

Consulting News

Issue 48

Dezember 2024

- 01 Editorial
- 02 TW-Summit 2024: Impulse und Learnings für die Zukunft
- 03 Attraktive Innenstädte: Wie vielseitige Nutzung und Pop-up-Stores den Wandel gestalten
- 04 Podcast „Familienunternehmen im Wandel“
- 05 Was erwarten Hyper-informed Consumers?
- 06 Der «Hidden»-Masterplan des Ruins
- 07 Erfolgsprinzip #12 Loslassen



«Die einzigen wirklichen Feinde des Menschen sind seine *negativen Gedanken*»

Albert Einstein

01 Editorial

Ich weiss, dass viele Händler:innen auch in diesem Jahr auf ein gutes Weihnachtsgeschäft hoffen. Und ich gehe davon aus, dass viele Konsument:innen gerade in schwierigen Zeiten nicht darauf verzichten werden, ihren Lieben mit schönen Geschenken eine Freude zu machen. Stellen Sie in den nächsten Wochen den Menschen und die menschliche Begegnung in den Mittelpunkt und nicht nur die Produkte. Versuchen Sie, möglichst nah an den Kundenbedürfnissen zu sein, zu verstehen, was Ihre Kund:innen wirklich brauchen – das sind vor allem immaterielle Dinge wie Zuwendung, Vertrauen, Verbundenheit und Gemeinsamkeit. Denn wenn Menschen sich verstanden und zugehörig fühlen, geben sie leichter und lieber Geld aus.

Ich wünsche Ihnen von Herzen ein erfolgreiches Weihnachtsgeschäft!

Ihre Monique Fischer

02 TW-Summit 2024: Impulse und Learnings für die Zukunft

Beim TW-Summit 2024 wurde klar: Erfolg braucht den Mut, weiterzugehen, und den Willen zur Veränderung. Der Mensch muss im Mittelpunkt stehen – auch in einer digitalisierten Welt. Ohne Differenzierung gibt es keine Zukunft, und die Krise ist längst Normalzustand. Inspiration für mich boten Sätze wie „You're remembered for the standards you break“ (Ruppert Bodmeier). Transformation, Kulturwandel und konsequentes Handeln sind der Schlüssel, um zukunftsfähig zu bleiben. Jetzt ist die Zeit, Innovation aktiv zu gestalten und Standards neu zu denken – vielleicht das Normal neu hinterfragt werden muss.

[Jetzt Beitrag lesen](#)

03 Attraktive Innenstädte: Wie vielseitige Nutzung und Pop-up-Stores den Wandel gestalten

Stadtzentren sind seit jeher Orte, die Identität und Gemeinschaft stiften. Sie vereinen eine Vielzahl an Funktionen, darunter wirtschaftliche, soziale, politische und kulturelle. Seit geraumer Zeit unterliegen sie jedoch einem Strukturwandel. Das hierzu viel diskutierte Thema der vielfältigeren Nutzungsmöglichkeiten hat einige interessante Ansätze hervorgebracht, die die Entwicklung der Innenstädte positiv beeinflussen können.

[Jetzt Blogartikel lesen](#)

04 Podcast „Familienunternehmen im Wandel“

Im Podcast «Familienunternehmen im Wandel» habe ich mit Monika Dammann und Franz Neumeyer über meine grosse Leidenschaft, den Tango Argentino, gesprochen und wie er die Grundlage für meine Führungs- und Verkaufstrainings bildet. Führung ist eine komplexe Disziplin, die sowohl auf der rationalen als auch auf der körperlichen und emotionalen Ebene betrachtet werden muss. Der Dialog, den Sie täglich mit Ihren Kund:innen führen, basiert auf Ihrer Empathie sowie auf Ihrer Fähigkeit, Ihren Kund:innen zuzuhören und auf sie einzugehen. Die Dynamik, die dabei entsteht, hat dieselbe Qualität wie die Dynamik im Tango. Nur wenn unsere nonverbalen Signale mit unseren Worten übereinstimmen, entsteht ein authentisches Bild, das Glaubwürdigkeit und Vertrauen schafft. Das ist gerade für Führungskräfte von grosser Bedeutung.

