

## **Wenn selbst Bischöfe Probleme beim Badkauf haben...**

Mönchengladbach, 18. Oktober 2013 – Schon seit geraumer Zeit prangert Reuter die Missstände in der SHK-Branche mit humorvollen, augenzwinkernden Werbemotiven an. Die jüngste Anzeige in der „BILD“-Zeitung mit dem Limburger Bischof hat es einmal mehr auf den Punkt gebracht: Die Kosten beim Badkauf können leicht aus dem Ruder laufen. Verantwortungsvolle Badkäufer dagegen ersparen sich den Ärger und kaufen deshalb günstig online auf reuter.de.

Die Vorgänge im Bistum Limburg erregen Aufmerksamkeit. Insbesondere der hohe Betrag für eine Designer-Badewanne ließ die Öffentlichkeit aufhorchen. Das war für Reuter ein idealer Anknüpfungspunkt, um auf Missstände hinzuweisen, denen man beim Badkauf begegnet.

Denn letztlich weist das Werbemotiv darauf hin, dass man selbst als Bischof unnötig Geld ausgeben kann, indem man Opfer verbraucherfeindlicher Marktstrukturen wird. Im Markt für Sanitärprodukte stellt der althergebrachte, so genannte dreistufige Vertriebsweg eine solche verbraucherunfreundliche Struktur dar. Der Vertrieb vom Hersteller über Großhändler und dann Installateure zum Endkunden verhindert Preistransparenz. Das Ergebnis sind uninformierte, unmündige Verbraucher, denen tief in die Tasche gegriffen werden kann. Onlinehändler wie Reuter stellen dagegen Preistransparenz her. Überdies bietet Reuter seine 1A-Markenartikel zu fairen Preisen an.

Einige Repräsentanten des dreistufigen Vertriebs wollen im Gegenzug den Onlinehandel beschränken, um weiter ihre exorbitanten Mondpreise auf dem Rücken der Verbraucher durchsetzen zu können. So sollen im Bischofssitz Produkte von Dornbracht und Duravit verbaut worden sein, zwei Hersteller, die für ihre internetfeindliche Haltung bekannt sind. Einige Hersteller gehen sogar so weit, ihre Preise in Kartellen abzusprechen. Das Europäische Gericht hat erst vor wenigen Wochen die meisten der hohen Kartellbußgelder bestätigt, die die Europäische Kommission gegen Herstellerfirmen wie Dornbracht und Duravit verhängt hat. Zudem ist das Bundeskartellamt seit Monaten Großhändlern auf der Spur, denen Preisabsprachen vorgeworfen werden. Hier gibt es noch zu wenig Unrechtsbewusstsein.

Schon seit langer Zeit setzt die Reuter-Werbung auf Humor. Beispielhaft ist hier der Mitverdiener-Werbespot zu nennen, der etwas überspitzt die Folgen eines traditionellen Badkaufs schildert, an dem viele, die dem Endkunden kaum Nutzen stiften, mitverdienen: Menschen, die sich für den „falschen“ Weg entschieden haben, werden bei jedem Betreten ihres Badezimmers daran erinnert. Selbst wenn sie einfach nur duschen oder Zähne putzen wollen, müssen sie sich durch ihre ungebetenen Gäste schlängeln, eben die „Mitverdiener“, die ihr Bad bevölkern. Diese „Mitverdiener“ machen sich zu allem Überfluss auch noch über die Arglosigkeit der Kunden lustig.

So lag es auch nah, die Limburger Vorgänge in der Reuter-Anzeige in humorvoll-ironischer Tonlage heranzuziehen. Reuter will mit dem Bischof-Motiv keine religiösen Gefühle verletzen, sondern zeigen: Selbst hochgestellte Persönlichkeiten können Opfer verbraucherfeindlicher Marktstrukturen werden. Selbstverständlich liegt es Reuter fern, Menschen für ihren Wunsch nach hochwertigen, komfortablen Bädern anzuklagen. Das Motiv stammt im Übrigen von der Hamburger Agentur Jung von Matt/365, die auch die vorherigen Kampagnen entwickelt hat.

## **Über Reuter**

Das 1986 gegründete Mönchengladbacher Unternehmen Reuter ist einer der größten Fach- und Onlinehändler für Bad- und Wohnkultur in Europa. Der Onlineshop [www.reuter.de](http://www.reuter.de), 2004 gegründet, zählt zu den europaweit bedeutendsten in seinem Segment. Mehr als 250 Mitarbeitende sind für reuter.de tätig. Zum Angebot gehören Bad- und Sanitärartikel, Wohn- und Küchenaccessoires, Heimtextilien, Designmöbel und -leuchten sowie Gartenmöbel. In allen Bereichen setzt Reuter ausschließlich auf Marken- und Designprodukte. In seinem TÜV-zertifizierten Onlineshop bietet reuter.de eine mit 500.000 Artikeln unübertroffen große Sortimentsauswahl und deren ständige Verfügbarkeit. Eine kompetente Fachberatung und günstige Onlinepreise runden das Angebot ab. Geschäftsführer ist Bernd Reuter.

Den Text in digitaler Form sowie eine Pressemappe finden Sie unter:  
<http://www.reuter.de/presse>