



Geschäfte haben die Anmutung von Wohnräumen mit Sofas, Schränken und Teppichen. Normale Möbel werden zu individuellen Wareenträgern

Einkaufen als Erlebnisreise

Einkaufsmüde Kunden suchen Inspiration. Nichts liegt da näher, als immer wieder erfrischend anders zu sein. Gerade wenn das Produktsortiment vergleichbar ist, zählt das Einkaufserlebnis. Strategische Ausstattungs-gestaltung und emotionale Präsentationen sind der Schlüssel zum Kaufknopf im Kopf Ihres Kunden.



Dekorationsflächen zeigen Szenen des Alltags. Da darf auch mal mitten im Laden gezeltet werden

EINKAUFEN MUSS unterhaltsam sein. Auch Ihre Ausstellungsgestaltung braucht mal Urlaub. Mit ein wenig Sonne, Meeresschaum und feinem Sand unter den Füßen macht das Einkaufen gleich viel mehr Spaß. Täglich verbringen die Mehrzahl der Kunden ihre freie Zeit beim Einkaufen. Und das hauptsächlich, um sich wohl zu fühlen, einen kleinen Plausch zu halten und ein paar neue Eindrücke zu bekommen. Die Einkäufe erledigen sich dabei fast von alleine. Dabei spielt

der Preis eine immer kleinere Rolle. Bei durchschnittlich 10.000 Produkten in jedem Haushalt ist der Bedarf an Neuem auch weitgehend gedeckt. Und wenn die Kunden wirklich gezielt einkaufen, dann verfolgen sie ein konkretes, emotionales Ziel: Mit dem Lippenstift wollen sie attraktiv sein, der Pudding soll dem kleinen Sprössling Trost spenden und mit dem Auto wollen sie Fahrspaß erleben. Am besten genau dieser Spaß fängt schon beim Einkauf an.

THEMENWELTEN ERZÄHLEN

Einkaufen gehört zum täglichen Leben und kreative Dekorationen spiegeln das wider. Menschen genießen es, auf Bekanntes zu treffen und Neues zu erleben. Präsentieren Sie doch mal Alltagsgeschichten. Es muss nicht immer aufgeräumt und perfekt sein. Denn das Leben ist es auch nicht. Lebensnahe Momentaufnahmen wirken viel authentischer. So wird der Betrachter automatisch zum Teil Ihrer Inszenierung. Szenen aus fernen Ländern erinnern uns an eigene Urlaubserlebnisse während die Szenerie vom Kindergeburtstag uns über unsere eigene Kindheit schmunzeln lässt. Bilder von angenehmen Erinnerungen, leise Musik und haptische Erlebnisse sprechen das Unterbewusstsein an. Auch die Geschichten hinter den Produkten sind für den Kunden spannend. Machen Sie den Produktzyklus transparent. Wer hat das Produkt entworfen? Von welchem Schaf kommt die Wolle? Wo wird das



Gerade gleichmäßige Reihen mit Warenträgern sind praktisch aber auch schon mal langweilig. Eine verspielte Inszenierung lädt zum Entdecken ein



Nicht jeder hat seinen Laden in alter Fabrik-Atmosphäre. Fotos erzeugen da eine täuschend echte Illusion. Selbst das Fahrrad steht nicht wirklich da

Produkt produziert? Durch die überdimensionale Vergrößerung auf großflächige Wandbilder werden auch kleine, unscheinbare Produkte zum Star.

BEKANNTES ERSCHEINT NEU

Wie von Geisterhand geführt werden Ihre Kunden zum Teil der Verkaufsausstellung. Durch die Identifikation mit dem Umfeld steigt gleichermaßen Wohlbefinden und Kaufbereitschaft. Je länger die Verweildauer des Kunden im Geschäft dauert, desto größer ist die Kauflust des Kunden. Stellen Sie die alten Produkte in immer wieder neuen Kontext. Denn das Umfeld bestimmt den Eindruck, den Ihre Produkte hinterlassen. Mit gezielt ausgewählten Themenpräsentationen und neuen Kombinationen erstrahlen bekannte Produkte im neuen Glanz. So wird Bekanntes immer wieder erfrischend anders wahrgenommen. Überraschen Sie Ihre Kunden immer wieder. So ziehen Sie Kunden an, die regelmäßig Ihren Laden besuchen um sich inspirieren zu lassen, um beim Einkaufsbummel Spontankäufe zu tätigen.

