



TAILOR'S
N.Y.

Schneiderbüsten – Kompetenz zeigen

Die renommierten Wöhrl-Modehäuser nutzen Schneiderbüsten für die Präsentation. Mit sorgsam geplanter Dekoration werden unterschiedliche Marken unterschiedlichen Zielgruppen vorgeführt. Markus Xyländer, Deko-/Visual Merchandising-Bereichsleiter bei Wöhrl, erläutert die Gründe und Ergebnisse dieser Wahl.

Das wichtigste Argument für den Verkauf ist die Präsentation der Ware. Besonders im Bereich der Mode ist die Darstellung von Details und Schnittformen entscheidend. Hängt eine Rüschenbluse lediglich auf einem Ständer oder liegt im Regal, bekommt der Kunde keinen Eindruck davon, wie die Rüsche tatsächlich fällt, wie sie wirkt und welchen Schnitt die Bluse aufweist. Das führt dazu, dass sie weniger beachtet, weniger anprobiert und letztlich auch weniger gekauft wird.

Um die Mode passgenau zur Schau zu stellen, werden üblicherweise Display-Mannequins eingesetzt. Aber es gibt eine Alternative, die insbesondere wegen ihrer Ausstrahlung von Exklusivität und Qualität sehr attraktiv ist. Schneiderbüsten waren lange Zeit den exklusiven Herren- bzw. Damenausstattungen vorbehalten. Sie symbolisieren gleichsam den perfekten Sitz der Kleidung wie die individuelle Linie.

Ihre große Stärke ist, dass die Ware sehr gut fällt und dass man sie darüber hinaus auch leicht *in Form* bringen kann. Gerade wenn man eine Bluse dekoriert, kann man diese ganz auf Taille stecken und so optimal vorführen. Das funktioniert natürlich auch bei Schaufensterfiguren, aber mit einer Schneiderbüste kann man die Aspekte der Schnittform besser zur Geltung bringen. Die Dekoration ist dafür zwar etwas zeitaufwendiger, aber das ist es wert.

Klassische Ausstrahlung

Die Entscheidung von Wöhrl zugunsten der Schneiderbüsten wurde maßgeblich vom Thema Kompetenz bestimmt. Dahinter steht der Selbstanspruch, kompetentester Herren- und Damenausstatter zu sein. Es wurden sehr viele Möglichkeiten zur Präsentation in Betracht gezogen – von Schaufensterfiguren bis hin zu

anderen Torsen. Die Entscheidung für die Tailor-Büsten wurde deshalb ganz bewusst getroffen; zum einen, da sie das Thema Kompetenz aufgreifen und in einer renommierten Marke widerspiegeln, zum anderen, da Wöhrl sich mit Schneiderbüsten noch besser als klassischer Damen- bzw. Herrenausstatter präsentieren kann.

Konkret nutzt Wöhrl Schneiderbüsten mit Chromfuß und Armen, überzogen mit einfachem schwarzem Stoff. Besonders die Arme sind wichtig, damit Ärmel nicht mit einer Papierrolle ausgefüllt und mit Seidenpapier nachbearbeitet werden müssen. So ist die Ausgestaltung für die Dekorateure besser handhabbar und die Ware fällt wesentlich leichter und natürlicher. Bei der gewählten traditionellen Variante ist anstelle des Kopfes ein Metallabschluss angebracht. Dies bietet den Vorteil, altersneutral präsentieren zu können. Von La Martina bis zur klassischen Seidenstickerbluse kann hiermit alles passend zur jeweiligen Zielgruppe geschmackvoll dekoriert werden. Außerdem gewinnt der Dekorateur hierdurch etwa 20 bis 25 cm mehr Platz zur Decke. Er kann mit der Ware so besser in die Höhe arbeiten, ohne dass es zu gedrunken wirkt.

