



Gutes Beispiel 2: Der Bronnbacher Klosterladen

SKIVRE Fortbildungsprogramm



Autor/in:

Matthias Wagner
Sabrina Rota

Einrichtung:

Kloster Bronnbach
Wertheim



Kofinanziert durch das
Programm Erasmus+
der Europäischen Union

Die Unterstützung der Europäischen Kommission für die Erstellung dieser Veröffentlichung stellt keine Zustimmung zu den Inhalten dar, die nur die Ansichten der Autoren widerspiegeln. Die Europäische Kommission kann nicht für die Verwendung der darin enthaltenen Informationen verantwortlich gemacht werden. Projektnummer: 2018-1-DE02-KA202-005023



Gutes Beispiel 2: Klosterladen im Kloster Bronnbach

Kloster Bronnbach



Beschreibung

Der Klosterladen in Bronnbach ist eine vielschichtig angelegte Einrichtung, die gleichzeitig dem Verkauf von Klosterprodukten sowie dem Erwerb von Eintrittskarten für die denkmalgeschützte Klosteranlage dient. Um den Klosterladen mit diesen Aufgaben erfolgreich betreiben zu können, wird dort ein strategisches Marketing als Rahmenvorgabe angesetzt. In der Grundstruktur des Marketing-Management-Prozesses ist der Klosterladen zunächst mit einem klassischen Museumsshop gleichzusetzen.

Der Klosterladen dient mehreren Funktionen. Er ist einerseits ein Profitcenter zur Verbesserung der Erträge, andererseits aber besonders ein Kundenbindungsinstrument, dessen Zugkraft keinesfalls unterschätzt werden darf. Schon mit dieser Einschätzung wird klar, dass Klosterläden nicht grundsätzlich einen Ertrag abwerfen müssen, der z.B. die Personalkosten komplett erwirtschaftet oder einen Gewinn abwirft, sofern diese Defizite an anderer Stelle abgefangen werden können. Als emotionales Bindungsinstrument der Stammkunden, die immer wieder dieselbe Kultureinrichtung besuchen, ist ein Klosterladen generell ebenso gleichwertig einzusetzen wie als Profitcenter.

In Bronnbach kommen noch zusätzliche Aufgaben in Form des Verkaufs der Eintrittskarten für die Besichtigung der Klosteranlage hinzu.

In der Auswahl der Klosterprodukte ist es wichtig, das Sortiment immer wieder zu überprüfen und anzupassen. Kloster Bronnbach hat mit dem deutschen Versandhändler Manufactum einen professionellen Partner an seiner Seite. Es wird auf die Produktauswahl, auf eine starke Präsenz an Artikeln mit guter Nachfrage und passendem Preis-Leistungsverhältnis geachtet. Ergänzt wird diese Produktauswahl von günstigen Mitnahmeartikeln und Artikeln, die das Klosterladenangebot abrunden und nicht so häufig verkauft werden.



Eine weitere Erweiterung ist die Anbindung der Vinothek Taubertal an den Klosterladen. Die Flaschen der rund 100 angebotenen Weine werden über den Klosterladen verkauft und bilden in der Abrechnung allerdings ein eigenes Profitcenter.

■ Warum ist dies ein gutes Beispiel für Klosterprodukte?

Der Bronnbacher Klosterladen ist die zentrale Verkaufsmöglichkeit für Klosterprodukte. Um die Produkte mit Erfolg verkaufen zu können, bedarf es eines guten Warensortiments, sowie einer guten Beratung.

In Bronnbach sind die Produkte nach mehreren Aspekten ausgewählt:

