



**Bernd Schüßler**  
Unternehmensberater,  
Freiburg

**BERNDS WOCHENTIPPS**

# Praktische Ideen für den Ladenalltag

Drei Tipps, wie Sie die indirekte Kundenansprache optimieren können. Für mehr Sichtbarkeit und bessere Verkäufe.

## Feiern, um Neukunden zu gewinnen

Bio-Einzelhändler, die ihren Kundenkreis erweitern möchten, sollten einmal überlegen: Gibt es etwas zu feiern? Denn um die Anlässe herum lassen sich erfolgsversprechende Aktionen stricken.

Ob zehn Jahre Bioladen *Löwenzahn* oder fünf Jahre Bioladen *Radieschen* – etwas zu feiern gibt es alle paar Jahre. Und wenn gerade keine runde Jahreszahl ansteht, kann man auch mal 3333 Tage feiern oder die Ein-Jahresfeier nach der Erweiterung des Bioladens.

Auf alle Fälle lohnt es sich, solche Zeiträume auf dem Schirm zu haben. Man kann das dann mit vielen Aktionen über einen längeren Zeitraum nutzen oder eine Einzelaktion starten, um Neukunden zu gewinnen.

So habe ich mittlerweile mit mehreren Bioläden erfolgreich Couponing-Aktionen durchgeführt, mit denen bisherige Nichtkunden anlässlich einer Feierlichkeit erstmals in den Laden gelockt wurden. Und manche davon wurden dann auch Stammkunden.

## Außenansicht aufhübschen

Gerade wenn Sie mit Ihrem Laden neue Räumlichkeiten beziehen, oder Sie den Verkaufsraum modernisieren wollen, bietet es sich an, auch die Außenansicht anzupassen. Immer mal wieder fällt mir auf, dass das Äußere eines Bioladens ein bisschen vernachlässigt wird. Doch Bioläden sollten außen genauso schön aussehen wie innen, finde ich.

Aufhübschen können Sie die Außenansicht zum Beispiel mit einem neuen Schild, das an der Straße auf Ihren Laden hinweist. Gibt es das schon und ist es etwas in die Jahre gekommen, können Sie überlegen, ob Sie es durch ein neues ersetzen.

**„Bioläden sollten außen genauso schön aussehen wie innen.“**

Um den Laden als hochwertiges Lebensmittelgeschäft mit großer Käsetheke und vielen regionalen Produkten zu

präsentieren, bietet sich ein schöner Aufsteller an. Dazu könnte zum Beispiel eine große Schiefertafel dienen, auf der wechselnde Sprüche mit einem Pfeil rüber zum Bioladen geschrieben stehen: sowas wie „Alles Käse!“, „Knackig frisches Gemüse von lokalen Bio-Gärtnern“ oder „Erste Bio-Erdbeeren aus Altdorf!“

Bei der Schaufenstergestaltung rate ich: Weg von eher nichtssagenden Bildern aus Fotodatenbanken! Nutzen Sie stattdessen Bilder von der Käsetheke im Laden und von lokalen Lieferanten.

## Besonderheiten herausstellen

Haben Sie in Ihrer Abteilung für grüne Frische noch Platz für einen Tisch? Das Möbelstück kann helfen, mehr Gemüse zu verkaufen.

Denn ich kenne es von mir selbst: Manche Gemüsesorten habe ich noch nie gekauft. Die fallen mir erst auf, wenn sie im Biomarkt mal irgendwie herausgestellt werden, zum Beispiel als Sonderplatzierung oder groß auf dem Kreidetafel-Aufsteller angepriesen.

So bietet es sich an, unter dem Motto „Die Gemüse-Besonderheiten der Woche“ wechselnde, am besten

saisonale und regionale, Gemüsesorten auf einem Sonderaufbau zu präsentieren. Dazu dient etwa ein Tisch oder ein Leiterwagen mit Tischplatte. Dabei gilt die übliche Regel: Masse ver-



kauft Masse. Also bahnen Sie gerne das Gemüse in vollen Körben oder Kisten auf. Seien Sie nicht zu ordentlich. Denn wichtig ist, dass der Aufbau nicht aussieht, als wäre er ein Arrangement in einer Ausstellung. Als Kundin oder Kunde bekommt man sonst leicht das Gefühl, das Werk nicht zerstören zu wollen, indem man etwas wegnimmt und in den eigenen Einkaufskorb legt.

### MEHR TIPPS



unter [biohandel.de/schlagworte/bernds-wochentipps](https://biohandel.de/schlagworte/bernds-wochentipps).