



Bernd Schüßler
Unternehmensberater,
Freiburg

BERNDS WOCHENTIPPS

3 Praktische Ideen für den Ladenalltag

Sich klar positionieren und dabei immer den Kunden im Blick haben – Ratschläge vom Ladenberater.

Fridays For Future

Es kann sich für Sie lohnen, wenn Sie bei der nächsten Demo von *Fridays For Future* eine kostenlose Stärkung für die jungen Aktivisten anbieten. Neulich war hier vor einem Biomarkt ein Aufsteller mit großer Aufschrift „Eine kleine Stärkung für FFF!“. Und für alle, die das vielleicht nicht gleich kapiert haben, stand noch klein darunter: „Für Teilnehmer von Fridays For Future“. Dabei ein großer, prall gefüllter Korb mit knackigen Äpfeln und ein weiterer mit Möhren. Find ich eine gute Idee. Viele Bioläden unterstützen mittlerweile die FFF-Bewegung. Manche bauen auch kleine Gratis-Verpflegungsstationen an der Demostrecke auf oder liefern kostenfrei immer mal eine Kiste regionales Obst für die Treffen der lokalen FFF-Gruppe.

Und klar: Auf der gelieferten



ten Kiste oder an der Station sollte dann stehen, woher das Ganze kommt, zum Beispiel mit einem Spruch wie „Bio + Regional schmeckt! Viele Grüße vom *Bioladen Regenbogen*“.

Im Zweifel für den Kunden

Was kostet nun das Glas Kichererbsen? Am Regal stand 1,19 Euro, an der Kasse wurden dann 1,29 verlangt.



Solche Situationen gibt es immer mal wieder. Da wurde in der Kasse bereits ein Preis erhöht und vergessen das Regalschild zu wechseln. Und dem Kunden fällt es beim Bezahlen dann auf. Natürlich kann man sagen, dass man leider vergessen hat, das Schild am Regal zu tauschen und die Kichererbsen seit einiger Zeit 1,29 Euro kosten. Doch mal ganz abgesehen davon, was in solch einem Fall rechtlich gelten würde:

Natürlich sollte der Kunde hier dann den Regalpreis bekommen. Zumindest sofern dort nicht versehentlich 0,129 Euro stand.

Im Zweifel würde ich immer für den Kunden entscheiden. Eine nicht gestörte Kundenzufriedenheit ist mehr wert als zehn Cent.

Wasserspray

Ist das wirklich wahr? Es gibt jetzt Wasserspray zu kaufen? Ja – und zwar in Läden, die sich mit ihrem Naturkostsortiment, davon vieles von Bio-Anbauverbänden, als ach so umweltbewusst präsentieren.

Den Tipp bekam ich von einer Drogeriemarkt-Kundin, die dort dieses innovative Produkt gesehen hatte. Als ich davon erfuhr, kam mir eine spontane Idee. Wobei mir bewusst ist, dass die etwas gewagt ist. Schreiben möchte ich sie trotzdem.



Warum nicht einfach mal so ein sinnloses Produkt fotografieren und auf *Facebook* posten mit der Überschrift: „So einen Mist gibt es bei uns nicht!“ Ich denke dabei an einen Text in der Richtung, dass man als Biomarkt Bio nicht nur anbietet, um damit Geld zu verdienen und gleichzeitig jeden sonstigen Schrott ins Regal stellt, weil es potenzielle Kundschaft dafür gibt. Und dass man zum Beispiel auf diese und jene Punkte achtet: Obst und Gemüse, wann immer möglich, direkt aus der Region, Zusammenarbeit mit vielen lokalen kleinen Produzenten und so weiter. Weil man seinen Bioladen nicht nur gegründet hat, um damit Umsatz zu erzielen.

Positionierung und das Leben von Werten kann der Bioladen natürlich viel besser als der Anbieter, der eben doch nur „nebenbei“ ein paar Biosachen im Regal hat.

Warum nicht mal posten: „So einen Mist gibt es bei uns nicht!“