

# Marktplatz-Mitglieder erhalten Einblick in die Welt der Mode

Alle drei Monate lädt eines der über 100 Marktplatz-Mitglieder zum KMU-Treff. Dort erhalten die Detaillisten Einblick in dessen Unternehmen – zuletzt am Dienstag bei Mode Marcon. Mutter Ursula und Tochter Fabienne Marcon führen das Unternehmen in zweiter bzw. dritter Generation und beschäftigen aktuell 24 Mitarbeiterinnen und fünf Lernende. «Angefangen hat mein Grossvater Kaspar im Haus zur Sonne am Küssnacher Hauptplatz – mit selbstgeschneiderten Anzügen, die Knaben für ihre Erstkommunion brauchten», blickte Fabienne Marcon auf die Anfänge des Modeunternehmens zurück. In den folgenden zehn Jahren zügelte Mode Marcon zwei weitere Male. Zuerst über die Strasse ins Haus zur Schmiede. Dann, 1955, kaufte Kaspar Marcon das heutige Geschäftshaus in der Bahnhofstrasse. «Um die Decke um ebenerdigen Verkaufsgeschäft zu erhöhen, wurde das Haus angehoben. Eine spektakuläre Aktion», erzählte die Enkelin weiter. Ein herber Rückschlag traf die Marcons im Jahr 1972, als das Gebäude vollständig ausbrannte. Fabiennes Eltern, Ernst und Ursula,

halfen in zweiter Generation mit dem Wiederaufbau und erweiterten das Geschäft 1993 mit einem Anbau, nachdem das nebenstehende Restaurant Pöstli abgerissen worden war. 2005 eröffnete Mode Marcon eine zweite Filiale in Sarnen mit einer Verkaufsfläche von 450 Quadratmetern. 2014 wurde das Küssnacher Modehaus, das seinerseits 800 Quadratmeter Verkaufsfläche umfasst, vollständig renoviert.

## Mode ist kein Zuckerschlecken

Herausforderungen gibt es – wie in jeder Branche – auch im Modeverkauf, wie die Marktplatz-Mitglieder erfuhren. Angefangen beim Einkauf, worum sich Ursula Marcon seit 30 Jahren kümmert. Sie wählt in den Show-Rooms ihrer zahlreichen Lieferanten die Kollektionsteile aus, die dann – in allen gefragten Grössen, notabene – in Küssnacht und Sarnen angeboten werden. Bewährt habe sich, auf ein Unterteil drei verschiedene Oberteile einzukaufen. «Auch bei der Warenpräsentation arbeiten wir mit sogenannten Programmen», erklärt die Chef-Einkäuferin weiter. «Das bedeutet bei-

spielsweise, dass sich Farbthemen in sich abschliessen.» Sorgfältig geführt werden muss auch das Warenlager – in Anbetracht der Warenmenge. Das Unternehmen legt grossen Wert auf ein immer wieder bereinigtes Warensortiment.

Bei allen Herausforderungen blicken Mutter und Tochter positiv in die Zukunft. «Die persönliche Betreuung ist das A und O», erklären die Unternehmerinnen ihr Erfolgsrezept – auch hinsichtlich der Frage, wie sie mit der Zunahme des Online-Shoppings umgehen. Ihre Verkäuferinnen kennen den individuellen Geschmack und die Wünsche ihrer Kunden. «Dass wir immer das Passende zur Hand haben, wird sehr geschätzt», wissen Fabienne und Ursula Marcon. Auch vor den Flankierenden Massnahmen (FlaMas), die mit dem Verkehr auch die Kundschaft im Dorf reduzieren könnte, fürchten sich die Marcons nicht – im Gegenteil. «Die FlaMas dürfen kein Hindernis werden, sondern sollen eine Chance sein», ist sich Fabienne Marcon sicher – auch dank allen anderen Detaillisten, die den Branchenmix ausgewogen und das Dorf lebendig halten. **su**



Ursula Marcon (rechts) erzählte zusammen mit Tochter Fabienne von der Geschichte und dem Geschäftsalltag des Modehauses und beantwortete Fragen ihrer Marktplatz-Kollegen.