



Kunden wollen sich sicher fühlen

Stephan Knecht, Inhaber der Einzelhandelsberatung Fleet40 in Hamburg, über eine Ladengestaltung, die gut ist für viel Umsatz.

Es gibt karg eingerichtete Geschäfte, in anderen wähnt man sich in einem Dschungel. Welcher Ladentyp begegnet Ihnen am häufigsten?

Stephan Knecht: Es gibt viele Geschäfte mit abenteuerlicher Gestaltung. Sie sind eng, wahllos eingerichtet, wuselig. Kunden mit einem Rollator oder Kinderwagen kommen kaum durch.

Wie signalisiere ich Kunden, dass sie bei mir gut aufgehoben sind?

Das fängt vor dem Geschäft an. Blüht da kein Unkraut? Ist die Eingangstür sauber? Hängen nur aktuelle Schilder ohne Knicke im Fenster? Eine ausgefahrene Markise oder ein Stopper zeigen: Ich bin für dich da.

Und wenn ich den Laden betrete?

Der Kunde muss schnell erkennen: Da ist der Postservice, hier die Zeitschriften, dort die Lottoannahme. Die Regale sollten nicht zusammengewürfelt sein. Das Geschäft muss hell ausgeleuchtet sein, Spots an Regalen oder über Aktionsflächen steuern die Aufmerksamkeit. Und es sollte eine moderne Kasse geben. Denn durch Corona ist kontaktloses Bezahlen noch wichtiger geworden.

Haben die Abstandsvorgaben schlecht strukturierte Geschäfte vor größere Probleme gestellt?

Ganz sicher. Früher wollte sich der Kunde in einem Laden wohlfühlen. Heute will er sich sicher fühlen. Händler, die darauf nicht reagiert haben, spüren das längst deutlich am Umsatz.

Wird nach Corona ein eher unübersichtlicher Laden wieder toleriert werden?

Nein. Der oft unbewusste Wunsch nach Sicherheit wird bleiben, auch wenn die Pandemie abgeebbt ist.



Stephan Knecht, Inhaber der Einzelhandelsberatung Fleet40 in Hamburg

»Ist ein Geschäft vollgestellt, schlecht beleuchtet und unordentlich, kommen den Kunden schnell Zweifel an der Zuverlässigkeit und Kompetenz des Teams. Zudem erleichtert ein aufgeräumtes Umfeld diesem die Arbeit und beschleunigt die Bedienung.«

Karen Heinemann, Field Sales Management Deutsche Post AG, Vertriebssteuerung, Berlin

Gegebenheiten vor Ort regelmäßig prüfen!

Der positive Gesamteindruck eines Geschäfts zahlt sich beim Umsatz aus. Seit Beginn der Coronaschutzauflagen sind zudem Hygiene- und Abstandsvorgaben besonders wichtig geworden – und die Partner sind dafür verantwortlich, dass sie umgesetzt werden. Unser Tipp: Nehmen Sie Ihr Geschäft regelmäßig unter die Lupe, damit die Kunden sich weiter gern für Ihr Angebot entscheiden.

- › Sehen Sie sich mit den Augen Ihrer Kunden im Geschäft um!
- › Sind die Aushänge zu Maskenpflicht, Abstandsregeln usw. gut sichtbar am Eingang angebracht, ohne Postwerbung oder den Preispflichtaushang zu verdecken? Sind sie eingeregnet, verschmutzt oder zerknittert? Dann bitte erneuern.
- › Ist die aktuelle Werbung korrekt platziert?
- › Sind die Laufwege breit genug für Kundschaft mit Kinderwagen oder Rollator sowie für Ihr Team? Steht etwas im Weg?
- › Steht die Hygieneschutzwand sicher und gerade? Wird sie regelmäßig gereinigt?
- › Lassen sich Flächen, Tastaturen, Zahlungsverkehrsterminal etc. reinigen, ohne andere Gegenstände wegräumen zu müssen? Kaffeetassen, Displays mit Kleinartikeln oder Deko wirken unordentlich.
- › Wird regelmäßig gelüftet? Wer kümmert sich darum?
- › Tragen alle Mitarbeitenden konsequent Mundschutz – zumindest, wenn sie während der Geschäftszeiten den Bereich hinter der Schutzwand verlassen, um Regale aufzufüllen oder Kunden zu beraten?