

SÜDKURIER Medienhaus -

URL:

<http://www.suedkurier.de/region/bodenseekreis-oberschwaben/markdorf/art372484,3645796,0>

Geht's „femininer“?

20.02.2009 00:00

Standortmarketing: Doderer bei den Händlern

Geht's ?femininer??



„Gruppe drei“-Geschäftsführer Alexander Doderer gab den Händlern Einblicke in Sachen Standortmarketing. Bild:Lang

Foto:

Markdorf (ala) Markdorf habe eine sehr gute Perspektive, um sich von den Nachbarstädten abzusetzen: Grundvoraussetzungen seien da, nur an Detailarbeit fehle es noch, lautete das Fazit von Professor Alexander Doderer. Rund 50 Händler zeigten sich bei der Zusammenkunft der Aktionsgemeinschaft am Mittwochabend interessiert, welche Zielsetzungen sich das Standortmarketing-Team um die beauftragte Agentur „Gruppe drei“ vorgenommen hat.

„Bevor wir unsere Arbeit aufgenommen haben, haben wir ein so genanntes Mystery Shopping durchgeführt, dessen Resultate uns vorliegen“, informierte Doderer. So haben Gruppe- Drei-Mitarbeiter inkognito in Markdorfer Geschäften eingekauft. Mit einer Checkliste ausgestattet, wurden die Händler getestet. Beurteilt wurden Innen- und Außendarstellung, ob der Service stimmt, die Präsentation der Produkte, die Schaufenster-Gestaltung oder auch das Angebot selbst. Insgesamt hätten die 21 geprüften Geschäfte einen Notendurchschnitt von 2,5 erreicht, so Doderer.

In ihrer Außendarstellung müsse die Gesamtstadt in Zukunft „femininer“ wirken, um langfristig Erfolg zu haben. Dabei verwies der „Gruppe- Drei“-Geschäftsführer auf „optische Störfaktoren“ wie Hausfassaden, an denen der Putz bröckelt oder deren Farbe verblasst ist. Auch leere Schaukästen seien ebenso wenig ein Blickfang wie vergilbte Hinweiszettel oder die mächtigen Betonblumenkübel der Stadt, die einem zeitgemäßen Erscheinungsbild nicht mehr entsprächen.

Anzeige:

„Es geht nicht darum, weitere Events zu schaffen oder viel Geld in die Hand zu nehmen. Es geht darum, an den Details zu arbeiten. Der Mensch nimmt seine Umwelt zu 90 Prozent optisch wahr und im Unterbewusstsein speichern sich auch viele Störfaktoren ab, die den Kunden entsprechende Signale geben“, erläuterte Doderer. Der Kunde zeige sich kauffreudiger, wenn das Ambiente stimme. Attraktive Straßenbilder würden den Appetit anregen. Die Außengestaltung einer Stadt sei daher sehr wichtig, Gebäude mit nicht ansehnlicher Außenfassade in einer 1a-Lage seien extrem störend, so Doderer. „Sie dürfen jetzt aber keine Engel erwarten, die ihnen ihre Arbeit abnehmen. Jetzt gilt es, dass wir alle die Ärmel nach oben krempeln und anzupacken beginnen“, regte der Marketingfachmann sein Publikum an.

Alle Rechte vorbehalten.

Copyright © 2008 SÜDKURIER GmbH Medienhaus - Alle Rechte vorbehalten.
Vervielfältigung nur mit schriftlicher Genehmigung durch das SÜDKURIER Medienhaus