

Bernds Tipps für den Ladenalltag

Jeden Montag können Sie auf biohandel-online.de und bio-markt.info einen Wochentipp von Ladenberater Bernd Schübler lesen. Wir haben hier eine kleine Auswahl dieser praktischen Ratschläge zusammengestellt. Alle bislang erschienenen Tipps finden Sie online.



Bernds Wochentipp ... für den Einzelhandel

1. Tipp Direkte Aufforderung



Stille Verkostungsstände sind eine ideale Möglichkeit um Kunden Produkte vorzustellen. Nach meiner Erfahrung ist es dabei sinnvoll, am Verkostungsstand eine direkte Aufforderung zu kommunizieren.

Der Teller mit den Keksen oder Käsewürfeln ist schon mal gut. Ideal auch, wenn ein Spuckschutz darüber ist, zum Beispiel in Form einer aufklappbaren Halbkugel aus Plexiglas. Fast jeder Kunde weiß: Hier darf er probieren. Ganz perfekt ist, wenn eine direkte Aufforderung dabei steht wie „Bitte probieren Sie!“ Auch wenn Sie Proben auslegen, zum Beispiel

an der Kasse, ist es sinnvoll, einen Hinweis dazuzuschreiben, der etwa so lauten kann: „Gratis-Proben Senf und Ketchup von *Byodo* zum Mitnehmen und Testen“. Sonst fragt mancher Kunde rein anstandshalber dann doch nochmal, ob er sich was nehmen darf. Und schon muss er um etwas bitten. Durch das Schild bekommt er es bedingungslos ohne jegliche Frage.

Und wie schützt man sich vor den Leuten, welche dann gleich alles mitnehmen? Nun, man muss den Korb mit den Probchen ja nicht zu voll machen. Und bei den Verkostungsständen: Da muss man einfach damit leben, dass die manchmal von Kunden komplett leergefüttert werden. Auf alle Fälle ist sowas ein klarer Beleg dafür, dass die Sachen schmecken!

2. Tipp Kritik auf Google



Neulich habe ich einen Bioladen beraten, der bis dahin genau eine Bewertung auf *Google* bekommen hatte. Und diese war negativ. Und zwar so richtig. Das Personal dort hätte keine Ahnung und die angebotenen Produkte seien fragwürdig. Was kann man da tun? Drei Tipps:

- Wenn Sie wissen oder durch Recherche herausfinden, wer die Bewertung geschrieben hat, kann eine direkte Kontaktaufnahme die Lösung sein.
- Sie können, sofern Sie einen offiziell registrierten *Google*-Eintrag haben (und dieser ist jedem lokalen Laden zu empfehlen), eine offizielle Antwort unter die Bewertung schreiben.
- Fragen Sie Ihnen bekannte Kunden und Freunde, welche bei Ihnen einkaufen, ob diese eine Bewertung für Ihren Biomarkt auf *Google* abgeben würden. In der Masse der positiven geht die negative dann unter und wirkt weniger glaubwürdig.

Als letzter Schritt bleibt auch das rechtliche Vorgehen oder ein schriftlicher Lösungsantrag direkt an *Google*. Ich habe für meine Kunden immer mit 1. bis 3. eine gute Lösung hinbekommen. Anfangs erwähnter Biomarkt hat mittlerweile übrigens rund 20 gute bis sehr gute Bewertungen. Und weiterhin die eine schlechte. Er hat damit bei *Google* – für alle die dort in der Gegend einen Bioladen im Internet suchen sofort sichtbar – die höchste Anzahl von Sternen. Eine Rundmail des Ladners an diejenigen Freunde, die in seinem Laden einkaufen, brachte die schnelle und einfache Lösung.

3. Tipp Alle sehen gleich aus

Wenn ich in einem Bioladen etwas fragen möchte, ist die Frage manchmal erst eine andere: Wer von den Leuten, die hier rumlaufen, ist Kunde, wer ist Mitarbeiter? Dabei gäb's ganz einfache Erkennungszeichen:

- Namensschilder – auch wenn das Personal Privatkleidung trägt, ist es damit als solches zu erkennen.

- Einheitliche Arbeitskleidung kann je nach Art des Ladens sinnvoll sein. Ob das Schürzen, Shirts, Polohemden oder was anderes sind, muss man im Einzelfall sehen. Manche Läden bieten ihren Mitarbeitern auch spezielle warme Westen für die kältere Jahreszeit an, sehr praktisch auch wenn im kühlen Keller was zu erledigen ist. Arbeitskleidung ist jedenfalls hygienischer als der private Pulli. Zudem wird die Marke des Biomarktes durch die Aufnäher oder Aufdrucke dadurch im Laden besser wahrnehmbar. Und das Ganze wirkt auch schlichtweg professioneller. Als gut hat sich übrigens herausgestellt, wenn Läden trotz einheitlicher Kleidung dem Personal Freiheiten lassen. Mancher ist eher eine Frostbeule, dem kann man statt dem kurzen Polo-Shirt ein langes Sweatshirt zur Verfügung stellen. Mancher trägt gern eine Schürze, ein anderer weniger gern – für Arbeitsplätze außerhalb der Theke braucht es die ja auch nicht.

