MF Consulting Newsletter

Issue 23
November 2022

Content

01 Editorial
02 Der stationäre Einzelhandel muss Erlebnisse bieten, wenn er wettbewerbsfähig bleiben möchte
03 Licht aus, Türen zu – Energiesparen ist auch im Einzelhandel ein grosses Thema
04 Instagram plant neue Shopping-Funktionen
05 Magische Nächte beim «Festivalito di Tango»

«Ein Produkt kann noch so gut sein. Wenn es keiner kauft, ist es wertlos.»

Carsten Maschmeyer

01 Editorial

Man möchte wirklich glauben, dass die Pandemie, Lieferkettenprobleme und Personalmangel den Einzelhandel bereits vor genügend grosse Herausforderungen stellen, doch nun kommen auch noch steigende Energiekosten und schlimmstenfalls eine Energiemangellage auf uns zu. In diesem Winter müssen wir uns also warm anziehen und wieder etwas enger zusammenrücken, soweit das möglich ist. Vielleicht freuen sich Ihre Kund:innen über einen heissen Tee oder eine Tasse Glühwein, der gleichzeitig einen feierlichen und wohligen Duft in Ihrem Store verbreitet. Die Rahmenbedingungen können wir leider nicht ändern, dafür jedoch unseren Mindset.

Denken Sie positiv!
Ihre Monique Fischer

02 Der stationäre Einzelhandel muss Erlebnisse bieten, wenn er wettbewerbsfähig bleiben möchte

Der Wandel des stationären Handels zum Erlebnisort ist eine Entwicklung, die langfristig über den Erfolg einer Marke entscheiden wird. Darüber sind sich Expert:innen einig. Wenn es gelingt, Geschäfte als Treffpunkt Gleichgesinnter und Ort der Freizeitgestaltung zu etablieren, können nachhaltig Umsätze und der Markenwert steigen. Erlebnisse sollen die Menschen in die Stores und in das Ökosystem eines Unternehmens locken und eine Community schaffen. Hier können Marken eine direkte Beziehung zu den Verbraucher:innen aufbauen. Sie müssen sich also so positionieren, dass sie in der Lage sind, ihre Kund:innen zu erreichen und mit ihnen in Kontakt zu treten. Das «house of brands» wird zum «house of friends» – offline und online.
Mehr entdecken

03 Licht aus, Türen zu – Energiesparen ist auch im Einzelhandel ein grosses Thema

Ausgeklügelte Lichtinstallationen, angenehme Temperaturen und die passende Musik – wichtige Kriterien, um den Kund:innen das Einkaufen so angenehm wie möglich zu machen. Doch nun heisst es: «Türen zu, Lichter aus.» Das sind zwar sinnvolle Massnahmen, um Energie und Kosten zu sparen, es ist jedoch zu befürchten, dass weniger Menschen in die Stores kommen. In Deutschland wurde unter anderem angeordnet, dass Schaufenster von 22.00 Uhr bis 6.00 Uhr morgens nicht beleuchtet werden dürfen. Selbst verkürzte Öffnungszeiten und der Verzicht auf Weihnachtsbeleuchtung werden allerorten diskutiert, und das in den letzten Monaten des Jahres, in denen viele auf ein gutes Weihnachtsgeschäft hofften.

Wie begegnen Sie den Energiesparmassnahmen und mit welchen kreativen Ideen machen Sie den Einkauf für Ihre Kund:innen dennoch zum schönen Erlebnis?

04 Instagram plant neue Shopping-Funktionen

In den vergangenen Wochen las man immer wieder darüber, dass Instagram plant, seine Shopping-Funktionen drastisch zu reduzieren. Der Grund: Es möchte den Schwerpunkt seiner E-Commerce-Aktivitäten auf diejenigen verlagern, die direkt die Werbung fördern und damit die Werbeeinnahmen von Meta. Shopping wird innerhalb der App also immer noch möglich sein, voraussichtlich jedoch mit Schwerpunkt auf bestehende Formate wie Stories oder Reels. Möglicherweise wird eine vereinfachte Shopping-Seite namens «Tab Lite» die bestehende Shopping-Funktion ersetzen.

Alderstrasse 45 CH-8008 Zürich / 41+ (0) 79 331 612 1 / mf@moniquefischer-consulting.ch / www.moniquefischer-consulting.ch

MF Consulting Newsletter

Issue 23
November 2022

Vertriebs-Info WELT!

Zurück in den Kreislauf
74 Prozent – insgesamt 494.000 Tonnen – nicht wiederverwendbarer Alttextilien stehen für das Faser-zu-Faser-Recycling zur Verfügung. Das bedeutet, dass 74 Mio. EUR pro Jahr generiert werden könnten, indem sortierte und recycelte Textilien wieder in die Wertschöpfungskette eingebracht werden. Zu diesem Ergebnis kommt eine Studie der globalen Nachhaltigkeitsinitiative Fashion for Good auf Basis sechs europäischer Länder.

New Release: Hugo x Replay
Die Capsule Collection der beiden Marken umfasst trendige Denim-Styles für Männer und Frauen in Kombination mit lässigen Jersey-Teilen. Gesichter der Social-First-Kampagne sind die TikTok-Schöpfer:innen Oluwanifewa Agunbiade, Louis Powell und Isla Loba.

Meta selbst hält sich mit Informationen zurück, testet aber bereits verschiedene Optionen bei verschiedenen Nutzer:innen. Wird Ihnen noch der Shopping-Button im Feed angezeigt, oder haben Sie schon Bekanntschaft mit der neuen Shopping-Plattform gemacht? Ich freue mich, wenn Sie Ihre Erfahrungen mit mir teilen.

05 Magische Nächte beim «Festivalito di Tango»
Mein Herzenswunsch ging in Erfüllung! Ich durfte im Oktober das «Festivalito di Tango» eröffnen. Beim Event haben wir mit Tangofreundinnen und Tangofreunden aus der ganzen Welt Tanz, Leidenschaft und Liebe gefeiert. Wir sind gemeinsam in die Welt des Tangos eingetaucht. Von neuen Freundschaften über den Tango beim Milonga bis hin zu dem gemeinsamen Abendessen durfte ich mit meinen Gästen tolle Erinnerungen kreieren. Das traumhafte Örtchen „Cipressa“ sowie die Chiesa-Fortezza di San Pietro in Linguelietta haben eine magische Stimmung erzeugt.

Vielen Dank an alle Gäste für die grossartigen Erlebnisse und ein unvergessliches, magisches Wochenende. Für Alle, die nicht dabei sein konnten: There is more to come!

Alderstrasse 45 CH-8008 Zürich / 41+ (0) 79 331 612 1 / mf@moniquefischer-consulting.ch / www.moniquefischer-consulting.ch