



Wau-Erlebnis für Mensch und Hund

Dogstyler verkauft, was Hunde und ihre Halter für ein kultiviertes Zusammenleben benötigen. Der neue Store im österreichischen Linz zeigt ein Wohlfühl-Konzept auf gehobenem Level, Kaffeebar für den Menschen und Probiertheke für den Hund inklusive. Die mehrgleisige Multiplikation geht gerade in die Umsetzung.

von Konny Scholz

Verramscht wird hier nicht, im Gegenteil. Das Unternehmen Dogstyler setzt auf Premium-Produkte für den Hund und entwickelte für seine Stores ein Designkonzept, das die Bedürfnisse von Hund und Halter gleichermaßen ernst nimmt. Zusätzlich zum Store am Unternehmenssitz im ostwestfälischen Soest eröffnete im vergangenen Herbst eine Filiale im österreichischen Pasching bei Linz.

Massive Eichenbalken mit naturbelassener, gemaseter Oberflächenoptik prägen hier die Raum-in-Raum-Konstruktion im Fachwerkstil, die urig-gemütlich und topmodern zugleich wirkt. „Der Kauf eines besonderen Hundehalsbandes ist Selbstbelohnung. Dem Hund ist es egal, was für ein Halsband er trägt. Aber der Halter will sich etwas Gutes tun. Ein Standardregal aus Plastik oder Metall würde jeden Kauf abwerten“, so die Storephilosophie.

Auf der zentralen Verkaufsfläche wird Hundezubehör angeboten – Leine und Geschirr, Hundemode, Hundespielzeug, Artikel für Hun-

detraining, Hundepflege, Hundegesundheit und technisches Spezialgerät wie GPS-Tracker fürs Halsband. Mit umlaufenden Milchglas-Tablaren dienen die Stützbalken als Warenträger und Gliederungselemente der Fläche. Auch an den Wänden tragen die Stützpfeiler unterschiedliche Ablageflächen, Stangen und Haken für die Produkte. Die Deckenstrahler setzen gezielte Lichtpunkte auf die einzelnen Produktbereiche bei insgesamt gemäßigter Grundausleuchtung. Alles in allem wirkt der Store mit seiner Holzkonstruktion, dem Boden in Holzoptik und der Lichtdramaturgie wie eine zum edlen Wohnraum umgebaute Scheune.

Dog & Coffee

„Der Kunde muss ein Wow-Erlebnis haben, wenn er in den Laden kommt. Viele Hundehalter kennen unsere Marke und Produkte bereits aus dem Netz“, sagt die Geschäftsführerin Birte Dahlhoff in der Zentrale in Soest mit Verweis auf über 50.000 Likes und einen überaus lebendigen

Austausch der Kunden auf der Facebook-Seite. „Viele kommen von weither, um Dogstyler live zu erleben. Diese hohe Erwartungshaltung müssen wir auch stationär zufriedenstellen.“

Zentral platziert ist auch Dog & Coffee, eine moderne kleine Kaffeebar. „Selbst Nicht-Hundebesitzer kommen inzwischen auf einen Kaffee vorbei. Hier ist es gemütlich, persönlich und kommunikativ durch die Hunde, die für Abwechslung sorgen“, so eine Mitarbeiterin im Store.

Das Kernsegment von Dogstyler ist die Ausstattung von Liegeplätzen. Der Bedeutung entsprechend kann die Palette der Liege-Produkte in einem separaten „Schlafzimmer“ im Store vom Hundekunden und seinen Haltern ungestört ausprobiert werden. Die unterschiedlichen Liegestätten sind keine verkleinerten Menschensofas, sondern speziell auf die Liegegewohnheiten und den Schlafkomfort des Hundes, seine Ergonomie und Größe ausgerichtet – darunter Pads und Sofas aus klimaregulierenden und hygienischen Obermaterialien, Schlafboxen



Der „Leckerladen“ – mit Probiertheke auf Nasenhöhe

sowie „Lounges“ für schallgeschützten Schlaf bei ängstlichen und nervösen Hunden.

Auf die Vorlieben von Herrchen und Frauchen zielen Optik, Qualitäten, Farben- und Formenvielfalt ab – die Liegestätten sind auch als stylische Möbelstücke für die Wohnung konzipiert. Die meisten werden vom Unternehmen selbst entwickelt, patentiert und in der EU produziert. Auch bei der Entwicklung spezieller Autositze und Transportboxen wurde auf der einen Seite auf Hundekomfort und Tiersicherheit geachtet, auf der anderen Seite auf den Wunsch des Kunden, den Wagen trotz Hund geruchsarm, sauber und pflegeleicht zu halten.

Luftabsaugung

Außerdem verfügt der Store in einem weiteren separaten Raum über den „Dog Leckerladen“ – nicht etwa eine schnöde Tierfutter-Abteilung: Die Atmosphäre ähnelt einem Feinkostgeschäft. Hundefutter ausgewählter Marken in geschlossenen Gebinden ergänzen große Körbe mit Trockenfutter zum Mischen und Selbstabfüllen. Dem vierbeinigen Kunden werden an einer separa-

ten Probiertheke Kostproben in Hundenasenhöhe angeboten. Der Tierfuttergeruch wird durch eine 24-Stunden-Luftabsaugung zur Vorbeugung etwaiger Geruchsbelästigung neutralisiert.

„Die Stellung des Hundes hat sich in den letzten 20 Jahren massiv gewandelt. Heute ist er ein Familienmitglied“, sagt Birte Dahlhoff, die gemeinsam mit ihrem Mann sukzessive die Bausteine aneinanderreichte, die das Unternehmen Dogstyler prägen und im Storekonzept ihren Ausdruck finden. „Der größere Raum, den der Hund als Persönlichkeit in unserer Gesellschaft inzwischen einnimmt, wird bei den üblichen Grossisten nicht abgebildet.“

Neben dem in Eigenregie betriebenen Store in Soest und der Franchise-Filiale in Linz stehen fürs angelaufene Jahr 4 weitere Franchise-Eröffnungen fest, darunter ein innerstädtischer Standort. An den Soester Store lässt das Unternehmen gerade einen „Dogstyler Cube“ anbauen, einen Glaskasten mit inliegender Holzriegel-Konstruktion, der die vorhandene Storefläche von 350 qm um weitere 300 qm erweitert. Zudem demonstriert der Cube die Wirkung des Shopsystems als Shop-in-Shop hautnah. Nach einem ersten Instore-Shop von 30 qm in einer Fressnapf-Filiale in Lippstadt eröffnete Ende Februar ein 100 qm-Shop innerhalb der Fressnapf XXL-Filiale in Hagen. Und die Geschäftsführung denkt weiter: Weitere Shop-in-Shop-Kooperationen sind in der Pipeline, auch fachfremd, in Gartencentern, Baumärkten und Möbelhäusern. „Wir verkaufen schließlich Premium-Möbel...“

Dogstyler

Eröffnung Pasching/Linz September 2015

Größe 410 qm

Sortiment Alles für den Hund

Ausrichtung Premium-Segment

Kompetenzabteilungen Schlafkomfort, Transportsysteme, Premiumnahrung

Storekonzept inhouse

Ladenbau eigene angegliederte Schreinerei

Filialmodell Franchise und Shop-in-Shop

www.dogstyler-shop.de

redaktion@ehi.org