

Elektrowaren: Perfekter Dienst am Kunden



Eine junge Generation steht bei „Electricité Steffes“ hinter der Theke. Es ist heute eher die Ausnahme, dass ein Familienbetrieb über Generationen weiter geführt wird.

Die Gestaltung des Schaufensters ist unprätentiös, keine Affekthascherei oder szenische Aufmachung. Hier ist die Deko auf ein Minimum beschränkt: Auf grauem Teppichboden sind einzelne Küchengeräte in ihrer Verpackung wie Bauklötze nebeneinander aufgestellt, vom Eierkocher, der roten Kaffeemaschine bis hin zum neuesten Haartrockner. Ein Ast mit Kunstblümchen hängt von der Decke: immerhin ist Frühling.

Hier stehen die Produkte noch für das, was sie sind, nämlich Gebrauchsgegenstände und nicht nur Lebensgefühl. Auch im Innern von „Electricité Steffes“ weht ein anderer Wind. Der grün geflieste Boden stammt noch aus den siebziger Jahren; sowohl die individuelle Art des Anordnens der Küchengeräte als auch das freundliche Personal zeugen vom Esprit eines Familienunternehmens. Von den in einer Reihe aufgebauten Waschmaschinen über die Kühlschränke stehen vor allem die in allen Pastell-Farbtönen ausgestellten Bügeleisen sowie die beeindruckende Sammlung an Weckern ins Auge: Pinguin-Wecker, solche in Fußballform oder moderne Digitalgeräte.

Nicht wie in großen Ladenketten steht hier der Geschäftsführer noch selbst hinter der Auslage. Julien Steffes, 29 Jahre alt, hat das Fachgeschäft mit seinem Bruder Philippe Steffes vor einem Jahr übernommen, nachdem der Vater gestorben war. „Die Schaufensterdeko soll einfach und übersichtlich sein“, kommentiert der junge Leiter die schlichte Auslage. Weniger sei mehr, so das Leitmotiv. Und irgendwie passt es.

Julien Steffes hat keine Kaufmannsausbildung, sondern neben einem Gymnasialabschluss das Geschäftswesen sozusagen von der Pike auf gelernt, da er als Kind schon immer hinter der Theke stehen durfte. Jedoch würde er heute keinem Kollegen empfehlen, sich als Geschäftsmann selbstständig zu machen. „Es ist momentan nicht der Zeitpunkt dafür. Die Krise ist spürbar.“ Bereits das Weihnachtsgeschäft vom letzten Jahr sei wirklich nicht gut gewesen. April-Mai seien zudem immer ruhige Monate: „Einige bereiten die Feierlichkeiten der Kommunion vor, andere buchen bereits den Sommerurlaub und sind deshalb knapp bei Kasse“, mutmaßt Steffes. Jedoch auch



die hohen Mieten stellen für viele – und gerade für Familienbetriebe – eine enorme Belastung und für angehende private Geschäftspersonen ein unüberwindbares Hindernis dar. „Persönlich können wir nicht klagen. Aber es ist schon pervers, wenn Mieten sich im Zentrum auf 10000 Euro und mehr beziffern und die Gebäudeinstallationen zum Teil aus den 1980er Jahren stammen“, moniert Steffes. Dort wo Familienbetriebe aufhören, werden bei diesen Preisen demnach wohl kaum neue Geschäfte entstehen.

Der Elektroladen Steffes blickt mittlerweile auf ein halbes Jahrhundert Familientradition zurück. Angefangen hatte alles im Jahr 1938, als der Großvater die Meisterprüfung absolvierte und als einer der ersten Elektriker in Grevenmacher tätig war. Schon damals spezialisierte sich die Familie auf Elektroinstallationen, aber auch auf den Verkauf von Haushaltsgeräten. Zwischen 1990 bis 2010 unterhielt sie zudem eine Filiale in Remich. Seit Ende der achtziger Jahre führt sie das Geschäft in der Avenue de la Liberté. 2006 wurde ein moderner Firmensitz auf der Cloche d'Or

errichtet, und Bürgermeister Xavier Bettel hat bei der Eröffnung dort den ersten Rasierapparat erworben. Dennoch befindet sich die meiste Laufkundschaft in der Avenue de la Liberté. Hier gibt es auch noch einige weitere Familienbetriebe, vom Bäcker über den Zeitungsladen bis zum Hut- oder Schuhgeschäft. „Diese Straße ist sozusagen noch fest in Luxemburger Hand“, meint Steffes.

