



STUTTGART

S T A D T & R E G I O N

Ausgabe 2
Sommer 2010
19. Jahrgang
5,- €
E 30973 F



GRILLZEIT

ES MUSS NICHT IMMER
DIE „ROTE“ SEIN

GROSSE KLAPPE

SELBSTBEWUSSTSEIN ODER
SELBSTÜBERSCHÄTZUNG?

SÜSSER TEST

WER MACHT DEN BESTEN
ERDBEERKUCHEN?

SPECIAL:

LUDWIGSBURG

BAROCKSTADT MIT
VIELEN FACETTEN

FRAUENHERZEN SCHLAGEN ANDERS

DER MEDIZINISCHE UNTERSCHIED



IM GESPRÄCH: **ULRIKE GROOS**
DIREKTORIN DES KUNSTMUSEUMS





Gianni Perri und Andreas Koch

Entertainment-Shopping zum Anfassen

In den vergangenen eineinhalb Jahren hat sich das Schweizer Unternehmen LABUYLA auf dem Internetmarkt seines Heimatlandes bereits bestens etabliert. Jetzt brachten die beiden Gründer Gianni Perri und Andreas Koch ihre erfolgreiche Geschäftsidee auch nach Stuttgart: Im Posto'S in der Alten Poststraße eröffnen sie ihren ersten Store mit Markenprodukten aus dem Bereich Haushalt, der IT und der Unterhaltungselektronik. Die Geschäftsräume im Posto'S werden künftig auch den Sitz der Europa-Zentrale von LABUYLA beherbergen.

Einkaufen im Geschäft vor Ort ist eine Sache, Einkaufen im Online-Shop eine Andere. Die LABUYLA Holding AG verbindet beides miteinander – und geht damit einen ganz neuen Weg. Eigens dafür eröffnet das 2008 in der Schweiz gegründete und bislang ausschließlich auf das Internet fokussierte Unternehmen (www.LABUYLA.com) Mitte Juli seinen ersten eigenen Store überhaupt. Nicht in der Schweiz, sondern in Deutschland, genauer gesagt in Stuttgart. Im Neubau Posto'S in der Alten Poststraße mitten in der City werden auf rund 960 Quadratmetern Ladenfläche zahlreiche Markenprodukte aus dem Bereich Haushalt, der IT und Unterhaltungselektronik verkauft –

Kaffeemaschinen, Computer, Kameras, Spielkonsolen und vieles mehr.

„Unser Hauptaugenmerk liegt zwar auch weiterhin auf dem Online-Shop“, sagen Gianni Perri und Andreas Koch, die beiden Verwaltungsräte der LABUYLA Holding AG. „In Zukunft wollen wir mit unseren Kunden aber noch intensiver in Kontakt treten – und genau das ist mit Hilfe des Stores wie jenem in Stuttgart möglich“, ergänzen die erfolgreichen Firmengründer, die bereits mehrere Jahre für internationale Investment-Unternehmen tätig sind und auf dem Gebiet von Start-Up-Unternehmen wertvolle Erfahrungen im finanziellen sowie im unternehmerischen Bereich sammelten. Erfahrungen,

die sie nun in Eigenregie für ihre Shopping-Plattform umsetzen.

Persönlichkeit und Service beim Shoppen im Store vor Ort

Den Anstoß für diese Plattform gab die durch zahlreiche Studien bestätigte Tatsache, dass es für die Konsumenten mittlerweile selbstverständlich geworden ist, verschiedene Einkaufswege miteinander zu kombinieren. Dieses Multichannel-Marketing ist wiederum der strategische Ansatz des Handels und der Dienstleister, die potenziellen Kunden auf mehreren Vertriebswegen zu erreichen. Viele Verbraucher wollen

schließlich einerseits nicht auf bestimmte Öffnungszeiten angewiesen sein, andererseits aber auch nicht völlig auf persönliche Beratung verzichten. Das so genannte Entertainment-Shopping von LABUYLA verbindet dabei ein Shopping- und ein Auktionsportal mit Community-Funktionen wie Live-Chat, begleitenden Veranstaltungen und kreativen Wettbewerben.

Und so hat man sich das Konzept im Detail vorzustellen: Im Store sind die Shop- und Auktionsprodukte ausgestellt, der Kunde kann sich direkt vor Ort durch geschultes Personal beraten lassen, bestellt online an internen PCs und bekommt die Ware versandkostenfrei bequem nach Hause geliefert, in der Regel innerhalb von 24 Stunden. „Durch unser großes Netzwerk zu allen wichtigen Herstellern und Distributoren schaffen wir es, unsere Produkte stets zu sehr attraktiven Preisen anbieten zu können“, betonen Gianni Perri und Andreas Koch.

Das LABUYLA-Konzept umfasst außerdem exklusive Store-Produkte und Top-Seller sowie Aktionen und Events für Kunden und Gäste. Derartige Aktionen und Events können zum Beispiel Wii-Contests, Graffiti-Contests, Produktpräsentationen, PC-Kurse oder Seminare sein. „Gerade die Verbindung von Internet-Shopping, innovativem Store und persönlichem Kontakt zu den Kunden zeichnet unsere Geschäftsidee aus“, so Gianni Perri und Andreas Koch.

Nervenkitzel im Auktionsportal

Neben dem Sofortkauf im Online-Shop hat der Kunde bei LABUYLA auch die Möglichkeit, an einer Auktion teilzunehmen, die auf dem Prinzip der Rückwärtsauktion



basiert. Im Auktionsportal gibt es dafür einen verdeckten Preis, der nach eigenen Angaben garantiert günstiger ist als der Sofortkaufpreis. Um den jeweils aktuellen Preis in Erfahrung zu bringen, kauft der User Gebote, so genannte „BUYLAS“. Jede Preisabfrage senkt ihn um 35 Cent. Den Zuschlag erhält derjenige, der sich zuerst für den Kauf entscheidet. Je näher sich eine Auktion dem Ende neigt, desto günstiger kann der Preis werden. Ein Aufdecken des Preises während des Auktionsverlaufs verpflichtet nicht zum Kauf – selbst wenn die Auktionszeit abgelaufen ist.

Nach dem Kauf hat der Käufer 15 Minuten Zeit seine Zahlung zu tätigen. Entscheidet er sich gegen den Kauf und ist die Zeit der Auktion noch nicht abgelaufen, kann diese weiterlaufen. So wird der potentielle Käufer bei seiner Kaufentscheidung ge-

schützt, gleichzeitig haben die Mitbieter die Möglichkeit, den bereits gesenkten Preis in Anspruch zu nehmen. Fünf Minuten, bevor die Auktion wieder frei geschaltet wird, werden alle User, die ein Gebot abgegeben haben, per Mail benachrichtigt.

Zurück zum Posto'S: Die Geschäftsräume stellen künftig auch den Sitz der Europa-Zentrale von LABUYLA dar. Bis Ende des Jahres entstehen hier rund 50 neue Arbeitsplätze für das strategische Management, die Produkt-Entwicklung, die Design-Abteilung sowie für den Kunden-Support. Darüber hinaus sollen nach dem Stuttgarter Vorbild in anderen deutschen Städten und in Italien weitere LABUYLA Stores folgen. In Gründung sind zudem Niederlassungen in Tschechien, Polen, Russland und der Ukraine. Eine echte Erfolgsgeschichte also. ♦

