

Consulting News

Issue 26
Februar 2023

- 01 Editorial
- 02 Start-ups, die die Textilbranche verändern können
- 03 Deutschland-Studie Innenstadt 2022: Angebotsmix im Wandel
- 04 Liefersituation im Einzelhandel wieder entspannter
- 05 Der «Mindstep» und «Festivalito di Tango» im neuen Jahr



«Wir müssen wagen, wieder Anfänger:innen zu sein. Raus aus der *Komfortzone*, rein in die *Zukunft*.»

Monique Fischer

01 Editorial

Ich freue mich sehr darüber, dass das Jahr mit guten Rückmeldungen aus dem stationären Einzelhandel beginnt. Das Weihnachtsgeschäft lief zufriedenstellend und dank vorausschauender Planung konnten Händler:innen den Lieferengpässen bestmöglich entgegenwirken und somit ihren Teil dazu beitragen, dass glückliche Gesichter um den Weihnachtsbaum herum erstrahlten. Auch wenn wir nach wie vor mit vielen Schwierigkeiten konfrontiert sind, möchte ich diesen positiven Start als gutes Omen für das angebrochene Jahr deuten. Er macht deutlich, dass wir mit dem richtigen Mindset dazu in der Lage sind, uns anzupassen und neue Wege zu gehen, Fortschritte statt Rückschritte zu machen. Mal grosse, mal kleine, aber immer nach vorne.

Mit viel Optimismus
Ihre Monique Fischer

02 Start-ups, die die Textilbranche verändern können

Wie unsere Zukunft und die nachkommender Generationen aussehen wird, hängt davon ab, wie gut es uns gelingt, unseren Mindset global zu verändern. Umwelt, Klimaschutz und soziale Fragen müssen ganz oben auf der Agenda jedes einzelnen Menschen, aber auch von Unternehmen stehen. Leitlinien und gute Vorsätze dürfen nicht nur Lippenbekenntnisse sein, sondern müssen aktiv in die Tat umgesetzt werden. Nachhaltige Unternehmensführung wirkt sich positiv auf das Image aus und beeinflusst erheblich den wirtschaftlichen Erfolg. In meinem neuen Blogbeitrag habe ich mich Unternehmen gewidmet, die die Textilbranche mit Ihrer Sustainability-Strategie disruptieren können.

Jetzt Unternehmen kennenlernen

03 Deutschland-Studie Innenstadt 2022: Angebotsmix im Wandel

In den kommenden Newslettern möchte ich Ihnen gerne interessante Ergebnisse dieser repräsentativen Studie vorstellen, die gemeinsam von CIMA Beratung + Management GmbH, dem Deutschen Industrie- und Handelskammertag e. V., dem Handelsverband Deutschland e. V., HBB Hanseatische Betreuungs- und Beteiligungsgesellschaft mbH, Haus & Grund Deutschland e. V., Lenz und Johlen Rechtsanwälte Partnerschaft mbH sowie RKW Architektur + GmbH erstellt wurde. Danach gefragt, welche Warengruppen für Konsument:innen in einer Innenstadt am wichtigsten sind, landen Nahrungs-/Genussmittel, Gesundheit/Körperpflege und Bekleidung/Wäsche mit je ca. 85 Prozent an vordersten Stellen, gleich darauf folgen Schuhe/Lederwaren. Die beiden letztgenannten Warengruppen stehen eigentlich traditionell für innerstädtische Einkaufsmöglichkeiten. Dass dies rückläufig ist, liegt unter anderem daran, dass beides häufig online eingekauft wird. Die

Ansprüche der Kund:innen beim stationären Einkauf von Textilbedarf und Schuhen werden also voraussichtlich weiterwachsen. «Weniger sind es hier die breit aufgestellten Filialisten mit ausladenden Flächengrössen, sondern kreative neue Formate auf innerstädtischen, tendenziell kleineren Flächen, die an Bedeutung gewinnen werden. Denn nur sie schaffen es, mit Blick auf Service- und Produktqualität ein Versprechen einzulösen, das das Internet (noch) nicht bieten kann. Die Renaissance von Schuhmanufaktur-Läden oder kleine Geschäfte mit zielgruppenspezifischen Angeboten wie Kinderschuhe oder Sneaker sind bereits Ausdruck dieses Wandels», so die Schlussfolgerung der Studienmacher:innen. Während also Filialisten mit grosser Fläche und breiter Auswahl punkten können, locken kleine Läden mit Individualität und Kreativität. Und beide benötigen kompetente und zugewandte Verkaufskräfte, die Kund:innen vor Ort mit viel Empathie, Know-how und einem Lächeln begleiten. Davon bin ich überzeugt.

04 Liefersituation im Einzelhandel wieder entspannter

Bereits vor Weihnachten zeichnete sich ab, dass die Nachschubprobleme im Einzelhandel allgemein leicht rückläufig sind. Das ifo-Institut München stellt fest, dass sich die Situation auch im Bekleidungseinzelhandel entspannt hat: Nur noch gut ein Drittel der Händler:innen klagte Ende Dezember über fehlende Ware. Schweizer Einzelhändler haben eine erste positive Bilanz des Weihnachtsgeschäfts gezogen. Es scheint sich bewahrheitet zu haben, dass viele Menschen dazu bereit waren, etwas höhere Summen in Weihnachtsgeschenke zu investieren. Und der stationäre Handel war gut vorbereitet: Wohlwissend, dass es bei einigen Produkten nach wie vor Lieferprobleme gibt, wurde frühzeitig geordert und das Lager gefüllt. Eine durch und durch positive Entwicklung, die optimistisch auf die Zukunft blicken lässt.

05 Der «Mindstep» und «Festivalito di Tango» im neuen Jahr

Auch in diesem Jahr biete ich meine «Mindstep»-Seminare an, in denen ich vermittele, wie Tango-Dynamik der Körpersprache zum Erfolgsfaktor für Führungskräfte wird. Bereits ankündigen kann ich meine Angebote in Cipressa am 04./05. Oktober 2023 auf meiner Website und bei der Rid Stiftung in München am 29./30. Juni 2023.

Und mit grosser Vorfreude plane ich die zweite Ausgabe des «Festivalito di Tango» in Cipressa. Merken Sie sich gerne den Termin schon einmal vor: Am 06./07. Oktober 2023 werden wir in zauberhafter Atmosphäre den Tango tanzen!

Jetzt Aftermovie ansehen



Vertriebs News WELT!

Pantone-Farbe des Jahres: Viva Magenta

Ein kraftvoller Farbtton aus der Familie der Rottöne. Er steht – wie der Name bereits impliziert – für Elan, Freude, Mut, Stärke und Überschwang. Zum ersten Mal laden ARTECHOUSE Miami, Vorreiter auf dem Gebiet der digitalen und erfahrungsbasierten Kunst, und Pantone dazu ein, das MAGENTAUVERSE zu betreten und auf einer künstlerischen Entdeckungsreise die Kraft des Farbtons zu entdecken.

John Lewis baut Wohnungen

Der britische Retailer John Lewis hat mit der internationalen Investmentgesellschaft abrdn ein millionenschweres Joint Venture vereinbart, das rund 1'000 neue Wohnungen in drei lokalen Gemeinden schaffen soll. Die Diversifizierung soll für ein stabiles Einkommen sorgen und steht im Einklang mit dem Unternehmensziel, für Partner, Kunden und Gemeinden etwas Positives zu bewirken.