

Villeroy & Boch

Gemeinsamer Flagship Store mit Reisser

Dienstag, 03.05.2022

Auf der Freifläche in der Designbad-Ausstellung der Reisser AG am Stammsitz in Böblingen ist ein Villeroy & Boch-Flagship-Store entstanden. Auf einem eigens gestalteten, 200 Quadratmeter großen Markenareal werden ausschließlich die Produkte des Traditionsherstellers gezeigt – mit Sanitärkeramik, Fliesen und Möbeln.

Der Hersteller von Keramikwaren kooperiert nun mit dem SHK-Großhändler Reisser, der gerade sein 150-jähriges Jubiläum gefeiert hat. „Da haben sich zwei der ältesten Unternehmen der Branche gefunden“, freut sich Olivier Martinez, Vertriebsleiter und Mitglied der Geschäftsführung bei Reisser. „Unser Anspruch ist es, im Großraum Stuttgart einen Villeroy & Boch Flagship Store zu betreiben. Reisser hat sich in Süddeutschland als namhafter Großhändler etabliert – und das verbinden wir nun mit dem klangvollen Namen V&B, die als hochwertige Marke in den Köpfen verankert ist.“

Die bisherige Freifläche von 200 Quadratmetern wurde als Ausstellung ausschließlich mit den Produkten und Stilwelten aus dem Haus Villeroy & Boch bestückt. Zusätzlich gibt es eine Lounge, in der die Besucher verweilen, plaudern und planen können. Gleichzeitig ist der V&B-Flagship-Store integriert in die einzigartige Designbad-Ausstellung, die bei Reisser rund 2.500 Quadratmeter umfasst.

Dass die beiden Familien- und Traditionsunternehmen eine Liaison eingehen und die beiden Marken zukünftig noch intensiver zusammenarbeiten, liegt nach eigenen Angaben an der langjährigen guten Zusammenarbeit der beiden Häuser. Martinez: „Und auch daran, dass Reisser eine der größten und schönsten Badausstellungen in Süddeutschland besitzt – das war durchaus ein Kriterium, warum sich der Markenhersteller für uns entschieden hat. Schließlich sind auch wir ein Haus der Marke.“

Gezeigt wird auf der Fläche alles von einer Marke, wie es im Einzelhandel im Rahmen von Shop-in-Shop-Systemen bereits gehandhabt wird. Martinez: „In unserem Ausstellungsbereich gibt es einen regelrechten Markenrausch. Villeroy & Boch hatten wir bisher auch schon im Sortiment, allerdings in den verschiedenen Kojen integriert. Nun arbeiten wir im neuen Flagship Store mit der Idee von Mono Branding – das hat eine ganz neue Qualität.“

Gedacht ist der V&B Flagship Store vor allem für Innenarchitekten, Architekten und Planer. Auch Hoteliers schmücken sich gerne mit dem Edel-Keramiker und präsentieren so ihre Besonderheiten in der Bad- und Wellnessgestaltung. „Die Marke ist auch attraktiv für Bauträger. Es liest sich gut im Exposé, wenn Villeroy & Boch verbaut wird – das ist ein wertvolles Verkaufsargument für unsere Objektkunden“, betont Tom Breitsprecher, Leiter Produktmanagement und Mitglied der Geschäftsführung bei Reisser.

Gemeinsam mit der Objektbetreuung aus dem Hause V&B wurde daher ein spezifischer Teil der Ausstellung für Bauträger konzipiert, um diese Klientel vor Ort zu beraten und zu bemustern. Breitsprecher: „Auch die Endkunden sind herzlich willkommen – allerdings müssen sie berücksichtigen, dass nach wie vor der dreistufige Vertriebsweg seine Gültigkeit besitzt. Im Flagship-Store kann jeder eine Fülle an Ideen und Impulse bekommen, sich rund um das neue Bad beraten lassen, mit unserem Fachpersonal in die Planung gehen. Der Einkauf erfolgt dann über den Handwerker, der das Bad einbaut.“

Die V&B Ausstellung ist auf mindestens zwei Jahre angelegt, vermutlich wird sie dauerhaft installiert. Nach der ersten Etappe sollen wirtschaftliche Effekte und strategische Tragweite genauso überprüft werden wie die Objektbestückung. Die offizielle Ausstellungseröffnung mit großem Eventcharakter ist im Frühjahr geplant. Mit dabei sein werden die Inhaberschaft und Gründerfamilie von V&B genau wie der Vorstand und die Geschäftsführung der Reisser AG.

Gemeinsamer Flagship Store mit Reisser