



UMSATZKILLER NUMMER 1 Weg mit dem Stress am POS!

Zwischen Entzücken und Entsetzen: Zu hoher Warendruck kann zu Entscheidungsdruck und damit zu Stress führen.

Die schlechte Nachricht: Durch den von ihm selbst verursachten Stress gehen dem Detailhandel Jahr für Jahr Millionen an Umsätzen verloren. Die gute Nachricht: Mit relativ einfachen konzeptionellen und organisatorischen Massnahmen lässt sich der Stress am POS weitgehend eindämmen. Auch Architekten und Ladenbauer können dazu einen wesentlichen Beitrag leisten.

Stress ist die physiologische Reaktion von Lebewesen auf negativ erlebte Reize bzw. Situationen (Stressoren) sowie die damit entstehenden psychologischen Belastungszustände, wie etwa Unruhe, Angst oder Aggressivität. Übermässige und dauerhafte Stressbelastung macht krank, bis hin zu Depressionen und Burn-out. Allerdings wird Stress von jedem Menschen anders empfunden. Was als Stress erlebt wird, hängt stark davon ab, wie der Einzelne eine herausfordernde Situation subjektiv wahrnimmt. Fest steht auf jeden Fall auch, dass alle Impulse beim Einkaufen bewusst oder unbewusst wahrgenommen werden. Werden sie als unangenehm und störend empfunden, so entsteht eine Kettenreaktion. Blutdruck, Blutzuckerspiegel, Muskeltonus sowie Herz- und Pulsfrequenz steigen an,

der entstehende Tunnelblick macht blind für noch so attraktiv inszenierte Warenbilder. Es erhöht sich sprunghaft die kritische Einstellung zu Geschäft, Angebot und Personal. Nicht selten kommt es zur «Flucht» aus dem betreffenden Laden, der dann dauerhaft gemieden wird. Stress im Laden kostet also kurzfristig Umsatz und langfristig auch Frequenz.

BEST OF STRESS AM POS

Ein beliebter, stressverursachender «Klassiker» ist die Warteschlange an der Kasse. Auch fehlende Orientierung oder die erfolglose Suche nach Abteilungen, Produkten, Personal oder Infrastruktureinrichtungen werden als Stress erlebt. Ein Überangebot an Ware («Gerümpeltotale») kann ebenso Druck ausüben wie ein auf-

dringliches Verkaufsgespräch. Die Liste der Stress-Verursacher am POS ist lang. Wir haben für Sie ein kleines «Best of Stress am POS» zusammengestellt und geben da und dort auch Tipps, wie man leicht Abhilfe schaffen kann:

ZU ENGE PARKPLÄTZE

Durch zu enge Kundenparkplätze – vornehmlich auch in Einkaufszentren – sind mit Sicherheit schon Millionenschäden verursacht worden. Der Kratzer am brandneuen Auto verursacht Stress pur und vermiest auch nachträglich noch ordentlich das Einkaufserlebnis. Solche Situationen werden in Zukunft vermieden, der Kunde bleibt weg. Die einfachste und auch wirtschaftlich sinnvolle Lösung sind ausreichend breite Parkplätze, denn wirkliche Engpässe sind bei kluger Planung selten. Ähnlich nervig sind generell fehlende Parkplätze oder die drohende Busse bei Zeitüberschreitung in gebührenpflichtigen Zonen. Deshalb sind ausreichend eigene und bequeme Parkplätze ein echter Umsatzbringer.

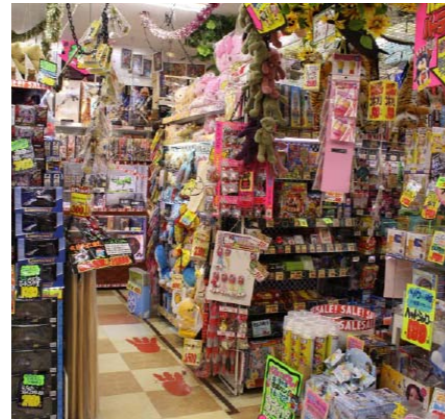
Die endlos scheinende, meist auch noch mehrspurige, Warteschlange an der Kasse



Im Alltag führt Stress zu innerer Unruhe bis hin zur Aggressivität.



