

Content

- 01 Editorial
- 02 Blog: Der stationäre Einzelhandel als Ort für verantwortungsvolles Einkaufen
- 03 Interne Markenbotschaften im Wandel: Mitarbeitende im Mittelpunkt
- 04 Personal Shopping: Kund:innen im Mittelpunkt
- 05 Mitarbeitendenführung neu gedacht: Machen Sie den «Mindstep» unter der Sonne Italiens

«Wir beginnen uns zu verändern, wenn wir beginnen zu reflektieren.»

- Humberto Maturana



01 Editorial

Die Welt ist im Wandel und das ist dringend nötig. Die vergangenen zwei Jahre haben uns gelehrt, beweglich zu bleiben und umzudenken. Diese Dynamik sollten wir in die Zukunft mitnehmen, denn wir stehen vor grossen Aufgaben: Die Modebranche muss ihr Augenmerk auf Umweltschutz- und Nachhaltigkeitsstrategien legen, um dem Wunsch der Kund:innen nach verantwortungsvollem Konsum nachzukommen. Unternehmen, die am Puls der Zeit und gesellschaftlich relevant sein möchten, erkennen, dass sie die Bedürfnisse ihrer Mitarbeitenden ernstnehmen müssen. Apropos am Puls der Zeit: Das erste Krypto-Konzept hat seinen Weg in den stationären Handel gefunden. Doch auch Bewährtes bleibt gut: Bieten Sie Ihren Kund:innen besondere Erlebnisse beim Personal Shopping. Und ich möchte Sie zu meinem «Mindstep»-Führungskräfte-seminar in das wunderschöne italienische Städtchen Cipressa einladen. Haben Sie schon damit begonnen, sich zu verändern?

Ihre Monique Fischer

02 Blog: Der stationäre Einzelhandel als Ort für verantwortungsvolles Einkaufen

Immer mehr Bekleidungsunternehmen haben erkannt, wie wichtig es ist, klimaneutral zu werden, sowohl auf Firmen- als auch Produktebene. Denn die Modebranche ist eine der grössten Umweltverschmutzerinnen überhaupt. Glücklicherweise findet nicht nur in den Unternehmen ein Umdenken statt, auch das Konsumverhalten und die Einstellungen der Kund:innen verändern sich deutlich. Welche Wege die Modebranche bereits eingeschlagen hat und welchen Beitrag der stationäre

Einzelhandel leisten kann, [lesen Sie in meinem neuen Blogbeitrag.](#)

03 Interne Markenbotschaften im Wandel: Mitarbeitende im Mittelpunkt

Ein weiterer interessanter Trend, den der Report «The Future 100» von Wunderman Thompson ausmacht, ist ein Rebranding-Prozess in Unternehmen. Sie aktualisieren ihre internen Markenbotschaften, um gesellschaftlich relevant zu bleiben und die Mitarbeitenden von heute anzusprechen. Ziel ist es, den zeitgemässen Anforderungen gerecht zu werden und die Mitarbeitenden in den Mittelpunkt zu stellen. Dieser Wandel signalisiert einen neuen Respekt für das Wohlbefinden und die Zufriedenheit der Angestellten und verlangt Arbeitgebenden ein neues Verständnis und Einfühlungsvermögen ab.

Amazon beispielsweise möchte für seine 1,3 Millionen Mitarbeitenden weltweit der beste Arbeitgeber der Welt sein. Dieses Bestreben hat das Unternehmen in seine Liste der Führungsprinzipien aufgenommen. Führungskräfte sollen daran arbeiten, «ein sichereres, produktiveres, leistungsstärkeres, vielfältigeres und gerechteres Arbeitsumfeld» zu schaffen. Als Reaktion auf die Zunahme von Heimarbeitsplätzen, die bei vielen Angestellten Frustrationen und mangelnde Work-Life-Balance zur Folge hatte, veröffentlichte Google ein Manifest mit Aussagen wie «Es ist in Ordnung, die Familie über die Arbeit zu stellen» und «Es ist in Ordnung zu sagen, dass es einem nicht gut geht». Ich denke, dass sind wichtige und lobenswerte Ansätze, die – wenn wirklich ernstgenommen – die Kultur eines Unternehmens verändern können. Was für grosse Unternehmen gilt, gilt ebenso für kleine. Unbedingt nachahmenswert!

Vertriebs-Info WELT!

