

*Bad-Atelier als neues
Ausstellungskonzept*

Edles unterm Dach



Sanitärausstellungen sind zwar nette Prestigeobjekte, aber fürs Handwerk eigentlich zu teuer, aufwendig, platzraubend und insgesamt unwirtschaftlich. So zumindest das gängige Vorurteil. Daß es auch anders geht, beweist der Freisinger Handwerksbetrieb Mayerthaler mit dem von Sieger-Design entwickelten Ausstellungskonzept Bad-Atelier.

Die Erkenntnis, daß Sanitärausstellungen und der aktive Verkauf von Komplettbädern als typische Einzelhandelsfunktionen ins Handwerk gehören, hat sich inzwischen flächendeckend durchgesetzt. Dennoch befinden sich von den allgemein bundesweit für notwendig erachteten 10 000 Badausstellungen nur rund 1500 in Hand von einzelhandelsaktiven Installationsbetrieben. Hohe Investitionen und Instandhaltungskosten, fehlende Räumlichkeiten und mangelnde Unterstützung der Vertriebswegspartner stehen an erster Stelle der Argumentation gegen eigene Ausstellungen bei Installationsbetrieben. Daß weniger auch mehr sein und sich die Produktpräsentation im Badbereich auch für Handwerksbetriebe rechnen kann, belegt das Freisinger SHK-Unternehmen Mayer-

thaler* jetzt mit einem völlig neuen Ausstellungskonzept, das unter dem Namen Bad-Atelier am 15. Oktober der Öffentlichkeit vorgestellt wurde. Es wurde im Architektur- und Designbüro von Dieter Sieger** kreiert.

Konsequent anders

Wer im örtlichen Gewerbegebiet allerdings eine Sanitärausstellung im herkömmlichen Sinne erwartet, mit einer Vielzahl einzelner Produkte in abgeschlossenen Badkojen, riesigen Schaufenstern und Neonbeleuchtung in ebenerdigen Hallen, wird herb enttäuscht. Statt Interessenten mit hunderten von Modellen zu erschlagen, stehen bei Mayerthaler kompetente Badplanung und -beratung in wohnlicher Atmosphäre im Mittelpunkt. So schaut sich der ein oder andere beim Eintritt in die Mayerthalerschen Geschäftsräume mit stilvollen Gemälden und edler Ausstattung, vorsichtshalber doch lieber noch mal um, ob er nicht aus Versehen in die Privatgemächer des Hauses gelangt ist. Eine Marmortreppe führt über zwei Etagen hinauf ins Dachgeschoß mit heimeligen Schrägen und Gauben mit Sprossenfenstern. Dort erwartet den Besucher in einem 130 m² großen Raum mit Parkettboden, ansonsten weißen Umschließungsflächen, vom Schreiner handgefertigten Designermöbeln und bis ins Detail konsequent durchgeplan-

ter Beleuchtung etwas, was so gar nicht wie eine Sanitärausstellung aussieht. Von jeweils nur einem Hersteller sind wenige Sanitärarmaturen sowie noch weniger Keramik und Badmöbel zu sehen. Dreh- und Angelpunkt der Produktausstellung sind modular aufgebaute und somit schnell änderbare Waschplätze mit Keramikserien in acht verschiedenen Stilrichtungen, die an den Wänden oder an Raumteilern freistehend im Atelier plaziert sind und um die herum von nostalgisch über repräsentativ bis modern, sämtliches Zubehör individuell arrangiert werden kann. Auch die meisten Badmöbel sind Einzelstücke und so beliebig mit anderen Waschplätzen kombinierbar.