NEUE WEGE DER WARENPRÄSENTATION

Warum nicht Schränke, Accessoires und Teppiche, die für die Inszenierung gebraucht

werden, gleich mit verkaufen? Am besten, Sie ergänzen die klassischen Warenpräsentier mit ausgesuchten Tischen, Sofas, Schränken und Accessoires. Außerdem können Sie durch die Kombination des klassischen Sortimentes mit dekorativen Einzelstücken die Produktpalette individuell ergänzt. So erinnert das Käuferlebnis an den Gang durch einen belebten Basar und lädt dazu ein, immer wieder Neues zu entdecken.

MODERNE ILLUSIONSMALEREI

Schon die alten Meister nutzten Wände, um die Atmosphäre im Raum zu verändern. Während die klassische Kirchenmalerei dem Volk Geschichten aus der Bibel erzählte, nutzen moderne Ausstellungsgestalter die deko-



Abb. oben: Auch wie ein Produkt hergestellt wird, ist für den Verbraucher spannend

Abb. rechts: Da streckt aus der Fototapete mit Backstein-Druck auch schon mal ein Wildschwein den Kopf heraus





rative Wandgestaltung, um den Kunden in eine andere Welt zu entführen. Moderne Drucktechniken und fotorealistische Tapeten ermöglichen großformatige Wanddekoration für den temporären Einsatz. Digitale Bilder verzaubern den Raum und erzeugen die gewünscht Raumatmosphäre. Mal entsteht eine endlose, lichtdurchflutete Weite, die uns in die Ferne südlicher Länder entführt, keine 3 Monate später sorgt die Bilderwand für eine mystische Dämmerstimmung. Neben bedruckten Fototapeten und Stoffen steigt auch der Einsatz von großformatigen Lichtwänden. Großprojektionen ermöglichen immer wieder neue Inszenierungen und sorgen gleichzeitig für emotionalisierendes Licht. Spielen Sie mit der Kombination von

Bei Dekorationen wie im richtigen Leben gehören auch Krümel dazu.



Ladengestaltung und Dekoration als Momentaufnahme des Alltags. Wir haben das Gefühl, dass in jedem Augenblick die Mutter zurück kommt, um den Kindergeburtstag weiter zu schmücken



Bei Dekorationen wie im richtigen Leben gehören auch Krümel dazu.



Im modernen Schloss ist weniger mehr. Manches Mal ist es auch wichtig, Produkte ganz selektiv und akzentuiert zu zeigen

zwei- und dreidimensionalen Eindrücken und bieten Sie Ihrem Kunden unerwartete Erlebnisse mit spannenden Momenten. Mit wechselnden Bildern werden schnell und günstig neue Raumeindrücke im Laden erzeugt.

DIE PURE LUST AM KAUFEN

Warum sollte Ihr Kunde schon wieder einkaufen, obwohl er doch schon alles hat, was er braucht? Moderne Einkaufsgewohnheiten erinnern an die Marktplätze der Vergangenheit. Neben Produkten suchen wir neue Inspirationen, sozialen Austausch und die Sicherheit, alle aktuellen Neuigkeiten im Gepäck zu haben. Lifestyle Trends und das neueste Outfit sind dabei von zentraler Bedeutung. Denn sie sichern die optimale Position in der Gesellschaft. Kreative Präsentationen wecken persönlichen Erinnerungen und Wünsche. Trendige Präsentationen mit individuellen Geschichten schicken Ihren Kunden auf eine Erlebnisreise mit spürbarem Mehrwert und ständig wachsender Anziehungskraft. Durch die kreative Inszenierung mit immer wieder neuen Themenwelten laden Sie Ihren Kunden zum Flanieren und Verweilen ein. So wird Ihre Verkaufsausstellung zur Insel neuer Entdeckungen.

Gabriela Kaiser

www.TRENDagentur.de

Uta Kurz

www.uta-kurz.de



Abb. oben: In Geschichten mit lebensnahen Situationen, die authentisch inszeniert sind, können wir uns einfühlen. Abb. rechts: Statt foto-realistischer Drucke sind auch Skizzen, die handgezeichnet erscheinen, eine günstige und hübsche Möglichkeit, um Szenen zu visualisieren.

