



Musterbeispiel des Storytelling

Betten Rid, 1916 gegründetes Münchner Traditionsunternehmen, präsentiert sich seit Herbst letzten Jahres an zwei seiner drei Standorte mit neuem Storekonzept. Im Fokus steht das Thema Erlebniskauf mit Emotionalisierung der Flächen und Individualisierung der Produkte sowie die Omnichannel-Verzahnung mit dem Onlineshop.

von Stefanie Hütz



Die Heimtextil-Abteilung bei Betten Rid in München

„Ihr Schlaf in besten Händen“ lautet der Slogan des auf Heimtextilien und Betten spezialisierten Kompetenzhauses. Neu gestaltet wurden die Flächen des Hauses Neuhauser Straße in München mit Komplettumbau inklusive der Fassade bei laufendem Betrieb sowie das Haus Kaiserstraße in Frankfurt am Main als Neueröffnung nach Umzug. Nicht weniger als ein ganzheitlicher Relaunch der Marke mit strategischer Neupositionierung fand statt, „natürlich unter Beachtung von Marken-

kern und Historie“, sagt Geschäftsführer Robert Waloßek. „Wir präsentieren uns auf hohem Niveau, aber auf sympathischer Augenhöhe mit den Kunden. Die bisherige Zielgruppe ‚Klassik‘ behalten wir konsequent weiter im Blick, gleichzeitig möchten wir die für uns neue Zielgruppe ‚Modern‘ erreichen, die ebenfalls einen gehobenen Lebensstil pflegt.“ Robert Waloßek und sein Team sind im Vorfeld durch Europas Hauptstädte gereist ist, um sich inspirieren zu lassen. Er sieht das Un-



Bild oben links: Wohnliche, voll ausdekorierte Betten-Präsentation
 Bild oben: Die haus eigene Kaffeebar
 Bild links: Stimmungsvolle „Landhaus“-Präsentation bei Heimtextilien

ternehmen auf gutem Weg: „An beiden Standorten erfreuen uns die bisherigen Ergebnisse sehr.“

Das Angebot gliedert sich über alle Warengruppen hinweg in die zwei Stilwelten „Design“ und „Landhaus“, was auch das Interieur-Konzept prägt. Inszeniert wird der Store im Charakter eines skandinavischen Lofts. Zu weiß gekalktem und dunkel gebeiztem Eichenholz wird patiniertes Metall kombiniert. Rohes Mauerwerk trifft auf Lack- und Farbflächen, bei denen vielfach abgestufte Grautöne dominieren. Nach dem Prinzip „Raum im Raum“ kreierte das Hamburger Architekturbüro Anders + Grabmeister lebensnahe Wohnräume. Geschäftsführerin Claudia Grabmeister erläutert: „Die Betten im ‚Schlafzimmer‘ sind voll ausdekoriert, in der ‚Küche‘ steht ein funktionstüchtiger antiker Herd, auf dem echtes Brot und echte Kräuter dekoriert sind. Im ‚Wohnzimmer‘ lo-

dert vor einem gemütlichen Sofa ein Kaminfeuer. Die Frottierware wird in einem Badezimmer-Ambiente dargeboten, Mosaikfliesen, Waschbecken und Badewanne zieren den Raum. Spannbettlaken werden derweil in einem Bibliothek-Schrank in Szene gesetzt. Sämtliche Warenträger wurden speziell und sortimentspezifisch für Betten Rid entwickelt.“ Ein Musterbeispiel des Storytelling.

Visual Merchandising

Der Warenaufbau erzählt stets kleine Geschichten, selbst bei Basic-Artikeln werden Vorzüge wie „bügelfrei“ oder „made in Germany“ aufmerksamkeitsstark kommuniziert. Das Visual Merchandising spielt eine große Rolle. „Alle drei bis vier Wochen werden die Themen verändert – von der Verkaufsfläche bis hin zu den Schaufenstern. Der Kunde soll

von unserem Auftritt überrascht und animiert sein, sich vor allem aber wohlfühlen“, erklärt Robert Waloßek.

