

Bad Oase Hasenkamp

Toskanisches Dorf im Kohlenpott

Heinz Hasenkamp lässt sich seine Freizeit einiges kosten. Nach einem 14-Stunden-Arbeitstag entwickelte der Bochumer nachts das Konzept für eine Badausstellung und investierte 3,5 Millionen Mark für die Bad Oase. Eine Erlebniswelt, die mit Licht, Wasser, Düften und Musik die Emotionen weckt und erfolgreich verkauft.

Heinz Hasenkamp liebt die Natur. „Man muss sein Ziel kennen und dann darauf zuwandern“, sagte der Wanderfreund. Mit 13 träumte er von einer eigenen Badausstellung. Vor neun Jahren übernahm er den elterlichen Betrieb, seither verfolgte er das Ziel konsequent – Schritt für Schritt.

Einen Weg, den sein Vater schon vorgezeichnet hatte. Heinz Hasenkamp senior formte den Traditionsbetrieb zu einem Spezialisten: Spenglerarbeiten mit einem eigenen Hubwagen, Betonkernbohrungen, Komplettanbieter für TV-Kanaluntersuchung und Rohrsanierung oder die Vertriebsstelle für Propangas. Hasenkamp junior entwickelte das wei-

ter, investierte nicht nur in Maschinen, sondern auch in Menschen. Der Familienvater ist ein Unternehmer mit Leib und Seele. Vor allem mit Seele.



Er wohnt mit Frau und drei Kindern neben dem Betriebsgebäude, ist ständig erreichbar. Er verlangt viel von sich, aber auch von seinen Mitarbeitern.

Seminare, ein Punktesystem für Lob und Tadel, Freizeit-



Für die nötige Frequenz in der Badausstellung sorgen die Bundesstraße mit täglich 16.400 Fahrzeugen, eine U-Bahn-Station und drei Ladengeschäfte im Erdgeschoss des Gebäudes.

aktivitäten – für den Vereinsförderer Hasenkamp ist die „soziale Verantwortung als Unternehmer“ nicht nur ein Lippenbekenntnis.

Warum diese Exkursion in die Geschichte (1929 gegründet) und die Philosophie des Unternehmens? Diese Schritte waren für ihn die sichere Basis, um sich an den Gipfel zu wagen. Ganz wie beim Bergsteigen.

„Man darf nicht nur aufs Geld schauen“, sagt er noch. Nun, bei der Planung und der Realisierung der Badausstellung setzte er für einen Handwerksbetrieb neue Maßstäbe. „Er war ein vor Ideen sprühender Auftraggeber“, erinnert sich Alfred Zoubek. Der Architekt ent-

warf mit dem Handwerker die Konzeption.

Für Heinz Hasenkamp nicht die erste. „Seit Jahrzehnten“ als Komplettbad-Anbieter am Markt, war die 45-m²-Ausstellung im bestehenden Betriebsgebäude schon lange zu klein. Erweiterungspläne für eine große Lösung waren bereits genehmigt, verschwanden aber wieder in der Schublade.

Standort, Standort und nochmals Standort. Heinz Hasenkamp fand ihn nur zwei Ecken weiter vom Betriebsgelände entfernt. Direkt an der B 51 in Bochum-Riemke baute er ein sechsgeschossiges, 45 m langes Geschäfts- und Wohnhaus. Täglich stauen



Auf 620 m² hat sich Heinz Hasenkamp den Traum von einer Badausstellung der Extraklasse verwirklicht.

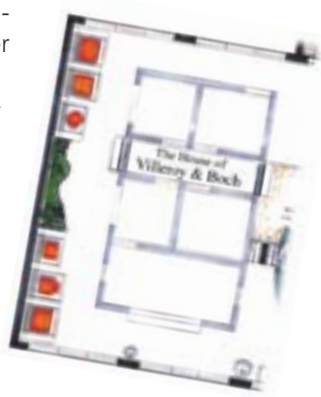
sich in beiden Richtungen an der Ampel 16.400 Fahrzeuge, gleich gegenüber hält die U-Bahn.

Die Leuchtschrift im ersten Stock ist nicht zu übersehen. Auf 620 m² hat Heinz Hasenkamp seinen Traum einer Badausstellung verwirklicht. Das Erdgeschoss ist vermietet an ein Sonnenstudio, ein Blumengeschäft und eine Bäckerei mit Café. Natürlich werden dadurch die Investitionskosten in zweistelliger Millionenhöhe refinanziert, aber viel wichtiger für die Bad Oase ist die Frequenz.

Das funktioniert, wie Thomas Wegmann bestätigt. „Manchmal hab’ ich das Gefühl, da ist ein ganzer Bus angekommen“, erzählt der Leiter der Badausstellung. Treffpunkt im Café und dann geht’s eine Treppe höher in die Bad Oase.

Wer als Besucher die Türe zu den 620 m² öffnet, vergisst schnell den Verkehrsstrom einen Stock tiefer. Düfte, tausende Lichter und stimmungsvolle Musik – eine (Bad) Oase eben. „Wir müssen mit Emotionen verkaufen“, sagt Heinz Hasenkamp.

