

# Ideen für die Inszenierung

## **Stadt und Verbund: Vortrag zur Schaufenstergestaltung**

Von GABRIELE VON TÖRNE

**MECKENHEIM.** "Hier können Sie live kaufen - und das ist besser als im Internet!" Designerin Andrea Hildegard Heppe, vom Bonner Planungsbüro "Stilquelle", hat bezüglich innovativer und darüber hinaus noch kostengünstiger Schaufenstergestaltung eine Menge guter Ideen.

Einige davon vermittelte die Fachfrau für visuelles Marketing und Immobilienaufwertung im Rahmen ihres Vortrages "Grundregeln der Schaufensterdekoration" Meckener Geschäftsleuten: "Ihre Stärken sind Kundengespräche und die Beratung, das lebensechte Käuferlebnis!", sagte der Coach. Etwa 16 Gewerbetreibende aus unterschiedlichen Bereichen waren der Einladung des Meckener Verbundes und der Wirtschaftsförderung der Stadt Meckenheim in das Sportgeschäft von Jörg Reichwein gefolgt. "Wir gehen auf die Weihnachtszeit zu und hoffen, von Frau Heppe neue Ideen zu bekommen", sagte der 1. Vorsitzende des Verbunds, Willi Wittges-Stoelben. Und Wirtschaftsförderer Dirk Schwindenhammer sprach von einem Auftakt für weitere Veranstaltungen: "Wir könnten uns vorstellen, das weiter auszubauen, eventuell mit Workshops und einem Schaufensterwettbewerb." Der Vortrag selbst solle, so der Diplom-Betriebswirt, die Geschäftsleute dazu bringen, "anders auf das eigene Schaufenster zu schauen".

Mit anschaulichen Bildern zeigte Andrea Hildegard Heppel ihren interessiert lauschenden Zuhörern, wie sich Produkte verkaufsfördernd in Szene setzen lassen. Zur Freude der Referentin saßen die Besucher, wie es sich verkaufsstrategisch gehört, selbst teilweise im Schaufenster und zeigten auf diese Weise: Hier ist was los! Bei der Präsentation der Waren gehe es stets um Inszenierung, betonte die gelernte Designerin. "Schaufenster sind Ihre Visitenkarte, Ihr erstes Werbematerial, mit dem Sie Ihre Seele, Ihre Kreativität zeigen. Erzählen Sie um Ihr Produkt herum eine Geschichte!", forderte Heppe die Anwesenden auf.

Da der erste Eindruck zähle, sollten die Geschäftsleute stets auf Sauberkeit achten: "Keine Insekten, kein Staub, kein Müll, intakte Beleuchtung!" Wichtig sei ein zentrales Produkt in Augenhöhe, denn "der Kunde entscheidet in den ersten drei Sekunden, ob er etwas kaufen will". Bei der Gruppierung der Produkte sei weniger mehr, der Kunde lasse sich mit einfachen Mitteln, wie Blumenspalier, Bodengemälde und -lichtspiele, einer Probierstation vor dem Laden und Fahnen lenken. Als kostengünstige Materialien bei der Produktinszenierung nannte die Designerin Stoffe, Wolle, Nylonfäden, bunte Bänder, Schnüre, Möbelstücke, Baumstämme, Papierfronten, Bücher, Flaschen, Rahmen, Kerzen, Finger- und Wandfarbe.

Unangenehme Themen sollten möglichst witzig und in positivem Sinn vermittelt werden. Als gutes Beispiel nannte Heppe die Verkaufstechnik einer Apotheke, die Mittel gegen Fußpilz und Herpes über die Präsentation schöner Abendschuhe und Lippenabdrücken auf weißen Kaffeetassen anpreist. Bereits zu Halloween wollen nun einige Geschäftsleute die Ideen umsetzen.

*Halloween und Sankt Martin sind Themen, die auch in weiteren Meckener Geschäften aufgegriffen werden. (Foto: Böschmeyer)*

*Hildegard Heppe in einem Schaufenster dessen Aufmachung ein gelungenes Beispiel sei.*

## Medien



Hildegard Hepe in einem Schaufenster dessen Aufmachung ein gelungenes Beispiel sei. - Meike Böschmeyer Meike Bösche a Schaufenster Beratung Meckenheim Hauptstraße dozentin Hoppe im vorzeigeschaufenster mbo



Halloween und Sankt Martin sind Themen, die auch in weiteren Meckenheimer Geschäften aufgegriffen werden. (Foto Böschmeyer) - Meike Böschmeyer Meike Bösche a Schaufenster Beratung Meckenheim Hauptstraße

Alle Rechte vorbehalten - © Redaktionsarchiv M. DuMont Schauberg