Nichts habe sich seit den Ursprüngen am Verkaufskonzept von „Electricité Steffes“ verändert, denn noch heute stehe der Betrieb für Haushaltsgeräte und Elektroinstallationen und beschäftige mittlerweile dreizehn Personen. Die Reparatur von defekten Geräten hat sogar zugenommen. Die Wegwerfmentalität scheint durch die Krise zumindest bei einigen Kunden gebremst worden zu sein. Viele kaufen heute – im Gegensatz zu früher – eher nur dann, wenn sie ein Gerät wirklich brauchen oder wenn etwas ganz Neues auf dem Markt ist, so der Geschäftsinhaber.

Neu ist etwa das KNX-System. Die drei Buchstaben stehen für die intelligente Vernetzung moderner Haus- und Gebäude-

systemtechnik, die per Smartphone steuerbar ist. Auf seinem Arbeitsplatz kann der Kunde dann per Kamera verfolgen, ob die Kinder in der Küche sind. Oder auf Reisen können die Lichter im Haus an- und ausgeschaltet werden. So kann eine Präsenz vorgetäuscht werden. Julien Steffes: „Solche Systeme können wir problemlos installieren.“

Die Kunden scheinen ihrem Geschäft die Treue zu halten, die meisten von ihnen sind über 40 Jahre alt. Die wenigsten stammen aus dem Bahnhofsviertel, viele sind dagegen aus Bonneweg oder Cents. Aber auch der Süden des Landes wird immer öfter beliefert. Die Kundschaft aus dem Osten habe dagegen durch die Geschäftsschließung in Remich abgenommen.

Das Internet stelle heute noch keine Gefahr dar. „Große Elektrogeräte werden kaum online gekauft“, so Steffes. Tankstellen indes, die ihr Sortiment zunehmend ausbauen und jetzt auch Wecker verkaufen, würden langsam zu einer Konkurrenz. „Vor zwanzig Jahren war es undenkbar, dass eine Tankstelle auch als Supermarkt fungierte. Vielleicht stehen in zehn Jahren Waschmaschinen dort?“, orakelt der junge Geschäftsführer. Auch bei Filialen wie Schlecker könne man mittlerweile Haushaltsgeräte erwerben.

Große Elektrohändlerketten, wie sie sich im Bahnhofsviertel angesiedelt haben, sind dagegen als Konkurrenz eher harmlos. „Diese sind, entgegen ihrem Image, nicht billiger als wir“, meint der Inhaber. Nur bei großen Verkaufsfaktionen könne der kleine Familienbetrieb mit den Preisen mithalten. „Wenn ein Kunde einfach nur eine elektrische Zahnbürste sucht, so findet er sie bei uns zum gleichen Preis.“ Falls ein Kunde jedoch einen Philips- oder Samsung-Fernseher sieht, der bei der Konkurrenz günstiger ist, und er das beweisen kann, dann kann Electricité Steffes durchaus den gleichen Preis anbieten. Unschlagbar sei vor allem die Sachkenntnis des Familienunternehmens. „Wir haben einen Fernseh-techniker und einen Elektroinstallateur, die beide schon jahrelang im Betrieb arbeiten. Mit dieser Kompetenz kann der Großhandel nicht mithalten.“ Vorteilhaft sei zudem, dass das Familienunternehmen seine Waren vorwiegend von ansässigen Zulieferern bezieht. Miele etwa hat einen Sitz in Luxemburg. Bei technischen Problemen lassen sich so viel einfacher und schneller Ersatzteile oder neue Geräte beziehen.

Christiane Walerich

Arbeitskleidung: Charles, Michel, Charles...



imedia

Über hundert Jahre gibt es sie nun schon, die „Maison Lessere“, ein Fachgeschäft, das sich auf moderne Berufskleidung spezialisiert hat. Noch heute zeugt das Interieur von einer vergangenen Epoche.