- Produkte verschiedener nationaler und internationaler Klöster, um den Gedanken der klösterlichen Produktion sowie die Vielfalt der Produkte abzubilden
- Produkte, die im Kloster Bronnbach oder in der näheren Region hergestellt werden: Diese Produkte schaffen eine Bindung zu den regionalen Kunden, gleichzeitig binden sie Produzenten (z.B. Imker) als Stakeholder an das Kloster. Hierzu zählen einzelne Weine, Spirituosen und Honig.
- Souvenirs: Einige Klosterladenprodukte sind besonders auf den Souvenirgedanken zugeschnitten. Günstige Artikel mit Emotionalität und Qualitätsgedanken (z.B. Devotionalien, Magnete, Faksimile etc.) kommen hier zur Geltung.
- Auf das Jahresprogramm des Klosters zugeschnittene Produkte: Hierzu zählen neben der saisonalen Auswahl an Weihnachtsartikeln besonders Quittenprodukte bzw. Literatur über Quitten. Dieser Gedanke soll noch weiter ausgebaut werden. Aktuell kommt der Verkauf von Klosterbier dazu, welches aus dem Netzwerk "Klosterland" bezogen oder im Jahr 2020 anlässlich eines Jubiläums von einer lokalen Brauerei produziert wird.
- Produkte und Literatur zu speziellen Bronnbacher Klosterthemen, wie z.B. zu Kunst und Architektur, den Zisterziensern und vor allem zum Thema Gartenpflege und Gartenkunst.
- Devotionalien, die christliche spirituelle Bedürfnisse und kirchliche Traditionen in Bronnbach spiegeln. Besonders in der ergänzenden Literatúrauswahl sollen die Erwartungen der Besucher hinsichtlich Erbauung und Auseinandersetzung mit dem Glauben erfüllt werden.

- Produkte, die das Sortiment abrunden: Dazu zählen Produkte, die sinnfällig eine Ergänzung zu anderen Produkten bieten, aber nicht so häufig eingekauft werden. Dazu zählen z.B. Bildbände, Weihrauchkessel etc.. Diese Produkte spiegeln aber den Anspruch des Klosterladens einer qualitätvollen Produktauswahl wider.
- Weine aus der Vinothek Taubertal: In der Vinothek werden Weine speziell aus den Anbaugebieten der näheren Region verkauft. Dies schafft gegenüber den Kunden Regionalität und stärkt den klosterspezifischen Gedanken des früheren Weinanbaus im Kloster Bronnbach.

Bilder



*Bild 1: Der Klosterladen in Bronnbach
© Matthias Wagner*



*Bild 2: Interior des Klosterladens in Bronnbach
© Matthias Wagner*



Quelle/Link

Mehr zu diesem guten Beispiel ist unter dem folgenden Link verfügbar:

<https://www.kloster-bronnbach.de>

Land

Deutschland

Themen

SKIVRE-Trainingsprogramm	
	Modul 1: Einführung
X	Modul 2: Marketing-Strategien
X	Modul 3: Klosterprodukte
X	Modul 4: Wie man Klosterprodukte authentisch verkauft
X	Modul 5: Vertriebskanäle
	Modul 6: Soziale Medien und Kommunikation
X	Modul 7: Wertschöpfung durch Netzwerke
X	Modul 8: Aufbau einer starken Marke
	Modul 9: Finanzierungsstrategien
X	Modul 10: Nachhaltigkeitsaspekte



Erklärung zum Urheberrecht:



Dieses Werk steht unter einer Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License.

Es steht Ihnen frei:

- zu teilen - kopieren und verteilen Sie das Material in jedem Medium oder Format
- anzupassen - remixen, transformieren und bauen Sie auf dem Material auf

unter den folgenden Bedingungen:

- Namensnennung - Sie müssen eine entsprechende Angabe machen, einen Link zur Lizenz angeben und vermerken, ob Änderungen vorgenommen wurden. Sie können dies in jeder angemessenen Weise tun, aber nicht in einer Weise, die darauf hindeutet, dass der Lizenzgeber Sie oder Ihre Nutzung unterstützt.
- Nicht kommerziell - Sie dürfen das Material nicht für kommerzielle Zwecke verwenden.
- ShareAlike - Wenn Sie das Material remixen, transformieren oder darauf aufbauen, müssen Sie Ihre Beiträge unter der gleichen Lizenz wie das Original verteilen.

Die vollständigen Lizenzbedingungen finden Anwendung und sind hier zugänglich: <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/legalcode.de>



Kofinanziert durch das
Programm Erasmus+
der Europäischen Union

Die Unterstützung der Europäischen Kommission für die Erstellung dieser Veröffentlichung stellt keine Zustimmung zu den Inhalten dar, die nur die Ansichten der Autoren widerspiegeln. Die Europäische Kommission kann nicht für die Verwendung der darin enthaltenen Informationen verantwortlich gemacht werden.

<https://www.skivre.eu/>