



**Tipp:** Der Plakat-Grand-Prix findet jährlich statt. Voraussetzung für eine – übrigens kostenlose – Teilnahme ist, dass die Motive im Vorjahr mindestens eine Dekade lang an Großflächen, Litfaßsäulen oder als Superposter, Riesenposter bzw. City Light Poster zu sehen waren. Beurteilungskriterien sind Aufmerksamkeitswert, Kommunikationsanspruch, Gestaltungsqualität und Medienwirkung. ☛

#### FENG SHUI

## Wohlfühl aus China

*Immer mehr Händler setzen zur Verkaufsförderung auf die alte chinesische Harmonielehre Feng Shui.*

**B**anal, aber wahr: Je länger die Kunden im Geschäft verweilen, desto mehr wird gekauft. Der Händler muss also eine Ladenatmosphäre schaffen, in der sich der Kunde wohlfühlt.

Ein möglicher und inzwischen von immer mehr Handelsunternehmern praktizierter Ansatz kommt aus dem fernen Osten. Die chinesische Harmonielehre Feng-Shui eignet sich schon deshalb für den Ladenbau, da sie verkaufpsychologische Erkenntnisse berücksichtigt.

Daniel Schnödt, Unternehmensberater und Experte im Bereich „Merchandising“, erklärt es so: „In einer freundlichen Atmosphäre fühlen sich die Kunden wohl. Dadurch werden Kaufimpulse einfacher und schneller ausgelöst.“

Voraussetzung für eine erfolgreiche Umsetzung des Feng-Shui-Konzeptes ist eine differenzierte Raumzonenbetrachtung. Dabei ist es wichtig, die Bereiche im Verkaufsraum entlang der Hauptwegführung im regelmäßigen Wechsel von Spannung und Entspannung zu gestalten. Bereits im Eingangsbereich sollte die Aufmerksamkeit der Kunden auf Ihr Sortiment gelenkt werden.

Das gelingt durch eine entsprechende Gestaltung von Decken und Boden. Im weite-

ren Verlauf des Kundenweges ist es empfehlenswert, durch einen Wechsel von Impulskaufzonen mit solchen, in denen Sie Ihre Kernkompetenzen darstellen, Abwechslung zu schaffen. Auch an der Kasse kommt es noch einmal darauf an, durch anspruchsvolle Sortimente die Kaufentscheidungen zu bestätigen.

Bei Ihrer individuellen Verkaufsraumgestaltung sollten Sie rechtwinklige Laufflächen vermeiden. So können Sie die Aufmerksamkeit Ihrer Kunden vom Hauptweg aus auf die wesentlichen Sortimente lenken. Von großer Bedeutung ist die Platzierung von Wiedererkennungsobjekten wie Fotos an Richtungsänderungspunkten und in einzelnen Abteilungen. Sie tragen dazu bei, einen Stimmungsmix von Vertrautheit und Abwechslung zu schaffen. ☛

**Tipp:** Wenn Sie sich eingehender mit Feng Shui befassen wollen, dann können Sie gerne in der EHB-Redaktion eine Liste von Büchern, Seminaren und Feng Shui-Experten abrufen. ☛

## EHBplus Leserservice

Der EHB bietet Ihnen als Abonnent – zur Ergänzung und für vertiefende Informationen zu Beiträgen im Heft – diverse Extras an. In dieser Ausgabe:

**Gehälter.** Die neue Umfrage zum Thema „Weiche Vergütungen GmbH-Geschäftsführer erhalten“ bringt Ihnen Vorteile: Ein kostenloser Ergebnisbericht oder die ausführliche Studie zum Sonderpreis. Näheres auf Seite 45.

**Ratings.** Haben Sie Fragen zu den neuen Kreditbewertungsmodalitäten der Banken? Rating-Experte Heinrich Schmitz-Ulrich gibt Auskunft am Telefon. Mehr dazu auf Seite 26.

**Euro.** In einer fünfteiligen Serie unterstützt Sie der EHB mit Tipps, Analysen und Checklisten bei der Vorbereitung auf den Euro. Mehr dazu auf Seite 30.

**Mietkosten.** Ist meine Mietbelastung noch tragbar? Wie hoch sind die Durchschnittskosten in der Branche? Ein aktueller Retail-Report gibt aufschlussreiche Hinweise und Tipps zum Kostensparen. Seite 5.

**So erreichen Sie uns:**

**E-Mail Adresse:**  
handelsberater@bbeberatung.com

**EHB Service Nummer:**

(0221) 9 36 55-120