Dazu trägt auch ein hohes Maß an Service bei. Im „Schlaflabor“ können die Kunden in der intimen Atmosphäre abgegrenzter Kojen probeliegen und mit umfassender Beratung das richtige Bettsystem für sich ausfindig machen. Ein Messbett ermittelt auf Grundlage der genauen Körpermaße, ob der Kunde ergonomisch korrekt liegt. Betten Rid kooperiert zudem mit einem Schlafberater. Und wer sich mit der Kaufentscheidung schwertut, kann eine kostenlose Probe-Nacht auf dem ausgewählten Schlafsystem in einem Apartment am Ammersee verbringen. Auch ein Frühstück wird serviert.

Der steigenden Nachfrage nach Custom-made-Produkten kommt Betten Rid mit dem hauseigenen Maßatelier nach. Bett- und Tischwäsche werden in nahezu jeder gewünschten Größe genäht, Frottierwaren mit Monogramm bestickt oder Kissen befüllt. Die bisher verborgene Füllstation wurde nunmehr mitten in die Abteilung integriert und unterstreicht den Manufaktur-Charakter. An einem „Fühltisch“ können alle Füllmaterialien als Rohware angeschaut und angefasst werden. Auch für Matratze, Lattenrost und Bett werden Sondergrößen realisiert, die maßgefertigten Echtholz- und Polsterbetten sind made in Bayern.

Custom-made-Produkte

Das Konzept wurde in München und Frankfurt am Main weitgehend analog umgesetzt, mit gebäudebedingten Abweichungen. Während sich der Münchner Altbau über vier Etagen erstreckt, sind es in der modernen Immobilie in Frankfurt drei. Die Sortimente wurden leicht an regionale Unterschiede angepasst.

Beleuchtet werden die Stores beide mit HIT-Technik. Vorwiegend kommen Einbauakzentstrahler von Ansoerg zum Einsatz, die ein kontrastreiches Licht schaffen. Auf Allgemeinbeleuchtung wurde zugunsten der

Betten Rid, München und Frankfurt/Main

Adressen Neuhauser Straße 12 und Theatinerstraße, 47, München; Kaiserstraße 9, Frankfurt am Main

Eröffnungen Frankfurt am Main: 4.9.2014; Neuhauser Str., München: 18.9.14; Theatinerstr., München: Umstellung folgt

Verkaufsflächen Theatinerstr., München: 2.000 qm; Neuhauser Str., München: 1.400 qm über 4 Etagen; Frankfurt am Main: 1.400 qm über 3 Etagen

Planung Anders + Grabmeister, Hamburg

Ladenbau Umdasch Shopfitting, Neidenstein

Beleuchtung Ansoerg, Mülheim/Ruhr

gezielten Wareninszenierung verzichtet. Die Energieeffizienz liegt laut Ansoerg bei 18 Watt pro Quadratmeter. Im Schaufenster kommt ein Lichtsteuerungssystem zur Anwendung, mit dem die einzelnen Leuchten kabellos per Tablet angesteuert und gedimmt werden können; es können auch auf Knopfdruck komplette Lichtszenarien gestartet werden.

Mit der Umgestaltung der Geschäfte ging eine stärkere Omnichannel-Verzahnung, ein neues Warenwirtschaftssystem sowie die Einführung eines Zentrallagers einher. Bereits im Jahr 2000 wurde mit dem E-Commerce gestartet. Jetzt findet mittels Screens in den Stores eine On-Offline-Verknüpfung statt, umgekehrt kann online ein Beratungstermin in den Häusern vereinbart werden. Darüber hinaus werden beispielsweise mit O2 regionale Aktionen durchgeführt. So erhalten die im Umkreis der Betten-Rid-Standorte registrierten Kunden eine SMS auf ihr Handy, verbunden mit der Einladung auf einen Espresso und eine Praline an der hauseigenen Kaffeebar.