

Checkliste: Schaufenster	Handlungsbedarf?
1. Der Boden vor den Schaufenstern ist gereinigt.	
2. Die Flächen vor den Schaufenstern sind nicht abschüssig.	
3. Der Bodenbelag vor den Fenstern ist eher stumpf (nicht poliert), damit keine Rutschgefahr besteht (Senioren).	
4. Die Scheiben sind sauber.	
5. An den Fenstern befinden sich keine Reste von früheren Aufklebern.	
6. Das Befestigen von Gefälligkeitsplakaten an den Scheiben wird unterbunden.	
7. Die Schaufensteranlage wirkt modern.	
8. Die Schaufenster weisen eine farbliche Harmonie auf.	
9. Die Gestaltung der Fenster paßt zur jeweiligen Branche.	
10. Glasfronten werden als Rückwände eingesetzt, um einen Blick auf das Geschehen im Inneren des Geschäftes zu ermöglichen und um das Schaufenster in den Verkaufsraum zu integrieren.	
11. Es wird schon vom Schaufenster aus Interesse am Ladeninnern erzeugt, indem die Schaufensterräume zum Verkaufsraum hin offen sind.	
12. Schaufensterrückwände sind möglichst in der Breite unterbrochen, um Einblicke in das Ladeninnere zu ermöglichen.	
13. Rückwände von Schaufenstern sind in unterschiedlichen Höhen vorgesehen, um das Gesamtbild aufzulockern.	
14. Die Warenträger reichen bis ans Schaufenster, damit die (dekorierte) Ware nah am Fenster und gut zu erkennen ist.	
15. Die Waren werden zur Glasfassade hin von außen sichtbar dekoriert und zur Verkaufsseite hin verkaufsaktiv präsentiert, z.B. nicht mit dem Rücken zum Verkaufsraum dekoriert. Vorteile: • bessere Optik der Abteilungen • freie Sicht auf das Geschehen/die Leistungen im Ladeninneren • großzügige Anmutung.	
16. Im Fenster befinden sich Hinweise, wo die gezeigte oder auch andere Ware zu finden ist (z.B. "Wir führen auch...").	
17. Zu den Waren werden Informationen gegeben, z.B. "reine Baumwolle".	
18. Es werden phantasiereiche Preisschilder eingesetzt.	
19. Die Warenauszeichnungen und Beschriftungen sind groß genug, um gut gelesen werden zu können.	
20. Kleinere Warenteile werden ggf. auf Tischen präsentiert.	
21. Die Schaufenster sind nicht verschiedenen mit Waren überladen.	
22. Die Schaufensterauslagen geben einen repräsentativen Querschnitt hinsichtlich Preis- und Sortimentsniveau, damit die Kunden sich richtig orientieren können.	

23. Die Verkäufer wissen, welche Waren sich in den Auslagen befinden.	
24. Ausgestellte Ware wird bei Bedarf aus dem Schaufenster geholt.	
25. Die Dekorationen sind auf kleineren Tischen nach Themen sortiert.	
26. Die Dekorationen werden in regelmäßigen Abständen gewechselt, um besonders gegenüber häufig passierenden Kunden Aktualität und Attraktivität zu demonstrieren.	
27. Die Dekoration stimuliert die Kunden durch Anleihen aus Erlebniswelten, z.B. Sonnenschirm und Liegestuhl im Sommer.	
28. Die Schaufensterbeleuchtung setzt Impulse zum Hinsehen.	
29. Eine Zeitschaltung für die Abend- und Nachtstunden wird örtlich mit dem Umfeld abgestimmt.	
30. Die Beleuchtung ist auch tagsüber eingeschaltet und so auf die Ware gerichtet, dass diese sich nicht in der Glasscheibe spiegelt und der Betrachter nicht vom Licht geblendet wird.	
31. Das Licht flackert nicht.	
32. Der ordnungsgemäße Zustand der Schaufenster wird auch an Wochenenden überprüft.	
33. Bei starken Einkaufsverbänden, die auch werben, wird das Verbandslogo im Schaufenster eingesetzt (Wiedererkennung). - Firmenlogo!	