Waren präsentieren



[1. Außengestaltung

- Ziel: Kunden von außen anziehen und in das Geschäft einladen.
- **Elemente:** Schaufensterdekoration, Fassade, Eingangsbereich.
- Bedeutung: Erster Eindruck entscheidet oft über den Eintritt ins Geschäft.



2. Innengestaltung

- **Ziel:** Angenehme Einkaufsatmosphäre schaffen.
- **Elemente:** Ladeneinrichtung, Beleuchtung, Raumaufteilung, Farbgestaltung.
- Bedeutung: Fördert Verweildauer und Kauflaune der Kunden.

[3. Visual Merchandising

- **Ziel:** Produkte durch kreative Präsentation optisch ansprechend in Szene setzen.
- **Techniken:** Farbgestaltung, Beleuchtung, Themenwelten, saisonale Dekorationen.
- Bedeutung: Eine ansprechende Präsentation weckt Kaufinteresse und schafft ein positives Einkaufserlebnis.

🔼 4. Warenplatzierung

- **Ziel:** Produkte optimal präsentieren, um Verkäufe zu fördern.
- Methoden: Regalplatzierung, Aktionsflächen, Cross-Selling (z.B. ergänzende Produkte nebeneinander platzieren).
- **Bedeutung:** Richtige Platzierung steigert Sichtbarkeit und Umsatz.

5. Warenpflege

- **Ziel:** Produkte in einwandfreiem Zustand halten.
- **Aufgaben:** Regelmäßige Kontrolle auf Sauberkeit, Ordnung und Frische.
- Bedeutung: Gepflegte Waren erhöhen die Kaufbereitschaft.

[4] 6. Warenkennzeichnung

- **Ziel:** Kunden umfassend über das Produkt informieren.
- Inhalte: Produktname, Hersteller, Inhaltsstoffe, Herkunft, Verfallsdatum.
- **Bedeutung:** Kennzeichnung ist oft gesetzlich vorgeschrieben und beeinflusst die Kaufentscheidung.



7. Preisauszeichnung

- Ziel: Klare und transparente Preisangaben für den Kunden.
- Methoden: Preisschilder, digitale Preisanzeigen, Rabattkennzeichnung.
- Bedeutung: Verständliche Preisauszeichnung verhindert Missverständnisse und sorgt für Vertrauen.

Schaufenster-Challenge

1 Ihr habt **30 Minuten Zeit**, um so viele verschiedene Schaufenster wie möglich in der Umgebung zu finden und dabei ein Selfie als Gruppe vor dem Schaufenster zu machen.

Eure Aufgabe:

- **Findet verschiedene Schaufenster**: Durchstreift die Umgebung und entdeckt so viele verschiedene Schaufenstertypen wie möglich (z.B. Übersichtsfenster, Markenfenster, Ein-Artikel-Schaufenster, Themenfenster, Stapelfenster, Ramschfenster, Plakatfenster, Animationsfenster).
- **Macht ein Gruppen-Selfie**: Stellt euch als Gruppe vor das Schaufenster und macht ein Selfie.
- **Upload und Beschreibung**: Ladet eure Bilder in den Collaboration Space (Classnotebook) hoch und schreibt dazu, um welchen Schaufenstertyp es sich handelt.
- **Mengenregel**: Ihr dürft auch mehrere Bilder von einem Schaufenstertyp machen, aber es geht vor allem darum, eine große Vielfalt an verschiedenen Typen zu finden.
- **Gewinn:** Die Gruppe mit den meisten und verschiedensten Schaufenstertypen gewinnt einen tollen Preis!



Ein **Ramschfenster** ähnelt einem unübersichtlichen Warenlager. Der Kunde wird dadurch eher verwirrt als zum Kauf angeregt.