

BAD KULTUR



Badeinzelhandelsgeschäft „Badkultur“ auf Expansionskurs

Erfahrungen mit einem Badfachgeschäft

Im April 1998 haben Brigitte und Hans-Gerhard Beuttenmüller das Badeinzelhandelsgeschäft „Badkultur“ am Rande der Stuttgarter Innenstadt eröffnet. Im Dezember 2000 wurde nun die Fläche des Fachgeschäftes von ursprünglich 150 m² auf 350 m² erweitert. Wo lagen die Gründe für die Erweiterung und welche Erfahrungen hat man in den letzten drei Jahren gemacht?

Brigitte und Hans-Gerhard Beuttenmüller hatten im April 1998 das Badeinzelhandelsgeschäft „Badkultur“ eröffnet, das als Ergänzung zum klassischen Handwerksbetrieb mit seiner 300 m² großen Badausstellung konzipiert worden war. Im Dezember 2000 wurde nun die Fläche des am Rande der Stuttgarter Innenstadt angesiedelten Fachgeschäftes von ursprünglich 150 m² auf 350 m² erweitert.

Über Accessoires zum Komplettbad

Dieser Expansionsschritt um 200 m² war organisatorisch problemlos möglich, weil die direkt benachbarten Räume leer standen. Doch was waren die Gründe, die zu diesem für ein Badeinzelhandelsgeschäft eher ungewöhnlichen Schritt geführt haben? Das Geschäft hat sich im ersten Jahr schwerpunktmäßig auf den Verkauf von Accessoires konzentriert. Große und hochpreisige Artikel, wie Luxuswannen, wurden ergänzend nach und nach ins Programm aufgenommen, als sich abzeichnete, daß sich die Kunden nicht nur für Accessoires interessierten, sondern auch für komplette Bäder. „Allerdings wurde uns im Laufe der Zeit klar, daß der Verkauf dieser hochwertigen Produkte es erfordert, daß sie der Kunde vorher anschauen und anfassen kann. Insbesondere wenn es sich um nicht alltägliche Materialien handelt,“ erläuterte Brigitte Beuttenmüller. „Wir haben gemerkt, daß sich dies auch nicht mit der besten Beratung kompensieren läßt. Deshalb haben wir uns gefragt, wie wir unseren Kunden deren Kaufentschei-

dung erleichtern können.“ Die Antwort lag auf der Hand: Ausstellungsfläche vergrößern. Ein glücklicher Zufall wollte es, daß die direkt an den Laden angrenzenden Räume leer standen. So kam es zur Erweiterung um 200 m². Praktisch war zudem, daß man jetzt über eine Fassaden- und Schaufensterfront von ca. 35 m verfügt. Denn damit wurde das Fachgeschäft zu einem noch attraktiveren Blickfang für den lebhaften Pkw-Verkehr auf der Einfallstraße in die Landeshauptstadt.

Agape, Nevobad und Dornbracht

Beibehalten wurde im Rahmen der Erweiterung die ursprünglich eingeschlagene stark „internationale Ausstattung“ des Ladengeschäftes, um sich – so weit möglich – vom Angebot der Umgebung und vom Angebot der eigenen Badausstellung am Stammsitz der Beuttenmüllers abzuheben. Da man im Accessoire-Geschäft mit klei-

