

Consulting News

Issue 33
September 2023

- 01 Editorial
- 02 Brauchen wir in der modernen Arbeitswelt noch Führungskräfte?
- 03 Achten Sie auf die Gesundheit Ihrer Mitarbeitenden?
- 04 Die Mehrheit von Konsument:innen nutzt Loyalty-Apps
- 05 Einladung zum Führungskräfteseminar «Mindstep»
- 06 Erleben Sie das «Festivalito di Tango»



«Sobald Du merkst, dass Du Dich im Kreis bewegst, ist es Zeit, aus der Reihe zu tanzen..»

01 Editorial

Die Modebranche sieht sich schon seit einiger Zeit mit grossen Herausforderungen konfrontiert. Expert:innen prognostizieren einen globalen Abschwung. Die gute Nachricht: Es gibt auch Bereiche, die weniger stark betroffen sind. Trotz unsicherer Wirtschaftslage und hoher Inflation bilden sich vor Luxus-Boutiquen lange Schlangen. Menschen sind bereit, hohe Summen für Luxusartikel auszugeben. Warum? Kund:innen in diesem Segment sind weniger von Krisen betroffen.

Andererseits führt die steigende Inflation dazu, dass Verbraucher:innen vermehrt auf preisgünstigere Marken oder Produkte setzen. Gleichzeitig kommen neue Player aus China auf den Markt und revolutionieren das mittlere Modesegment. Schnelle Mode, die in Echtzeit auf die Nachfragesignale in den sozialen Medien reagiert, erobert die Branche. Dabei scheint Nachhaltigkeit für den Moment in den Hintergrund zu geraten, obwohl es ein Long-term-Trend ist, wie Theresa Schleicher vom Zukunftsinstitut weiss.

Einige Impulse, wie Entscheider:innen in Unternehmen mit der Thematik umgehen können, gebe ich Ihnen auf LinkedIn.

Ihre Monique Fischer

Monique Fischer

02 Brauchen wir in der modernen Arbeitswelt noch Führungskräfte?

Die Coronapandemie hat viele traditionelle Vorstellungen über die Struktur von Arbeit auf den Kopf gestellt. Von Homeoffice-Tagen, Anwesenheitszeiten im Büro über Wochenarbeitsstunden bis zu neuen Wegen der Zusammenarbeit und zur Entscheidungsfindung – wir waren alle herausgefordert umzudenken. Die Diskussionen darüber, welche Arbeitsweisen und Strukturen gut für ein Unternehmen sind, sind jedoch geblieben. Im Kern geht es meist um zwei gegensätzliche Modelle: Hierarchie versus Holokratie. Ein bemerkenswerter Unterschied zwischen diesen beiden Haltungen ist das damit verbundene Führungsverständnis. Unternehmensführungen sollten die Vor- und Nachteile beider Modelle abwägen, wenn sie entscheiden, welches für ihr Unternehmen und ihre Mitarbeitenden am besten geeignet ist.

Jetzt Blogartikel lesen

03 Achten Sie auf die Gesundheit Ihrer Mitarbeitenden?

Unternehmen setzen immer kreativere Wellness-Programme am Arbeitsplatz um, da die Notwendigkeit, die körperliche und psychischen Gesundheit der Mitarbeitenden zu fördern, auf der Tagesordnung nach oben rückt. Fehlzeiten aufgrund von Krankheit kosten Unternehmen viel Geld und belasten diejenigen Kolleg:innen, die die Lücken füllen müssen, zusätzlich. Wirtschaftliche Turbulenzen und der Fachkräftemangel führen dazu, dass Unternehmen einiges bieten müssen, um Mitarbeitende zu halten und neue zu finden. Viele bieten inzwischen Standardprogramme an, beispielsweise den vergünstigten Zugang zu Fitnessstudios, das Sponsoring von Fahrrädern oder hausinterne Achtsamkeitskurse. Andere gehen einen Schritt weiter: Unternehmen wie PwC und LinkedIn schliessen ihre Büros für «Mental Health Days» und bieten ihren Mitarbeitenden somit Zeit zum Durchatmen. In Zeiten wirtschaftlicher Unsicherheit und steigender Preise sind besonders auch Ansätze interessant, die Mitarbeitende bei finanziellen, renten- oder investitionsbezogenen Entscheidungen unterstützen.

Was macht Ihr Unternehmen für die Gesundheit der Mitarbeitenden? Ich freue mich über den Austausch mit Ihnen.

