



Bernd Schüßler
Unternehmensberater,
Freiburg

BERNDS WOCHENTIPPS

Neue Ideen für den Ladenalltag

Bernd Schüßler über Datensicherheit, digitale To-Do-Listen, Kundenzufriedenheit und mehr Effizienz im Laden.

Sichern Sie Ihren Laden vor Datendiebstahl

Wahrscheinlich machen Sie regelmäßig Sicherheitskopien von Inhalt Ihres Computers haben einen guten Virens scanner und schützen Ihre Daten mit einem Passwortmanager. Nein? Dann ist dieser Tipp für Sie.

Sie sollten regelmäßig Sicherungskopien Ihrer gesamten Daten erstellen, von Dateien genauso wie von allen E-Mails. Ein sogenanntes „Backup“ Ihrer Daten funktioniert wunderbar mit einer externen Festplatte und entsprechender Software wie zum Beispiel *Paragon backup & recovery*. Lokal gespeicherte E-Mails lassen sich bei *Outlook* zum Beispiel über die Exportfunktion sichern.

Für tägliche Datensicherungen gibt es Synchronisationssoftware, die zum Beispiel mit einem USB-Stick im Computer verbunden ist. Das schützt nicht vor Diebstahl, wenn der Stick nicht jeden Abend mitgenommen wird, aber vor Datenverlust falls die Festplatte des Computers kaputt geht. Nutzen Sie außerdem einen guten Virens scanner. Und zu guter Letzt: Wenn Sie Passwörter auf dem Computer speichern, dann sorgen Sie dafür, dass

diese im Falle eines Hackerangriffs nur sehr schwer zu knacken sind. Bei einem guten Passwortmanager, der wiederum mit einem nicht leicht zu entschlüsselnden Masterkennwort gesichert ist, dürften viele Hacker zweifeln feststellen, dass sie doch nicht an die begehrten Codes kommen.



Wie Sie Ihre To-Dos effizienter managen

Da sollte man bei Gelegenheit noch dieses und jenes erledigen. Also schreibt man sich einen Zettel. Schnell sind dann mal zehn oder gar noch mehr To-Do-Zettel auf dem Schreibtisch.

Dabei geht es auch ganz einfach ohne die vielen Zettel, indem man sich die Aufgaben

am Computer notiert. So mache ich es mittlerweile freiberuflich. Und in meiner Eigenschaft als Geschäftsführer der *Gesellschaft für Bio-Marktentwicklung* benutzen wir im Team mittlerweile gemeinsame To-Do-Listen. Technisch gibt es dafür verschiedene Möglichkeiten. Hier einige Beispiele:

- To-Dos im E-Mail-Programm *Microsoft Outlook* als (ggf. wiederkehrende) Aufgabe anlegen
- In *Google Drive* ein gemeinsames Dokument stellen, etwa eine Excel-Liste, in dem verschiedene Team-Mitglieder gleichzeitig To-Dos ergänzen, ändern und löschen können.
- Mit *Microsoft To Do* (ebenfalls kostenfrei) können Aufgaben unter anderem notiert und geteilt werden.

Alle Tools sind plattformunabhängig. Das bedeutet: Wenn ich etwas auf dem Handy notiert habe, kann ich es am PC weiterbearbeiten. Zettel schreibe ich mir nach wie vor, manchmal unterwegs, wenn mir was einfällt. Wobei ich auch hier zunehmend aufs Elektronische ausweiche, indem ich *Microsoft OneNote* nutze.

To-Do-Listen lassen sich sehr gut auch ohne Zettel erstellen.

Einkaufsstätte mit dem höchsten Nutzen

Wo Menschen bevorzugt einkaufen, lässt sich mit einem Satz zusammenfassen: In der Einkaufsstätte, die ihnen den höchsten Nutzen bietet. Das ist fast immer die Summe vieler Details.

Früher war es ja so: Wenn man Bio wollte, zumindest einigermaßen Auswahl, musste man in den Bioläden. Heute geht das ebenso in Supermärkten, Discountern, Drogerien und auf Wochenmärkten.

