



WEBINAR 30.04.2020

KEY TAKEAWAYS AUS DEM WEBINAR: WIEDERERÖFFNUNG DER LÄDEN NACH DEM SHUTDOWN

SPEAKER:

- Florian Stackmann, Ernst Stackmann GmbH in Buxtehude
- Katharina Schmidt, Modehas Cohausz in Borken
- Kai Först - NORTEX Mode-Center in Neumünster

ANPASSUNGEN IM LADEN:

- Ausschilderung & Beschriftung: Bodentape, Richtungspfeile, Hinweisschilder
- Personenzähler, der am Eingang die Besucher zählt
- Desinfektionsmittel an den Kassen & Tischen
- Glaswände an den Kassen
- Begrenztes Sortiment: Bedarfsthemen wie Wäsche, Socken, Übergangsjacken, Gesichtsmasken, Sportbekleidung (Heimbedarf & Jogging) & Kinderschuhe (bei Bedarf angepasst)
- Begrenzte Fläche: in manchen Fällen können ganze Stockwerke nicht geöffnet werden
- Rundständer vor die Tür mit reduzierter Kinderware
- Anzüge im abgesperrten Bereich, werden bei Bedarf hervorgeholt
- Errichtung eines Zeltens auf dem Parkplatz (Kostensparnis)
- getrennte Eingänge für unterschiedliche Abteilungen
- Enwegmasken werden Kunden kostenfrei zur Verfügung gestellt

MITARBEITER KOMMUNIKATION:

- Regelmäßige Updates an Mitarbeiter über WhatsApp, Anrufe, Nachrichten
- Mitarbeiter App war sehr hilfreich für die Kommunikation
- Es wurden einzelne Mitarbeiter besucht und persönliche Gespräche geführt
- Interne Traditionen wurden virtuell beibehalten
- Abhaltung virtueller Schulungen
- Gegenseitige Unterstützung unter den Mitarbeitern war stark
- Freude der Mitarbeiter bei Wiedereröffnung groß
- Auf begrenzter Fläche können immer noch nicht alle Mitarbeiter wieder arbeiten; diejenigen, die im näheren Umkreis wohnen wurden eher eingeteilt
- Auch während der Schließung war immer jemand vor Ort, um für die Kunden erreichbar zu sein
- Es gibt nun eine Vormittagsschicht und eine Nachmittagschicht, diese wird im 2-Wochentakt gewechselt (Infektionsschutz, sollte einer krank werden, kann ein Team zu Hause bleiben und das andere einspringen)
- Alle sind noch immer in 50% Kurzarbeit
- Kunden versuchen sich zeitlich zu verteilen, daher keine verkürzten Öffnungszeiten



BISHERIGE UMSÄTZE:

- „Support your Local“ hat auf jeden Fall geholfen
- erste Woche war okay
- Montag wurde ein starker Umsatz gemacht, während der Woche ist dies wieder abgeflacht, am Samstag gab es sogar einmal kurz eine Einlasssperre wegen der max. erlaubten Personenzahl
- Kunde muss sich an neue Gegebenheiten gewöhnen, ist mit Mundschutz verhaltener
- Draußen verkaufen funktioniert gut, da sich Kunden freier fühlen
- Masken machen im Moment den Großteil des Umsatzes
- Verkauf im Zelt läuft gut, dennoch kein Vergleich
- Mimik macht einen großen Teil der Kommunikation aus, daher ist die Stimmung etwas seltsam
- Verkaufspersonal muss gesetzlich keinen Mundschutz tragen, machen sie dennoch, um den Kunden die richtige Botschaft zu vermitteln
- Verkaufsgespräch ist auch aufgrund des Abstandes ganz anders als sonst
- Kunden kommen mit sehr gezielten Wünschen ins Geschäft
- Hoffnung, dass sich die Kunden an diese Situation gewöhnen und es wieder „normaler“ wird

PROGNOSE:

- Diese Jahr werden vermutlich keine fehlenden Umsätze mehr aufgeholt werden können
- Digitale Themen haben an neuer Bedeutung gewonnen, werden nun anders eingesetzt
- Support your local muss weiterhin auf Social Media proaktiv gespielt werden
- Den Kunden muss genau kommuniziert werden, welche Marken und Artikel erhältlich sind
- manche kleinen Lieferanten überstehen diese Phase vielleicht nicht, dies wird die Vielfalt für den Kunden verringern

MARKETINGMAßNAHMEN BEI DER ERÖFFNUNG:

- Thema „Willkommen zurück!“
- Während der Schließung wurden Stammkunden gezielt angesprochen
- Die Themen Mensch, Beratung, Emotionen werden in den Fokus gestellt
- Gutscheine Angebote helfen nicht wirklich aufgrund der Vielzahl
- Marketing wurde während der Schließung sehr sparsam betrieben
- Unterstützung von Medienpartnern

NÄCHSTE VORORDERPHASE:

- Große Frage: Was ist die Planungsgrundlage?
- Annahme, dass weniger geordert wird
- Es ist noch unklar, wann wieder komplett geöffnet werden darf, das erschwert die Planung
- Lieferanten reagieren sehr flexibel, Ordertermine werden nach hinten geschoben

UNTERSTÜTZUNG AUS DER POLITIK:

- Klarheit ist wichtig, längerfristige Kommunikation als bisher wäre von Vorteil
- Dass Einkaufszentren öffnen dürfen und Läden Fläche verringern müssen ist unverständlich
- Wir brauchen längere Planungssicherheit, Verlässlichkeit und klare Linien