

B

3 Visual Merchandising

3.1 Schaufensterfiguren

Kirsten Reinhardt

Als Ebenbild kopiert – oder lieber futuristisch?

Die Modewelt sucht immer schneller nach neuen Ideen – das spiegelt sich in den Figurentrends wider. Das Angebot an Schaufensterfiguren lässt in Sachen Individualität keine Wünsche offen, weiß Klaus Lach. TM fashion guide sprach mit dem geschäftsführenden Vize-Präsidenten des Europäischen Zentralverband visuelles Marketing/Merchandising BDS e.V.



Klaus Lach

Wodurch werden die Trends für Schaufensterfiguren beeinflusst?

Ganz klar sind Pop- und Filmstars die Leitfiguren für neue Trends. Sicherlich wird auch der nächste 'Superstar' als naturalistisches Abbild in den Verkaufsräumen stehen. Daneben erfinden sich abstrakte Figuren immer wieder neu. Gerade durch die Beeinflussung der Medien, wie zum Beispiel den Film Avatar,

wird Abstraktes wieder aktuell und utopische Wünsche werden wach. Ich würde mich nicht wundern, wenn solche Figuren zur EuroShop gezeigt werden. Die Musikszene mit 'Lady Gaga' oder ganz aktuell die Gruppe 'Empire Of The Sun' mit ihren außergewöhnlichen Videos unterstützen den Drang nach utopischen Outfits oder den Traum anders zu sein. Die Ware wird zum Held.



Barneys, New York



Selfridges, London

Wie findet der Handel die Mannequins, die zu ihm passen?

Trends entstehen nicht nur rasch, sondern sind zum Teil auch wieder schnell von der Bildfläche verschwunden. Die Figurentrends werden entsprechend rasant realisiert, um den Handel mit aktuellen Figuren zu unterstützen. Doch das visuelle Marketing und die Schauwerbung müssen auch die Firmenphilosophie und die Corporate Identity der Unternehmen berücksichtigen. Daher kann der Handel nicht alle einzelnen Trends aufgreifen, wenn sie nicht zur Unternehmenskultur passen. Es gibt sie auch nicht wirklich – die Figur die alles kann. Eher werden spezialisierte Mannequins für bestimmte Bereiche eingesetzt: Figuren für Kids, Teenager, Übergrößen, spezielle Wäschefiguren und Figuren verschiedener ethnischer Herkunft, die den Globalisierungstrend unterstreichen.



Bergdorf Goodman, New York



Lengermann + Trieschmann, Osnabrück (Figuren: Jakobs-DMV)

Welche Display-Trends sind neu?

Aus Japan kommt ein neuer Trend: Roboterhaft agierende Schaufensterpuppen, die in der Lage sind, automatisch ihre Körperhaltung zu ändern. Auf der Messe Robot Exhibition (IREX) in Japan wurden die Displays erstmals vorgestellt. Die beweglichen Figuren erreichen hervorragend die Aufmerksamkeit der potenziellen Kunden. Das Ganze wird noch effektiver, wenn die Figuren mittels Sensoren die Aufmerksamkeit der Passanten wahrnehmen und auf den Betrachter reagieren können. Ein weiterer Trend:

Lebendige Schaufensterpuppen, also weibliche und männliche Models, die Mode in den Schaufenstern tanzend, laufend und sitzend präsentieren oder anderweitig performen. Auch männliche Models, die am Eingang die Kunden empfangen, sind aktuell, so wie es Abercrombie & Fitch macht.

Wie sehen die Figurentrends für Damen, Herren, Teens und Kids aus?

Nach wie vor sind bei DOB-Spezialisten sportive sowie verspielte Figuren gefragt. Naturalistische Abbilder von Stars sind die

typischen 'Slim Mannequins', um die schmal geschnittene Fashionbekleidung exklusiv zu zeigen. Abstrakte Figuren mit ausgefallenen und trendigen Oberflächen sind weiterhin wichtig. Zudem werden die Positionen lebensechter und aktiver. Letzteres gilt vor allem für Herrenfiguren – voll in Action und individueller. So sind Best Ager-Displays in der HAKA ein wichtiges Thema. Bei Young Fashion kommen verstärkt Figuren in futuristischer Gestaltung oder in extravaganter Oberflächenbehandlung in Stein-, Beton- oder Metalloptiken. Der Kids-Bereich lebt durch Komik und Witz.

Welche Themen sind im exklusiven Bereich wichtig?

