



**Individuell einsetzbar:** Die drehenden und schwingenden Elemente lassen sich frei kombinieren, so dass die Dekoration in jedes Schaufenster passt.

Foto: Knappe und Lehbrink

**W**ALA Heilmittel steht für Natürlichkeit, Nachhaltigkeit, Qualität, Sorgfalt und Verantwortungsbewusstsein. Seit fast neunzig Jahren stellt das Stiftungsunternehmen Arzneimittel her, die aus natürlichen Substanzen gewonnen werden. Für die WALA Euphrasia Augentropfen überlegten sich Dr. Astrid Reichold, Produktmanagerin WALA Arzneimittel, und Miriam Brandau Lopez, Grafikerin

WALA Heilmittel, eine besondere Promotion, die die Blicke in Apothekenschaufenstern auf sich zieht. Das Ergebnis kann sich sehen lassen: Ein Mobilé, das dank drehender und schwingender Elemente den Frühling ins Schaufenster bringt und den Betrachter in gute Stimmung versetzt. Die POS-Experten von Knappe und Lehbrink sind für die

Umsetzung der aufmerksamkeitsstarken Schaufensterdekoration verantwortlich. Welche Herausforderungen dabei zu lösen waren, beschreiben Dr. Astrid Reichold, Miriam Brandau Lopez und Alexander Gruner von Knappe und Lehbrink im Gespräch mit display.

**DISPLAY:** Welche Botschaft und welche Markenwerte transportiert das Design der Schaufensterdekoration?

**MIRIAM BRANDAU LOPEZ:** Mit der Dekoration sollte der Frühling in das Schaufenster einziehen. Die drehenden Elemente vermitteln Leichtigkeit, die Blüten wecken positive Assoziationen. Alles in allem soll die POS-Lösung für gute Laune sorgen.