[Zum Podcast](#)

05 Was erwarten Hyper-informed Consumers?

Die «Hyperinformierten» haben in allen Bereichen sehr hohe Erwartungen. Das Preis-Leistungs-Verhältnis steht stark im Vordergrund, aber auch die Qualität wird umfassender betrachtet. Das Produkt muss zur Kommunikation und zur Unternehmensphilosophie passen. Werte wie Nachhaltigkeit, Transparenz und soziale Verantwortung spielen eine immer grössere Rolle. Die Konsument:innen erwarten, dass Unternehmen einhalten, was sie versprechen. Nicht zu vergessen: Heute ist alles überprüfbar, nichts bleibt verborgen. Wenn Markenwerte und Handeln übereinstimmen, entsteht ein echter Mehrwert. Übrigens finden sich hyperinformierte Konsumenten in allen Altersgruppen. In jüngeren Generationen wie den Millennials und der Generation Z, die mit digitalen Technologien aufgewachsen sind und einen leichteren Zugang zu Informationen haben, sind sie jedoch häufiger anzutreffen.

06 Der «Hidden»-Masterplan des Ruins

Werfen Sie Ihren Finanzplan über Bord! Warum sich mit langweiligen Zahlen abmühen? Nennen Sie die Mitarbeitenden in der Buchhaltung Erbsenzähler:innen und den CFO rückständig. Schliesslich werden die Einnahmen im nächsten Jahr durch Ihr geniales Wirken zehnfach so hoch. Lassen Sie Präsentationen mit fantastischen Umsatzkurven erstellen und präsentieren Sie diese vor Ihrem Aufsichtsrat mit grosser Selbstsicherheit und kumpelhafter Lässigkeit. Ignorieren Sie die Warnungen von langjährigen Mitarbeitenden, denn nun sind Sie ja da und zeigen allen, wie es geht! Profitabilität? Wer braucht schon gut funktionierende Kollektionssegmente, wenn Sie schnell expandieren können. Zerschlagen Sie sofort alle Showrooms, denn digital ist das neue Schwarz. Damit beweisen Sie, dass Sie die Zeichen der Zeit verstanden haben und kosten-effizient denken. Stellen Sie hochdotierte Manager:innen ein und kürzen Sie das Personal am POS, ohne darüber nachzudenken, wo das Geld wirklich verdient wird. Und natürlich: Greifen Sie zur Fremdfinanzierung. Schulden? Ein Detail, das Sie mit einem Lächeln übergehen können, denn Ihr Konzept wird erfolgreich sein, man muss nur fest daran glauben und nicht bei allem Neuen den Teufel an die Wand malen.

Nun aber ernsthaft: Für langfristigen Erfolg sind fundierte Finanzplanung und datenbasierte Entscheidungen unabdingbar. Eine gesunde Balance zwischen Wachstum und Risikomanagement sichert nachhaltigen Erfolg und schützt vor wirtschaftlichen Schwankungen. Dabei spielen die richtigen Menschen und die richtigen Produkte, die genau auf die Kundenbedürfnisse abgestimmt sind, eine entscheidende Rolle für einen nachhaltigen Erfolg.

07 Erfolgsprinzip #12 Loslassen

Wenn man keine gute Zukunft mehr sieht – für eine Arbeit, ein Projekt, eine Beziehung – muss man loslassen, auch wenn es schmerzhaft ist. Hier spielt Ehrlichkeit zu sich selbst eine wichtige Rolle, zu erkennen, wann der Preis zu hoch ist, gut nachzuspüren und auf sein Innerstes zu hören. Sonst riskieren wir unsere Energie und Schaffenskraft, unsere Gesundheit und Lebensglück. Deshalb stelle ich mir immer wieder die Fragen: «Geht es mir gut in meinem Leben? Was kann ich ändern? Kann ich überhaupt etwas ändern oder muss ich loslassen?»

[Meine Philosophie](#)

Vertriebs News WELT!

Temu: Europäische Kommission leitet Verfahren ein

Die Europäische Kommission verdächtigt den chinesischen Online-Markt Temu gegen EU-Recht zu verstossen. Das formale Verfahren soll prüfen, ob die Plattform etwa genug gegen den Verkauf illegaler Produkte vorgehe. Ausserdem wird die potenziell süchtig machende Gestaltung des Dienstes untersucht.

Sportswear: 100% biologisch und recycelt

Führende Marken aus dem Sportswear-Segment, darunter Puma, On, Patagonia, PVH und Salomon, haben gemeinsam das erste Kleidungsstück präsentiert, das vollständig aus Textilabfällen und mithilfe eines biologischen Recyclingprozesses hergestellt wurde.

