

# Menschen BEGEISTERN.

MIT MODE, GENUSS UND LEBEN.

*Text: Patrick G. Rueff | Bilder: ???*

**T**rifft man Anette und Thomas Wartner vom Mode- und Lifestyle Unternehmen „stulz“ fallen einem Begriffe wie „erfrischend“, „anders“ und „leidenschaftlich“ ein. Die beiden führen ihr erfolgreiches Modeeinzelhandelsgeschäft in Waldshut-Tiengen (Baden-Württemberg) einfach anders: moderner, herzlicher und mit einem anderen Sortiment als üblich – was schon der stulz-Claim widerspiegelt: „mode:genuss:leben“.

## **DIE BEGEISTERUNG VON MENSCHEN BESTIMMT DAS TÄGLICHE HANDELN**

Das Unternehmen zeigt seinen Kunden eine einzigartige Produkt-Kombination der drei Themen-Welten Mode, Genuss und Leben. Durch ein stilvolles Ambiente mit Flair, werden Emotionen geweckt, welche einen die Zeit vergessen lassen.

*Anette Wartner von „stulz:mode:genuss:leben“*

**THEMENWELT MODE**

Innerhalb dieser Themen – Welt bietet „stulz“ Mode, die sich etwas zutraut – Mode mit Charakter. Hoher Qualitätsanspruch und perfekte Passformen, auch in großen Größen, sind selbstverständlich.

**THEMENWELT GENUSS**

Unter Genuss wird eine einzigartige Kombination verschiedenster Feinkostprodukte, wie z.B. feinste Schokoladen, Marmeladen, Weine, Tees, edelste Trinkessige u.v.m. angeboten.

**THEMENWELT LEBEN**

Den Bereich Leben umfassen hochwertige, stilvolle und ausgefallene Wohnaccessoires, eine erlesene Auswahl von Büchern, CDs und Gesellschaftsspielen.

Bei feinen Kaffeespezialitäten an der „stulz-Bar“ können sich Kunden in aller Ruhe einen Überblick über den außergewöhnlichen Produkt-Mix verschaffen. Mit professionell inszenierten Events bringt „stulz“ die verschiedenen Welten näher, u.a. mit Modepräsentationen, Ausstellungen auch regionaler Künstler, Verköstigungen verschiedenster Art.

2012 eröffneten die beiden ein weiteres Geschäft in Waldshut und führen nun den „Männerladen“ und den „Frauenladen“. Prompt gewannen sie den Existenzgründerpreis der Stadt Waldshut. Mit den getrennten Shopkonzepten können Anette und Thomas Wartner nun noch zielgerichteter auf ihre Kunden eingehen.

Die HOTELMARKETING GRUPPE kooperiert mit „stulz“ seit einigen Jahren in Form einer umfangreichen Präsentation der besten Reiseziele und Genussplätze in den Ladengeschäften, dem Kundenmagazin, in Mailings und bei Events.

[www.stulz-mode.de](http://www.stulz-mode.de)



Thomas Wartner von „stulz:mode:genuss:leben“