

Lenzo-Park: «In einem Center braucht es Herzblut»



Lenzopark: Chris Iseli

Seit der Lenzo-Park vor fünf Jahren seine Türen öffnete, hat sich einiges geändert. Nach anfänglichen Schwierigkeiten ist der Park zu einem beliebten Einkaufszentrum geworden.

Ramona Patt

Vor nicht allzu langer Zeit ging es dem Lenzo-Park in Staufien nicht gut. Die Kunden fehlten, und auch die Inhaber der Geschäfte waren mit dem Umsatz und dem Management nicht zufrieden. Doch nach fünf Jahren sieht es anders aus. Der Lenzo-Park ist zu einem beliebten Einkaufszentrum geworden.

Liegt die Verbesserung am Managementwechsel? Zwei Jahre nach der Eröffnung des Lenzo-Parks im Jahre 2007 übernahm Konrad Marzohl, Geschäftsführer der Marktkonzept AG, zusammen mit seiner Tochter Rebekka das Management. Zuvor war Konrad Marzohl als Fachbegleitung des Besitzers, der auf die Familie Beyeler zurück geht, tätig. Er führte Rapport über das damalige Management. Diese Rapporte liessen den Inhaber, zum Schluss kommen, dass es ein Wechsel brauche. Da fiel die Wahl auf Marzohl selbst.

Wichtig ist der Mietermix

Um dem Lenzo-Park doch noch Schwung zu verleihen, wurde klar, dass sich etwas ändern müsse. Angefangen bei den Parkplätzen: Früher parkierten die Mitarbeiter auf den Parkplätzen, die möglichst nah am Eingang sind. Diese waren somit den ganzen Tag belegt. Heute sind sie ausdrücklich für die Kundschaft reserviert.

Wichtig seien auch die Vollvermietung der Läden und der Mietermix. «Wo in der Nähe, oder zumindest in Lenzburg finden sie sonst einen Jysk, einen Takko oder einen Spar?», fragt Konrad Marzohl. In den letzten Jahren mussten auch grössere Veränderungen vorgenommen werden wie zum Beispiel, die Zusammenarbeit zwischen den Geschäftspartnern zu fördern. Das sei einer der wichtigsten Punkte für ein

funktionierendes Center, so Marzohl. In einem Center brauche es viel Herzblut. Wenn sich die Geschäftsinhaber wohlfühlen, so fühlen sich auch die Kunden wohl.

Das frühere Management sei nicht aufmerksam gewesen, sagt Vukureja Rrakaqi. Sie ist eine der zwei Inhaberinnen des Coiffeurs Lotus. Es habe zwar Versprechungen gemacht und sich die Probleme aufgeschrieben, jedoch keine Lösungen gefunden.

Versprechen werden jetzt gehalten

Heute hingegen seien sie besser betreut. Auch werden bei Veränderungen die Inhaber der Geschäfte hinzugezogen und um ihre Meinung gefragt. «Wir können mitreden», sagt Rrakaqi. Ebenfalls werde vom Management aus mehr Werbung fürs Center gemacht und das, obwohl sie gleich viel bezahle wie zuvor. Michéle Steudler von der Filialeitung des Möbelladens Jysk ist ebenfalls der Meinung, dass sich durch das neue Management einiges verändert habe. «Die Marzohls machen viel für die Kundschaft», sagt Steudler. Die Sauberkeit und Ordnung im Lenzo-Park habe sich inzwischen verbessert. Es gäbe auch mehr Attraktionen, etwa Spiele. Durch die Lage des Jysk im Untergeschoss sei es schwierig, Kunden zu gewinnen. Da aber Jysk selber vermehrt Werbung gemacht habe, seien die Kundenzahlen stetig gestiegen.

Lenzo-Park: Früher Beyeler-Versandhaus

Vor dem Umbau des Lenzo-Parks 2007 führte Beyeler Mode in diesem Gebäude ein Versandhaus. Heute noch ist das Unternehmen mit einem Laden im Lenzo-Park vertreten. Rund 15 Verkaufsgeschäfte sind im Einkaufszentrum untergebracht. Nur über den Namen «Lenzo-Park» zeigten sich die Staufener zu Beginn nicht besonders glücklich, schliesslich steht das Gebäude auf Staufener und nicht Lenzburger Boden. Auch ging der Wunsch des Traditionshauses Mode Beyeler nicht in Erfüllung. Sie hofften, dass der Park den Namen «beyeler-park» tragen sollte. (az)

(az Aargauer Zeitung)