

Verkaufsstrategien im Einzelhandel: Tante-Emma-Laden-Revival

4. April 2014

Konsumenten entdecken das Tante-Emma-Laden-Feeling

Eine aktuelle Studie der Wirtschaftsprüfungsgesellschaft KPMG „[Die Zukunft des Einkaufens](#)“ stellt 3 Trends vor:

1. **Erlebnisorientiertes Einkaufen.**

Ihre Kunden wünschen sich Happenings wie beispielsweise bei den Schweizer Wochen in einer schön hergerichteten Nische ein Käsefondue genießen zu können. Oder die neue Frühjahrskollektion auf einer Modenschau bewundern zu können.

2. **Cross-Selling** der anderen Art.

Ein Cafe im Buchladen, ein Restaurant im Geschäft oder das Bistro, in dem auch eingekauft werden kann.

3. **Tante-Emma-Laden-Revival.**

Der Einkauf um die Ecke im kleinen Laden. Oder in großen Einzelhandelsgeschäften eingerichtete nostalgische Tante-Emma-Läden sorgen für ein angenehmes Einkaufsambiente.



Verkaufsstrategie „Tante-Emma-Läden“ entwickeln – mehr als nur Dekoration: 3 Tipps

Tipp 1: Persönlicher Kontakt ist gewünscht

Das Tante-Emma-Laden-Revival darf nicht allein nur über die Ladengestaltung vollzogen werden. Doch gerade so mancher Supermarktriese versucht genau dies in seinen Filialen. Eine Tante-Emma-Laden-

Kopie ohne wirkliches Tante-Emma-Laden-Feeling.

Denn Tante-Emma-Läden zeichneten sich ja nicht allein dadurch aus, dass diese alles führten, in der Nähe des eigenen Wohnortes lagen, sondern gerade durch den persönlichen Kontakt. Über kurz oder lang war dies ein sozialer Treffpunkt, in dem sich die Menschen, die dort verkehrten kannten, miteinander sprachen und sich austauschten – und im Zentrum dieses Netzwerks befand sich der Inhaber des Tante-Emma-Ladens. Und dieser wusste über seinen Kunden Bescheid "Na, wie geht es der Oma`?" oder „Du hast jetzt einen Hund, nicht wahr. Wie heißt er denn?“

Diesen Fakt sollte jeder, der sich mit dem Gedanken trägt, einen Tante-Emma-Laden zu eröffnen, verinnerlichen und sich fragen: Sind Sie und Ihr Verkaufspersonal in der Lage, dieses Konzept zum Leben zu erwecken?

Tipp 2: Verkaufspersonal schulen

Das Verkaufspersonal, das in einem Tante-Emma-Laden eingesetzt wird, muss geschult werden. Nicht allein die Warekunde steht im Vordergrund, sondern der Kontakt zum Kunden. Die Verkaufsmitarbeiter müssen in der Lage sein, mit dem Kunden ins Gespräch zu kommen – und zwar über die Produktpalette hinaus. Die soziale Pflege ist gefordert, damit der Kunde sich heimisch fühlt und wiederkommt.

Tipp 3: Small-Talk als Gesprächseinstieg

Damit der Kontakt zum Kunden mühelos gelingt, sollte der [Small-Talk geübt](#) und gepflegt werden. Ein Small-Talk-Thema, das stets als Einstieg gelten mag, ist natürlich das Wetter. „Jetzt scheint ja endlich mal wieder die Sonne“ oder „Also heute morgen war es richtig kalt“ öffnen das Gespräch, das der Kunde aufgreifen mag oder nicht.

Je öfter der Kunde im Geschäft einkauft, umso mehr Gesprächsstoff entwickelt sich. Und mit der Zeit werden auch privatere Einzelheiten einfließen, die der Verkaufsmitarbeiter gerne beim nächsten Einkauf ansprechen darf. Oft reicht schon „Viele Grüße an Ihre Gattin. Ich hoffe, sie ist wieder gesund“, um das Persönliche im Verkaufskontakt anzusprechen – und so das wahre, echte Tante-Emma-Laden-Feeling entstehen zu lassen.