

RECHTZEITIG UND RICHTIG AUFS WEIHNACHTSGESCHÄFT VORBEREITEN

# Oh, du fröhliche!

Rabattaktionen und jahreszeitliche Promotions gibt es im Handel inzwischen zuhauf. Ist da das Weihnachtsgeschäft überhaupt noch etwas Besonderes? Und was kann der Händler jetzt schon beachten, um nicht im Chaos zu versinken? Hier die Tipps der Experten

**HEIKE FUHRMANN:** Das Weihnachtsgeschäft ist umsatztechnisch und dekorations-technisch das echte Highlight des gesamten Jahres und jeder Einzelhändler arbeitet darauf hin. Die Dekoration zu dieser Jahreszeit sollte den Kunden in eine andere Welt entführen und gleichzeitig die Fakten wie zum Beispiel Preis, Marke, Qualität und Größe liefern.

**MICHAEL BESIER:** Stimmt, den besten Umsatz des Jahres macht der Handel immer noch im Weihnachtsgeschäft. Die Industrie liefert zuverlässig viele Aktionen, die für uns Fachhändler wichtig sind. Egal, ob Bundles, Set-Aktionen, Promotion – der Kunde muss das Gefühl haben, dass ihn Weihnachten etwas Besonderes erwartet. Auch die Weihnachtsmärkte ziehen Menschen an. Die Städte sind voll, die Menschen in Kauflaune. Das macht doch Spaß! Als Händler sollten wir diesen Kunden ganz besonders strahlend entgegen treten.

**HEIKE FUHRMANN:** Wenn der Kunde aber keine ansprechenden Produkte vorfindet, hoffentlich schön präsentiert, geht er und kommt so schnell nicht wieder. Weihnachten haben die Menschen ganz besonders gern eine große Auswahl.

**MICHAEL BESIER:** Ganz genau. Wichtig ist, dass man gerade als Fachhändler ein breites Sortiment führt und möglichst viel davon auch gleich griffbereit im Haus hat. Bei Besier ist fundamental, dass alle unsere Mitarbeiter

das Jahr über intern geschult werden. Als Fachgeschäft erwartet unsere Kundschaft, dass wir kompetente Mitarbeiter haben, die gut beraten können. Im Weihnachtsgeschäft müssen die Fakten dann nur so über die Verkaufstheke prasseln.

**HEIKE FUHRMANN:** Bewährt sich im Fotofachhandel eigentlich auch noch der gute alte Nikolaus als Marketing-Hit?

**MICHAEL BESIER:** Wir glauben, dass der gute Nikolaus vor dem Fachgeschäft ausgedient hat. Wir werben mit Zeitungsbeilagen und Anzeigen in der Tagespresse und machen vor Ort Demo-Tage mit Herstellern oder Hausmessen.

**HEIKE FUHRMANN:** Ich beobachte das Gegenteil und meine, dass der Nikolaus immer noch sehr gut ankommt. Alle Aktionen, die den Kunden entspannen und positiv weihnachtlich stimmen, sind in dieser doch eigentlich sehr hektisch gewordenen Zeit erfolgreich.

**MICHAEL BESIER:** Im Schaufenster dekorieren wir auch immer mit Nikoläusen, eben typisch weihnachtlich. Da dürfen die Klassiker wie Schneeflocken, Weihnachtsbäume, Schlitten und Weihnachtsmann natürlich nicht fehlen.

**HEIKE FUHRMANN:** Klassiker in der Dekoration empfehlen wir in unseren „Visual

Merchandising“-Seminaren: Die Farbe Rot, kombiniert mit Naturholz und Braun (mit Lebkuchen, Nüssen und Zapfen) und die Farben Weiß, Silber und Eis in Kombination sind beim Kunden bestens akzeptiert. Trotzdem könnte ich mir auch mal etwas futuristisches vorstellen, gerade für den technisch orientierten Fotofachhandel: Der Boden im Schaufenster ist (Kunst-)schneebedeckt, die Tannen mit Schnee überzogen, die Produkte, etwa Kameras, Speicherkarten oder so werden in Acrylkugeln im Fenster schwebend dekoriert. Das ist nicht zu aufwändig und doch sehr aufmerksamkeitsstark.

