



Im Frühjahr eröffnete Villeroy & Boch an seinem Stammsitz in Mettlach eine Wellness-Lounge. Handwerkern und Endverbrauchern wird vermittelt, was mit Wassertechnik und Ambiente an Wohlbefinden zu erzielen ist.

## Probepbaden in der Wellness-Lounge von Villeroy & Boch

# Private Spa hautnah erleben

Seit Ende März 2006 ist die Wellness-Lounge im Informationszentrum von Villeroy & Boch in Mettlach geöffnet. Die 75 m<sup>2</sup> große Lounge bietet den Testern ein echtes Spa-Feeling. Die Marktpartner aus Handel und Handwerk in einem Umkreis von 200 km rund um Mettlach wurden informiert, dass die Möglichkeit besteht, interessierten Kunden ein Probepbaden anzubieten. Jeder Interessent kann die Lounge auf Einladung seines Installateurbetriebes kostenlos nutzen. Handtücher, Badetücher, Fön, Badezusatz und Getränke werden vor Ort gestellt.

### Breites Produktkarussell

Eingebaut sind die Dampfduschen Steam Tower Duo und Steam In Duo, die jeweils zwei Personen Platz bieten, und dazu das exklusive Aquagate, das der italienische Designer Matteo Thun kreiert hat. Auch Whirlpoolsysteme stehen zum Testen bereit: Die weich geschwungene Aveo-Badewanne ist mit einem Whisper-Airpool mit 24 Luft-Düsen im Wannenboden ausgestattet, die ein fein perlendes Sprudelbad erzeugen. Die vitalisierende Wirkung eines Massagestrahls kann man in der Parana-Wanne mit dem Ultimate Fitness Combipool erleben, der mit zwölf Luftdüsen im Wannenboden und jeweils acht manuell verstellbaren Pop-up-Düsen in jeder Wannen-

seite bestückt ist. In der Oberon-Wanne mit Whisper Combipool-Ausstattung aus 24 feinen Luftdüsen im Wannenboden, acht verstellbaren Hydrodüsen in den Seitenwänden und einem Aromasystem kann man das komplette Wellness-Vergnügen genießen.

### Marktpartner überzeugt

Aber nicht nur die Endverbraucher lernen die Wellness-Lounge schätzen – auch die Marktpartner aus Handel und Handwerk sind von der Idee überzeugt. Die Wellness-Lounge bietet ihnen die Möglichkeit, die Wellness-Produkte in Aktion zu präsentieren. Peter Kranz von der Firma Will in Mainz-Kastell erzählt: „Ich habe mich mit meinen beiden Ausstel-

lungsberaterinnen an einem Freitag Nachmittag ins Auto gesetzt, und wir sind nach Mettlach gefahren, um die Lounge zu testen. Man muss ja schließlich wissen, was die Kunden dort erwartet. Peter Kranz hat für seine Kunden noch ein Bonbon: „Wir geben den Kunden, die die Lounge besuchen, einen Wellness-Fitness-Korb mit auf den Weg. Mit dem Ergebnis der Kundenbesuche ist er mehr als zufrieden: „Das ganze funktioniert wie Probepbaden mit ein wenig Event-Charakter. Der Kunde kann sehen und testen, was ihm die Anschaffung eines Whirlpools oder einer Dampfdusche bringt. Bisher hatten wir damit hundertprozentigen Erfolg: Alle Kunden, die das Angebot wahrgenommen haben, haben dann auch gekauft.“ CW

