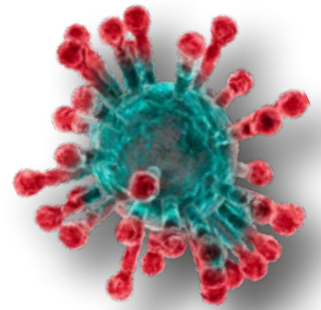




«Der vom Bundesrat angeordnete Lockdown und die Schliessung der stationären Geschäfte strapazierte das Nervenkostüm mehr als 60 Tage. Es ist jetzt an der Zeit, dem innovativen Unternehmer wieder das Zepter in die Hand zu geben, damit es nicht noch zu mehr unnötigen Geschäftsaufgaben kommt!», fordert Andreas Müller.

«Le verrouillage ordonné par le Conseil fédéral et la fermeture des papeteries ont mis les nerfs à rude épreuve pendant plus de 60 jours. Le moment est venu de remettre le sceptre dans les mains de l'entrepreneur innovant afin qu'il n'y ait plus de tâches commerciales inutiles», exige Andreas Müller.

Digitale Innovationen anstossen

«Die Post-Corona-Welt wird für den Unternehmer ohne Frage eine andere als die bisher erlebte sein: Die wirtschaftlichen und markttechnischen Rahmenbedingungen haben sich für unser Handelsgeschäft merklich und aller Voraussicht nach auch langfristig verändert, der Kunde mittleren oder gesetzten Alters hat in der aktuellen Coronakrise seine digitalen Einkaufserfahrungen gemacht und wird vielleicht seine bisher gelebten Einkaufspraktiken anpassen. Die Frage, die sich hier in diesem Zusammenhang aktuell stellt, drängt sich geradezu auf: Wird der Kunde in den nächsten Tagen die offenen Ladengeschäfte wieder aufsuchen? Und wenn ja, mit welcher Frequenz wird er dann seine Einkäufe tätigen? Und last, but not least kann in der Post-Corona-Welt mit berechtigten Überlegungen die Frage des zukünftigen Kundenfranken aufgeworfen werden!

Digitale Kundennähe

Die als Erfolgsfaktor im Handel oft zitierte Kundennähe hat in den vergangenen Tagen zudem eine andere Qualität angenommen als noch in der Geschäftswelt vor der Krise. Die intensive Kundenansprache und -pflege wird sicher, wie in der Vergangenheit eben intensiv gelebt, in einem sozialen Umfeld am besten gelingen und am nachhaltigsten sein, aber die Kundenerwartungen aller Alterssegmente werden sich diesbezüglich auch in digitalen Services und digitalen Informationsdiensten und damit eben in einer digitalen Kundennähe niederschlagen. Eine aktuelle Querschnittsanalyse der Händler- und Marktstrukturen zeigt

Déclencher les innovations numériques

«Le monde de l'après-Corona sera sans aucun doute différent pour l'entrepreneur de celui qu'il a connu jusqu'à présent: Les conditions économiques et de marché ont sensiblement changé pour notre commerce de détail et, selon toute probabilité, également à long terme. Les clients d'âge moyen ou intermédiaire ont fait leur expérience d'achat numérique dans le cadre de la crise actuelle de la couronne et adapteront peut-être leurs pratiques d'achat antérieures. La question qui se pose actuellement dans ce contexte est presque inévitable: les clients reviendront-ils dans les magasins ouverts dans les prochains jours? Et si oui, à quelle fréquence feront-ils leurs achats? Et enfin, la question du franc de vente peut être posée dans le monde de l'après-Corona avec des considérations justifiées!

La proximité numérique avec le client

La proximité avec le client, souvent citée comme un facteur de réussite dans le secteur du commerce de détail, a également pris ces derniers jours une autre dimension que dans le monde des affaires avant la crise. L'approche et le suivi intensifs des clients seront certainement les plus efficaces et les plus durables dans un environnement social, tel qu'il a été vécu intensivement par le passé, mais les attentes des clients de tous les groupes d'âge se refléteront également dans les services numériques et les services d'information numérique et donc dans la proximité numérique avec le client. Une analyse transversale actuelle des structures

unmissverständlich auf: Diese digitale Kundennähe will aber erst einmal aufgebaut sein und bedarf einem internen unternehmerischen Know-how mit entsprechender Priorisierung der notwendigen Ressourcen im Unternehmen und in unserer Branche. Ist für den ersten Teil dieser digitalen Kundennähe die Verantwortung zunächst einmal beim Unternehmer mit einem Handelsgeschäft selbst ausgelagert, ist in einem zweiten Schritt auch der Lieferant und der Produzent mit in die Verantwortung zu nehmen, wenn die digitale Branchenvernetzung als Basis für eine hier geforderte Kundennähe angesehen wird.