Auf Auszeichnungen musste die „Maison Charles Lessere“, ein Fachgeschäft für Stoffe und Arbeitskleidung in der Avenue de la Gare, in all den Jahren nicht verzichten. So hängen über dem alten Holzschreibtisch, der in der Mitte des Ladens steht, mehrere schön gerahmte Ehrenabzeichen: Vom „Diplôme d'honneur“ der französischen Verkaufswoche in Luxemburg aus dem Jahre 1962 über die „Médaille de la reconnaissance nationale des victimes du nazisme enrôlés de force“ des Zweiten Weltkrieges bis hin zu einer „Médaille d'or“ aus dem Jahre 1978 des städtischen Geschäftsverbandes für 108 Jahre Dienst am Kunden.

Kundenservice wird auch heute hier noch groß geschrieben, auch wenn sich über die Jahre das Angebot und der Vertrieb verändert haben. „Heute haben wir zwei Standbeine: Einerseits Kunden, die in der Umgebung arbeiten und die das Geschäft schon lange kennen, und andererseits große Firmen, die wir besuchen und die wir über unsere Produktpalette informieren“, erklärt Gilbert Schilling den heutigen Geschäftsbetrieb. Eigentlich ist

er gelernter Mechaniker. Vor rund zwanzig Jahren ist er jedoch in das Fachgeschäft seiner Schwiegermutter Micheline Thill-Lessere eingestiegen.

Das altherwürdige Geschäft blickt auf eine lange Geschichte zurück: Seit 1870 existiert der Betrieb, und das bereits in der fünften Generation. „Als mein Ur-Urgroßvater anfang, gab es noch keinen Stoffmeter. Dazu wurde immer die Armlänge bis zu den Ellbogen benutzt“, erklärt Micheline Thill-Lessere. Die muntere, über achtzigjährige Hausherrin freut sich noch heute über ihr „Ellbogengeschäft“, wie sie den Laden liebevoll in Gedanken an frühere Zeiten nennt. Damals, als ihr Ur-Urgroßvater mit dem Geschäft anfang, gab es die Passerelle noch nicht. Er musste vom Pfa-fenthal, wo die Familie wohnte, mit einem Leiterwagen auf den städtischen Markt fahren, um Stoffe zu verkaufen. Das erste Geschäft wurde schließlich ein paar Häuser weiter vom heutigen Standort in der Avenue de la Gare eröffnet. Zu den Stoffen kam bald die Arbeitskleidung hinzu. „Allerdings waren das nur blaue Arbeitshosen in den Größen 105, 110 und 115“, erinnert

sich Madame Thill-Lessure. Heute dagegen führe der Laden Hosen in allen Varianten, zudem sei die Kleidung berufsspezifischer geworden. Der Großvater habe schließlich den heutigen Firmensitz an der Ecke Rue Jean Origer und Avenue de la Gare in den 1920er Jahren von einem Belgier ersteigert.

Über dem alten Haus prankt noch heute in geschwungener Schrift der Name „Maison Lessure“. „Das Haus hat immer abwechselnd Charles oder Michel Lessure geheißen“, meint die dynamische Hausherrin. Angefangen habe alles mit dem Ur-Ur-Großvater Charles, dann kam Großvater Michel und schließlich Vater Charles. „Und auch der Enkel trägt bereits den Namen Charles“, freut sich Micheline Thill-Lessure.

Inzwischen sind dreizehn Personen im Haus Lessure angestellt, das zudem eine Filiale in Niederanven eröffnet hat. Der Sitz des Betriebes sei zwar noch in Luxemburg-Stadt, doch wenn sich die Situation nicht verbessere, könnte es durchaus sein, dass dieser verlegt würde, meint Schilling. „Wir werden dort anders von der Gemeinde empfangen und haben Parkmöglichkeiten vor der Tür.“

In Luxemburg-Stadt dagegen bestehe das Problem, dass sich das Geschäft nicht mehr ausweiten kann. „Vor einiger Zeit wurde gar ein Lieferwagen, der zum Abladen vor der Tür parkte, von der Polizei beschlagnahmt“, ärgert sich Schilling. Wenn der Kommerz sich in Luxemburg-Stadt weiter entwickeln soll – und nicht nur die Banken – dann müssen auch die Voraussetzungen stimmen. Der neue Bürgermeister habe hier noch nichts unternommen. „Wir sind halt zu klein, als dass sich etwas ändert.“ Ärgerlich sei auch, dass auf dem Bürgersteig vor dem denkmalgeschützten Haus mittlerweile nicht nur Verkehrsampeln stehen, sondern zudem ein großes Werbeschild.

