



HOHE KUNST

Kombination von Drogerie und Parfümerie



Gekannt sind die Produkte in der Impuls Drogerie Artho in Szene gesetzt (ganz oben). Hier fühlen sich die Kunden wohl

Die Parfümerie Stemmler in Zürich (oben) überzeugt mit einem ausgesuchten Angebot und ihrem sympathisch-kompetenten Service

Drogerie, Parfümerie und Reformhaus in einem Geschäft. Bei der Drogerie Bosshardt (rechts) hat jede Abteilung ihren eigenständigen Charakter



Zahlreiche Parfümerien in der Schweiz sind Kombinationsgeschäfte. Heisst: Der Drogerie oder der Apotheke ist eine Parfümerieabteilung angeschlossen. Das bietet Vorteile, denn im Idealfall kann die hohe Kundenfrequenz genutzt werden. Kunden, die in der Apotheke oder in der Drogerie einkaufen, können ganz gezielt auch auf das Parfümeriesortiment hingewiesen werden. Oder sie sind aufgrund der durchdachten Ladengestaltung neugierig und schauen sich in der angrenzenden Parfümerieabteilung um. Doch wenn wichtige Voraussetzungen – beispielsweise eine klare Trennung der einzelnen Bereiche – nicht berücksichtigt werden, kann das Konzept nicht aufgehen. „Auf jeden Fall ist die Kombination mit Parfümerie ein sensibler Spagat und funktioniert nur mit Professionalität“, so Manuela Jaser-Lietz, die einige Geschäfte besucht hat.

Eine klassische Parfümerie ist die Parfümerie Stemmler in Zürich. Luxus, wohin das Auge reicht. Selbst der dekorierte Schmuck im Fenster ist echt, die einzelnen Schmuckstücke sind zwischen 1 000 und 6 000 CHF wert. Ein richtiges „Schaufenster“ eben. Hier bleiben die Menschen stehen und bewundern neben dem kostbaren Geschmeide auch ganz nebenbei die hochwertigen Pflegeprodukte der Auslage. Zusatzplus ist die Möglichkeit, rechts und links neben dem Werbeplakat einen Blick auf das funkelnde Ambiente im Geschäft zu werfen. Eine zauberhafte Verlockung, die neugierig macht und zum Betreten des Geschäfts einlädt. Die Beratung ist vom Fach, sympathisch und begeistert. Doch das ist längst nicht alles. Hier spielt der Service als Dienstleistung eine bedeutende Rolle. Wenn beispielsweise ein vom Kunden gewünschtes Produkt nicht vorhanden sein sollte, ist es für das Stemmler-Team selbstverständlich, das Wunsch-Produkt zu besorgen und auf Wunsch auch per Chauffeur vorbeibringen zu lassen. Bei langjährigen Stammkunden werden auch Haus- oder Krankenbesuche gemacht. Retouren gibt es übrigens in der Parfümerie Stemmler kaum, die verhindert ein kluger Einkauf und ein gezieltes „daran denken“. Soviel zu einer Parfümerie im klassischen Sinn.

Die grosse Herausforderung

ist das gekonnte Zusammenwirken von Apotheke oder Drogerie und einer Luxus-Parfümerie. Das beginnt bereits vor dem Geschäft, wie das professionell umgesetzte Konzept der Impuls Drogerie Parfümerie Artho AG in Meilen am See zeigt. Schon der erste Eindruck überzeugt. Elegant gelöst ist hier sogar das „Problem“ Schütze: Zum einen sind die Warenkörbe vor der Tür in Material und Farbe zur Hauswand passend, zum anderen lassen sie genügend Platz, damit Interessierte auch direkt ans Schaufenster treten können.

Wer das Geschäft betritt, spürt ein Wohlgefühl. Die Beleuchtung ist warm, dennoch strahlt alles hell und klar. Links befindet sich eine offene, sehr geräumige Drogerie. In der Mitte, gegenüber der Eingangstür, ist eine Promofläche eingerichtet, aktuell mit attraktiver Estée Lauder Promotion bestückt, und rechts eine Parfümerie vom Feinsten. Die Produkte stehen wie perfekte Zahnreihen nebeneinander und sind gekonnt in Szene gesetzt. Auch Aktionsangebote der Luxusmarken werden fein säuberlich in einem Glasregal präsentiert. Jede Kundenfrage ist willkommen und wird sehr kompetent beantwortet.

Überhaupt zieht sich Kompetenz wie ein roter Faden durch das Unternehmen. Hier kommen auch Kunden mit ganzheitlichem Anspruch auf ihre Kosten: In der angeschlossenen Kosmetikkabine wird neben Gesichtsbildungen vor allem das Bioresonanz-Treatment sehr gerne gebucht. Ein gelungenes Konzept.

Mit einer gekonnten Aufteilung

überzeugt auch die Drogerie Bossart Centro Verde mit Drogerie, Parfümerie und Reformhaus. Jede Abteilung hat ihren ganz eigenständigen Charakter und dennoch sind die einzelnen Bereiche des Geschäfts miteinander verwoben. Genau das ist die hohe Kunst der Kombinationsgeschäfte, die die Impuls Artho AG und die Drogerie Bosshardt beherrschen und demonstrieren. ●

Manuela Jaser-Lietz



Klare Trennung

108 Geschäfte sind der Beauty Alliance Schweiz angeschlossen. Viele davon sind Apotheken oder Drogerien mit Parfümerieabteilungen. INSIDE beauty sprach mit Geschäftsführer Andreas Amann über die speziellen Anforderungen an Inhaber und Fachverkäuferinnen.

Herr Amann, vor welchen Herausforderungen stehen Apotheken und Drogerien, die ihr Geschäft mit einer Parfümerieabteilung ergänzen?

Andreas Amann: Wichtig ist eine klare Trennung für den Konsumenten zwischen Drogerie und Parfümerie. Ziel sollte sein, die Kundenfrequenz der Apotheke oder Drogerie für die Parfümerie zu nutzen. Eine verantwortliche Person für die Parfümerie wäre wünschenswert, doch leider müssen meist alle Mitarbeiter auch in der Parfümerie verkaufen.

Wie werden die Fachverkäuferinnen auf ihre Aufgaben vorbereitet?

Andreas Amann: Durch die Depotlieferanten im Bereich Produkte, allerdings nicht in Verkaufspsychologie!

Welche Unterstützung bietet die Beauty Alliance Schweiz?

Andreas Amann: Wir bieten in der Beauty Alliance Academy ein umfangreiches Programm, u.a. mit der Ausbildung zum Parfümerie Manager und Schulungen zum Thema „Luxus ist Chefsache“. Zudem gibt es Visagistenausbildungen und Zusatzverkaufskurse. Und unsere Projektleiterinnen im Aussendienst unterstützen vor Ort.