

SPRECHENDE REGALE STATT TROCKENER FACTS

Die einzige Drogerie in der Schweiz mit einem angelsächsischen Auftritt ist in Schlieren. Von «swidro» soeben eröffnet, setzt sie auf handbemalte schwarze Tafeln, die Geschichten erzählen und die Gestellwände zum «Sprechen» bringen. Sie lösen viele Emotionen aus, mehr als es die in Mode geratenen Bildschirme vermögen: Mit Retro in die Zukunft.

Text: Jürg Lendenmann

Fotos: Santarand/AG



1 Die «swidro»-Drogerie in Schlieren. 2 Hier werden Kunden ange«sprochen». 3 Geschäftsführerin Andrea Wick. 4 Icons: hilfreich für Fremdsprachige. 5 Lösen Emotionen aus: handbemalte Tafeln. 6 Peter Vogt begleitete das Projekt federführend. 7 Gäste an der Eröffnungsfeier. 8 Edi Kaufmann, Mitgründer der Swidro Drogerie Rietpark AG.

30 000 Quadratmeter Bürofläche und rund 1400 Wohnungen: Das sind die Eckwerte des neuen Stadtteils, der zurzeit in Schlieren bei Zürich entsteht. 2012 hatte Peter Vogt, VR-Präsident der «swidro Beteiligungs AG», vom Projekt Wind bekommen. «In einem Prospekt stand, dass es einen grossen Coop geben wird», erinnert er sich. «Da dachte ich, es könnte auch eine Drogerie brauchen.»

Die Verhandlungen mit der Immobilienfirma konnten erfolgreich geführt und danach auch Investoren gefunden werden. Zudem gelang es, die Coop-Verantwortlichen davon zu überzeugen, die Wand zwischen Drogerie und Grossverteiler zu öffnen. «So kann Coop von der Fre-

quenz der Drogerie profitieren, und umgekehrt», erklärt Peter Vogt verschmitzt den Coup.

Emotionen statt nur Fachinformationen

Als Geschäftsführerin konnte Andrea Wick verpflichtet werden. Weil im neuen Quartier mehr als die Hälfte der Bewohner nicht schweizerischen Ursprungs sind, hatte Wick die Idee, viel mehr visuell zu kommunizieren, als es in der Schweiz üblich ist. «Auf einem Auslands-Trip hatte ich gesehen, dass vor allem in Food-Geschäften viel mit Bildern gearbeitet wird», sagt die Drogistin HF. «Dies wollte ich in der Drogerie umsetzen: zum einen bei der Kennzeichnung der Regale, zum anderen in den Gestellen selber.

Hinter den Produkten sollen Geschichten stehen, nicht nur Facts.» Vogt und Wick reisten nach London, da die Angelsachsen etwas besser visualisierten und dienstleistungsorientierter seien. Vogt: «Wir werden Dienstleistungen bieten, die es in der Schweiz noch nicht gibt; was, verrate ich nicht.» Kein Geheimnis mehr ist, dass die schwarzen Tafeln, die die Gäste bei der Eröffnungsfeier am 21. März bestaunen konnten, von einem Familienunternehmen an der Ostküste Englands von Hand bemalt wurden. Der gesamte originelle Marketingauftritt der «swidro»-Drogerie baut auf den wunderschönen schwarzen Tafeln auf, die auch die Gestellwände zum «Sprechen» bringen. //