In der Tat springt das Haus Lessure ins Auge und gehört schon fast zum Stadtinventar. Vor allem durch seine großen Schaufenster, in denen Arbeitsschuhe mit griffigem Profil aufgestellt sind, Schürzen, bunte Stoffbahnen, Ärztekittel und Designer-Kochuniformen vor historischen, schönen Holztäfelungen aufgespannt sind. Auch im Innern entdeckt der verblüffte Kunde eine längst vergangene geglaubte Epoche. An den Wänden stehen noch die selbstgezimmernten Regale des Großvaters, die sich bis zur Decke erstrecken und auf denen fein säuberlich Stoffbahnen nach Farben sortiert liegen und die Arbeitskleidung nach der jeweiligen Berufssparte gestapelt ist.

Beeindruckend ist auch der Tresen entlang der Wände, der eigentlich aus einem Bankhaus stammt: Er legt Zeugnis ab von einem Verkaufskonzept aus einer Zeit, als der Kunde noch an die Theke trat, um bedient zu werden. Historisch ist auch die große alte Registrierkasse aus verziertem

Metall, die in der Mitte des Ladens thront und auf der noch Francs und Centimes angezeigt sind. Gilbert Schilling dreht an der seitlich angebrachten Kurbel der Kasse, und dann springt mit einem Klingelton die Schublade mit den Einnahmen des Tages auf. „Daher das Sprichwort: Wenn es in der Kasse klingelt...“, so Schilling lachend. Noch heute benutzt die Familie das schöne alte Stück, doch werden Ein- und Ausgaben – sicher ist sicher! – inzwischen auch per Computer registriert.

Was den Verkauf angeht, so hat sich einiges verändert: Die Tendenz geht weg von den Stoffen in Richtung Berufskleidung. „Das war eine schöne Zeit, als sich die Kundinnen noch vor dem Spiegel drehten und fragten, welcher Stoff am schönsten ist“, erinnert sich Micheline Thill-Lessure. Es seien sogar Damen aus Paris angereist, um Stoff zu kaufen. „Eine Kundin trank immer zuerst einen Schnaps, bevor sie zu uns kam.“

Im Zweiten Weltkrieg, unter der deutschen Besatzungsmacht, wurden einige Stoffballen versteckt, erinnert sich die Hausherrin. „Dann sind Bauern zu uns gekommen, und sie haben Butter und Schinken gegen Stoff eingetauscht.“ Das Haus Lessure hat in dieser schweren Zeit auch junge Luxemburger aufgenommen, die in die Wehrmacht zwangsrekrutiert werden sollten. „Einmal war ein Junge im Obergeschoss hinter der Tür versteckt, als die Nazis mit der Aufforderung hereinstürmten: „Fenster verdunkeln!“ Hätten sie den Jungen entdeckt, dann wären wir wohl alle erschossen worden“, so Madame Thill-Lessure.

Seit zehn Jahren gibt es für die Stoffe leider immer weniger Abnehmer. Nicht nur, dass außer einigen Hobbyschneidern kaum noch jemand Stoff kauft, auch aus anderen Gründen lohnt das Gewerbe kaum mehr: Gute Zulieferer sind rar geworden. Diese Grossisten – vorwiegend aus Deutschland – sind früher herumgereist und haben ihre Produkte vorgeführt. Dann konnte die Familie Lessure 20 Meter von diesem oder 12 Meter von jenem Stoff kaufen. Gekauft wurde in kleinen Quantitäten. Teurer Stoff wurde bei großen Couturiers in Paris gekauft, und dann erhielt die Luxemburger Firma auch die Exklusivität auf einem Produkt.

