

Consulting News

Issue 29
Mai 2023

- 01 Editorial
- 02 Mindset and Impact Competence - two strong sources of power for your success
- 03 "Deutschland-Studie Innenstadt 2022": Digital Competencies of Stationary Retailers
- 04 Generative AI in Fashion Retail
- 05 Why top managers always fall on their feet



Rudolph Laban

«All dancing involves a change of *mental state*.»

01 Editorial

Wir sollten viel häufiger Liebe und Leidenschaft miteinander verbinden – ganz gleich ob im Privatleben oder im Beruf. Tango ist meine grosse Leidenschaft, Cipressa meine grosse Liebe. Deshalb bringe ich Tangobegeisterte aus der ganzen Welt an diesem zauberhaften Ort in Italien zusammen, um gemeinsam ein Fest der Sinne zu feiern. Der Tango eröffnet wie kein anderer Tanz die Möglichkeit, Gefühle, Wünsche und Absichten zu spüren und dem Gegenüber mitzuteilen, wenn die Tanzenden sich aufeinander einlassen. Der «Tango Argentino» lässt in der Verbindung mit dem Gegenüber den grösstmöglichen Raum für die eigenen Empfindungen zu.

Ich lade Sie herzlich dazu ein, mit mir das «Festivalito di Tango» in der magischen Kulisse der «Chiesa Fortezza di San Pietro» zu feiern. Wir werden dort gemeinsam tanzen, essen, trinken, lachen, einfach das Leben umarmen. Sind Sie dabei?

Ihre Monique Fischer

02 Mindset und Wirkungskompetenz – zwei starke Kraftquellen für Ihren Erfolg

Im vorhergehenden Blogbeitrag habe ich erklärt, warum es wichtig ist, die eigene Komfortzone hin und wieder zu verlassen und wie das gelingen kann. Aus der Psychologie wissen wir: Wer regelmässig seine Komfortzone verlässt, kann mit Erfolgserlebnissen rechnen. Menschen, die sich Herausforderungen stellen und Grenzen überwinden, entwickeln ein besseres Selbstwertgefühl. Wer mutig ist, wird mit persönlichem Wachstum belohnt.

Das gilt im Privatleben ebenso wie im beruflichen Umfeld. Gute Führung beginnt mit verantwortlicher, fürsorglicher Selbstführung. Und das wiederum heisst, dass sich jede Führungskraft persönlich weiterentwickeln muss, um ihre Mitarbeitenden und damit das Unternehmen weiterentwickeln zu können. Einfach ist das nicht, denn dieser Schritt erfordert die Fähigkeit, sich selbst in Frage zu stellen und von anderen in Frage stellen zu lassen. Welche Rolle dabei Ihr Mindset und Ihre Wirkungskompetenz spielen, lesen Sie hier:

[Jetzt Blogartikel lesen](#)

03 Deutschland-Studie Innenstadt 2022: Digitale Kompetenzen des stationären Handels

Die Digitalisierung hat viele Prozesse vereinfacht. Bequemlichkeit und Service stehen deshalb zunehmend im Vordergrund, wenn es um Angebote des stationären Handels geht. Die Online-Verfügbarkeitsabfrage von Waren hat sich im Einkaufsverhalten bereits etabliert. Genauso gewinnen Self-Scanning-Kassen und insbesondere das mobile Bezahlen an Bedeutung. Beim Mobile Payment ist der Zuwachs an Akzeptanz aufseiten der Kund:innen am deutlichsten. Bezahlt 2019 noch 12 Prozent mobil, waren es 2021 bereits jeder: Fünfte, wobei hier pandemiebedingte Hygieneaspekte ausschlaggebend waren. Dennoch geben über 25 Prozent der Befragten an, zukünftig davon Gebrauch zu machen.

Darüber hinaus ergeben sich viele weitere Möglichkeiten, die Customer Journey mithilfe technischer Entwicklungen aufregend und komfortabel zu gestalten. Dazu habe ich bereits einen Blogartikel verfasst. Im nächsten Beitrag zeige ich Ihnen eine spannende Möglichkeit.

