

# Der Dopamin-Dealer

Christoph Bründl glaubt an Stimmungsmanagement statt strikter Preispolitik. Und dabei stört es ihn auch nicht, wenn ihn andere »deppert« schimpfen.

»Ich bin der von der Ersatzbank« begrüßt Christoph Bründl, der kurzfristig eingesprungen war, die 280 Gäste und verspricht, dass er keine »Bikini-Präsentation«, die das Interessanteste verdecken würde, halten will. »Wir bei Sport Bründl leben anders. Kاپieren statt kopieren lautet unser Motto. Manche sagen deshalb, wir sind deppert. Aber das sagen sie schon lange«, sagt Bründl und nimmt damit Kritikern sofort den Wind aus den Segeln. Der Vollbluthändler hält nichts von Doping-Umsätzen, die Unternehmen zwar gute Umsatzzahlen bescheinigen, aber die Profitabilität in den Hintergrund rücken. »Preis-marketing können viele, doch sie sind meist von Ideenlosigkeit und Kopieritis befallen. Wir hingegen reden über Emotionsmarketing«, stellt Bründl klar. Es gelte Menschen zu Fans zu machen – Mitarbeiter ebenso wie Kunden. »Stimmungsmanagement« sei dabei das Stichwort der Stunde, denn »unfähige Chefs, die Angst und Panik verbreiten, senken die Stimmung«. In Meetings mit seinen Mitarbeitern diskutiert Christoph Bründl die essenziellen Fragen des erfolgreichen Einzelhandels:

- Wodurch kauft der Kunde?
- Wodurch schaffen wir Profitabilität?
- Wie holen wir die Kunden vom Sofa?
- Welche Kunden raubt das Internet? Welche nicht?
- Wie werden Kunden Fans?

**Das Flaggschiff** im Bründl'schen Imperium (21 Shops, am 22. November eröffnet ein neuer 1.600 m<sup>2</sup> großer Store in Salzburg) ist der Shop in Kaprun, architektonisch ein Glanzstück und deshalb nicht umsonst mit Designpreisen belohnt. Doch »die Architektur ist ein winziger Part«, wenn es darum geht, die Kunden zu berühren. Deshalb setzt Bründl auf Gustostückerln wie ein 172 m<sup>2</sup> großes 3D-Kino

**CHRISTOPH BRÜNDL ...**  
... ist Herr über 21 Sport-Bründl-Shops und Kapitän des Kapruner Flaggschiffs. 82% seiner Kunden reisen dort extra mit dem Auto an. Ab November gibt es einen neuen Store in Salzburg.

im Store: »Die Menschen bleiben länger im Geschäft. Deshalb stecken wir unser Marketingbudget lieber in solche Dinge als in teure Anzeigen.« Auch zahlreiche Relaxzonen, kein übermäßiger Warendruck, eine Bar und Apple-Stations sollen der Entstressung dienen. »Ich glaube trotz WWW-Hypes an Erlebnisshops. An Häuser wie unseres, die die Sinne berühren und für Gänsehaut beim Kunden sorgen«, sagt Christoph Bründl selbstbewusst. »Wir erzeugen Dopamin beim Kunden, bescheren im ein Flow-Gefühl.« Dieses Spüren, Fühlen und das haptische Erleben seien klare Vorteile dieses »Marktplatzes« gegenüber dem Internet. »Menschen suchen den Austausch und die Echtheit der Produkte«, ist der Träger des Salzburger Preises 2010 überzeugt. Und wie macht man nun Menschen zu Fans?

- Frequenz: Bründl glaubt an »Mundfunk« und »Markenpower«, die offensichtlich für sich sprechen, denn 82% der Menschen reisen mit dem Auto ins Flaggschiff nach Kaprun.
- Stimmungsmanagement: Bründl spricht von Gastlichkeit und Berührung und stellt klar, dass im Store nicht nur der schöne Schein zählt, schließlich wolle man ja kein Museum sein.
- Magic Moments: Bründl will seine Kunden mit Dopamin versorgen, sie in einen Zustand der Entstressung versetzen und ein angenehmes Shopping-Ambiente schaffen.
- Kundentreue: Bründl setzt auf Empfehlung, Marketing und Loyalität.

**Tolle Stimmung** allein reicht aber nicht. »Wir hinterfragen ständig, wo tote Euros begraben liegen. Nur mit rigorosem Kostenmanagement können wir uns eine gute Stimmung leisten«, so der Unternehmer, dessen Firma 2012 zum besten Familienbetrieb Salzburgs gewählt wurde. Ein wichtiger Erfolgsfaktor sind Bründls Mitarbeiter: »Wir sind ein Team, das so für die Sache brennt, dass Sie fast einen Feuerlöscher brauchen!« Um talentierte Menschen zu bekommen, zu halten und zu entwickeln, setzt Christoph Bründl auf eine starke Wertkultur, eine klare DNA und die Bründl-Akademie, die mit Clown- und Buddhismus-Seminaren das Beste aus seinen Leuten rausholen will. »Das wahre Vermögen sind meine Mitarbeiter«, so Bründl. Und weiter: »Das Wesentliche steht nicht in der Bilanz. Das Geld geht sowieso zu den Allerbesten!« Am Ende seines eindringlichen Vortrages appelliert Christoph Bründl ein letztes Mal an seine Kollegen: »Beschäftigen Sie sich weniger mit der Außenwelt! Machen Sie Schluss mit dem Krisengejammer!« SA