**Natürlichkeit**



**Anhand dieses digitalen Scribbles** setzte Knappe und Lehbrink die Schaufenster-Promotion originalgetreu um.

Foto: Knappe und Lehbrink

**Knappe und Lehbrink setzt POS Promotion für WALA Heilmittel um**

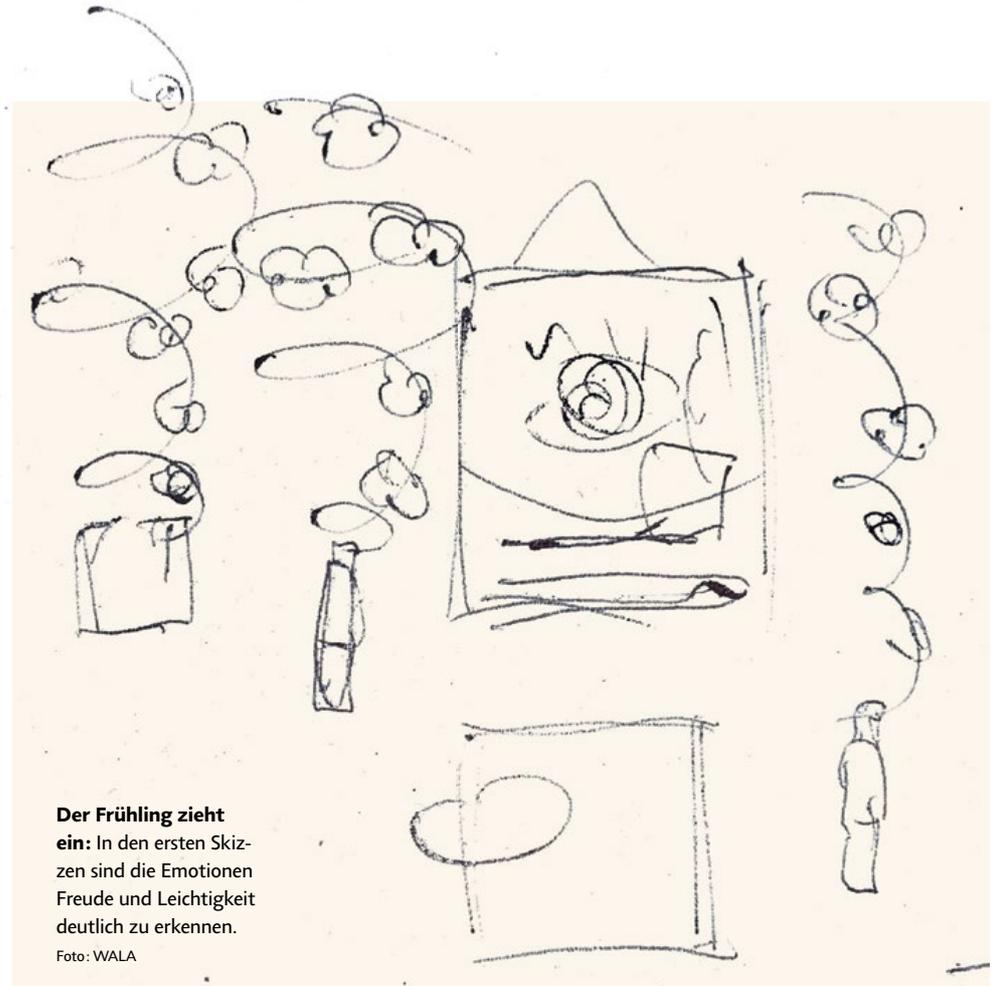
## Frühlingsgefühle

Mit einer besonderen Schaufensterdekoration macht die Marke WALA Arzneimittel auf ihre Euphrasia Augentropfen aufmerksam. Umgesetzt wurde die aufmerksamkeitsstarke Promotion von Knappe und Lehbrink.



„Die Materialien Wellpappe und Karton unterstreichen die Werte der Marke WALA Arzneimittel wie Natürlichkeit, Nachhaltigkeit, Qualität, Sorgfalt und Verantwortungsbewusstsein.“

Alexander Gruner,  
Vertrieb Süd, Knappe und Lehbrink  
Foto: Knappe und Lehbrink



**Der Frühling zieht ein:** In den ersten Skizzen sind die Emotionen Freude und Leichtigkeit deutlich zu erkennen.  
Foto: WALA

**DR. ASTRID REICHOLD:** Da es sich bei den WALA Euphrasia Augentropfen um ein Arzneimittel handelt, war es uns wichtig, eine gute Balance zwischen Problem und Lösung darzustellen, die nicht aufdringlich ist, aber eine starke Aufmerksamkeit erzielt und trotzdem das Einsatzgebiet des Arzneimittels unterstreicht. Gesundheitliche Beschwerden sind negativ assoziiert, daher die positiven „Schwingungen“.

**DISPLAY:** Wie kam es zu der Idee, ein Mobilé zu kreieren?

**DR. ASTRID REICHOLD:** Ich bin mit der Idee, die Marke WALA Arzneimittel und das Produkt, die Euphrasia Augentropfen, mit dieser besonderen Kreation darzustellen und zu vermarkten auf unsere Grafikerin, Miriam Brandau Lopez zugekommen. Sie hat meine Überlegungen in Bilder umgesetzt. Anschließend sind wir an

Knappe und Lehbrink herangetreten, um zu prüfen, ob überhaupt die Möglichkeit besteht, unsere Vorstellungen umzusetzen.

