poschmann (li.) und Jens Vogel lernten sich in der ROW-Abteilung „Anlagenexport“ kennen.

Foto: Wernitz

Schulze muss Akzente setzen

Poschmann Design seit 2012 ein Premnitzer Unternehmen

Rathenow. (rez) Tausende Lebenswege kreuzten sich in den Rathenower Optischen Werken (ROW). Auch die von Peter Poschmann und Jens Vogel. Die beiden Hochschulabsolventen lernten sich in der ROW-Abteilung „Anlagenexport“ kennen. Von dort gingen auch ganze Ladeneinrichtungen für Augenoptiker in die DDR hinaus. Nach der politischen und wirtschaftlichen Wende machten Poschmann und Vogel das zu ihrem Geschäft.

Der ursprüngliche Firmensitz von Poschmann Design befand sich natürlich in der Stadt der Optik, genauer in der Goethestraße. Weil sich für eine räumliche Vergrößerung kein geeignetes Objekt in Rathenow fand, kassiert jetzt Premnitz die Steu-

ern. Nach erfolgtem Umbau der früheren Gaststätte „Fennblick“ ist Poschmann Design seit 2012 in der Bergstraße 93 zu finden. Inzwischen gehören 15 Festangestellte zur Belegschaft, dazu kommen fünf Freiberufler. Neben der Einrichtung von Augenoptik-, Uhren- und Schmuck-Geschäften ist Poschmann Design inzwischen

auch für Friseure im Einsatz. Das allerdings im Verbund mit fünf anderen Unternehmen. Während hier nur Deutschland im Fokus liegt, weitet Poschmann Design bei den anderen Ladeneinrichtungen seinen Aktionsradius stetig aus. Beispielsweise sind erledigte Aufträge in Wladiwostok

an der russischen Pazifikküste und in der ungarischen Hauptstadt Budapest Beleg dafür.

Das Marketingkonzept der Firma, das sich auf die Kundschaft übertragen lässt, geht offenbar auf. Dieses hat Mitarbeiterin Yvonne

Schmeiduch gestrickt. Wichtigstes Element: ein stimmiges Gesamtbild des Unternehmens, das sich sozusam-

als Marke verkauft. Wie das funktioniert, erklärt die Expertin am Beispiel eines fiktiven und in Köln ansässigen Augenoptikers Schulze. Er müsse sich gegen die starken Filialisten in der Nachbarschaft durchsetzen. Das gelinge am besten, wenn er sich durch seine Gesamterschei-

nung zum Begriff macht, der in den Köpfen der Kundschaft hängen bleibt. Schulze müsse im Ladenbau Akzente setzen durch Farbe und Gestaltung des Geschäfts, was idealer Weise mit Logo und Briefpapier eine Einheit bildet. Natürlich müsse er dann durch Service und Flexibilität aktiv punkten. Die Botschaft kommt an bei potentiellen Neukunden von Poschmann Design. Die Rede ist von monatlich fünf bis sechs Ladeneinrichtungen, die zu realisieren sind.

Um den Bekanntheitsgrad der Firma zu steigern ist unter anderem die Internationale Fachmesse Opti in München ein Pflichttermin. Alle Jahre im Januar ist Poschmann Design am Gemeinschaftsstand der Optic Alliance Brandenburg Berlin (OABB) vertreten.

