



Zentralsekretariat/Secrétariat central  
Rössligasse 15  
Postfach  
CH-4460 Gelterkinden

Tel. +41 (0)61 985 96 00  
Fax +41 (0)61 985 96 03

MwSt-Nr. 114 412

**Schweizerischer Schuhhändler-Verband • Union Suisse des marchands de chaussures**

## Schaufensterdekoration

### **So wird Ihr Schaufenster zum Bijou!**

Optimale Warenpräsentation im Laden und ein einladendes Schaufenster sind Voraussetzungen für ein erfolgreiches Schuhgeschäft. Doch was braucht es für ein attraktives Schaufenster? Der SSV führt für seine Mitglieder einen Vortrag zu diesem Thema durch.

Ein chinesisches Sprichwort sagt: Wer nicht lächeln kann, darf kein Kaufmann werden. Übersetzt könnte man dies zum Beispiel auch auf die Warenpräsentation im Schuhhandel übertragen: Ware, die nicht lächeln kann, wird sich nicht verkaufen. Der Schuhhandel muss seinen Kunden also mehr bieten als „nur Schuhe“: Es muss Spass machen, abends oder am Sonntag durch die Stadt zu bummeln und sich die Nase an der Schaufensterscheibe „platt zu drücken“. Der Wunsch, hier auch einzukaufen muss geweckt werden.

### **Den Verkaufserfolg planen**

Schaufensterdekorationen beginnen bereits beim Einkauf. Und der Verkaufserfolg muss geplant werden. Wie will ich auf meinen Laden aufmerksam machen? Wie will ich die Botschaft an den zufällig vorbeilaufenden Passanten bringen? Wie will ich mich kontinuierlich in meiner Stadt darstellen? Es genügt also nicht, nur einen Schaufensterplan fürs kommende Jahr an die Wand zu hängen, sondern klar zu formulieren, wie ich mit meinem Schaufenster das Erscheinungsbild, die Vision und das CI des Geschäfts darstellen will.

Die Buchautorin Sabine Gauditz gibt auf ihrer Homepage verschiedenste Tipps, wie man das Schaufenster thematisch oder aufgrund der Jahreszeit gestalten kann. Wir haben für Sie einige Tipps zusammengefasst:

### **Die Natur in den Laden holen**

Viele Gartenbaubetriebe schneiden im Frühling und Frühsommer Bäume und Sträucher in den Parks und Grünanlagen zurück. Es lohnt sich, in den Gartenbaubetrieben nach kostenlosen Zweigen jeder Grösse und Art nachzufragen. Diese treiben binnen weniger Tage im Schuhgeschäft aus und holen für einige Wochen die Natur ins Haus. „Beginnen Sie bereits am Eingang und schaffen Sie „Dekoinseln“ im Raum, die Ihre Kunden zum Näheretreten verführen. Einfache Plastikeimer, mit passenden Stoffen umwickelt, reichen als <Vasen> völlig aus“, sagt Sabine Gauditz.

### **Heitere Frühlings- und Sommerstimmung**

Eine noch schönere Wirkung erzielt, wer diese „Mini-Bäume“ mit blühenden Pflanzen wie Hortensien oder Azaleen ergängt. Zusammen mit Efeu in einer Blumenampel oder in einem Terrakotta-Topf verbreiten diese üppigen Blüten Duft und heitere Frühlings- und Sommerstimmung. Auch echte weisse Amaryllis, die man kopfüber abhängt, sind ein blumiger Blickfang. Amaryllis haben durch die hohlen Stiele sozusagen „eingebaute Vasen“: Wenn der Stiel oben mit Bast umwickelt ist, kann er mit Wasser gefüllt die Blüte bewässern. Abgerundet wird die Dekoration etwa mit farbigen Bändern und Organzastoffen.



Zentralsekretariat/Secrétariat central  
Rössligasse 15  
Postfach  
CH-4460 Gelterkinden

Tel. +41 (0)61 985 96 00  
Fax +41 (0)61 985 96 03

MwSt-Nr. 114 412

**Schweizerischer Schuhhändler-Verband • Union Suisse des marchands de chaussures**

### **Verweildauer der Kunden erhöhen**

Sicher, diese Inszenierung bedeutet ein schönes Stück Mehrarbeit. Doch die emotionale Einkaufsatmosphäre wird die Verweildauer der Kunden erhöhen und Frühlingslust mit Kauflust verbinden, zeigt sich Sabine Gauditz überzeugt.