Die Warteschlange an der Kasse ist der Klassiker unter den POS-Stressverursachern.



Chaotische Warenpräsentation ohne jede Orientierung fördert Stress.



Wohltuende Reklamationsbehandlung ist ein Schlüssel für nachhaltige Kundenbindung.



Komfortable Umkleidekabinen sind ein wirksames Konzept gegen den Stress am POS.



Üble Gerüche oder falsch dosierte Düfte sind am POS ein Stressförderer.

ist der Klassiker unter den Stressfaktoren am POS. Der im Sekundentakt zunehmende Ärger wird noch durch das subjektive Gefühl verstärkt, immer auf der langsamsten Spur zu sein. Längst ist die Warteschlange kein Privileg für Lebensmittel-Supermärkte, sie hat sich in allen Branchen und Betriebstypen mit Checkout-Kassen eingenistet. Abhilfe ist durch eine ausreichende Anzahl und eine frequenzabhängige Besetzung der Kassen relativ leicht zu schaffen. Ein sicht- bzw. hörbarer Hinweis,

dass ab einer definierten Anzahl an Wartenden eine weitere Kasse geöffnet wird, verschafft «Linderung» (es wirkt allerdings als Stress-Beschleuniger, wenn dieses Versprechend nicht eingelöst wird). Der Warteschlangenstress ist übrigens nicht auf die Kassenzonen beschränkt, er ist auch an Bedienungstheken und Servicepoints anzutreffen.

GERINGE ORIENTIERUNG

Wenn sich Kunden in einem Geschäft leicht zu rechtfinden, clever navigieren können, dann fühlen sie sich wohl. Es steigt die Verweildauer und in der Folge auch die Kaufquote und der Kassenbon. Fehlt die Orientierung und wird der Aufenthalt im Laden zur Rätsellallye, stellt sich schnell Frust ein. Auch bei schwer «lesbarer» Warenpräsentation. Übersichtliche, logische Sortimentsgliederung, klare Wegführung, ein gut visualisiertes Leitsystem, Blickachsen und Fascination-Points, emotional gestaltete «dritte Ebenen» sowie professionelles Visual Merchandising sind einfache Massnahmen zur Verbesserung der Orientierungsleistung.

PERSONALPROBLEME

Der durch das Personal im Handel verursachte Stress hat viele Facetten. Unfreundlichkeit, fehlendes Einfühlungsver-

mögen, Ungeduld und mangelnde Fachkenntnisse sind nur einige davon. Auch in diesem Fall ist Hilfe einfach: Durch entsprechende Personalauswahl, systematische Schulungen und vor allem durch die Vorbildwirkung von Inhaber und Führungskräften.

ENTSCHEIDUNGSDRUCK

Entscheidungsdruck beim Konsumenten stellt sich ein, wenn er in der Phase der Kaufentscheidung einen erhöhten mentalen Aufwand eingehen muss. Menschen lieben einfache Entscheidungen und meiden kognitive Anstrengung. Hervorgerufen wird ein solcher Entscheidungsdruck u. a. durch zu viel Ware im Regal, ein druckvolles bzw. schwer verständliches Verkaufsgespräch, unzulängliche Produktinformationen und ähnliches.

SCHLECHTE REKLAMATIONSBEHANDLUNG

Eine wohltuende Behandlung von Reklamationen ist für den Detailhändler eine riesige Chance, Kunden dauerhaft an sich zu binden. Ist das Gegenteil der Fall, macht in Zukunft der Mitbewerber das Geschäft. Und der sitzt nicht selten im Netz. Entsprechende Vorgaben durch Inhaber/Geschäftsleitung sowie Schulungen sind auch in diesem Fall notwendig.