Dieses Modell nutzt Wöhrl in allen Häusern und hat sich damit auf eine einheitliche Linie festgelegt. Auf diese Weise gelangt Ruhe in die Dekoration und der Fokus liegt stärker auf der Ware. Damit dem Kunden dieses im Grunde immer gleiche Bild nicht langweilig wird, sollte jedoch keine Dekoration länger als zwei Wochen stehen bleiben. So können Schneiderbüsten zum Beispiel zwei Wochen lang an der Rückwand und anschließend weitere zwei Wochen auf einem Warentisch eingesetzt werden. Zusätzliche Abwechslung wird durch das Spiel mit Accessoires und Modedetails erzielt. Dadurch schafft man einen kleinen Blickfang, der zugleich den Kunden Kombina-

tions- und Variationsmöglichkeiten aufzeigt. Des Weiteren wird auf diese Weise im Rahmen der Dekoration Spannung erzeugt.

Motivgruppen

Der Aufbau geht relativ simpel vonstatten, sollte aber trotzdem von einem ausgebildeten Dekorateur übernommen werden. Dekoration ist ein Handwerk, das viel Geschick und Kreativität erfordert. Der Qualitätsunterschied in der Ausgestaltung wird nicht nur vom geschulten Auge, sondern auch vom Kunden wahrgenommen. Allein vom Ideenreichtum her sind die Dekorationen einfach eine Klasse besser.

Zuerst wird der Ständer aufgestellt und die Höhe angepasst. In der Rückwand werden die Schneiderbüsten entweder alle auf die gleiche Höhe gebracht oder in einer Pyramidenform angeordnet. Das kann je nach Gegebenheit individuell angepasst werden. Beim Einsatz auf Tischen entscheidet letztendlich die Tischhöhe über die Höhe der Büste. Anschließend wird die Ware entsprechend den Anforderungen herausgesucht. Die Kleidungsstücke werden noch gebügelt, aufgezo-gen, sauber gesteckt und hoffentlich gut verkauft. Dazu trägt letztendlich auch die richtige Ausleuchtung bei, die immer den letzten Schritt der Dekoration darstellen sollte. Alles in allem dauert es etwa eine halbe Stunde bis die Schneiderbüste fertig aufgestellt und dekoriert ist.

Ein wenig schwieriger wird es, wenn auch Hosen drapiert werden sollen. Bei Wöhl zum Beispiel werden gerne auch die klassischen Anzüge auf Büsten aufgezo-gen. In diesem Fall wird die Hose aber nicht an der Büste befestigt, sondern mit Hosenbügeln gearbeitet. Der Bügel wahrt einen gewissen Abstand zum Sakko. Die Hose wird einfach drüber gelegt, mit Gürteln adrett drapiert und anschließend festgesteckt. So fällt die Hose sauber und der Kunde kann Details wie Bundfalten oder Umschläge wahrnehmen. Der zeitliche Aufwand beträgt etwa fünf bis zehn Minuten. Um eine Hose zu befestigen und mit Papier vernünftig in Form zu bringen, benötigt man dagegen mindestens eine halbe Stunde.

Schneiderbüsten werden selten einzeln aufgestellt. Die beste Wirkung erzielt man mit einer Gruppe von mindestens drei Figuren. So können Blusen, Poloshirts, Pullover und Hemden kompetent für den Kunden sichtbar gemacht werden. Dabei steht entweder eine bestimmte Produktgruppe oder ein bestimmtes Motiv im Vordergrund. Es gibt ganz unterschiedliche Themen, die so besser herausgestellt werden können, wie zum Beispiel für Blusen das Thema „Weiß“, das Thema „Tailliert“ oder das Thema „Rüschen“. Teilweise werden auch drei bis vier Kleidungsstücke wie Hemden mit verschiedenen dazugehörigen Krawatten oder Poloshirts in unterschiedlichen Farben übereinandergezogen, um Kombinationsmöglichkeiten aufzuzeigen.

Immer passend dekoriert

Die Schneiderbüsten passen natürlich perfekt zu einer eher klassischen Kundenklientel. Allerdings kann man sie auch für die jüngere Zielgruppe einsetzen. Im U1-Bereich werden bei Wöhl hiermit zum Beispiel auch Marken wie Tommy Hilfiger oder La Martina dekoriert.

