

Eine ansprechende Mischung aus Theorie und Praxisbeispielen bot die Fachtagung „Erfolgreich Bäder verkaufen in der eigenen Ausstellung oder in Spezialräumen“, die Mitte Oktober in Schriesheim stattfand. Über 50 Teilnehmer kamen zu dieser informativen Tagesveranstaltung, die von Duscholux und SBZ/bav initiiert worden war.



An die Vorträge der thematisch abwechslungsreichen Fachtagung schloß sich eine fast eineinhalbstündige Diskussion mit sämtlichen Referenten an. Dieses Angebot wurde von den Teilnehmern intensiv genutzt

Fachtagung mit informativem Programm

Erfolgreich Bäder verkaufen

Bei der individuellen, kompetenten Kundenberatung und beim aktiven Verkauf gewinnen Bad-Ausstellungen und Spezialräume zunehmend an Bedeutung. Insbesondere dann, wenn es um die Komplettbadabwicklung geht. Doch wann lohnt sich die Investition in die eigene Ausstellung? Was ist, wenn die Großhandelsausstellung direkt um die Ecke liegt? Antworten auf diese und viele weitere Fragen boten Ausstellungsplaner, Unternehmensberater und Badprofis in der gemeinsamen Fachtagung von Duscholux und SBZ/bav. Nach den launig einleitenden Worten des Moderators Frank Linnig folgten zwei Grundsatzreferate zum Thema Einzelhandel von Duscholux-Verkaufsleiter Thomas Gayer und SBZ/bav-Redakteur Jürgen Wendnagel. Unter dem Themenpunkt „Eigene Ausstellung in Theorie und Praxis“ erläuterte dann Ausstellungsplaner Alfred Zoubek sein Zehn-Punkte-Programm für das Bäderstudio des Badprofis. Entscheidend ist es z. B., den Ausstellungsbesuchern Stimmungen, Erlebnisse und Emotionen zu vermitteln. Die Ausstellung sollte ein Ort der Begegnung und ein

Platz zum Wohlfühlen sein. Wichtig bei der Planung sind deshalb u. a. ein prägnantes Leitsystem, Abwechslung in der Inszenierung und eine aktive Präsentation der Dienstleistungscompetenz. Im zweiten Teil des Vortrages erläuterte SHK-Handwerksunternehmer Rudi Beslmüller, wie er seine 115 m² große Bäderausstellung betreibt. Anschaulich und anhand von konkreten Zahlen zeigte er Erfolge, Erfahrungen und Schwachstellen bei der Vermarktung auf.

Verblüffen und begeistern

Im Anschluß daran stellte SHK-Handwerksunternehmer Ulrich Bergmann sein „Wohlfühlraum-Konzept“ vor. Der Kunde soll bei dieser Bäderpräsentationsart nicht dem einzelnen Produkt begegnen, sondern den Gesamtraum begeisternd erleben. Dabei werden alle Sinne des Besuchers einbezogen. So läßt sich über einen Lichtschalter die Beleuchtung und damit die Stimmung in einer Badkoje verändern. Es werden Naturgeräusche und Musik per Lautsprecher eingespielt. Über bestimmte Geruchs- und Geschmacksstoffe wird zudem der Geruchssinn aktiviert. Und durch den Einsatz verschiedener Materialien kommt auch der Tastsinn zum Zuge. Werner Heimbach, HaZweiOh, und SHK-Handwerksunternehmer Ulrich Fox erläuterten anschließend das Collagenraum-Konzept. Der Collagenraum ist ein speziell eingerichteter Beratungsraum, der dem Fach-

betrieb helfen soll, sich den Kunden gegenüber als kompetenter Badinneneinrichter und Komplettbadanbieter zu profilieren. Der Collagenraum bietet dazu eine „handwerker-untypische“ Beratungs-Szenerie, die den Kunden verblüfft, weil er das Konzept bei anderen Handwerkern meist noch nicht erlebt hat.

Ein Plädoyer für die partnerschaftliche Zusammenarbeit mit dem Großhandel hielt Heike Gierschewski vom Fachgroßhandels- haus Neugart. Sie zählte zahlreiche Vorteile dafür auf, daß es sich für die Fachhandwerker lohnt, die Großhandelsausstellungen aktiv zur Stärkung ihrer Einzelhandelsaktivitäten einzusetzen. Ein Kernargument dabei war die Ersparnis der nicht unbeträchtlichen Investitions- und Folgekosten für eine eigene Ausstellung.

An die Vorträge schloß sich eine fast eineinhalbstündige Diskussion mit sämtlichen Referenten an, von der reger Gebrauch gemacht wurde. Die abschließenden Reaktionen der Teilnehmer haben dann gezeigt, daß es der Veranstaltung gelungen ist, wertvolle Anregungen zur Einrichtung neuer Ausstellungs- oder Beratungsräume bzw. zur Umgestaltung bestehender Räumlichkeiten zu vermitteln. JW