Kontakt

04 Die Mehrheit von Konsument:innen nutzt Loyalty-Apps

80 Prozent der Konsument:innen nutzen unternehmenseigene oder unternehmensübergreifende Kundenbindungsprogramme. Zu diesen und weiteren Ergebnissen rund um Loyalty-Apps kommt das repräsentative Consumer Barometer des IFH KÖLN in Zusammenarbeit mit KPMG. Besonders beliebt sind Loyalty-Programme der Fast-Moving-Consumer-Goods-Branchen (FMCG) Lebensmittelhandel, Drogerie und Parfümerie. Dabei sind Vergünstigungen das wichtigste Kriterium für die Nutzung eines Kundenbindungsprogramms. Interessant: Im Bereich der Gebrauchsgüter (Fashion, DIY, Consumer Electronics) spielen Aspekte wie Kundenservice und Community eine wesentlich stärkere Rolle. Stephan Fetsch, EMA Head of Consumer Goods and Retail bei KPMG, bringt auf den Punkt, warum Loyalty-Programme für den Handel wichtig sind: «Im Zeitalter des kundenzentrierten Handels gelten zwei Grundsätze – erstens: kenne deine Kund:innen und zweitens: besitze die Datenhoheit über die Kundendaten. Direkte Interaktion und Kommunikation mit Kund:innen und das individuell optimierte Einkaufserlebnis werden ein unverzichtbarer Standard für nachhaltige Kundenbindung.»

05 Einladung zum Führungskräfteseminar «Mindstep»

Meine aussergewöhnlichen Führungstrainings basieren auf meiner grossen Leidenschaft: dem Tango Argentino. Für mich bedeutet «Mindstep» raus aus der Komfortzone – rein in eine erfolgreiche Zukunft. In einer Welt, in der Digitalisierung im Fokus steht, ist der persönliche Kontakt umso wichtiger. Ebenso ist der Aufbau verlässlicher Beziehungen eine unverzichtbare Voraussetzung für eine erfolgreiche Führung. Am Beispiel der Dynamik des Tango Argentinos zeige ich, welche Rolle Achtsamkeit, Aufmerksamkeit, Empathie, Dialogfähigkeit und Körpersprache bei der Führung spielen und wie ich Menschen auf dem Weg zum gemeinsamen Ziel mitnehmen kann. Das nächste Führungskräfteseminar findet am 04./05. Oktober in Cipressa, Italien, statt.

Mehr Informationen

06 Erleben Sie das «Festivalito di Tango»

Direkt im Anschluss lade ich Sie dort zum «Festivalito di Tango» ein. Hier möchte ich mit Tangofreundinnen und Tangofreunden aus der ganzen Welt meine Leidenschaft und Liebe teilen. Es wird gesagt, Cipressa, das zauberhafte Örtchen ganz im Westen des San-Lorenzo-Tals in Ligurien, sei eines der schönsten Dörfer Italiens. Hier finden Sie nicht nur italienische Kultur, wunderschöne Aussichten, Strand und Berge, sondern einen ganz besonderen Luxus: authentische Menschen, echte Begegnungen und tiefe Verbindungen. Auch wenn Sie nicht Tango tanzen, wird Sie die magische Atmosphäre bezaubern. In der Chiesa Fortezza di San Pietro in Lingueglietta, ein einzigartiges religiöses Denkmal aus dem 13. Jahrhundert, werden wir am 06./07. Oktober das Leben feiern.

Mehr Informationen

Vertriebs News
WELT!

Luxus-Marken im Aufwind

LVMH Moët Hennessy Louis Vuitton verzeichnete in der ersten Jahreshälfte 2023 einen Umsatz von 42,2 Milliarden Euro. Das entspricht einem Plus von 15 Prozent. Der Luxusgüteranbieter wird auch die Olympischen und Paralympischen Sommerspiele 2024 in Paris als Premiumpartner unterstützen. Der Luxusmode-Anbieter Hermès International verzeichnet in der ersten Hälfte des Geschäftsjahres 2023 ebenfalls kräftige Zuwächse beim Umsatz in Höhe von knapp 6,70 Milliarden Euro. Damit übertrifft er das entsprechende Vorjahresniveau um 25 Prozent.

Ausstellung in Zürich: Akris. Mode. selbstverständlich

Das Schweizer Modeunternehmen Akris pflegt eine Kultur des sinnlichen Minimalismus. Wegen seiner Materialien, Schnitte und Farben wirken selbst aussergewöhnliche Kreationen ganz «selbstverständlich». Das Museum für Gestaltung in Zürich präsentiert die Inspirationswelten des internationalen St. Galler Modehauses und die anspruchsvollen handwerklichen oder technischen Prozesse hinter den Kollektionen.

