

Ein Dusch-WC integriert die zusätzlichen Funktionen unauffällig in die gewohnte Optik

SO VERKAUFT MAN EIN DUSCH-WC

Mit Offenheit und Feingefühl

Bild: Villeroy & Boch

Dusch-WCs sind im Kommen: In Asien sind sie längst Standard und auch in Europa wird die Reinigung mit Wasser nach dem Toilettengang mit einem modernen Dusch-WC immer beliebter. Davon profitieren nicht zuletzt die SHK-Marktpartner in Handel und Handwerk.

Das Beratungs- oder Verkaufsgespräch wirft allerdings immer noch viel Unsicherheit der Installateure und Ausstellungsverkäufer auf. Denn in der westlichen Kultur ist der Toilettengang ein Tabuthema. Im Zuge einer Badausstattung ein WC aus Keramik zu verkaufen, ist kein Problem, sobald aber die Toilettenbenutzung selbst und alles, was unmittelbar damit zu tun hat, thematisiert werden, wird es heikel. Kirsten Wienberg von Villeroy & Boch bestätigt: „Toilettengewohnheiten gehören bei uns zur absoluten Intimsphäre. Darüber zu sprechen, insbesondere mit fremden Personen, gilt als peinlich und wird tunlichst vermieden. Genau das ist das Dilemma beim Verkauf von Dusch-WCs.“ Was also tun? Wie kann man im Beratungsgespräch ein Dusch-WC anbieten, ohne dass es dem Verkäufer oder dem Kunden peinlich ist?

WOHLGEFÜHL STATT TECHNIK VERKAUFEN

Bei der Auswahl und Zusammenstellung einer Badausstattung kann der Verkäufer ganz neutral auf die Möglichkeit eines Dusch-WCs hinweisen: „Kennen Sie eigentlich schon die neueste WC-Innovation, das Dusch-WC? Die Reinigung erfolgt hier nicht mit Papier, sondern mit Wasser.“ Und da mehr als zwei Drittel aller Kaufentscheidungen aus dem Bauch heraus, also aus emotionalen Gründen, getroffen werden, sollte jetzt gleich das persönliche Wohlbefinden angesprochen werden: „Das sorgt für ein ganz neues, sicheres Gefühl von Reinheit.“

ZIELGRUPPENGERECHTE ARGUMENTE WÄHLEN

Wenn so das Interesse des Kunden geweckt wurde, werden die Detailbeschreibungen an den speziellen Wünschen und Bedürfnissen festgemacht. Bei jüngeren Menschen können Lifestyle und Innovation des Dusch-WCs hervorgehoben werden. Menschen der Generation 50+, die sich ein altersgerechtes, häufig auch barrierefreies Komfortbad einrichten möchten, werden langfristige Argumente überzeugen: „Ein Dusch-WC bietet höchsten Komfort und auch bei eingeschränkter Bewegungsfreiheit mehr Selbstständigkeit.“ Und bei Familien mit Kindern kann die einfache und saubere Bedienung angesprochen werden: „Die Anwendung ist kinderleicht und absolut sicher. Denn die schmutzabweisende Materialtechnologie von Viclean hat eine antibakterielle Wirkung für perfekte Hygiene.“

GUTE GRÜNDE FÜR EIN DUSCH-WC NENNEN

Es gibt viele gute Gründe für ein Dusch-WC. Die Dusch-WCs Viclean sind eine intelligente Symbiose aus WC und Bidet. Nach dem Toilettengang reinigt ViClean den Intimbereich sanft mit einem warmen Wasserstrahl und trocknet ihn anschließend mit einem Warmluftföhn. Die Funktionen



Bild: Villeroy & Boch

Für das eigentliche Duschen lassen sich verschiedene angenehme Optionen anwählen

der selbstreinigenden Dushdüse sind umfassend: Sie reichen von einer Gesäß- und Ladydusche über eine pendelnde Komfortdusche bis hin zu einer pulsierenden Massagedusche. Dabei kann die Düsenposition individuell eingestellt und der Wasserdruck sowie die Wassertemperatur reguliert werden – für ein angenehmes Reinigungsgefühl ganz nach den persönlichen Vorlieben. Die integrierte Sitzheizung mit Temperaturregulierung kann dem persönlichen Wärmeempfinden individuell angepasst werden. Das Öffnen und Schließen von Deckel und Sitz funktioniert komfortabel ganz automatisch oder ferngesteuert.

Für Gesundheitsbewusste ist zudem ein wichtiger Punkt, dass Wasser antiallergen und damit besonders für Allergiker zur Reinigung geeignet ist. Außerdem führt der wohltuende Wasserstrahl im Gegensatz zu Toilettenpapier nicht zu Hautreizungen oder Entzündungen und bietet auch bei schmerzsensiblen Erkrankungen beste Hygiene. Wer Wert auf ökologische Aspekte legt, den können die Viclean-Dusch-WCs in Sachen Effizienz und Nachhaltigkeit überzeugen: Der Wasserverbrauch ist niedrig, und da die Warmwasseraufbereitung mit einem energieeffizienten Durchlauferhitzer erfolgt, wird immer nur die Wassermenge erwärmt, die auch gebraucht wird.

POSITIVE ERFAHRUNGEN HERAUSSTELLEN

Aber ganz egal, wem man das Dusch-WC präsentiert, stets gilt es, peinliche Formulierungen und Fragen zu vermeiden. Kirsten Wienberg: „Auf keinen Fall die Toilettengewohnheiten oder Hygieneansprüche der Kunden ansprechen.“ Gut ist, von eigenen Erfahrungen oder den Erfahrungen zufriedener Kunden zu berichten und so die positive Wirkung eines Dusch-WCs herauszustellen. Wenn auf der Kundentoilette ein Dusch-WC zur Verfügung steht, kann man auch einen Test anbieten. Kirsten Wienberg ist überzeugt: „Das A und O beim Beratungsgespräch über ein Dusch-WC ist Fingerspitzengefühl. Wer damit agiert, kann wunderbar herausstellen, was ein Dusch-WC bietet: einen besonderen Komfort für mehr Wohlbefinden.“ ■