Micheline Thill-Lessure kann sich auch noch gut an die Zeit erinnern, als die Stoffe in Luxemburg selbst eingekauft wurden. Ganz früher gab es nämlich Fabriken an der Sauer oder auf der Schleifmühle, wo Stoffe gewebt und Hosen aus fester Baumwolle hergestellt wurden. „Hosen und Westen kamen zudem aus den Kleiderfabriken *Vestimenta* und *Ginter* aus Larochette. Diese Betriebe gibt es schon lang nicht mehr“, so die alte Dame. Heute könne man keine Stoffballen mehr unter 200 Metern erwerben. Zudem brauche man auch Personal,

das noch Ahnung von der Schneiderei hat, denn die Kunden wollen beim Stoffkauf beraten werden. Fazit: Das Ganze lohne sich heute einfach nicht mehr.

Um 1920 fing Vater Charles mit der Berufskleidung an. „Damals war diese Branche noch nicht so phantasievoll. Heute existiert Kochkleidung sogar in rosa“, lacht Micheline Lessure. Die Kochmütze könne mittig oder seitlich getragen werden. Im Bereich der Kochwesten habe das Haus dreißig Modelle auf Lager, 150 weitere sind auf Bestellung lieferbar.

Die Berufskleidung sei einerseits ein Modeartikel, andererseits aber auch ein technisches Kleidungsstück. „Sie ist ein Sicherheitsfaktor und soll vor Schmutz und Gefahren schützen.“ Ein Elektriker, der an einer Hochspannung arbeitet, muss zum Beispiel durch eine adäquate Arbeitskleidung vor Verbrennungen geschützt werden. Oder jemand, der am Bau Leitungen verlegt, muss solides Schuhwerk tragen, wenn er beispielsweise auf einen Nagel tritt. Hier ist viel Fachwissen erforderlich, und man muss die vorgeschriebenen Sicherheitsbestimmungen des jeweiligen Berufes kennen. Mittlerweile beliefert die Maison Lessure viele große Firmen, vom EU-Parlament bis zu den großen Luxemburger Kliniken.

Die Krise sei auch im Sektor der Arbeitskleidung spürbar. „Unsere Kunden kaufen weniger“, stellt Schilling fest. Zudem werde heute vieles über Internet bestellt oder einfach geleast. So gibt es große Firmen in Luxemburg, die Arbeitskleidung vermieten und anschließend waschen. „Dennoch: Wenn der einzelne Arbeiter seine Kleidung selbst aussuchen kann, dann passt sie auch wirklich“, so der Geschäftsführer.

Heute muss jedoch alles schnell gehen, und die Menschen sind bequemer geworden. Von Nachteil ist, dass das Haus keine eigenen Kurzzeitparkmöglichkeiten vor der Tür hat. Obwohl der Bahnhof nicht weit ist und mehrere hundert Parkplätze im Umkreis liegen, würden viele potentielle Kunden lieber aus der Stadt heraus in große Supermärkte fahren.

Besorgt denkt die Familie Lessure auch an die irgendwann anstehende Großbaustelle für die Tram. Bereits als vor mehreren Jahren in der Avenue de la Gare Straßenarbeiten getätigt wurden, die sich über ein Jahr hinzogen, hätten mehrere Familienbetriebe dicht gemacht. „Die Miete, das Personal und Heizkosten, all das muss ja bezahlt werden. Sollten dann die Kunden monatelang ausbleiben, dann wird es für uns kritisch werden“, so Gilbert Schilling.

Dessous: Olala



Pompadour, der kleine Laden mit Unterwäsche gehört nach vierzig Jahren fast schon zum Stadtinventar.

Auf historischen Ölgemälden posiert sie in rauschenden Kleidern aus Brokat mit engem Korsett, das an den Enden mit Schleifen, Rüschen und Spitzen versehen ist, in ihrem Haar trägt sie Blumengestecke oder Perlen. Die Rede ist von Jeanne-Antoinette Poisson, bekannt als Madame de Pompadour. 1745 war es ihr gelungen, auf einem Maskenball, der im Stadthaus von Paris stattfand, die Aufmerksamkeit von König Ludwig XV. auf sich zu lenken. Dieser ernannte sie fortan zu seiner offiziellen Mätresse, der ersten Bürgerlichen mit diesem Status am französischen Hof.