Wenn Mitarbeiter sich mit ihren individuellen Bedürfnissen vom Chef gesehen fühlen, steigert dies deren Zufriedenheit. Die Arbeit macht ihnen mehr Spaß, die Identifikation mit dem Laden steigt und die Umsätze meist auch. Und genau das wollen wir ja!

4. Tipp Die Hängematte



„Wir sollten unbedingt noch einige Marketingaktionen machen.“ Das war die einhellige Meinung in der Besprechung mit der Marktleitung. Vorgeschlagen wurden zum Beispiel Werbeanzeigen. Zwei Stück kosten in der ört-

lichen Zeitung, jeweils eine achtel Seite, insgesamt circa 600 Euro.

Doch ich bin in einem solchen Zusammenhang kein Freund von normalen Werbeanzeigen und zeigte mich skeptisch. Aber nur skeptisch sein, ist halt auch nicht der Job eines Marketingmenschen. Und so musste eine andere Idee her. Gut, viele Ideen waren in dem Laden schon verwirklicht. Aber an einem hakte es noch: Ich fand, so richtig rundum wohl fühlen taten sich die Kunden noch nicht. Zumindest nicht so extra gut wohl fühlen. Aber das wollte ich. Und so dachte ich mir: Wohl fühlen – ja, warum hängen wir nicht einfach eine Hängematte vor dem Laden auf? Gesagt, getan. Statt einer Hängematte wurde es ein Hängesitz. Sogar mit Stoff aus Bio-Baumwolle und der Hängesitzständer aus wunderbarer FSC-zertifizierter wetterfester Lärche.

Gekostet hat das gute Stück ungefähr so viel wie die Zeitungsanzeigen an Marketingbudget beansprucht hätten. Nur mit dem Unterschied: Die Zeitungsanzeigen sind am Folgetag Altpapier und die Resonanz darauf ist meist verhalten. Der Hängesitz ist hingegen jetzt Blickfang im Eingangsbereich. Und wenn sich grad mal keine Kinder von Kunden reingelümmelt haben, sitzt immer mal wieder eine Mitarbeiterin oder ein Mitarbeiter des Ladens drin und verbringt dort mit einem guten Kaffee sein Päschen.

5. Tipp Kleine Geschenke

Soll man als Biomarkt ein Bonussystem einführen? Also nach dem Motto: Lieber Kunde, wenn Du viel bei mir einkaufst, bekommst Du einen Rabatt oder ein Geschenk. Manche Filialisten machen dies durchaus mit Erfolg. Doch heute möchte ich über etwas anderes schreiben: das bedingungslose Schenken. Meine Erfahrung ist, dass besonders das bedingungslose Schenken gut bei Kunden ankommt. Bei einem Biomarkt habe ich kürzlich hinter der Kasse einen kleinen Tisch mit einem Schild „Gratis-Produktproben. Testen Sie!“ aufgestellt. Es ist auch ein Signal dem Kunden gegenüber, dass man ihm vertraut. Damit, dass dabei trotzdem manchmal ein Kunde gut zugreift, muss man leben. Für mich ist das auch in Ordnung. Denn manchmal sind die gierigsten Kunden genau die, welche gut

Geld im Laden lassen. Auch das Verschenken von abgelaufener noch einwandfreier MHD-Ware kann gut ankommen und sendet dem Kunden gleichzeitig das Signal, dass der Laden sich gegen Lebensmittelverschwendung engagiert. Wenn ein Kunde mal eine Handcreme sucht und sich unsicher ist, welche er nehmen soll, kann man ihm individuell eine Kleingröße schenken. Und Kinder bekommen an der Kasse einen Apfel geschenkt, usw. Kostet alles ein paar Euro, doch es erhöht die Kundenbindung. Und es ist etwas, das der konventionelle Mitbewerber meist nicht kann.

6. Tipp Vorverpackt



Es ist ja so eine Sache mit den Plastikverpackungen. Fragt man Kunden, ob sie das gut finden, sagen fast alle nein. Doch die Wenigsten von ihnen bringen Mehrwegbehältnisse mit oder kaufen im Laden welche. Einkaufen soll einfach sein. Und das zeigt sich auch in vielen Läden: Wenn man Ware vorverpackt, kann dies durchaus den Umsatz steigern – sogar wenn es Plastik ist.

Dazu drei Tipps:

- Kartoffeln sollten nicht nur offen, sondern immer auch in Kraftpapiersäcken zu 2,5 kg und vielleicht auch zu 5 kg angeboten werden. Der Einkauf geht dann schneller und die Hände bleiben sauber.
- Gemüsesorten wie Spinat kann man gut in Tüten vorverpacken. Daneben sollte es selbstverständlich auch losen Spinat geben.
- Kräuter können gut in Folie angeboten werden. So kann man sie auch prima zu Hause im Kühlschrank aufbewahren. Sie bleiben meist frischer, als wenn man sie in Wasser stellt. Das kann man als Laden auch so kommunizieren. Wenn Kunden die Tüte nicht mitnehmen möchten, kann der Laden sie wiederverwenden.