Durchdacht fokussieren

Shopdekoration | Kreativität ist ihre große Leidenschaft: Mit ihrem Unternehmen „Pretty Beautiful Events“ gestaltet Peggy Hoyer Filmkulissen und Schaufenster, inszeniert und dekoriert stilvolle Feste (wie z. B. Hochzeiten), richtet Wohnungen ein und hält Vorträge und Kreativworkshops. HobbyArt hat sie ein paar Tipps rund ums Thema Shopdekoration verraten, die garantiert zum Verkaufserfolg beitragen.

Im Schaufenster mit der Dekoration gleich für Workshops werben hat einen doppelten Effekt.

? Die Dekoration eines Schaufensters erfordert immer ein bestimmtes Sortiment an Requisiten. Was sind Ihre Tipps für die Anschaffung?

Peggy Hoyer: Ein ansprechend und modern dekoriertes Schaufenster ist die Visitenkarte eines jeden Ladengeschäfts. Um die Ausgaben für Requisiten und den gesamten Lagerungsaufwand gering zu halten, rate ich dazu, ganz grundsätzlich über den generellen „Look & Feel“ des Geschäfts nachzudenken, der sich dann in den gewählten Materialien für die Ausstattung niederschlägt. Wer naturnahe Produkte verkauft, wählt vielleicht helles oder dunkles Holz, während z. B. Warenträger aus Acryl Modernität und Leichtigkeit ausstrahlen. Ein Händler für Premium-Mode würde sich vielleicht für eine Ausstattung in edlem Schwarz mit glänzenden oder samtenen Oberflächen entscheiden. Am besten man investiert einmal in ein hochwertiges Grundsortiment an Basisaufbauten in einem „Look“. Das könnten der Einfachheit halber z. B. unterschiedlich hohe rechteckige Säulen sein. Sie lassen sich je nach Saison vielfach verwenden und leicht von verschiedenen Seiten eindekorieren. Für den Hintergrund eignen sich bedruckte Tapeten oder Stoffe, die sich schnell und kostengünstig wechseln lassen, insbesondere, wenn man sie in große Rahmen einspannt. An der Schaufensterdecke kann ein unauffälliges oder von vorn verblendetes Gitter installiert werden, an das vielerlei Dinge gehängt werden können. Noch wichtiger als die Requisiten ist jedoch das richtige Licht. Hier sind zahlreiche frei bewegliche und dimmbare Decken- und Seitenspots ideal.

? Wie lassen sich mit einfachen Mitteln schöne Szenerien schaffen?

Hoyer: Da gibt es natürlich unzählige Möglichkeiten, aber gerne will ich ein paar Beispiele nennen. Ein Designprinzip, welches sich sehr leicht anwenden lässt, ist das Prinzip der Wiederholung. Dafür kauft man ein Produkt massenhaft ein und inszeniert ausschließlich dieses eine Produkt – z. B. indem es pyramidal aufgestapelt wird, mit einem Berg in der Mitte und einem schönen absteigenden Crescendo rechts und links. Wiederholung kann sich auch auf die Requisiten beziehen, um das Produkt zu umrahmen. Ein Luftballon im Schaufenster wirkt verloren, 200 Luftballons schreien „Party“.

Wenn mehrere Produkte ins Schaufenster kommen sollen, entscheidet man sich am besten für ein Hero-Produkt, also das Produkt, welches ganz besonders in Szene gesetzt werden soll und nimmt es als Ausgangspunkt für die gesamte restliche

Auf der Nordstil im Sommer 2018 demonstrierte Peggy Hoyer, wie man Holzstelen mehrfach einsetzen kann.

Gestaltung. Dafür positioniert man es vorn mittig auf Augenhöhe und greift z. B. die Farben, Formen oder Funktionen des Produktes wieder auf und wählt andere Produkte exakt passend dazu aus. Oftmals ist weniger mehr! Gezielte „Leerflächen“ bringen einzelne Produkte besonders gut zur Geltung. Ein sehr wirksamer Trend ist es, kleine Geschichten zu erzählen, in denen die Produkte einen inhaltlichen Bezug zueinander haben und das Gesamtarrangement eine Kernaussage hat.

Insgesamt geht es bei der Schaufenstergestaltung vor allem darum, das Auge zu führen und interessante Fokuspunkte zu schaffen, in dem der gesamte Raum genutzt wird. Mir hilft es sehr stark, mir das Schaufenster als ein weißes Blatt Papier vorzustellen und den Raum nicht nur horizontal, sondern auch vertikal thematisch sinnvoll und harmonisch zu füllen. Auch die Beschränkung auf ein festes Farbschema von bis zu fünf Farben kann hilfreich sein. Und immer von groß nach klein dekorieren!

? Wie oft sollten Schaufenster neu dekoriert werden?

Hoyer: Idealerweise werden Schaufenster alle 2 bis 3 Wochen komplett neu dekoriert, schon allein, um den Staub und die (tieferen) Verschmutzungen zu beseitigen, die sich im Laufe der Zeit unweigerlich ansammeln. Da dies in der Praxis jedoch äußerst selten passiert, wird hier viel Verkaufspotenzial verschenkt. Kunden honorieren es sehr, wenn die Schaufenster stets aktuell sind. Dekorieren kostet Zeit, Geld und Arbeitskraft, das stimmt, aber mit einem gut durchdachten Jahresplan und einer vielseitigen Grundausstattung an Aufbau-Material kann die Schaufenstergestaltung eine kreative Herausforderung sein.

? Jede Fassade bzw. jedes Gebäude ist anders konzipiert. Worauf sollte man beim Schaufenster besonders achten?

Hoyer: Man sollte sich einmal die Mühe machen und das Schaufenster von den Wegen aus erkunden, die Passanten und Kunden nehmen. Kommen Sie von rechts, von links, von vorn? Wie ist das Licht? Aus welchem Winkel nähern sie sich den Fenstern? Auch ein Blick von der anderen Straßenseite ist hilfreich. Ganz allgemein gilt: Schaufenster, an dem die Mehrzahl der Kunden mit dem Auto vorbeifährt, müssen laut und plakativ gestaltet werden. Ein Schaufenster, das Fußgänger anzieht, kann auch kleinteiliger sein. Bei mehreren Fenstern in unterschiedlicher Lage oder um Ecken herum, sollte eines das „Hero Fenster“ sein, das die meiste Aufmerksamkeit bekommt. Dieses sollte so gestaltet werden, dass es die Blickachse trifft. Das heißt mitunter auch, dass Schaufensterpuppen und Produkte so gedreht werden müssen, dass sie aus der häufigsten Blickachse gut wahrgenommen werden.

Schlussendlich ist es wichtig, die gesamte Gebäudefassade in die Gestaltung mit einzubeziehen, auch wenn das manchmal schwierig oder nicht erlaubt ist. Auch bei Tageslicht und im Sommer sind die Schaufenster zu beleuchten. ■

Schmincke
AKADEMIE® Acryl color Ink

NEU
Die beliebten AKADEMIE® Acryl color-Farben jetzt auch in flüssiger Form, als „Ink“.

36 Töne mit der identischen AKADEMIE® Acryl-Pigmentierung in einer 50 ml Pipetten-Kunststoffflasche

www.schmincke.de