Lukratives Beiwerk

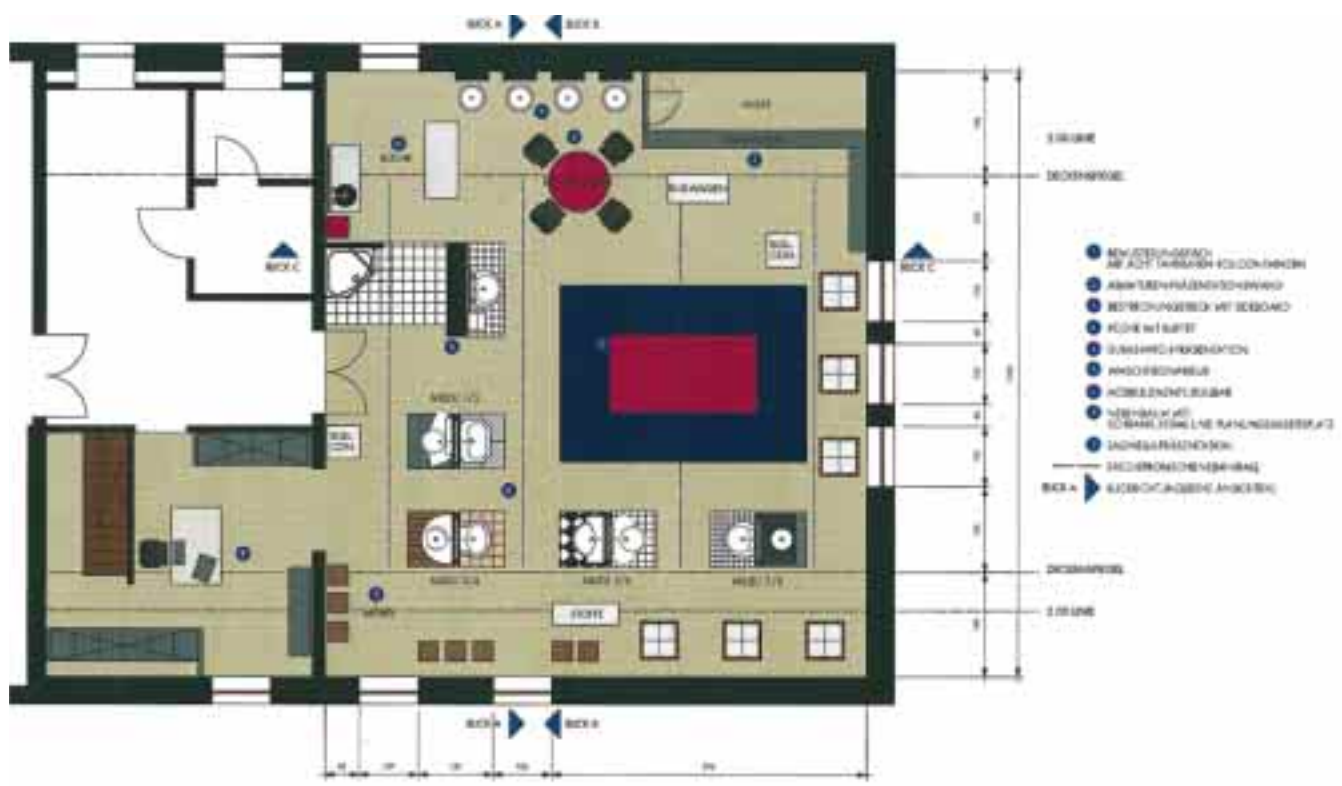
Eine pffiffige Idee sind spezielle Schubladenvitrinen, in denen unter Glas Accessoires in verschiedenen Farben, Materialien und Formen mit Vorhängen, Stoffen und Beschlägen dekoriert sind. Die darunterliegenden Schubfächer enthalten unterschiedliche Fliesenmuster zum Abgleich mit anderen Badausstattungsgegenständen. Daß die Armaturenordnung genauso flexibel wie das übrige Konzept ist, fällt auf den ersten Blick gar nicht auf. Die einfache aber fast schon geniale Lösung ist ein Fuß mit Gummiummantelung. Er ermöglicht es, daß



Einschließlich Accessoires, Fliesen, Vorhänge, Tapeten und allerlei nützlichem drumherum, gibt's bei Mayerthaler von der Stilberatung bis zur Fertigmontage alles fürs Bad aus einer Hand

* Mayerthaler GmbH, Heizung-Klima-Sanitär, Raiffeisenstr. 31, 85356 Freising, Fax (0 81 61) 8 68 15

** Architektur + Design, Dieter Sieger, Schloß Harkotten, 48336 Sassenberg, Fax: (0 54 26) 38 75



Gut durchdacht, konsequent geplant und modular aufgebaut, ist das Bad-Atelier vielfältig und variabel





Armaturen werden einzeln gezeigt und sind dank gummiertem Fuß ruckzuck am gewünschten Waschtisch ausgetauscht

die Einzelstücke, die normalerweise in beleuchteten, quadratischen Vertiefungen einer Armaturen-Schauwand untergebracht sind, nach Kundenwunsch einfach auf den gewählten Waschtisch gesteckt werden können.

In der Raummitte macht ein großer Tisch mit Tapetenbüchern, Stoffmustern, Türgriffen und Gardinenstangen klar, daß es hier mehr als Keramik, Armaturen und Sanitäraccessoires fürs Bad aus einer Hand gibt. Eine Musterküche der besonderen Art, die mit den Materialien Holz, Marmor, Glas und Edelstahl spielt, sowie Glasvitrinen mit Kosmetik und Accessoires ergänzen die Ausstattung. Allerdings keinesfalls nur als schmückendes Beiwerk, denn Bleikristallkaraffen bringen z. B., bei Preisen von z. T. über 500 Mark für Einzelstücke, unter Umständen auch schon mal höhere Deckungsbeiträge als ein Armaturenverkauf, erklärt die Chefin Maria Mayerthaler. Die Diplomkauffrau leitet das Unternehmen seit 1988 und läßt sich die persönliche Beratung der Kunden im Bad-Atelier nicht nehmen.

Preiswert und effizient

Das Konzept dafür entwickelte sie gemeinsam mit dem Architekturbüro des ansonsten eher als Designer in der Branche bekannten Dieter Sieger. Zentrale Vorgabe war hierbei die Konzentration auf die zwei Sanitärhersteller Dornbracht und Duravit, die so auch gezielter in das neue Projekt eingebunden werden konnten, sowie eine Beschränkung auf wesentliche Badprodukte, die quasi nur als beispielhafte Anschauungsobjekte für die Beratung dienen. Neben dem Umstand, daß sich die Mayerthalers mit der neuen Art der Warenpräsentation, wie sie übrigens in anderen anspruchsvollen Produktwelten (z. B. Mode oder Schmuck) längst gang und gäbe ist, deutlich vom Wettbewerbsmarkt abheben, liegen die Kosten für das Bad-Atelier nur bei rund einem Viertel flächengleicher herkömmlicher Badausstellungen.