**DISPLAY:** Welche Materialien kamen zum Einsatz? Und warum?

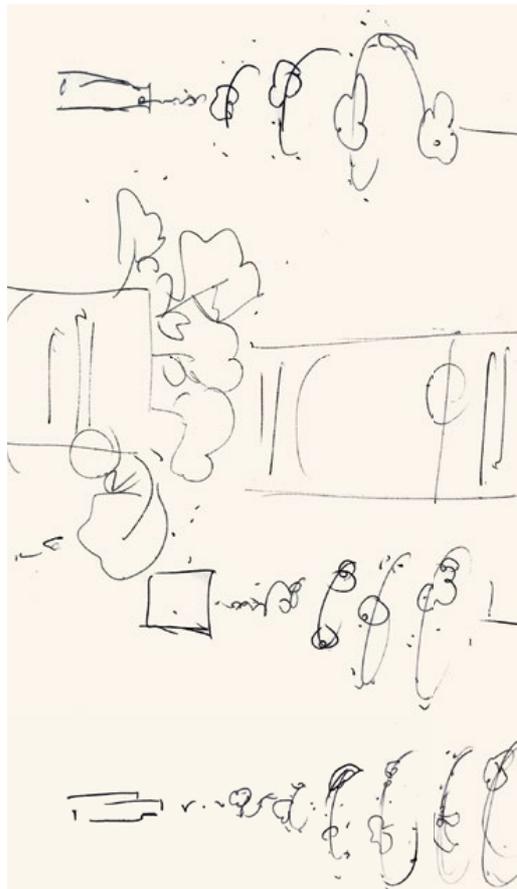
**ALEXANDER GRUNER:** Die Dekoration besteht aus Wellpappe und Vollkarton in FSC-Qualität. Dies unterstreicht die Werte der Marke WALA Arzneimittel, wie Natürlichkeit, Nachhaltigkeit, Qualität, Sorgfalt und Verantwortungsbewusstsein.

**MIRIAM BRANDAU LOPEZ:** Es war uns wichtig, ein Material zu wählen, das zum einen unseren Umweltansprüchen gerecht wird, zum

„Die drehenden Elemente vermitteln Leichtigkeit, die Blüten wecken positive Assoziationen. Alles in allem soll der Betrachter in eine gute Stimmung versetzt werden.“  
Miriam Brandau Lopez, Grafikerin WALA Heilmittel

## Knappe + Lehbrink

1996 gründeten Klaus Knappe und Oliver Lehbrink die Knappe + Lehbrink Promotion GmbH. Wichtigstes Kapital sind langjährige Erfahrungen in leitenden Positionen im Marketing, Vertrieb und in der Produktion. Präsentationslösungen für den POS und individuelle Ideen perfekt in Serie umzusetzen, gehören zum Kerngeschäft des Unternehmens mit Sitz in Bünde. Neben Verkaufsdiskays und Verpackungen umfasst das Produktportfolio auch Fahnen und Banner. Seit 2013 wird das Unternehmen von Simone Knappe und Oliver Lehbrink geführt.



„Da es sich bei den WALA Euphrasia Augentropfen um ein Arzneimittel handelt, war es uns wichtig, mit der POS Promotion eine gute Balance zwischen Problem und Lösung darzustellen.“

Dr. Astrid Reichold, Produktmanagerin WALA Arzneimittel

»» anderen aber auch den Ansprüchen an eine Schaufensterdekoration genügt. Die eingesetzten Materialien sind flexibel, aber auch fest genug und lassen sich gut bedrucken.

**DISPLAY:** Welche Herausforderungen begegnete Ihnen bei der Entwicklung?

**ALEXANDER GRUNER:** Der dynamische Aufschwung der Spirale war aufgrund der physikalischen Begebenheiten sehr speziell. Hier galt es, die Breite der Spirale in der Aufwärtsbewegung so auszuführen, dass sich die angelegte Form und Länge optimal einstellt. Des Weiteren mussten die sehr unterschiedlichen Blüten und Blätter des in der Mitte angebrachten Mobilés aufgrund des differierenden Schwerpunktes genau aufeinander abgestimmt werden. So konnte der angedachte Effekt, dass ein Tornado Blüten und Blätter aufwirbelt, mit der Eigendynamik der sich drehenden Spirale im Schaufenster schön dargestellt werden.

**DR. ASTRID REICHOLD:** Die Mobilés haben uns vor große Herausforderungen gestellt, da sich unter anderem durch Thermik die Spirale dreht. Es musste eine Lösung gefunden werden, damit die Spirale nicht „eiert“, sondern sich gleichmäßig dreht, wie ein Tornado. Die inneren Elemente sollten jedoch gleichzeitig genügend Spielraum haben, um sich separat zu bewegen. Außerdem mussten wir darauf achten, dass die großen Spiralen aus Papier flach lieferbar und einfach aufzuhängen sind. Sie sollten stabil genug sein, um sich nicht sofort auszuheben, aber auch flexibel genug, um eine schöne Sprungkraft zu haben. Auch mussten sie eine entsprechende Größe haben, um die Blüten in der Mitte zu integrieren.

