

Content

- 01 Editorial
- 02 Blog: Retail und IT
müssen zukünftig eine
enge Verbindung
eingehen
- 03 Teil 7: Die Zukunft des
stationären Handels –
Markenbildung
- 04 Wie halten Sie es mit
dem Plastiksack?
- 05 Mindstep Academy
– Trainings für
Verkaufs- und
Führungskräfte

01 Editorial

Wir leben in einer hochtechnisierten Welt, die von uns immer grösseres Know-how und Flexibilität abverlangt. Fremdeln hilft nicht, wenn man am Puls der Zeit bleiben möchte. Deshalb gewinnt eine optimal funktionierende und durchdachte digitale Infrastruktur an Bedeutung für den Einzelhandel, um Offline und Online miteinander zu verbinden. Denken Sie immer daran, dass bei aller Digitalisierung Menschen mit ihren Bedürfnissen und Wünschen im Mittelpunkt stehen. Dann wird es vielleicht etwas einfacher.

Es grüsst Sie herzlich
Monique Fischer

02 Blog: Retail und IT müssen zukünftig eine enge Verbindung eingehen

Digitale In-store-Erlebnisse, Individualisierung oder Omni-Channel-Integration sind Themen, die sich zu einem hohen Grad nur mit technischen Mitteln umsetzen lassen. Um das realisieren zu können, sind effiziente und einheitliche IT-Systeme im Einzelhandel nötig. Eine erfolgreiche Digitalisierung erfordert Expertise und umfangreiche Investitionen.

Zwei Grundvoraussetzungen, die in vielen Fällen nicht gegeben sind. Dennoch möchte ich Ihnen im neuen Blogbeitrag zeigen, wie wichtig es ist, sich über die Bedeutung einer gut funktionierenden und durchdachten digitalen Infrastruktur im Klaren zu sein, um in Zukunft wettbewerbsfähig zu bleiben.

03 Teil 7: Die Zukunft des stationären Handels – Markenbildung

Kern jeder Marke bleiben ihre Identität und Werte. Während aber bisher Dienstleistungen, Produkte, Preise, Angebote im Vordergrund standen, muss es in Zukunft viel mehr um Sinnstiftung, Integrität und Verantwortung gehen. Die aktive Auseinandersetzung mit aktuellen gesellschaftlichen Fragen und ein Gespür für zwischenmenschliche Resonanz rücken in den Mittelpunkt. Kund*innenbedürfnisse haben sich verändert. Sie kaufen heute nicht mehr nur ein Produkt oder eine Dienstleistung. Der Wandel des stationären Handels zum Erlebnisort stellt eine entscheidende Entwicklung dar. Einzelhändler, die es schaffen, sich als Ort der Freizeitgestaltung zu etablieren, können nachhaltig Umsätze steigern und den Markenwert (Brand Value) erhöhen. Zu diesem spannenden Thema habe ich mich in Berlin mit André Mäder, CEO der KaDeWe Group ausgetauscht: [Hier anschauen](#)

04 Wie halten Sie es mit dem Plastiksack?

Während in Deutschland seit Beginn dieses Jahres Supermärkte keine Plastiksäcke mehr anbieten dürfen und EU-weit Einwegplastik-Artikel verboten sind, geht die Schweiz andere Wege. Man setzt auf die Verbesserung des Recyclings und auf die Eigenverantwortung der Bürger*innen und des Handels. Zahlreiche Detailhandelsunternehmen verzichten freiwillig auf die Gratisabgaben von Plastiksäcken an Kassen sowohl im Food wie auch im Non-Food-Bereich.

«Man löst
keine Probleme,
indem man sie
auf Eis legt.»

- Winston Churchill



Vertriebs-Info WELT!

Pantone-Farbe des Jahres: Veri Peri

Die neue Farbe «bietet alle Eigenschaften von Blautönen sowie eine rötlich-violette Nuance und zeigt uns eine lebhaftere, fröhlichere Sicht auf die Welt und dynamische Präsenz, die zu mutiger Kreativität und fantasievollem Ausdruck inspiriert», so Leatrice Eiseman, Geschäftsführende Direktorin des Pantone Color Institute. Wunderbar, welche Kraft Farben besitzen!

Länger shoppen dank E-Ladestationen

Fast die Hälfte der Fahrer*innen eines E-Autos achten bei der Wahl eines Shopping-Centers darauf, ob Ladesäulen vorhanden sind. 59 Prozent gaben an, dass sie deshalb sogar «vermutlich eher länger» vor Ort bleiben würden. Zu diesem Ergebnis kommt eine gemeinsame Studie von EHI und UScale.



Die neusten Erhebungen der Unternehmen der Swiss Retail Federation und IG Detailhandel Schweiz zeigen eindrücklich, dass die Konsument*innen für den Transport ihrer Einkäufe vermehrt auf wiederverwendbare Taschen und Behälter setzen. So wurden seit 2019 bereits etwas über 20 Mio. Plastiksäcke eingespart. Welche Erfahrungen machen Sie in Ihrem Geschäft? Bieten Sie Plastiksäcke an oder haben Sie gute Alternativen gefunden? Ich freue mich auf den Austausch mit Ihnen.

05 Mindstep Academy – Trainings für Verkaufs- und Führungskräfte

Sie fragen sich, warum Manager*innen und Verkaufskräfte Tango tanzen sollten und wie Tango-Dynamik zum Erfolg führt? In einer Welt, in der Digitalisierung im Fokus steht, ist der persönliche Kontakt und die Kommunikations-Kompetenz umso wichtiger. Ebenso ist der Aufbau verlässlicher Beziehungen eine unverzichtbare Voraussetzung für den Verkaufserfolg im Handel und der erfolgreichen Führung in Unternehmen. Ich zeige Ihnen am Beispiel der Dynamik des Tango Argentino, welche wichtige Rolle Achtsamkeit, Aufmerksamkeit, Empathie, Respekt und Dialogfähigkeit hierbei spielen und wie Ziele gemeinsam, leidenschaftlich und zum Wohle Ihres Unternehmens erreicht werden können. Seien Sie gespannt auf aussergewöhnliche Erfolgskonzepte, die den Schritt von der Theorie in die Praxis schaffen.