

NACHRÜSTUNGS BESCHLUSS



SCHAUFENSTER



PRÄSENTATION



PIMP MY SHOP

„Pimpen“ ist ein Trend aus den USA: Brave Alltagsautos werden durch ungewöhnliche Maßnahmen zu sehenswerten Einzelstücken, was ihre Lebensdauer erheblich verlängert. Die Methode ist nicht auf Autos beschränkt; sie funktioniert auch bei Ladeneinrichtungen

SERVICE



EIN AUGENOPTIKERLADEN HAT HEUTE dasselbe Problem wie eine Computer-Anlage: Die Anforderungen ändern sich schneller als die steuerlichen Abschreibungsmöglichkeiten. Mindestens das letzte Drittel der Nutzungsdauer eines Ladens verbringt man als Unternehmer also in einer Umgebung, die gar nicht mehr zeitgemäß ist. Auch als Augenoptiker kann man sich deshalb längst nicht mehr auf ein statisches Ladenkonzept festlegen, das 15 und mehr Jahre Gültigkeit hat. Der Kunde des 21. Jahrhunderts hat ein hybrides Kaufverhalten und erwartet ständig neue Impulse. Der wachsende Einfluss unserer „Wohlfühlkultur“ emotionalisiert Erlebnis- und Markenwelten und damit auch Kaufprozesse: Es ist die Atmosphäre eines Ladens, die den Kunden einladen, beeindrucken, zum Verweilen und schließlich zum Kauf anregen soll.

Durch diese Emotionalisierung entstehen neue Ansprüche an die Ladeneinrichtung; allen voran bezüglich ihrer Flexibilität und ihrer Variationsmöglichkeiten. In der Praxis bedeutet das: Weg von kompletten Einbauten, hin zu modularen Elementen, die je nach Bedarf umpositioniert, ergänzt oder ausgetauscht werden können.

Wer heute einen Laden neu einrichtet, wird diese Notwendigkeiten meist schon bei der Planung berücksichtigen. Aber auch bestehende Läden müssen nicht bis zum nächsten Umbautermin warten: Es muss ja nicht gleich ein komplett neues Gesicht sein; oft lässt sich auch mit gekonntem MakeUp schon eine Menge erreichen.

PRÄSENTATION



An dieser Stelle der Überlegungen begegnet man nicht selten dem Schorndorfer Unternehmen concept-s, das sich seit vielen Jahren genau diesen Details widmet. Denn gerade im Schwäbischen ist es Tradition, Dinge nicht einfach wegzuerwerfen, nur weil es etwas Neues gibt. Hinzu kommt: Wenn eine Investition nicht so teuer ist wie ein Komplettumbau, rechnet sie sich auch früher und leichter. Und verkaufsfördernde Effekte lassen sich oft schon mit der Modifikation einzelner Ladenbereiche realisieren.

Das Rezept dafür ist eigentlich nicht kompliziert: Einzelne Bereiche werden entsprechend der neuen Anforderungen verändert oder neu installiert. Der gezielte Einsatz von

SHOP IN SHOP





Zielgruppen: Der Fachmann sieht die Unterschiede, aber für die meisten Kunden sehen viele Brillen „irgendwie gleich“ aus.

Aktionen

Durch das veränderte Kundenverhalten gewinnen auch gezielte Marketingaktionen beim Augenoptiker an Bedeutung. Hierbei können freistehende Elemente oder durchdachte Paneelen hilfreich sein, mit denen zum Beispiel neue Produkte oder Trends besonders herausgestellt werden können.

Shop im Shop

Eine gutes Beispiel für einen „Laden im Laden“ ist eine Kinderbrillen-Abteilung, denn die Präsentation von Kinderbrillen stellt besondere Ansprüche an die Gestaltung und soll dabei natürlich trotzdem in das Gesamtbild des Ladens passen. Dasselbe gilt analog auch für spezielle Sonnen- und Sportbrillenbereiche: Sie müssen unterschiedlich genug sein, um als „Extra“ wahrgenommen zu werden – und dürfen trotzdem keine Brüche zum restlichen Laden haben.

Service

Das Thema Service ist heute wichtiger als je zuvor; für viele Kunden ist es (wieder) entscheidend für die Wahl „ihres“ Augenoptikers. Da bietet es sich an, statt weiter Wege in die Werkstatt Richt- und Reinigungsarbeiten, aber auch kleineren Reparaturen in Gegenwart des Kunden direkt im Laden durchzuführen – beispielsweise mit Hilfe einer mobilen Servicestation. Ein solcher flexibel positionierbarer Steharbeitsplatz bietet viel Stauraum für alle notwendigen Geräte beim Brillencheck – von der Reinigung über kleine Reparaturen bis hin zum Anpassen der Brille. LED-Beleuchtung, ein schwenkbarer Spiegel sowie die Möglichkeit der Integration von Ventilette und Ultraschall-Reinigungsgerät runden das Allround-Paket ab.

Wellness

Kunden sollen und wollen sich wohlfühlen. Dafür kann es sinnvoll sein, statt weniger „Wartestühle“ eine Sitzecke nachzurüsten – mit Sofa, Zeitschriften, Kaffeemaschine und anderen Wohlfühl-Accessoires.

Man sieht: Mit guten Ideen und fachmännischer Planung können gezielt auch Teilbereiche eines bestehenden Ladens verändert werden. Wichtig sind ein stimmiges Konzept, die Berücksichtigung der vorhandenen Einrichtung und der Blick auf die in der Zukunft anstehenden Veränderungen: Dann lohnt sich auch die „Politik der kleinen Schritte“. ■ www.concept-s-design.com

Farbkonzepten, Materialien, Lichtstimmungen und Grafikelementen hat verblüffende Effekte – wenn man ihn beherrscht. Im Detail kann das für die einzelnen Ladenbereiche beispielsweise so aussehen:

Schaufenster

Das Schaufenster soll als Visiten- und Einladungskarte des Geschäfts nicht nur einen guten ersten Eindruck machen, sondern in seinen Elementen variabel sein und unterschiedlichste Dekorationen erlauben; sowohl saisonal als auch anlassbezogen. Überdies ist es für jeden rechnenden Unternehmer heute Teil des aktiven Warenlagers und muss deshalb leicht zugänglich sein. Das lässt sich vor allem bei offenen Schaufensterbereichen mit roll- oder verschiebbaren Deko-Elementen realisieren, die farblich und formal zurückhaltend, aber gleichzeitig hochwertig und exklusiv sein sollten.

Brillenpräsentation

Bei der Präsentation von Brillen an den Wänden kommt es mehr als je zuvor auf das „Wie“ an: Die Brille soll im Vordergrund stehen und ihre Einzigartigkeit und Qualität durch das entsprechende Präsentationssystem betont werden. Das richtige Maß ist entscheidend: Man muss Eyecatcher in der Präsentation schaffen, um den Blick des Kunden gezielt zu lenken; beispielsweise durch beleuchtete LED-Paneele mit stimmungsvollen Farbwechseln, durch individuelle Grafikelemente mit Bildern und Typografie und natürlich durch hochwertige Materialien und gelungene Farbzenten. Ebenso wichtig sind klare Strukturen für verschiedene Brillenarten, Preisbereiche und