[Blogbeitrag zur Customer Journey](#)

04 Generative KI im Modehandel

Künstliche Intelligenz steckt hinter vielen modernen Geschäftsprozessen: Online-Verfügbarkeitsabfrage, Mobile Payment, personalisiertes Marketing, automatisierte Bestandsverwaltung, Smart Mirrors etc. Generative KI geht jedoch einen Schritt weiter: Sie kann selbst neue Inhalte in Form von Text, Bildern oder Audio generieren und unterscheidet sich somit von den uns bekannten Suchmaschinen. Derzeit macht vor allem ChatGPT von sich reden. Dabei handelt es sich um den (sehr guten) Prototyp eines Chatbots, eines textbasierten Dialogsystems, der auf maschinellem Lernen beruht. Hier ein Beispiel.

Ich habe ChatGPT schriftlich gefragt: «Glaubst du, dass Du Kund:innen im Textilhandel gut beraten kannst?»

Die Antwort: «Als künstliche Intelligenz, die auf der GPT-3.5-Architektur von OpenAI basiert, verfüge ich über ein breites Wissen zu vielen Themenbereichen, einschliesslich des Textilhandels. Ich kann Fragen zu Textilien, Modetrends und verschiedenen Materialien beantworten und kann auch Empfehlungen basierend auf spezifischen Anforderungen geben. Allerdings gibt es Grenzen bei meiner Fähigkeit, persönliche Erfahrungen oder Vorlieben von Kunden zu berücksichtigen. Als digitale Entität kann ich keine spezifischen Vorlieben oder Bedürfnisse wie ein menschlicher Verkäufer berücksichtigen. Insgesamt kann ich jedoch als eine Art «virtueller Assistent» zur Verfügung stehen und Antworten auf allgemeine Fragen und Empfehlungen basierend auf den von Ihnen bereitgestellten Informationen geben.»

Man kann erfreulicherweise feststellen, dass der Chatbot nicht an Selbstüberschätzung leidet und seine Grenzen kennt. Ob Künstliche Intelligenz jemals Verkaufskräfte aus Fleisch und Blut ersetzen kann, werden die kommenden Jahre zeigen.

05 Warum Top-Manager:innen immer wieder auf die Füße fallen

In den letzten Monaten wurde bekannt, dass die Textil-Einzelhandelskette Peek & Cloppenburg beim Amtsgericht in Düsseldorf einen Antrag auf ein Schutzschirmverfahren stellte. Die Begründung: Die Pandemiejahre hätten zu einem dreistelligen Millionenverlust geführt, auch habe die Online-Strategie nicht die erhofften Ergebnisse gebracht. Fast gleichzeitig wurde in den Medien mitgeteilt, dass der ehemalige Peek & Cloppenburg-Top-Manager Nicolay Merkt, dort Geschäftsführer des mittlerweile geschlossenen Online-shops Fashion ID, Chief Customer Officer bei der Galeria Karstadt Kaufhof GmbH wird. Nun ist ja hinlänglich bekannt, dass auch diese stark angeschlagen ist. Fragen Sie sich, wie es möglich ist, dass in den obersten Führungsebenen solche Wechsels möglich sind? Ich beobachte seit vielen Jahren mit grosser Sorge die Entwicklung, dass Netzwerke die stabilere Karriereleiter als belegbare Erfolge zu sein scheinen.

Vertriebs News WELT!

CEO André Maeder übernimmt weitere Warenhäuser

Neben seiner Position als CEO von The KaDeWe-Group wird er zusätzlich CEO der gesamten europäischen Signa Luxury Department Store Gruppe. Dazu gehören Warenhäuser wie Globus (Schweiz), Selfridges (Grossbritannien), De Bijenkorf (Niederlande), Brown Thomas Arnotts (Irland) und die KaDeWe Group (Deutschland).

Das Ziel sei ein weltweit führender Luxuskonzern, der innovativ das «Warenhaus von morgen definiert».

Im vergangenen Jahr habe ich am Round Table in Berlin mit André Maeder und anderen über Themen gesprochen, die den Retail bewegen: Gemeinsames Erleben, Nachhaltigkeit und Digitalisierung.

Roundtable mit André Maeder ansehen

