

Wohlfühlen – auch in der Kabine

Wie kann der Ladenbau den Verkauf unterstützen?
Der Ladenbaupavillon auf der OTWorld lieferte Anregungen.



Mehrere Kissen, Bücher, ein florales Gesteck, ein Läufer – wie in einem Concept Store. Ein solches Merchandising-Arrangement eignet sich bestens, um die Aufmerksamkeit der Kunden auf Randsortimente, wie etwa Stöcke, zu lenken. Der gezielte Einsatz von Lichtspots unterstützt die Präsentation.



Elke Park versteht die Kabine als „verlängerte Verkaufsfläche“. Zusammen mit BSN-Jobst richtete sie eine Musterkabine ein. Flächiges Licht sorgt hier für eine angenehme Atmosphäre. „Wir wollen den Patienten in die Entscheidung einbinden“, formuliert Eik Steinweg, Leiter Business Unit Sanitätsfachhandel BSN-Jobst, die Zielsetzung. Die berührungslose Messung mit Lexpert spare Zeit und erlaube den Mitarbeitern, ihre Kunden eingehend zu beraten, u.a. über Zusatzartikel. Digitale Techniken unterstützten sie dabei. Gleichzeitig schaffen Holzapplikationen eine behagliche Atmosphäre, so dass sich die Kunden gerne in der Kabine aufhalten. Steinweg: „Es geht darum, das Image des Sanitätshauses bis in die Kabine positiv zu gestalten.“ (Fotos: Martin Klindtworth)



Mehrere Vorschläge für Schaufenster, diverse Innenraummöbel und Kabinen: Der Ladenbaupavillon auf der OTWorld in Leipzig zeigte beispielhaft, wie eine moderne Sanitätshausfläche in der Praxis aussehen könnte. Gestaltet wurde er zusammen mit dem Innenarchitekturbüro Parkraum in Kooperation mit mehreren Partnern. GP hat sich vor Ort umgesehen.

Innenarchitektin Elke Park verfolgt mit einer Ladeneinrichtung ein konkretes Ziel: „Wir rücken das Verkaufen in den Mittelpunkt.“ Dafür müssen sich die Kunden im Geschäft wohlfühlen. Zudem setzt Elke Park auf die Möglichkeiten der Digitalisierung. Nicht nur an den Wänden, sondern auch an Möbeln sind Bildschirme zur begleitenden Information der Kunden angebracht – beim

Thema Mobilität selbstverständlich in der Höhe von Aktivrollstuhlfahrern. Auch der gezielte Einsatz von Duft kann die Aufenthaltsqualität unterstützen.

Nach der Messe zieht Elke Park ein positives Fazit. „Es interessierten sich mehr Entscheider für den Ladenbaupavillon als noch vor zwei Jahren. Dadurch ist die Qualität der Gespräche gestiegen.“ **TK**