Dennoch erhält der Kunde hier, trotz der Materialbeschränkung bei Sanitärartikeln, mit Vorhängen, Tapeten, Stoffen, Leuchten,



Spiegeln, Möbeln, Handtüchern, Fliesen, Beschlägen und sonstigen Accessoires die komplettere Palette rund ums Bad. Und das in einem ansprechenden sowie inspirierenden Umfeld, das die Phantasie und nicht zuletzt auch neue Wünsche weckt. Daß sich das neue Verkaufsinstrument wirtschaftlich rechnet, davon ist Geschäftsführerin Maria Mayerthaler fest überzeugt. Denn nach nur einem Monat Betriebszeit hat es nicht nur den Umsatz im Exklusivbereich angekurbelt, sondern auch bei Möglichkeiten für den schmaleren Geldbeutel und dem Verkauf von Einzelteilen. Letzteres ist allerdings nur ein Nebenprodukt, denn die Vollblutunternehmerin spricht durch gezielte Marketingmaßnahmen speziell Besserverdienende mit Designansprüchen auf der Suche nach Individualität an.



Durch den modularen Aufbau der Waschtische ist das Ausstellungskonzept besonders flexibel

Technik ist nicht alles

Auch ansonsten gehört es im Hause Mayerthaler zu den – im Handwerk nicht immer selbstverständlichen – Gepflogenheiten, neben einer handwerklich korrekten Arbeit das Unternehmen strategisch richtig am Markt auszurichten, spricht für die richtige Werbung- und Verkaufsförderung zu sorgen. Dazu gehören neben einer konsequenten Messenachbearbeitung und Neuheiten-schauen, z. B. auch die Mayerthaler-Hausausstellungen, die seit 1985 das Waren- und Dienstleistungsangebot vielfältig präsentieren. Außerdem locken sie durch Attraktionen für die ganze Familie und durch den Besuch von Prominenten wie z. B. Christiane Herzog, der Gattin des Bundespräsidenten, oder CSU-Chef Theo Waigel, viele Besucher an.



Dem Anspruch, weniger an Einzelprodukten als an Stilrichtungen zu beraten, entspricht auch die Bagnella-Wand mit vier Varianten. Im Hintergrund präsentiert sich eine Küchenlösung der besonderen Art



Fahr- und ausziehbare, eigens vom Schreiner angefertigte Schaukästen, erlauben den direkten Abgleich von Fliesen, Stoffen, Accessoires und anderen Badausstattungsgegenständen

Neutrale Vortragsreihen zu den Themen Wassersparen, Badmodernisierung, Wasserversorgung, moderne Heiztechniken sowie Informationstage mit aktuellen Themen zu Energieeinsparung und Umweltschutz helfen dem Handwerksbetrieb zusätzlich zu einem öffentlichkeitswirksamen Auftritt und zahlreichen Ehrungen. So erhielt Hans Mayerthaler, Seniorchef und ehemaliger Obermeister der Innung Freising/Erding mit einer Dienstzeit von über einem Vierteljahrhundert, unter anderem für seine Verdienste in Sachen Umweltschutz und Energieeinsparung, 1988 von Wirtschaftsminister Gerold Tandler das Bundesverdienstkreuz am Bande.

Aus einer Hand

Das von seinem Vater, dem Kupferschmied Lorenz Mayerthaler 1931 als Spenglerei und Installationsbetrieb gegründete Unter-

nehmenspektrum hinzugekommen. Außerdem wurden zwei Firmen übernommen. Zu zirka je 30 Prozent betätigt sich der Betrieb in den Gewerken Heizung und Sanitär. Der Kundendienst mit über 20 funktionsgesteuerten Firmenfahrzeugen macht weitere 30 Prozent des Auftragsvolumens aus, während der Klima- und Lüftungsan-

lagenbau trotz oberflächlich nur bescheidener 10 Prozent Umsatzanteil einen wichtigen Beitrag zur Ergänzung der Komplettleistung bringt.

Mit einem eigenen Planungsbüro trägt das Handwerksunternehmen seiner Kundenstruktur Rechnung. Auftraggeber von staatlichen, kommunalen und kirchlichen Stellen sowie der Großindustrie nehmen für ihre Wirtschaftsgebäude, Schulen, Wohnheime, Kirchen, Sozialbauten und ähnliche Bauvorhaben nämlich ebenso gerne wie Privatkunden bei der Badgestaltung das Angebot der Beratung, Projektierung, Montage und späteren Betreuung aus einer Hand an. □



Interessiert folgt Christiane Herzog, die Gattin des Bundespräsidenten, bei der Einweihung den Erläuterungen der Handwerkschefin Maria Mayerthaler (rechts) zum Freisinger Bad-Atelier