Exklusive Kunden sind äußerst anspruchsvoll und somit immer auf der Suche nach elegantem und perfektem Styling. Diese hohe Anforderung muss sich in der Schaufenster- und Innenraumgestaltung wiederfinden. Daher sind die Mannequins oft naturalistisch – um dem Verlangen nach realitätsnaher Präsentation gerecht zu werden. Als Alternative werden gerne weiße Schau-



Hans Boott



Window Mannequins



Hans Boodt

fensterfiguren mit modellierten Gesichtern eingesetzt – sie vermitteln ein hohes Maß an Noblesse.

Wie lange kann eine Figur aktuell und zeitgemäß sein?

Hier kann man als aktuelle Trendlaufzeit drei bis fünf Jahre nennen – gerade große Unternehmen legen Wert auf aktuelle Schaufensterfiguren. Ein längerer Zyklus ist ineffizient und kann mit aktuellen Trends nicht mithalten. Hier wird im Zweifel an der falschen Stelle gespart.

Über Nachhaltigkeit wird viel gesprochen, ist es ein Thema?

Ja, besonders größere Ketten und Unternehmen legen Wert auf Nachhaltigkeit, also Wiederverwendbarkeit und Recycling, auch wenn der Preis immer noch relevant ist. Trends haben eine kurze Laufzeit und so lassen sich Dienstleister vieles einfallen, um Figuren ein Fitting zu geben. Bei naturalistischen Figuren ist eine Erneuerung leichter: Durch neue Perücken und ein neues Make-up kann eine Figur leicht aktualisiert werden. Bei abstrakten Figuren hilft als



Hans Boodt

Renovierungsmaßnahme eine neue Lackierung, die bereits ab 100 Euro zu haben ist.

Wie ist das Investitionsverhalten im Fashionhandel zu beurteilen?

Die Weltwirtschaftskrise hat nicht nur den Einzelhandel hart getroffen. Die Preise für Schaufensterfiguren sind in den letzten Jahren stabil geblieben. Eine ordentliche Figur kostet 500 Euro, eine tolle 800 bis 1.200 Euro. Jetzt sucht der Handel nach effizienteren Mitteln zur direkten Kundennähe und der Handel besinnt sich wieder der Schauwerbegestaltung. Der Einzelhandel hat in den letzten Jahren fast vergessen, dass Schaufenstergestaltung Kundenkommunikation ist – und zwar an 24 Stunden am Tag.

Qualifizierte Schauwerbegestalter haben einen Stundensatz von rund 35 Euro. Gerade weil in den letzten Jahren Fachpersonal abgebaut wurde, sollte dem Fashionhandel die visuelle Professionalität in seinen Fenstern wieder wichtiger werden. ■



IDW

Adressen

ABC srl, Società
Tel.: +39 (0) 39/2873262
www.manichini-abc.eu

Adel Rootstein
Tel.: +49 (0) 2131/601497
www.rootstein.com

Almax SPA
Tel.: +49 (0) 221/9367715
oder (0) 2236/47055
www.almax.italy.com

Barthelmeß Display &
Decoration GmbH
Tel.: +49 (0) 911/9713-0
www.barthelmeß.de

Bonaveri/Schlappi Manichini S.r.l.
Tel.: +49 (0) 211/5571177
www.bonaveri.com

Cofrad Mannequins
Tel.: +33-1-53171225
www.cofrad.com

Darrol Mannequins
Tel.: +49 (0) 700/327765266
www.darrol.com

Deko Design Klein
Tel.: +49 (0) 2744/5218
www.deko-design-klein.de

European Mannequins A/S
Tel.: +49 (0) 173/2858677
www.europeanmannequins.com

Hans Boodt Mannequins
Tel.: +49 (0) 89/25545711
www.hansboodt.nl

Hindsgaul Mannequins A/S
Tel.: +49 (0) 171/4260706
www.hindsgaul.com

IDW Toronto-Duisburg
Tel.: +49 (0) 2065/960150
www.idw-germany.de

La Rosa S.p.A.
Tel.: +49 (0) 5751/923417
www.larosaitaly.com

Moch Figuren GmbH
Tel.: +49 (0) 221/9355610
www.moch.com

Muckle Mannequins e.K.
Tel.: +49 (0) 621/8281395
www.mucklemannequins.de

New John Nissen Mannequins N.V.
Tel.: +49 (0) 2852/508558
www.new-john-nissen.com

Penther GmbH
Tel.: +49 (0) 4171/669620
www.penther.de

Window Mannequins GmbH
Tel.: +49 (0) 208/824630
www.window-mannequins.com