neren, ausländischen Herstellern teilweise negative Liefererfahrungen gemacht hat, wollte man im Erweiterungsbereich dieses Risiko möglichst ausschalten. Nach sorgfältiger Prüfung haben sich die Beutenmüllers schwerpunktmäßig für die Produkte der beiden Firmen Nevobad und Agape entschieden. Präsentiert werden in den Räumen nun u.a. fünf große Luxuswannen von Nevobad, eine Runddusche mit Glasmosaik, eine 1 x 2 m große Fitneßdusche sowie viele Solitär-Waschtische, darunter zwei aus Cocciopesto. „Ein weiteres Highlight in Badkultur ist der umfangreiche Agape-Shop, der von Direktor Emanuele Benedini persönlich konzipiert wurde,“ schwärmte Brigitte Beutenmüller. „Zu sehen ist ein großes Repertoire von Waschtischen aus Holz, Marmor und Porzellan sowie die Wanne ‚Spoon‘ aus Exmar und demnächst auch die einzigartige ‚Woodline‘ aus Holz. Außerdem gibt es dazu passende Accessoires und Leuchten.“ „Diese Erweiterung sehen wir in Art, Stil und Aussage als Quantensprung,“ ergänzte Hans-Gerhard Beutenmüller. „Hinzu kommt, daß wir mit diesem Angebot und dieser Präsentation in unserer Region eine weitestgehende Alleinstellung haben.“ Verstärkt eingebunden ins erweiterte „Badkultur“-Angebot wurden auch die Armaturen von Dornbracht.

Weitere Erfahrungen im Überblick

Neben den bereits genannten Punkten wurden weitere Erfahrungen gemacht und Veränderungen vorgenommen. Nachfolgend eine Auswahl:

- Der Standort von „Badkultur“ hat sich bewährt: verkehrsreich, zentral, stadtnah, gut mit Pkw zu erreichen, vier eigene Parkplätze.
- Die Erfahrung hat gezeigt, daß die Kunden bereit sind, ihr Bad nicht nur mit klassischen Accessoires, sondern auch mit Badtextilien zu verschönern. Da es in Stuttgart eine große Auswahl von Badtextilien gibt, wurde das „Badkultur“-Sortiment verändert. Und zwar dahingehend, daß es den Kunden schwerfallen soll, woanders eine vergleichbare Produktqualität in Verbindung mit einer (auch farblichen) Durchgängigkeit von Handtuch, über Vorleger bis hin zum Bademantel zu finden.



Eröffnungsfeier der Erweiterung: (v.l.): Andreas Dornbracht, Alfonso Leonessa (Agape), Dieter Kraus (Dornbracht), Thomas Schwarz (Nevobad), Brigitte und Hans-Gerhard Beutenmüller, Roberto Verdi (Agape), Wilhelm Vollmer (Nevobad)

- Anfangs waren alle Dienstleistungen rund um die Badplanung kostenpflichtig. Es hat sich gezeigt, daß dies für manche Kunden zur Hemmschwelle wurde. Man ging deshalb dazu über, einen Schnellentwurf nach einem kurzen Vorgespräch kostenlos anzubieten und erst bei echtem Kundeninteresse die kostenpflichtigen Detailentwürfe nachzuschicken.
- Das Personal wurde nach der Expansion von einer auf zwei Vollzeitkräfte aufgestockt, die nach wie vor von der Halbtageskraft unterstützt werden. Für das Team arbeitet eine Badplanerin/Innenarchitektin, die auch die Ausstellung im Stammhaus der Beutenmüllers betreut.
- Verlängert hat man die Öffnungszeiten: geöffnet ist jetzt von Mo-Fr durchgehend von 10 bis 19 Uhr (die nicht mehr zeitgemäße, feste Mittagspause wurde abgeschafft). Am Samstag wurde die Schlußzeit nach einer Testphase von 14 auf 16 Uhr gelegt. Grund: höhere Frequenz durch Kunden, die auf dem Nachhauseweg vom Innenstadt-Einkaufsbummel einen Zwischenstopp einlegen.

Und wie geht es weiter? Der „Expansionshunger“ der Beutenmüllers war mit dieser Erweiterung noch nicht gestillt. So fand am 8. März 2001 die Eröffnung einer 400 m² großen Badausstellung in einer bislang wohl einzigartige Kombination mit einem Möbelhaus statt: die „Badmanufaktur“ (House of Villeroy & Boch) teilt sich dabei Eingang und Gebäude mit dem „Domicil“-Einrichtungshaus in Fellbach. Mehr dazu erfahren Sie in der nächsten SBZ. *Jürgen Wendnagel*



Blick in die neue Ausstellung: Doppelwaschtisch von Agape aus Wenge-Holz mit Edelstahlkanten sowie zwei ovale Aufsatzbecken aus Exmar