Christian Binder und **Reinhard Peneder**. Der Ladenbau- und Retail-Experte Christian Binder ist geschäftsführender Gesellschafter von BINDER INTERIOR, einem Ladenbau- und Innenausbaubetrieb aus Zofingen. Er gilt als hervorragender Kenner der Schweizer und internationalen Detailhandelsszene und steht mit Rat und Tat für alle Ladenbau-Aufgaben zur Verfügung. Der Publizist und Buchautor Reinhard Peneder ist u.a. für retail branding als PR-Berater tätig.

FEHLENDE INFRASTRUKTUR

Ab einer gewissen Geschäftsgrösse erwarten Kunden eine entsprechende infrastrukturelle Ausstattung eines Ladens. Dazu gehören bequeme Aufstiegs-hilfen (Treppen, Rolltreppen, Lifte), saubere Kundentoiletten, Info-Points, einladende Ruhe-zonen, Café-Ecken mit Trinkwasserspendern, komfortable Umkleidekabinen und ähnliches.

UNKOMFORTABLE UMKLEIDEKABINEN

Zu kleine, schlecht ausgestattete und unhygienisch wirkende Probierräume (Umkleidekabinen) sind ein guter «Fluchtgrund». Ausreichende Grösse und attraktive Ausstattung sorgen dafür, dass sich Kunden verwöhnt fühlen und länger bleiben. Dazu gehören Sitzgelegenheit, Schuhlöffel, gute Beleuchtung, Spiegel innen und aussen, regelmässige Reinigung und gegebenenfalls Beduftung auch während der Geschäftszeiten.

Der Einsatz von aufeinander abgestimmten Instrumenten aus der Trickkiste des multisensorischen Marketing kann durchaus verkaufsfördernd sein. Stimmt die Dosierung nicht oder fehlt die Abstimmung, stellt sich der gegenteilige Effekt ein. Zu den Stressförderern zählen blendendes Licht, ein zu hoher Geräuschpegel, zu hohe oder zu niedrige Temperatur, übler Geruch und falsch dosierter Duft. Gerade Duftstoffe werden wegen des Gewöhnungseff-

ekts beim Personal häufig zu hoch dosiert.

MANGELNDE GRÖSSENVERFÜGBARKEIT

Vor allem im Modehandel, aber nicht nur hier, werden im Schaufenster in Form von kompletten Outfit-Vorschlägen oft «Versprechen» abgegeben, die dann im Laden nicht gehalten werden. Das erzeugt Frust pur. Eine der wesentlichen Ursachen dafür ist die mangelnde Verfügbarkeit der vorgeschlagenen Teile in den gängigen Grössen.

DIE SCHWACHSTELLEN IM EIGENEN LADEN

Nach diesen Vorschlägen zum Verursachen von Stress am POS ist der Ladeninhaber bzw. das Management am Zug, um etwaige Stress-Schwachstellen im eigenen Laden zu orten. Die Einbeziehung vom Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern wirkt dabei nicht nur motivierend, sondern bringt in subtiler Form auch etwaige Stress-Leiden des Personals ans Licht. Denkbar ist natürlich auch eine geschickt inszenierte Kundenbefragung. Wenn die Stressoren erst einmal enttarnt sind, dann können – wie bereits eingangs erwähnt – in vielen Fällen relativ einfache organisatorische Massnahmen Abhilfe schaffen. Die Profis von BINDER INTERIOR sind mit potenziellen Stress-Verursachern bestens vertraut und lassen dieses Wissen bereits in die Laden-

«Best of Stress»

- Parkplätze
- Warteschlangen
- Orientierungsleistung
- Personal
- Entscheidungsdruck
- Reklamationsbehandlung
- Infrastruktur
- Umkleidekabinen
- Geräuschpegel und Geruch
- Grössenverfügbarkeit

planung einfließen. Nachträgliche Optimierungen – etwa zur Verbesserung der Orientierungsleistung oder der Warenpräsentation – sind in der Regel ebenfalls ohne grossen Aufwand möglich.

Autoren: Christian Binder und Reinhard Peneder

www.ch-binder-ag.ch