Ich möchte die Aussage von Herrn Besier unbedingt unterstreichen, dass es gerade im Fachhandel besonders wichtig ist, dass wertvoll geschultes Fachpersonal zu den Kernzeiten und so optimal wie möglich eingesetzt werden muss. Alle Aushilfen, die in der Weihnachtszeit im Fachhandel arbeiten, um Artikel aufzufüllen, Hilfestellungen zur besseren Kundenorientierung zu geben oder beim Einpacken zu helfen, sollten sich darauf konzentrieren – aber auf keinen Fall eine vermeintliche Kompetenz vorgaukeln. Die heutzutage gut informierten Kunden vergessen schlechte Erfahrungen im Verkaufsgespräch so schnell nicht.

## FOTOWIRTSCHAFT FORUM

### Die Experten



**Heike Fuhrmann**  
Akademie Dorfen,  
Akademieleitung  
Visual Merchandising



**Michael Besier**  
Geschäftsführer und  
Inhaber von Foto Besier  
und Foto Oehling,  
Wiesbaden  
und Mainz



**Katrin Barthelmess**  
Geschäftsführerin  
Heinrich Woerner  
GmbH,  
Leinfelden-  
Echterdingen

### Schaufenster-Ideen für den Fotofachhandel zur Weihnachtszeit



#### Thema: Illumination

Licht macht Formen wahrnehmbarer und spricht eine emotionale Sprache: Lichtwände aus Perlenketten, LED-Acrylkugeln mit 20-40 cm Durchmesser, Leuchtobjekte und Eis-Kristalle sowie Schneebälle berühren die Seele der Käufer. Ausgestattet mit einer stromsparenden LED-Leuchte versprechen sie eine höhere Lebensdauer.



#### Thema: Stars and the City

Für eine trendige Deko nehme man Sterne, Wolkenkratzer sowie die Fotografie einer „Skyline“. Zur Weihnachtszeit bringt diese Dekoration einen modernen Touch in den Verkaufsraum. Sowohl der Sternpodest als auch der Wolkenkratzer eignen sich zum Präsentieren von Verkaufsprodukten – auch im Schaufenster.



#### Thema: Red Christmas

Als Hingucker erweist sich die Signalfarbe Rot, arrangiert beispielsweise mittels einer roten Tonne mit Lichtdekor, roten Girlanden und roten Kugel-Paneelen. Setzen Sie einzelne Deko-Artikel (Kameras etc.) als Highlight oder den Gesamtaufbau für eine imposante Wirkung ein. Im Schaufenster führen 10-12 Kugeln und schwarz-weißfarbige Bilderrahmen zu hoher Aufmerksamkeit.

**KATRIN BARTHELMESS:** Höhepunkt der Saison ist nun mal Weihnachten, da schlagen auch wir von der Dekorationsseite unbedingt ein stimmungsgeladenes weihnachtliches Ambiente vor. Weihnachten wird immer noch als Höhepunkt der Saison verstanden. Die Trends 2007 sind:

■ **Black & White:** Mit Engelsflügeln, silbernen Gigant-Kugeln oder Colortannen in Schwarz mit Lichtdekor – auch zur Weihnachtszeit wird in Schaufenstern auf den aktuellen Trend gesetzt.

■ **Old Tradition:** Der ewige Trend erhält durch rote und goldene Gigant-Kugeln, Perlenketten und Diamanten, barocke Engel sowie das Thema Versailles im prunkvollen Barock-Stil eine imposante Wirkung.

■ **Single-Color:** In diesem Winter brandaktuell sind monochrome Farbgestaltungen und klare Formen. So werden Deko-Bilder Ton-in-Ton in Silber, Pink oder Rot von Designern empfohlen.

■ **Illumination:** Lichter gehören zur Weihnachtszeit wie Lebkuchen und Glühwein. Neben den klassischen Weihnachtslichtern nehmen LED-Lichter und Lichtarrangements an Beliebtheit zu. Neu sind komplette Lichtaufbauten als Deko-Elemente im Schaufenster, zum Beispiel in Form von Lichtwänden, LED-Acrylkugeln, Lichtvasen und Lichtbäumen sowie -bündeln. aho