



Warenhaus der Zukunft

„Manor hat mit der Gesamtrenovierung ihres Flaggschiffes in Genf etwas Einzigartiges geschaffen. Dahinter steht in erster Linie eine unglaubliche Teamleistung aller Beteiligten – in Genf und am Hauptsitz. Ein grosses Dankeschön gebührt den Repräsentanten unseres Mutterhauses Maus Frères. Ihr Glaube an die erfolgreiche Zukunft unseres Geschäftes, die mitgetragene langfristige Vision, ihre Inspiration und Unterstützung haben die Realisierung dieses Warenhauses der Zukunft erst möglich gemacht. Auf das Resultat dürfen wir alle zu Recht sehr stolz sein.“

BERTRAND JUNGO | CEO

Neueröffnung *Manor Genf*

VIER JAHRE DES UMBAUS, UNZÄHLIGE NACHT-, FRÜH- UND WOCHENENDSCHICHTEN, EINE INVESTITION VON 85 MILLIONEN FRANKEN, EIN ERÖFFNUNGSSPEKTAKEL DER SUPERLATIVE – MAN KÖNNTE ZURÜCKLEHNEN UND ZUFRIEDEN AUF DAS GELEISTETE ZURÜCKBLICKEN. ABER DIE «GENFER» SEHEN IM ENDE DES UMBAUS VIEL MEHR DEN BEGINN DER HERAUSFORDERUNG.



«Zufrieden? Doch, doch, natürlich bin ich zufrieden, es ist etwas Grossartiges, was hier vollbracht wurde», sagt **Jacques Burnier**, der Direktor des Hauses. «Aber: Jetzt fängt es doch erst an. Wir haben sozusagen das erste Drittel gewonnen, jetzt müssen wir zeigen, dass sich diese riesige Investition auch gelohnt hat. Ich bin sehr optimistisch. Wir sind sehr gut positioniert und werden Erfolg haben, vor allem in diesen wirtschaftlich schwierigen Zeiten.»

«Dass dieses gewaltige Umbau- und Renovationsvorhaben umgesetzt werden konnte, sei allen Beteiligten zu verdanken, ganz besonders aber den Mitarbeitenden, die eine unglaubliche Flexibilität, Anpassungsfähigkeit und Aufgeschlossenheit an den Tag gelegt hätten», betont Jacques Burnier. «Wichtig war aber eben auch, dass jeder wusste, die Direktion steht hinter mir. Wir haben die Mitarbeiter einbezogen, den Rayonchef in seinem Métier mitreden, mitgestalten lassen, und das sieht man jetzt auch.» Alle seien mit Enthusiasmus dabei gewesen, er habe sich auf alle verlassen können, «das gilt für meine leistungsfähigen Kader in der Direktion und gleichermassen für die sehr fähigen Leute im Hauptsitz Basel.»

Das Warenhaus der Zukunft

Was jetzt in Genf feierlich neu eröffnet worden ist, ist nicht weniger als ein Laden von Weltklasse. Man komme nicht nur aus ganz Europa, sondern aus der ganzen Welt, um Manor Genf zu besichtigen, berichtet Jacques Burnier. Leute von Macy's in New York, von Debenhams, von Carrefour waren unter anderem hier, und sogar ein sehr neugieriges Team aus China! Das Ausserordentli-



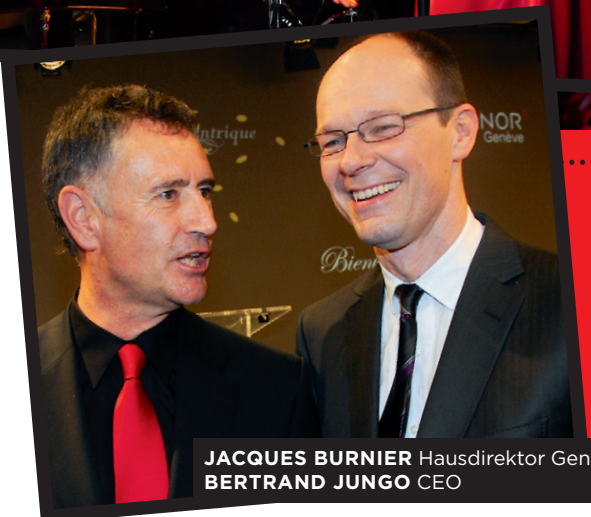
che am Laden sei jedoch nicht nur seine Grösse und seine strahlende Klasse, sondern seine Intensität. «In diesem Geschäft ist jeder Tag ein 24. Dezember», sagt er, «die Menge der Artikel, die riesige Auswahl, das schiere Arbeitsvolumen, die eindruckliche Menge an Kunden und die ständige Innovation. Der Laden ist sozusagen hyperaktiv. Und das kreierte natürlich auch einen ganz besonderen Teamgeist!»