Unwillkürlich wird man an diese schillernde und frivole Figur erinnert, wenn man die geschwungenen Lettern *Pompadour* auf dem Schaufenster in der Avenue de la Liberté liest. Zwar hat das Geschäft nichts mit der frivolen französischen „Hofdame“ zu tun, aber hier wurden über Jahrzehnte „typisch französische“ Produkte verkauft, die mittlerweile längst europaweit vertrieben werden: Wir reden von Unterwäsche, von Nachthemden und Bademode.

Seit nun fast vierzig Jahren, genauer gesagt seit März 1977, betreibt Daisy Grethen den schmalen Laden, in dem bereits vorher Unterwäsche vertrieben wurde. Um ihr kleines Geschäft zu eröffnen, musste Daisy Grethen seinerzeit noch eine eigene Gesellschaft gründen, da sie selbst als gelernte Kosmetikerin nicht die notwendige Fachausbildung im Lingerie-Bereich hatte. „Ich benötigte einen Anwalt, und es brauchte viel Geduld, bis die Genehmigung da war. Das ist heute weniger bürokratisch“, so Daisy. In den Regalen stapeln sich Pappschachteln, dicht gedrängt hängen bunte Nachthemden in einer Vitrine, der längliche Raum wird von zwei rustikalen Lampen beleuchtet. Die verbliebenen Kunden sind in der Regel ältere Damen oder auch junge Frauen, die schon mit ihrer Mutter im *Pompadour* waren. Und natürlich so manche Herren, die Unterwäsche erwerben oder verschenken wollen.

Gekauft werde vor allem normale Lingerie. „Erotische Unterwäsche, das ist längst vorbei. Die Sachen sind teuer, und



imedia



dafür gibt es heute einen eher speziellen Fachhandel," so Daisy Grethen. Geändert habe sich mit der Zeit aber nicht nur der Wunsch der Kunden, die mit der Mode gehen wollen, sondern auch die Ware. Vor dreißig Jahren gab es noch nicht so viele Marken und Farben. Auch die Zulieferer haben gewechselt, und die ehemaligen Familienunternehmen sind fast alle ausgestorben. Die Unterwäsche kommt heute nicht mehr nur aus Frankreich, sondern es sind Gesellschaften und Fabriken, die über ganz Europa verstreut sind, von Portugal über Tschechien bis nach Nordafrika.

Nach wie vor komme es beim Einkauf auf die Qualität der Produkte an: Wenig Synthetik und viel Baumwolle sei wichtig. „Exklusive Wäsche gibt es kaum noch. Satin ist ganz weggefallen, Seide findet sich noch. Aber auch hier kommt es darauf an, richtig schöne Seide zu finden. Diese Wäsche wird meist vor den Feiertagen gekauft“, so Daisy Grethen. Verändert haben sich auch die BH-Größen; früher gab es z.B. keine Körbchengröße H, G oder F.

Auch im Bereich des Unterwäschehandels sei die Krise spürbar. „2000 bis 2008 waren sehr gute Jahre, und die heutige Zeit ist nur noch gut“, bringt die Inhaberin die Entwicklung in der Branche auf den Punkt.

Doch immerhin hat das kleine Geschäft im Bahnhofsviertel keine Konkurrenz. „Hier im Bezirk öffnen wir im Gegensatz zum Stadtzentrum morgens um 9.00 Uhr, und die Kunden kommen, um zu kaufen und nicht, um zu flanieren.“

Geschäftsfördernd sei auch die Tatsache, dass tagsüber zig Busse vorbeifahren würden. Das sei eine gute Gratiswerbung, und viele neue Kunden würden so spontan vorbeikommen oder anrufen und nach einem bestimmten Produkt fragen.

Doch das Geschäft *Pompadour* wird keinen Nachfolger haben. Wann sie aufhören will, weiß Daisy Grethen noch nicht. „Keine Ahnung. Wir haben aber bereits die Kollektion für den nächsten Sommer eingekauft.“

C. W.