

Erfolg durch Dekoration

Schaufenster sind für Apotheken ein wichtiges **Werbemittel**. Für einen erfolgreichen Einsatz braucht es gar nicht viel Geld, sondern vielmehr gute Ideen, Struktur und offene Augen.

Für Ihr Apothekenteam kommt es darauf an, „das Tor zur Welt“ möglichst optimal zu nutzen: Passanten, die nur zum Vergnügen flanieren, sollen zu einem Besuch und Kauf animiert werden. Dafür muss der potenzielle Kunde zunächst darauf aufmerksam gemacht werden. Für das Werbemittel Schaufenster gilt also die AIDA-Regel (Attraction, Interest, Desire, Action, vergleiche Heft Juli 2011) und auch „keep-it-short-and-simple“ sollte bei der Dekoration berücksichtigt werden. Eine überladene Auslage ist wenig attraktiv und erfolgreich.

Produktorientiert Das Schaufenster bietet dem Kunden die Möglichkeit, sich über einen Teil des Sortiments zu informieren. Zu diesem Zweck entwickeln Hersteller entsprechende Dekorations- und Informationsmaterialien, die Ihnen zur Verfügung gestellt werden. Insbesondere, wenn der Hersteller parallel auch in Zeitschriften oder TV wirbt, erzielen solche Mittel einen Wiedererkennungseffekt: „Ah, hier kann ich Produkt xy bekommen“. Achtung Gefahr: Das schlichte Zusammenstellen von vorgefertigten Materialien macht noch kein attraktives Fenster, wirkt vielmehr oft einfalllos. Zudem erhalten oft viele Apotheken die gleichen Hilfsmittel. Wenn dann alle Schaufenster im Ort identisch aussehen, bleibt es für den Passanten beliebig, wo er einkauft.

Themenorientiert Viele Gesundheitsthemen eignen sich, um im Auslagenfenster informativ dargestellt und mit entsprechenden freiverkäuflichen Produkten bestückt zu

werden. Regelmäßig wechselnde Themen schärfen Ihr Profil als kompetente Gesundheitsberater.

Anlassorientiert Weihnachten, Karneval, Muttertag, Sommerferien und der Tag der Zahngesundheit – viele Anlässe im Jahresverlauf lassen sich mit Gesundheitsthemen und dem Apothekensortiment verknüpfen und überdies attraktiv dekorieren. Die Gefahr dabei: Wenn Sie nicht zeitgerecht die Dekoration wechseln, wirken sie deplatziert und unprofessionell.

Erlebnisorientiert Hier steht das Erlebnis des Betrachters im Mittelpunkt. Zum Beispiel locken sich bewegendes Spielzeug (Eisenbahn, Puppen etc.) oder ein Gewinnspiel, das die Passanten in die Offizin lenkt.

Grundsätze Ganz gleich, für welche Kategorie Sie sich jeweils entscheiden:

- ▶ Eine wirkungsvolle Beleuchtung setzt Ihre Dekoration erst richtig in Szene. Achten Sie darauf, ein Blenden der Passanten und Spiegelungen zu vermeiden.
- ▶ Dekorationen mit Anleihen aus Erlebniswelten stimulieren besonders: der Liegestuhl zur Sonnenkosmetik, die schnarchende Puppe zu Beruhigungs- und Schlafmedikation.
- ▶ Sauberkeit ist oberstes Gebot: Fenster (auch frei von Resten alter Aufkleber), Dekoration (staubfrei), Bürgersteig draußen vor dem Schaufenster.
- ▶ Räumen Sie alles aus dem Weg, was das Schauen behindern könnte: Fremdplakate sind tabu, Fahrradständer und Mülleimer nach Möglichkeit ebenso. ■

*Verena Gertz,
Marketingfachfrau und Journalistin*