Besonders ist Manor Genf aber auch wegen ihrer konsequenten Umsetzung der Philosophie des Multispezialisten. «Bei uns ist wirklich jede Etage eine eigene Welt, kohärent und logisch. Dabei fokussieren wir auf die Frau, unser ganzer Laden hat etwas Feminines.» Und das sehe man der Kundschaft bereits an. «Es kommen Kundinnen, die man vorher nie gesehen hat. Es ist uns offensichtlich gelungen, neue Zielgruppen anzusprechen; ohne die bisherigen zu verlieren, natürlich.» Aber auch die ersten Zahlen

sprechen gemäss Jacques Burnier bereits jetzt eine deutliche Sprache. So hat beispielsweise die Parfümerie ein Umsatzplus von über 20 Prozent schon ab den ersten Tagen erzielt.

Starke Kommunikation

Grossen Anteil an diesem Erfolg hatte auch die Kommunikation rund um die Eröffnung – und natürlich die Eröffnung selbst. Für die grosse Soirée am eigentlichen Eröffnungstag hat man nicht weniger als 2300 Gäste eingeladen und feierte ein rauschendes Fest. «Eine unglaubliche Show. Man fühlte sich nicht in der Schweiz, sondern in New York. Dieser Abend war ebenso ungewöhnlich und ausserordentlich wie unser Laden selbst. Aber darüber kann Ihnen **Laurent Baldacci** mehr sagen!»



JACQUES BURNIER Hausdirektor Genf
BERTRAND JUNGO CEO

Der Angesprochene ist in Genf verantwortlich für Marketing und Kommunikation. Im Zusammenhang mit der Neueröffnung hat er sämtliche Register gezogen. «Die gesamte Kommunikation rund um diese Eröffnung – eigentlich war es ja keine Eröffnung, das Geschäft war nie geschlossen, auch nicht in Teilen – stand unter einem einzigen einheitlichen Konzept», erzählt er. «Das Layout der Inserate, die Gestaltung der Fassade, der Look, den wir den Events und Wettbewerben rund um die Eröffnung herum verpassten, alles war einheitlich.» Im Zentrum stand dabei die Aufgabe, das Genfer Publikum anzusprechen mit der Botschaft: Die Baustelle ist Geschichte, etwas Neues, Exzentrisches, Abgehobenes ist entstanden. Und so zogen sich denn letzte, symbolische Spuren einer Baustelle durch die gesamte Kommunikation; aber auch das extravagant Neue war jederzeit präsent.



LAURENT BALDACC
Marketing und Kommunikation

„Es war ein grandioses, rauschendes, würdiges Fest. Und ich kann Ihnen sagen, man spricht von uns.“

.....
entstanden. Und so zogen sich denn letzte, symbolische Spuren einer Baustelle durch die gesamte Kommunikation; aber auch das extravagant Neue war jederzeit präsent.

„Eine unglaubliche Show. Man fühlte sich nicht in der Schweiz, sondern in New York.“

JACQUES BURNIER
Hausdirektor Genf





wurden. Die Kunden von Manor wählen nun das beste Model – wobei sie ihrerseits an einem Wettbewerb mit 2000-Franken-Geschenkgutscheinen für Yes or No teilnehmen – und der Gewinner oder die Gewinnerin darf dann für wunderschöne vier Tage und drei Nächte nach New York.

Bei einem zweiten Wettbewerb gabs als ersten Preis 24 000 Franken Shoppinggeld für Manor Genf zu gewinnen. Drei Hostessen verteilten 10 000 Bons für einen 10-%-Rabatt-Gutschein auf Segways, zweirädrigen Personal-Transportern, in allen Hauptstrassen von Genf! Inhaber der Manor Karte konnten an einem exklusiven Wettbewerb teilnehmen und Körperpflege für ein ganzes Jahr im neuen Skin Spa von Manor Genf oder ein Relooking mit Kleidern und Accessoires für 2000 Franken gewinnen. Es gab ein Modedefilee auf dem langen Catwalk der Damenetage, eine Kuhn-Rikon-Kochshow, eine Chanel-Demo, bei der gezeigt wurde, wie die Chanel-5-Fläschchen seit 1921 verschlossen werden – ein Geheimnis, das erst jetzt gelüftet wurde – und vieles anderes mehr. «Ich kann Ihnen sagen, man spricht von uns», schliesst Laurent Baldacci nicht ohne Zufriedenheit.

Glanzvolle Eröffnung

«Unter dem Motto ‚Chic und exzentrisch‘ bildete die ‚Grande Soirée‘ am 23. September den absoluten Höhepunkt der Eröffnung. 35 000 Stücke Fingerfood wurden von über 100 Servierenden – mit feuerroten Baustellenhelmen, Gummistiefel und wunderschönen schwarzen Overalls – gereicht. Es gab Tänzer und Mannequins, Shows, Einlagen, Aktionen und DJs auf allen Etagen. Im vierten Stock wurde das Manora zu einem Jazzlokal umfunktioniert. Später wurden dort ebenfalls DJs aktiv. Auch gabs so genannte VJs, also Video-Jockeys, welche unter anderem Bilder aus den vier Jahren des Umbaus zeigten. «Es war ein grandioses, rauschendes, würdiges Fest.» «Diesen Mix haben wir bei allen Veranstaltungen durchgezogen», erzählt Laurent Baldacci. So veranstaltete man einen Wettbewerb, das «Shooting extravagant», bei dem sich junge Genfer auf den bekanntesten Plätzen Genfs in Szene werfen konnten und dabei professionell fotografiert

