

# Haller Tagblatt

## Die ersten drei Sekunden zählen

Marketingexperte spricht in Hall über Schaufenstergestaltung: „Weniger ist mehr“

Haller Tageblatt 24. April 2009



Klaus Lach bei seinem Vortrag in der Hochschule für Gestaltung. Foto: tob

**Drei Produkte kann ein Passant bewusst registrieren, wenn er an einem Schaufenster vorbeiläuft. Was das für die Dekoration bedeutet, erläuterte kürzlich Klaus Lach in der Hochschule für Gestaltung in Hall.**

TOBIAS WÜRTH

**Schwäbisch Hall.** Sie wollen es sich nicht selbst eingestehen, aber nach einem Test sind viele der 40 Zuhörer verblüfft. Blick auf das Foto eines Schaufensters, dann Augen zu. „Was haben Sie gesehen? Für was wird geworben?“, fragt Klaus Lach bei seinem Gastvortrag in der Fachhochschule für Gestaltung. „Werbung für Jeans“, sagt eine Teilnehmerin. „Stimmt nicht“, meint der Experte für visuelles Marketing. Es war ein Schaufenster, in dem Legosteine beworben wurden.

Wer nicht glauben will, dass ein Passant fast nichts aus einem Schaufenster wahrnimmt, kann den Test in Hall auch mal selbst machen. 3, 9 und 80: Diese Zahlen seien für Händler wichtig, sagt Klaus Lach, Vizepräsident des Europäischen Zentralverbands für visuelles Marketing. „In drei Sekunden muss der Passant am Schaufenster stehen bleiben. Wenn er dann neun Sekunden lang auf einen Gegenstand schaut, geht er mit einer 80 prozentigen Sicherheit auch in den Laden.“

Dann habe der Händler zwar noch nichts verkauft, räumt Lach auf Nachfrage einer Zuhörerin ein. Verkaufen, das sei „ein ganz anderes Seminar“, sagt er. Ohne Kundschaft im Laden würde es aber erst gar nicht zu einer Kaufentscheidung kommen. Wie man zunächst uninteressierte Bürger in den Laden lockt, das ist das Themenfeld von Lach. Er war Werbeleiter einer Carl-Zeiss-Konzern-Tochter, arbeitete für Triumph und leitet nun seine eigene Agentur in Aalen. Lach ist nicht nur Dozent einer Uni in London, er wurde vor kurzem in den Design-Beirat der Hochschule für Gestaltung nach Hall berufen.

50 Prozent der Kaufentscheidungen würden vor und in den Läden getroffen, sagt er. Meist seien es Gefühle und nicht rationale Überlegungen, die den Kauf eines Gegenstandes auslösten. Daher müsste man Visionen und Gefühle mitverkaufen.

Lachs Botschaft für die Dekoration:

„Weniger ist mehr.“ Wenn der Kunde drei Dinge bewusst und sieben unbewusst aufnehme, müsse man sich darauf einstellen. Die Schaufenster sollte man daher nicht überfrachten, sondern mit wenig bestücken, dafür lieber häufiger umdekorieren (siehe unten).

Innenarchitekt Eckhart Steinhauer, der ein Einrichtungsgeschäft in Bühlertann betreibt und Ella Ziegler vom Sanitätshaus aus Hall hörten beim Vortrag zu. „Es wurde viel bestätigt, was ich schon weiß“, sagt Steinhauer. Ella Ziegler: „Ich muss mehr Mut haben, auch nur ein Teil ins Schaufenster zu legen.“ Für das Sanitätshaus gebe es die Sondersituation, dass man die Ware im Schaufenster auch beim Vorbeifahren aus dem Auto erkennen muss.

Dass nur zwei Händler zum öffentlichen Vortrag kamen, wunderte FDP-Stadträtin Ruth Striebel. „Für die Händler ist so ein Vortrag doch wie ein gmäh'ts Wiesle.“ Sie will nun anregen, dass die Händlergemeinschaft „Hall aktiv“ den Marketingexperten nochmals einlädt.



## **Mut zu Neuem: Klaus Lachs Tipps für Einzelhändler**

- Nicht alles mit Ware vollpacken.
- Ruhige Flächen mit dekorierten Flächen abwechseln.
- Mit Groß-Postern arbeiten, die Emotionen auslösen.
- Dekoauftritte erfolgreicher Firmen in aller Welt anschauen und im Kleinen imitieren.
- Auch mit wenig Geld lässt sich viel anstellen: Zum Beispiel Werke von Studenten oder von lokalen Künstlern ausstellen.
- Gute Laune im Geschäft verbreiten – mit freundlicher Begrüßung und möglicherweise mit Düften.
- Häufiger umdekorieren. Im Textilbereich mindestens alle 14 Tage.
- Den Eingangsbereich nicht mit Verkaufstischen versperren.
- Kunden, die in ein Geschäft treten, schauen sich erst einmal um. Das „Panorama“, das sie dann sehen, muss stimmen.
- Drei Prozent des Umsatzes für Marketing einplanen.
- Neues wagen: „Seien Sie anders in der Darstellung als die Geschäfte drumherum.“