Flagshipstore mit «Krypto-Konzept» in London

Das vierstöckige Geschäft des Luxusdesigners Philipp Plein beherbergt eine NFT-Kunstgalerie – The MoNA – sowie ein Metaverse-Informationszentrum, in dem Kund:innen Hilfe bei der Einrichtung einer digitalen Geldbörse oder beim Kauf von NFTs und digitaler Mode bekommen. Die Aufklärung über neueste digitale Entwicklungen sieht Plein als wichtigen Schlüssel zum Aufbau und zur Erhaltung eines soliden Kundenstamms und als Teil der Markenstrategie.

Internationaler Woolmark-Preis 2022 für Saul Nash

Der Londoner Designer schlägt mit seiner modernen Verwendung von Merinowolle eine Brücke zwischen Activewear und eher formalen Anforderungen. In seiner Kollektion nutzt Nash die Vorteile von Merinowolle und entwickelte Materialien, die die Qualität seiner Entwürfe verbessern, ohne die technische DNA zu beeinträchtigen. Sein Schwerpunkt lag auch auf der Minimierung von Abfall und der Betonung von Bewegung und Leistung.



04 Personal Shopping: Kund:innen im Mittelpunkt

Die pandemiebedingten Einschränkungen sind bis auf wenige Ausnahmen aufgehoben. Der stationäre Einzelhandel kann wieder mit offenen Armen seine Kund:innen empfangen und persönlich beraten. Personal-Shopping-Angebote sind ein einfaches Instrument der Kund:innenbindung und die perfekte Gelegenheit, Ihre Kund:innen in den Mittelpunkt zu stellen. Egal ob neues Lieblingsstück, neuer Stil oder Business-Outfit, hier dreht sich alles um Ihr Gegenüber. Die Kunst ist, alle Informationen über die Kundin oder den Kunden wahrzunehmen und zu entschlüsseln: Körpersprache, Mimik und Gestik. Stellen Sie gezielte, offene Fragen: «Was suchen Sie genau?» Dann folgt das richtige Zuhören und Widerspiegeln der Kund:innenwünsche: «Habe ich Sie richtig verstanden, Sie suchen etwas ganz Besonderes ...» Nehmen Sie die Befindlichkeiten der Kund:innen wahr, greifen Sie sie auf und setzen Sie eigene Impulse, so werden Sie beide zu einem erfolgreichen Abschluss kommen. Wenn alles stimmt: Wohlfühl-Atmosphäre, exklusive Behandlung, inspirierende Beratung, kompetente Information und die Inszenierung der Produktübergabe verlassen Kund:innen Ihr Geschäft mit einem guten Gefühl und der schönen Erinnerung an diesen Einkauf. Mit welchen kreativen Ideen setzen Sie Personal-Shopping-Angebote in Ihrem Geschäft um? Das Metaverse boomt und Expert:innen sagen voraus, dass es gekommen ist, um zu bleiben. Was wie Science-Fiction klingt, ist zwar noch in der Entwicklung, dennoch ist schon einiges möglich. Vor allem junge Menschen werden sich im Metaverse leicht zurechtfinden. Da sie sich in Gaming-Umgebungen souverän bewegen und viele der traditionellen Wege des Marketings für junge Menschen nicht mehr interessant sind, müssen Marken, die erfolgreich sein wollen, in Zukunft ihre Kund:innen auch dort erreichen.

05 Mitarbeitendenführung neu gedacht:

Machen Sie den «Mindstep» unter der Sonne Italiens

Im Oktober lade ich Sie herzlich zu meinem Führungskräfte-seminar in das zauberhafte Örtchen Cipressa ein, ganz im Westen des San-Lorenzo-Tals in Ligurien gelegen. Es wird gesagt, dass dies eines der schönsten Dörfer Italiens sei. Dort lernen Sie den «Mindstep» kennen. Er ist mein Konzept eines neuen Führungsverständnisses und -verhaltens, das im Alltag sofort umsetzbar ist. Sie erleben konkret anhand von Tango Argentino, wie sich «New Leadership» anfühlen kann und lernen, Ihre Mitarbeitenden dort abzuholen, wo sie stehen, um sie auf dem Weg zu Ihrem Ziel mitzunehmen. Mein Kommunikationstraining beruht auf Empathie, Aufmerksamkeit, Wertschätzung und Respekt. Denn wer nicht kommunizieren kann, kann nicht führen. Der wechselseitige Dialog, der die empathische Dynamik der Körpersprache als einen wichtigen Erfolgsfaktor einer neuen Führungskultur einsetzt, liegt meinem Konzept zugrunde. Im Anschluss an das Seminar können Sie ein Wochenende lang beim «Tango Festivalito» den Tango leben und erleben. Weitere Informationen folgen in den kommenden Newslettern.