Ist die Ausgestaltung richtig gut gemacht, dann fühlt sich jede Zielgruppe mit Schneiderbüsten angesprochen. Dazu bedarf es allerdings einer anderen Dekorationen. Für die Zielgruppe 40 aufwärts wird meist sehr viel strenger dekoriert, klassischer und geradliniger. Bei der jüngeren Zielgruppe gibt es mehr Spielraum zur Fantasie. In einer Dekoration bei Wöhl wurden zum Beispiel schon einmal die Hosen um die Büste herumgewickelt und geknotet. Die Büste war hinterher komplett mit Denim eingehüllt. Sicherlich ist es aufwendiger, die Büsten solcherart peppig zu gestalten, aber das spielt nur eine untergeordnete Rolle, wenn es um den Kunden geht. Ab und zu sollte man Mehraufwand in Kauf nehmen, als immer den einfachsten Weg zu gehen.

Ebenso wichtig ist es, die Dekoration auf bestimmte Marken auszurichten. Wenn nun die Schneiderbüste für Marc O'Polo verwendet wird, ist die Dekoration eher modern, trendig oder sogar flippig. Der klassische schwarze Boss-Anzug mit weißem Hemd und dezenter Krawatte wirkt besser, wenn man dies mit schlichter Eleganz unterstützt. Damit kommt die klassische Linie sehr schön raus.

Erfolgreiche Warenpräsentation

Bei Wöhl kommen die Schneiderbüsten sehr gut an. Die 200 Damen- und 200 Herrenbüsten, die zunächst geordnet wurden, waren sofort weg. Allein im Flagstore in Nürnberg werden 70 Schneiderbüsten in den unterschiedlichen Abteilungen genutzt. Ebenso ist die Rückmeldung der Kunden hervorragend. Das zeigt sich vor allem, wenn die Büsten auf einem Tisch eingesetzt oder ein besonderes Modell, ein Highlight, präsentiert wird. Gerade Kleidungsstücke mit originellen Details, die der Kunde ansonsten nicht sofort sehen kann, oder mit einer ungewöhnlichen Schnittform werden wesentlich besser verkauft.

Mit Schneiderbüsten können genau diejenigen Kleinigkeiten gezeigt werden, die bei einer anderen Variante der Warenpräsentation untergehen würden – zum Beispiel ein Print auf der Rückseite eines T-Shirts oder Poloshirts. Solche Applikationen sieht man nur sehr schlecht, wenn das Oberteil im Stapel liegt oder auf der Stange hängt. Wird es aber auf die Büste aufgezo-gen, dann wird es zum Thema. Und das zeigt sich sofort an den Verkaufszahlen. ■

Markus Xyländer

IMPRESSUM

REDAKTIONSANSCHRIFT

www.pos-sign.de
redaktion@pos-sign.de
Telefon: +49 (7822) 789990
Fax: +49 (941) 599297933

VERLAG

QXQ GmbH
Tullastr. 27
77955 Ettenheim

CHEFREDAKTEUR

Albrecht Fischer
QXQ GmbH
Tullastr. 27
77955 Ettenheim

ANZEIGEN

Eva Toball
QXQ GmbH
Tullastr. 27
77955 Ettenheim

DRUCK

Dambach Print+Service GmbH
Adolf-Dambach-Straße
76571 Gaggenau

ERSCHEINUNGSWEISE

1. Jahrgang 2009
Erscheinung quartalsweise
Auflage: 4000

ABONNEMENT

29,- € inklusive Versandkosten (Ausland 39,- € inkl. Versand)
Abobestellung im Internet unter www.pos-sign.de/abo

COPYRIGHT

Alle Rechte an dieser Ausgabe und ihren Teilen, insbesondere die Verwertungsrechte gemäß §16ff UrhG, sind vorbehalten. Markenzeichen und Handelsnamen sind Eigentum ihrer jeweiligen Inhaber. Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr. Eine Haftung wird nicht übernommen. Namentlich gekennzeichnete Artikel geben nicht die Meinung der Redaktion, sondern die des jeweiligen Autors wieder.
