

Buch und Presse Hamburg: Schaufenster-Shooting im Showroom

Es könnte die effektivste Verkaufshilfe des Einzelhändlers sein, doch leider wird es nur allzu oft stiefmütterlich behandelt: das Schaufenster. Insbesondere im Presse- und Tabakhandel ist „Window Shopping“ nicht immer ein Vergnügen: „Zu voll, zu unübersichtlich, und manchmal leider auch ziemlich

an der nötigen Zeit und oft auch den zündenden Ideen für eine ansprechende Gestaltung – das ist schade, denn man vergibt die Chance, wirksame Verkaufsanreize zu setzen.“ Die beste und einfachste Lösung ist natürlich, einen Schauwerbegestalter mit der Deko zu beauftragen – so finden sich auf der

Presse-/Tabakhandel auf die Agenda gesetzt: „Wir möchten unsere Kunden natürlich motivieren, die Werbefläche im Schaufenster stärker für Presseprodukte zu nutzen“, erklärt Isabelle Hinze, Leitung Kundenservice. Dafür wurde im Showroom des Grosshauses eigens eine Glasvitrine installiert, in der wie in einem ‚echten‘ Schaufenster Zeitschriften, Zeitungen und Nonpress-Produkte in Szene gesetzt werden können. Die Dekoration ist ein festes Azubi-Projekt: „Alle zwei Monate suchen sich unsere Auszubildenden ein neues Thema, wählen dazu passende Titel aus und überlegen sich eine kreative Gestaltung – das macht Spaß und hilft, sich einmal auf neue Art und Weise mit den Objekten der täglichen Arbeit auseinanderzusetzen“, berichtet Hinze. Auch den EH-Kunden will man das Thema näherbringen. Im Frühjahr lud bp Elke Reichelt zu einem Info-Workshop ein, bei dem sie am Showroom-Fenster demonstrierte, wie man Presse- und Tabakartikel verkaufsaktiv in Szene setzt.



Ist im gesamten norddeutschen Raum aktiv (und buchbar):
Dekorateurin Elke Reichelt



Schau-Dekoration für das PRESSE REPORT-Shooting: Elke Reichelt zeigt Schritt für Schritt, wie's geht

Deko-Serie im PRESSE REPORT

Im nächsten Jahr können auch Händler aus anderen Regionen der Republik von den Ideen und Praxis-Tipps der Dekorateurin profitieren: Der PRESSE REPORT produzierte im bp-Showroom zusammen mit Elke Reichelt eine Serie, in der die Schauwerbegestalterin in (vorerst) sechs Folgen Step-by-Step zeigt, wie man verschiedenen Objektgruppen – von People- oder Livingmagazinen über Romanhefte bis hin zur internationalen Presse – in der Auslage in Szene setzen kann. Neben den Grundregeln der Schaufensterdekoration liefert die Serie Ratschläge und Kniffe für die praktische Umsetzung im eigenen Geschäft. Und sie empfiehlt Händlern, denen das Selber-Dekorieren trotz Anleitung zu schwierig oder aufwändig erscheint, die Dienste eines Profis in Anspruch zu nehmen: die (überschaubare!) Investition zahlt sich nicht nur in Mehrverkäufen, sondern auch in einer besseren Außenwirkung des Geschäfts wieder aus!

Kontakt: Elke Reichelt
Schauwerbegestaltung Reichelt
Stolbergstraße 10, 22967 Tremsbüttel
Telefon: 045 32/23 23 4
Mobil: 01 73/98 52 31 3



Sorgfältig werden die Zeitschriften arrangiert – dabei verleihen Buch- oder Tellerstützen aus dem Dekobedarf Standfestigkeit



Tricks aus der Praxis: Mit Stecknadeln werden die Magazine auf der Hintergrundplatte fixiert

verstaubt“ seien die Auslagen häufig, attestiert Fachfrau Elke Reichelt. Die Profi-Dekorateurin aus Tremsbüttel weiß, woran es hapert: „Die Händler wollen möglichst viel zeigen und überfrachten das Fenster. Zugleich fehlt es

Kundenliste von Elke Reichelt denn auch einige Presse- und Tabakgeschäfte aus dem gesamten norddeutschen Raum. Doch auch beim Hamburger Grossisten Buch und Presse hat man sich den „Dekorations-Notstand“ im