

Frottier schafft Kundenfrequenz

Ein klassisches Bettenfachgeschäft erzielt den Großteil seines Umsatzes in der Regel mit Schlafsystemen, Bettwaren und Bettwäsche. Frottierwaren zählen dort eher zum Randsortiment, wenn man es denn überhaupt führt. Betten Durner allerdings zeigt anschaulich, dass man diese Produktgruppe nicht unterschätzen sollte, denn das Ravensburger Unternehmen erzielt weit überdurchschnittliche Umsätze mit den flauschigen Artikeln. Dafür erhält das Unternehmen den Haustex Star in der Kategorie „Vorbildliche Frottierabteilung“.



Peter Durner hat ein besonderes Faible für Frottier-Artikel.

Betten Durner existiert seit fast 145 Jahren und ist damit eines der ältesten Unternehmen in Ravensburg. Peter Durner leitet das Haus seit 1988 in der fünften Generation. Und seit er die Geschicke des Unternehmens lenkt, hat Betten Durner sein Frotteursortiment deutlich ausgeweitet. „Ich habe einfach ein Faible für dieses Produkt“, stellt Durner fest, „außerdem schafft Frottier Frequenz im Haus.“

Das Geschäft verfügt über insgesamt 1.200 Quadratmeter Verkaufsfläche, davon sind alleine rund 300 Quadratmeter für das Frotteursortiment reserviert: Das gesamte Untergeschoss plus Teile der Aktionsfläche im Erdgeschoss bespielt Durner damit. Dieser Aufwand lohnt sich für ihn, denn vom Gesamtumsatz erzielt er knapp ein Viertel mit Handtüchern, Bademänteln und an-

deren Frottierartikeln. Eine weitere Stärke ist die Bettwäscheabteilung einschließlich der Spannbetttücher, die im 1. Stock zu finden ist. Matratzen und Schlafsysteme sind im Vergleich zu herkömmlichen Bettenfachgeschäften weniger →

- 1 **Auf der Aktionsfläche im Erdgeschoss wird häufig auf das breite Angebot an Frottier-Artikeln aufmerksam gemacht.**
- 2 **Wichtig innerhalb des Frotteursortiments ist nach wie vor die Bademantel-Abteilung.**
- 3 **Gut sortiert: Das Frottier-Sortiment in kräftigen Farbtönen.**





2



3



Betten Durner in Kürze

Betten Durner GmbH
Bachstraße 32-34
88214 Ravensburg
Tel.: 0751/23165
Fax: 0751/2836
E-Mail: info@betten-durner.de
Internet: www.betten-durner.de

Inhaber: Peter Durner

Verkaufsfläche: 1.200 qm

Verband: Bettenring



Auch in der Bettwäsche-Abteilung wird das passende Frottiertuch dazu dekoriert.

stark am Umsatz beteiligt. Da sieht Durner noch Wachstumspotenzial.

Natürlich würde die gut frequentierte Lage direkt in der Innenstadt ihren Teil zu dem weit überdurchschnittlichen Frottier-Umsatz beitragen, räumt Durner ein. Frottierartikel sind im Gegensatz zu einer Matratze ein klassischer Spontankauf-Artikel. Und die Generierung von Spontankäufen funktioniert am Besten in guten Laufzeiten. Andererseits muss es einem auch erst einmal gelingen, die vorhandene Frequenz ins Haus zu locken und in Umsätze zu transferieren. Betten Durner erreicht dies durch eine Kombination aus Markenprodukten und Preisaktionen.

Durner: „Wir sind gut sortiert im Standardbereich, aber ebenso im modischen Sektor. Dazu kommen regelmäßig Preisaktionen, die wir durch Schnäppchenaktionen vor dem Haus und im Eingangsbereich ankündigen.“ Wichtige Markenlieferanten sind vor allem der Bettenring mit seiner Marke Dormabell, Cawö, Joop, Egeria, Vossen. Dazu kommen durchaus auch Postenlieferanten, denn den preisaggressiveren Markt möchte Durner nicht vernachlässigen.

Der Spagat zwischen Preis und Marke bereitet ihm und seinen Kunden offenkundig keine Probleme. „Wer schön haben möchte, der kauft auch schön, egal, ob daneben der rote Preis liegt“, so Durner. Die preiswerteren Frottier-Artikel zielen überwiegend auf eine jüngere Zielgruppe. Denn er möchte auf diese Weise die jungen Leute locken, die sonst gerne im Internet kaufen.

Eines sei allerdings wichtig in dem Zusammenhang: Man brauche Platz. Mit einer kleinen Fläche könne man einen so breiten Preisaufbau wie bei Durner schlecht bewerkstelligen. Gleichwohl wirkt die Frottierabteilung ganz bewusst auch durch ihre Warenfülle, auf der Fläche lagert sehr viel Ware. Und einen Rat hat Durner für seine Kollegen, der auch für das Sortiment eine Bettenfachgeschäfts allgemein gelten könnte: „Man darf den preislichen Mittelbau auf keinen Fall vernachlässigen, denn der bringt die nötigen Stückzahlen.“

Durch den umfangreichen Umbau 2014 hat das Haus zusätzliche Impulse erhalten. Neu ist seitdem die sogenannte Aktionsfläche im Erdgeschoss, auf der Durner Marken und Sortiment besonders hervorhebt. Sie alleine sorgt auch für mehr Frequenz im Haus.

Synergien schöpft Durner durch sein Outlet, rund zehn Kilometer außerhalb der Stadt in Horgenzell. Es dient einerseits der Warenbereinigung im Stammhaus, außerdem als Anlaufstelle für preisorientierte Einkäufer, die sonst gerne auch im Internet nach Schnäppchen stöbern. Für sie hält er im Outlet neben Abverkaufsartikeln auch zugekaufte Aktionsware bereit. Und wenn dort eine Aktion besonders gut läuft, holt Durner sie durchaus auch mal ins Stammhaus. „Wir verschließen uns vor nichts mehr, wollen vielmehr die uns gebotenen Chancen nutzen“, betont Firmeninhaber Durner. Dazu zählt auch ein kompetentes Frottiertiersortiment. ■