Er hätte am liebsten einen Urwald geschaffen. Nach „ordentlich vielen Diskussionen“ (Alfred Zoubek



sind üppig wucherndes Grün, Wasserfälle und ein toskanisches Dorf geblieben. Hereinspaziert: Der Besucher



Wie Kunstobjekte werden die Armaturen ins rechte Licht gerückt.

wird unmerklich zunächst auf die große Informationstheke gelenkt. Denn die Konzeption der Bad Oase bedarf



Verkaufen mit Atmosphäre: Hinter dem Beratungstisch plätschert ein künstlicher Wasserfall. Augenfang für die Kunden ist in der Bad Oase Hasenkamp auch das House of Villeroy&Boch.

einiger Erklärungen. Hinter einem Wasserfall baut sich das House of Villeroy&Boch auf, an der Rückseite hat die Heiztechnik ihren Platz. Vorbei an einer

Wasserfall zu einem schmiedeeisernen Tor: der Eingang zum toskanischen Dorf. 26 Bäder sind dort um eine Piazza gruppiert.

Bei seinem Weg durch die Ausstellung wird der Besucher stets von Licht geleitet. Bewegungsmelder und 3.500 Lichter machen es möglich. Das schafft Atmosphäre und spart natürlich auch Energie.

Heinz Hasenkamp liebt nicht nur die Berge, sondern auch die Abgeschiedenheit der Insel Langeoog. Klar, dass er das Bad in der Ausstellung besonders mag. Wem das Bad auch gefällt, der drückt einfach auf einen Schalter und aus dem Lautsprecher ertönt Musik und eine Stimme beschreibt die Ausstattung des Bades.

geschwungenen Armaturenwand führt der Rundgang (manche schaffen das in 15 Minuten) und einem zweiten



Anlaufpunkt für die Kunden und Regiezentrale der Badberater.

Badbeschreibung auf Knopfdruck

„An den Texten haben wir lange gearbeitet“, erinnert sich die Badberaterin Lisa Pötter. Es hat sich aber gelohnt. Der Kunde kann zunächst unverbindlich durchs toskanische Dorf schlendern und signalisiert eigentlich erst mit der Abfrage ein erstes Interesse. Die beiden Badberater – „Wir haben genügend zu tun“ – nutzen ihre Zeit effektiver und können



Hereinspaziert: Lisa Pötter bittet zum Rundgang durch das toskanische Dorf. Mediterranes Ambiente der Bad Oase.

bei Interesse zielgerichteter informieren.

Die Halogenlampen, das Glasfaser-Kaltlichtsystem und die Bewegungsmelder werden über einen Computer gesteuert. Dort kann auch die Besucherfrequenz in den Bädern abgefragt werden. Wichtig, wenn die Bäder neu ausgestattet werden.

„Wir haben die Planung mit den Augen des Konsumenten gemacht“, sagt Alfred Zoubek. Und der Konsument nimmt vor allem die beiden Wellnessbäder (mit Whirlwanne und Dampfdusche) und das barrierefreie Bad besonders in Augenschein. Den Preis dazu sieht er nur auf dem zweiten Blick. Große und kleine Sterne stehen für die Zehntausender und

Tausender unter dem Name des Themenbades. Der Modellname des Hersteller wird auch im Angebot nicht genannt. „Wir sind damit nicht vergleichbar“, begründet Heinz Hasenkamp



Langeoog: Heinz Hasenkamp mag nicht nur die Insel.

das System. Bei den Sternchenpreisen ist wirklich alles inklusive: Keramik, Armaturen, Fliesen, Beleuchtung,

Firmenprofil

Hasenkamp GmbH

Sitz: Bochum-Riemke
Gegründet: 1929
Geschäftsführer: Heinz Hasenkamp
Mitarbeiter: 47
Geschäftsfelder: Sanitär- und Gasinstallationen, Blechbearbeitung mit Hubwagen, TV-Kanaluntersuchungen/Rohrreinigung, Betonkernbohrungen, Propangas-Vertrieb, Heizungs- und Klimaanlagebau, Notbeheizungen.

Decke, Dekoration und die Arbeiten von der Installation von Rohrleitungen bis zum Steigstrang.

Das hat seinen Preis, aber den sei der Kunde bereit zu bezahlen „wenn er sich aufgehoben fühlt.“ Apropos Preis: Neben der unseligen Diskussion um die Bruttopreislisten für das Handwerk ärgert sich Heinz Hasenkamp über die Preisgestaltung von Handel und Herstellern. Sein Kritikpunkt: Betriebe mit kleinen Umsätzen und ohne Ausstellung würden die gleichen Konditionen eingeräumt wie ihm. Über Konkurrenz braucht er sich eh nicht beklagen: Im Umkreis von gut drei Kilometern wollen ein gutes Dutzend Innungskollegen und sieben Baumärkte auch ihr Geld verdienen. Hasenkamp gibt zunächst viel aus – für Werbung: Zeitungsanzeigen und fahrende Werbung auf Bussen. Der Fußballfan unterstützt 38 Vereine in Bochum und ist einer der Top-Partner des Zweitbundesligisten VfL Bochum. Viermal täglich geht der Stadionreporter Günther Pohl im Lokalsender mit einem Hasenkamp-Spot auf Sendung. Seit Februar kann der Kunde im Internet einen virtuellen Rundgang durch die Bad Oase machen. Einen Schritt weiter eben. (greg)



Langfinger-Schutz: Vorhang.

Daten & Fakten

Bad Oase Hasenkamp

Fläche: 620 m² (40 Bäder)
Mitarbeiter: 2 Badberater
Investition: 3,5 Mio. Mark
Internet: www.sanitaerhasenkamp.de
Gestaltung:
 Atelier Zoubek [▲115]
Ausstattung:
 House of Villeroy&Boch [▲116]
 Grohe-Profi-Bad-Studio [▲117]
 Nicol-Shop [▲118]



Einblicke: Komplettbad im toskanischen Dorf.



Technik, die begeistert: Heinz Hasenkamp kann vom Computer aus jede einzelne der 3.500 Lampen in der Bad Oase steuern.