### **Bewegung im Schaufenster**

Warum nicht mal ein Schaufenster zum Thema Laufen gestalten? Einige Laufschuhe und Nordic Walking-Stöcke dienen als Blickfang. „Hängen Sie die Schuhe aber nicht einfach über den Tisch, sondern geben Sie den Schuhen eine farbige Leiste oder künstlichen Rasen als Untergrund“, rät Sabine Gauditz. Die Stöcke bringen zusätzliche Bewegung in die Inszenierung, und die Farben Orange, Gelb, Türkis oder Grün signalisieren Aktivität und Fitness. Hier bietet sich zum Beispiel auch eine kleine Aktion mit dem Laufband zur Schuh- und Laufberatung an. Oder man verwöhnt die Kunden mit einem Fitness-Fruchtsaft.

### **Visual Merchandising:**

EDV-gesteuerte Werbemittel lassen virtuelle Welten vor den Augen der Passanten entstehen. Als Gegenpool dazu werden im Schaufenster wieder Geschichten erzählt. Ob mit oder ohne den neusten Erkenntnissen des Neuromarketings, die Kreativen der Branche scheinen sich einig zu sein, dass die visuelle Ansprache der Kunden wichtiger denn je ist. Zum Beispiel zum Thema Reisen. Hier stehen das Vergnügen, die Erholung und der Entdeckergeist im Vordergrund. Entspannung, Neues entdecken, Sonnenschein und herrliche Landschaften machen die schönsten Wochen des Jahres zum Erlebnis. „Wie bei einem Feriendomizil wirken optische und emotionale Eindrücke auf die Gäste und Kunden und entscheiden über Erfolg und Leistungsfähigkeit des gewählten Verkaufskonzeptes“, begründet Sabine Gauditz.

### **Ferienlaune und Wünsche wecken**

Ein Schaufenster zum Thema Reise verlängert die Urlaubstage. Es ist emotional aufgeladen, denn es weckt die Vorfreude auf oder Erinnerungen an den Urlaub. Eine gelungene Dekoration versetzt den Kunden in Ferienlaune und schafft es mit optischen Mitteln, Träume zu erzeugen. Das Motto der Dekoration könnte eine Stadt, eine Region ein Land oder ein Kontinent sein. Das Thema sollte aber homogen bleiben, denn beispielsweise das Thema „Rund ums Mittelmeer“ ergibt als Dekoration keine erkennbare optische Aussage für den Kunden! Durch Farben, Materialien, Objekte und Bilder, lässt sich das gewählte Länderthema visuell umsetzen. Der Leitgedanke der Dekoration sollte so gewählt sein, dass er sich zu einem optischen Erlebnis gestalten lässt, Aufmerksamkeit erzeugt und Wünsche weckt.

### **Weitere Tipps zur Schaufensterdekoration:**

[www.arte-perfectum.de](http://www.arte-perfectum.de)

## Buchtipps:



### **Sabine Gauditz: Schaufenster als Spiegel der Geschäfte**

Läden mit den Augen der Kunden sehen – Grundzüge der visuellen Kommunikation  
Schaufenstergestaltung und CI – Kreativität und Ideenfindung – Farbe und Licht –  
Raumwirkung – Schaufensteranlage – Arbeitstechniken und Arbeitsplatz  
Oktober 2003, gebunden, 94 Seiten, ISBN: 3934054099, CHF 51.—

### **Angebot für SSV-Mitglieder:**

#### **Vortrag “Inszenierung am Verkaufspunkt“**

Deko-Trends, Farben, Psychologie des Verkaufens und der Warenpräsentation.  
Vortrag von Karolina Landowski, Redakteurin für die Zeitschriften STEP und schuhkurier  
Anlässlich der **Weiterbildungs-Tagung** von **Dienstag, 03. November 2009**,  
in Olten, Teil 1, 13.45 Uhr – ca. 14.45

Das Anmeldeformular finden Sie ab Mitte Juni 2009 auf unserer Homepage [www.schuhschweiz.ch](http://www.schuhschweiz.ch)  
(Veranstaltungen).