**MIRIAM BRANDAU LOPEZ:** Ein weiterer wichtiger Punkt war die Tatsache, dass es kein Standard-Schaufenster gibt. Wir mussten dementsprechend eine Lösung für eine große Bandbreite an Schaufenstergrößen kreieren. Die ist uns gelungen, da die einzelnen Elemente unterschiedlich kombinierbar sind.

**DISPLAY:** Wie viel Zeit wurde von der ersten Idee bis zum Roll-out benötigt?

**DR. ASTRID REICHOLD:** Das gesamte Projekt von der ersten Idee über die Konzeption und Produktion bis hin zur Auslieferung hat ungefähr acht Monate gedauert.

**DISPLAY:** Seit wann läuft die Kampagne?

**DR. ASTRID REICHOLD:** Seit Februar 2022. Die Dekoration kann so lange in den Schaufenstern bleiben, wie es den einzelnen Apotheken beliebt. Und natürlich kann sie auch wiederholt zum Einsatz kommen.

**DISPLAY:** Wer hat die POS-Lösung vor Ort installiert?

**ALEXANDER GRUNER:** Das Apothekenpersonal. Der Aufbau ist dank Aufbauanleitung gut zu bewerkstelligen. Außerdem gibt es Gestaltungshinweise für die Platzierung am POS.

**DISPLAY:** Von welchen Vorteilen der POS-Kampagne profitiert der Handel?

**DR. ASTRID REICHOLD:** Es handelt sich um eine sehr ausdrucksstarke und hochwertige Schaufensterdekoration. Durch die enge Verknüpfung der Indikation und der Jahreszeit schafft man eine hohe Aufmerksamkeit für betroffene Kunden und natürlich für die Apotheken, in denen das Arzneimittel gekauft werden kann.

**MIRIAM BRANDAU LOPEZ:** Aufgrund des Designs des Mobilés bekommt die Apotheke Aufmerksamkeit. Zudem löst die Schaufensterdekoration im besten Fall eine klare Kaufentscheidung aus und zeigt dem Kunden, dass er die WALA Euphrasia Augentropfen vor Ort kaufen kann.

**DISPLAY:** War dies das erste gemeinsame Projekt von WALA Arzneimittel und Knappe und Lehrbrink?

**DR. ASTRID REICHOLD:** Nein, wir haben schon verschiedene Projekte erfolgreich gemeinsam realisiert. Unsere Zusammenarbeit besteht bereits seit 2018.

**DISPLAY:** Vielen Dank für das Gespräch. <<

## WALA Heilmittel

Seit 1935 stellt die inzwischen als Stiftungsunternehmen geführte WALA Heilmittel GmbH Arzneimittel aus natürlichen Ausgangssubstanzen her. Um die hohe Qualität der Rohstoffe sicherzustellen, bewirtschaftet WALA einen eigenen Heilpflanzengarten nach Demeter-Richtlinien am Firmensitz am Fuß der Schwäbischen Alb. Das umfangreiche Sortiment von etwa 700 Arzneimitteln bietet eine Vielzahl an Therapeutika in unterschiedlichen Darreichungsformen zur Behandlung akuter wie chronischer Erkrankungen. Zu den bekanntesten im OTC-Bereich zählen Euphrasia Augentropfen, Aconit Schmerzöl und Echinacea Mund- und Rachenspray.

Euphrasia Augentropfen. Anwendungsgebiete gemäß der anthroposophischen Menschen- und Naturerkenntnis. Dazu gehören: Strukturierung des Flüssigkeitsorganismus im Augenbereich, zum Beispiel katarrhalische Bindehautentzündung. Stand: 02/2019  
WALA Heilmittel GmbH · 73085 Bad Boll/Eckwälden.  
**Zu Risiken und Nebenwirkungen lesen Sie die Packungsbeilage und fragen Sie Ihren Arzt oder Apotheker.**