

Consulting News

Issue 53
Mai 2025

- 01** Editorial
- 02** Einzelhandel sieht Vorteile im Verkauf von pre-loved Produkten
- 03** 03 Impulse zur Steigerung des Customer Lifetime Value
- 04** Der Weg zur Führungskraft: Bleiben Sie authentisch und entwickeln Sie sich stets weiter
- 05** Der «Hidden»-Masterplan des Ruins: Umgeben Sie sich mit Mitarbeitenden, die weniger wissen als Sie!



Ginni Rometti

«Wachstum und Komfort können nicht koexistieren.»

01 Editorial

Das diesem Newsletter vorangestellte Zitat von Ginny Rometti, ehemalige Vorsitzende, Präsidentin und CEO von IBM, bedeutet mir sehr viel. Es könnte für meinen eigenen Weg nicht treffender sein. Weiterentwicklung erfordert Mut, Neugier und die Bereitschaft, sich neuen Herausforderungen zu stellen – auch wenn sie unbequem sind. Als ich mich vor einigen Jahren entschied, mich selbstständig zu machen oder erst kürzlich den Schritt zur zertifizierten Aufsichtsrätin wagte, war das alles andere als bequem. Neue Verantwortung, anspruchsvolle Lerninhalte und der Austausch mit erfahrenen Expert:innen haben mich gefordert – aber ebenso wachsen lassen. Heute weiss ich: Wer sich in der Komfortzone einrichtet, bleibt stehen. Ich bin stolz auf meinen Weg und freue mich darauf, mit meinem Wissen und meiner Erfahrung Unternehmen strategisch zu begleiten und mitzugestalten.

Ihre Monique Fischer

02 Einzelhandel sieht Vorteile im Verkauf von pre-loved Produkten

Das zeigt eine Umfrage des IFH Köln unter Einzelhändler:innen. Fast die Hälfte stimmt zu, dass die Ware dadurch günstiger angeboten werden kann und neue Umsatzpotenziale entstehen (43 Prozent). Darüber hinaus werden Differenzierungspotenziale durch den Verkauf gesehen. So kann das Angebot von gebrauchten bzw. wiederaufbereiteten Produkten Händler:innen dabei unterstützen, sich von anderen abzuheben und somit einen Wettbewerbsvorteil zu erzielen. Wie stehen Sie dazu?

[Kontakt](#)

03 Impulse zur Steigerung des Customer Lifetime Value

Wir leben in einer datengetriebenen Zeit, in der Marketingfachleute von E-Mails und sozialen Medien bis hin zu Website-Besuchen und Kaufabschlüssen fast alles verfolgen können. Diese Daten liefern wertvolle Informationen über Kund:innen. Sie geben detaillierte Einblicke in die einzelnen Kontaktpunkte der Customer Journey vom Anfang bis zum Ende. Darüber hinaus ist es möglich, den Gesamtwert einzelner Kund:innen zu messen, den sogenannten Customer Lifetime Value (CLV). Er beschreibt den Gesamtwert, den eine Kundin oder ein Kunde dem Einzelhandel während der gesamten Geschäftsbeziehung mit dem Unternehmen bringt. Der CLV ist ein langfristiger Indikator für die Gesundheit eines Unternehmens.

[Mehr lesen](#)

04 Der Weg zur Führungskraft: Bleiben Sie authentisch und entwickeln Sie sich stets weiter

Als echte:r Leader:in sind Sie authentisch und geben sich selbst und Ihren Mitarbeitenden die Möglichkeit, zu wachsen und sich weiterzuentwickeln.

[Meine Führungstrainings](#)

05 Der «Hidden»-Masterplan des Ruins: Umgeben Sie sich mit Mitarbeitenden, die weniger wissen als Sie!

Sie haben gerne Ja-Sager:innen um sich? Klar, wer möchte das nicht? Widerspruch bremschliesslich nur Ihre Genialität. Aber echter Erfolg braucht wesentlich mehr. Er erfordert ein diverses Team mit verschiedenen Fachkompetenzen, kritischem Denken und Eigeninitiative. Statt Ja-Sager:innen brauchen Sie Menschen, die Herausforderungen annehmen, neue Perspektiven einbringen und gemeinsam innovative Lösungen entwickeln. Denn wahre Innovation entsteht nicht durch blinden Gehorsam, sondern durch den Austausch unterschiedlicher Talente!



Consulting News WORLD!

TikTok nun auch in Deutschland online

Mit wenigen Klicks können Nutzer:innen Produkte, die sie in Videos und Live Streams sehen, direkt in der App kaufen. Aus Jugend- und Datenschutzgründen steht der Shop nur Käufer:innen ab 18 Jahren zur Verfügung.

Kein Frühling ohne Retro-Sneaker

In der Saison Frühling/Sommer 2025 gehören Sneaker unbedingt dazu. Während der Fashion Week zeigten sich viele Modeikonen in den lässigen Schuhen. Besonders angesagt: Kreationen aus Wildleder, ob von klassischen Labels wie Adidas oder in exklusiven Designer-Versionen.