Deshalb möchte ich sieben Punkte mit Ihnen teilen, die nach meiner Erfahrung für den Erfolg vieler Bioläden mitentscheidend sind:

- Im Laden spüren die Kunden eine positive Atmosphäre. Das hat insbesondere mit dem Personal und der Ladengestaltung zu tun. Da geht man gerne hin.
- Produktqualität steht an erster Stelle.
- Kundenorientiertes aktuelles Sortiment: Es gibt immer mal Neuartikel und Kundenwünsche zur Produkteinlistung werden soweit möglich erfüllt.
- Die oder der Ladner/in hat einen Anspruch, möchte etwas bewirken, ohne zu missionieren. Es geht nicht vordringlich um Umsatz- und Gewinnmaximierung. Das spürt die Kundschaft und bringt Glaubwürdigkeit.
- Es wird an viele Details gedacht: das ist die genügend große Zahl an Einkaufskörben, ein guter Fahrradständer vor dem Laden, ein kundenorientiertes Verhalten bei Reklamationen, eine gute und zielgerichtete Onlinestrategie und manches mehr.
- Gemeinsam statt nur durch den Chef: Das Team bringt Ideen und Vorschläge ein. Nicht der Chef oder die Chefin

Übrigens: Frische Inspiration für Ihre Sortimentsgestaltung bekommen Sie einmal monatlich mit dem Bio-Handel Newsletter „Marktplatz“. Jetzt anmelden!

www.biohandel.de

sind die einzigen Impulsgeber, sondern es ist das ganze Ladenteam. Die Bedürfnisse von Mitarbeitenden werden dabei Ernst genommen.

- Kaufmännisches wird beachtet: Bei allem Engagement und Anspruch werden Kalkulation, BWA-Auswertung und manch anderes nicht vernachlässigt.

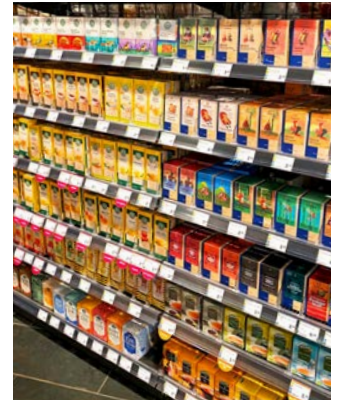
Die Liste ist nicht abschließend und die Reihenfolge stellt keine Rangfolge dar.

Auf die Platzierung kommt es an

Category Management zahlt sich aus. Ein Beispiel:

Als ich vor längerem mal in einen kleinen Bioladen in die Süßwarenecke ging, fiel mir als allererstes eine Schokolade ins Auge: super Design, offensichtlich äußerst hochwertig. Doch 4,99 Euro die Tafel. Und als zweites und drittes fielen mir weitere Schokoladen auf, ungefähr zum selben Preis. Okay, damit wird vielleicht der Absatz dieser Hochpreisschokoladen besonders angekurbelt. Doch für (Neu-)Kunden, die nicht ganz bewusst hochpreisige Feinkost suchen, dürfte der Eindruck erstmal sein: teuer hier. Dazu kommt: Der Bioladen, um den es hier geht, hatte keine ausgesprochene Feinkost-Positionierung. Es war eher der kleine Bioladen um die Ecke, der mich unter anderem kontaktierte, weil er seine Umsätze etwas ankurbeln wollte.

Nachdem ich mir dann auch das Teeregal angeschaut hatte, in dem alle Pfefferminztees nebeneinanderstanden, alle Schwarztees ebenso und es so ein sehr bunt gemischtes Regal war, war die Diagnose klar: Hier sollte mal Category Management (CM) betrieben werden. Auch für die kleineren Ladentypen bis



hin zum Hofladen macht es Sinn, das eigene Sortiment und dessen Präsentation einmal einer gründlichen Analyse zu unterziehen.

Man hört hierzu vereinzelt: Alle Regale zu analysieren, alle Produkte umzuräumen, ein- und auslisten - diese Zeit habe man gar nicht im Ladenalltag. Nun, man kann ja erstmal klein anfangen, zum Beispiel mit dem Teeregal. Unterm Strich kann man durch CM sogar Zeit sparen, da Lis- tungsentscheidungen auf Basis fundierter Marktzahlen getroffen werden können und weil Kunden Produkte leichter finden. Viele Biogroßhändler haben hierfür Spezialisten, die auf Anfrage oft auch kleinere Läden unterstützen. Oder man wendet sich an einen auf diesen Bereich spezialisierten Dienstleister.

Im oben erwähnten Bioladen hatte sich der Teeabsatz nach Durchführung eines vom Großhändler unterstützten CM einfach so um rund zehn Prozent erhöht. Ohne dass dafür die Regalfläche erweitert wurde. Als nächstes soll die Schoko-Ecke drankommen. ◀

►► MEHR IM NETZ

Einen Wochentipp von Ladenberater Bernd Schübler lesen Sie jeden Montag auf www.biohandel.de