



NEUESTES PORTFOLIO

zebra consult GmbH
Agentur

NEUESTER JOB

Projektmanager (m/w)
zebra Werbeagentur GmbH

NEUESTER TERMIN

Aktuell keine Termine

NEUESTER TWEET

ro:stoff media mit neuer Website – sollten andere auch öfter tun, damit "am Puls der Zeit" als USP

Sputnika

RETAILMARKETING: WIE LADENDESIGN DIE MARKE WIDERSPIEGELT

Rubriken
Sputnikas Corner

AF | 21.01.2015 | 0



Alexander Hilsky von Cromatics entwarf für Teerausch nicht nur das Corporate Design, sondern nutzte sein Produktdesign-Wissen außerdem, um die komplette Inneneinrichtung für Elke Werners 25 Quadratmeter großen Laden in der Kunsthofpassage in der Dresdner Neustadt zu kreieren. Er überführte damit das zweidimensionale Corporate Design in dreidimensionales Ladendesign – was in der Markenführung häufig zu kurz kommt.

Jede Marke wird vom Konsument früher oder später, ganz besonders aber am Point of Sale, auf ihre Versprechen geprüft. Es ist also ratsam, ihm ein Erlebnis zu bieten, bei dem er den Kern der Marke eindeutig wiederfindet. Um eine Markenführung durch alle Kanäle hinweg zu ermöglichen, sollten Unternehmen deshalb wenn möglich die Agentur, die das CD entwirft, auch mit dem Retailmarketing beauftragen.

Im Falle Teerausch verantwortet [Cromatics](#) neben dem CD auch das Packaging und das Ladendesign sowie den Onlineauftritt. Besonders im stationären Laden in der Kunsthofpassage legte Hilsky Wert auf den Erlebnischarakter – denn: „Ein Kunde, der in den Einzelhandel geht, erwartet Individualität, Charakter und ein Konzept hinter einem Laden. Er will sich dort

AGENTUREN, DIENSTLEISTER, FREELANCER FINDEN:



move:elevator

KOLUMNEN DRESDNER BRANCHENPROFIS



Christian Scheibe
(digitalwert)
schreibt über eCommerce

Ilva Partzsch
(markenteam)



schreibt über Food & Marke



Michael Eckstein
(3m5.)
schreibt über Marketing & Technologie



Johanna Thoele
(TPS Anwälte)
schreibt über Werbe- & Medienrecht



Nora Hilsky
(CROMATICS)
schreibt über

wiederfinden und Neues entdecken.“


Drei Botschaften prägen den Markenkern von Teerausch: mit Liebe handgemacht, hochwertig und innovativ.


Mit Liebe handgemacht

Die Möbel im Laden sind komplett selbst entworfen und in Zusammenarbeit mit der regionalen Tischlerei Sinnesmagnet entstanden. Das Regelsystem etwa besteht aus Stahlschienen, in die die Bretter eingeklemmt werden. Sie bleiben so frei veränderbar und flexibel. Das Holz der Möbel wurde von Hand überschliffen.


Jeder Kunde beginnt seinen Einkauf vor der Schauwand – sie ist das Herzstück des Ladens und soll viel zum Entdecken bieten. Auch bereits bekannte Elemente des Corporate Designs, zum Beispiel das Logo, die Schrift-Familie Absara und handgemachte Stempel-Elemente, werden aufgegriffen. Es gibt keinen vorgegebenen „Kaufpfad“ wie im Discounter, in dem Kunden unterbewusst auf einem festgelegten Weg vom Eingang bis zur Kasse dirigiert werden.




 Markensoziologie

 **Thomas Pertermann (WDS Pertermann)**
schreibt über
animatedPRINT

 **Jan Pötzscher (Communardo)**
schreibt über
Social Media -
Marketing

 **Dr. Florian Haumer (haumer&konsorten)**
schreibt über
Marketingcontrolling

 **Frank Schröder (FS Agentur)**
schreibt über
Eventmarketing

 **Thomas Hönel (ZH2)**
schreibt über
Typografie

Andy H. Meyer (XIMA)
schreibt über
eGovernment



 **Markus Pieper (Sandstein)**
schreibt über
SEO

 **Marlen Buder (Narciss & Taurus)**
schreibt über
Markenführung

 **Tino V. Göbel (Sputnika)**
schreibt über
Agenturvertrieb

Alle Gastautoren im Überblick



Hochwertig

Elke Werner will Beratung mit Herz bieten, Tee als vielfältiges Produkt abseits des Gesundheits-Images vermitteln und in den modernen Zeitgeist überführen. Dabei hilft zum einen Fachkompetenz, zum anderen der Erlebnischarakter des Ladens und der Teeseminare. Im Laden spiegelt besonders die beeindruckende Tee-Front die Vielfalt wieder.

Werner, ausgebildete Teesomeliere, beobachtet, dass das Bewusstsein für qualitative Lebensmittel stetig wächst – es gebe etwa Kunden, die von einem erstklassigen Tee nur 20 Gramm kauften, um ihn bewusst zu genießen.



Innovativ

Im Ladendesign findet die Innovation und das Moderne vor allem in den Schaufenstern statt – Hilsky ist wichtig, dass sie als Schaufenster im wörtlichen Sinn funktionieren, dass sie nicht mit gewöhnlichen Aktionsplakaten der Händler gefüllt werden und „Sale“ schreien, sondern mit Scribble-Kunst und stetig wechselnden Konzepten bespielt werden.

Auch die Kreidetafeln im Laden werden im vierteljährlichen Wechsel von regionalen Künstlern neu gestaltet – momentan hat sich [Threehouse](#) verewigt.