Unwägbarkeiten en masse

Zugegeben, der staatlich verordnete Lockdown kostete uns als Unternehmer in Zeiten höchster Unsicherheiten viele Nerven, eine ungeheure Portion unternehmerischer Einsatz und je nach Geschäftsmodell mit Saisonartikel um die 20% Jahresumsatz oder gar noch mehr. Die Post-Corona-Welt kann so als Unternehmer nur mit einem offenen Visier und mit einem Flug auf Sicht erobert werden. Zu komplex, zu vielschichtig und letztlich zu risikoreich werden in naher Zukunft in unserer Branche die Wirtschafts- und Handelstage sein. Alles hängt jetzt vom Kunden ab, und alles hat sich auf die umsatztreibende Kundenfrequenz zu fokussieren. Die nächsten Wochen werden also, so viel steht aber sicher fest, für die Unternehmer in unserer Branche weiterhin von vielen Unsicherheiten und Unplanbarkeiten; Ungewissheiten und Unwägbarkeiten gekennzeichnet sein. Als Unternehmer werden uns deshalb die anstehenden Berufsalltage vielleicht noch stärker fordern, als es die Krise bis heute selbst schon getan hat.

«Ich erwarte für die Post-Corona-Welt einen enormen Innovationsschub in den Bereichen der Digitalisierung, der Nutzung von Branchenplattformen und natürlich bei der digitalen Kundennähe!», sagt Andreas Müller, Präsident Swissavant, voraus.

Kreativ und innovativ

Das wirtschaftliche Handeln wird aber getrieben von dem unbändigen Willen der optimistischen Unternehmer und in dem Masse wie sich der Staat und die Politiker nach Beendigung der Notstandsphase mit den gesprochenen Hilfskrediten und verabschiedeten Unterstützungsprogrammen zurücknehmen (müssen), in dem Masse werden Unternehmer in unseren Branchen mit ihrem Innovationsgeist und Schaffenskraft die Dynamik des Handelsgeschäftes anstossen. Ein echter Neustart wird also erst dann gelingen, wenn der Staat und die Politiker sich vom Notstandsrecht verabschiedet haben und dem gewinnorientierten Handeln eine Chance einräumen. Wer also die Corona-Krise auch als unternehmerische Chance wahrnimmt und einen Innovationsschub für das eigene Unternehmen verordnet, wird auch morgen zu den Gewinnern in unserer Branche zählen.

In diesem Sinne wünsche ich allen Mitgliedern von Swissavant einen unwiderstehlichen Innovationsgeist und viele gute, kreative Ideen für das Handelsgeschäft in der Post-Corona-Welt, um vielleicht doch noch mit einem dynamischen Handelsgeschäft und analoger Kundennähe den einen oder anderen verlorenen Umsatzfranken im laufenden Jahr wieder einzufangen.

Aber das Allerwichtigste ist: Bleiben Sie fit, gesund und weiterhin in unserer Branche als Unternehmer ein unverbesserlicher Optimist!»

des concessionnaires et des marchés le montre clairement: cependant, cette proximité numérique avec le client doit d'abord être établie et nécessite un savoir-faire entrepreneurial interne avec une priorisation correspondante des ressources nécessaires dans l'entreprise et dans notre branche. Si la responsabilité de la première partie de cette proximité numérique avec le client est d'abord recherchée par l'entrepreneur ayant lui-même un commerce de détail, dans un deuxième temps, le fournisseur et le producteur doivent également être tenus pour responsables si la mise en réseau de la branche numérique est considérée comme la base de la proximité avec le client requise ici.

Impondérables en masse

Il est vrai que le verrouillage imposé par l'État nous a coûté, en tant qu'entrepreneurs, en période d'incertitude extrême, beaucoup de nerfs, un effort entrepreneurial énorme et, selon le modèle d'entreprise avec des articles saisonniers, environ 20% de ventes annuelles, voire plus. Le monde post-corona ne peut donc être conquis qu'en tant qu'entrepreneur avec une visière ouverte et un vol à vue. Dans un avenir proche, l'économie et le commerce de notre branche seront trop complexes, trop complexes et finalement trop risqués. Tout dépend maintenant du client, et tout doit être axé sur la fréquence de la clientèle, pour des chiffres de ventes réjouissants. Les prochaines semaines continueront donc, c'est certain, à être caractérisées par de nombreuses incertitudes et un manque de planification; des incertitudes et des impondérables pour les entrepreneurs de notre branche. En tant qu'entrepreneurs, la vie professionnelle quotidienne qui s'annonce va donc peut-être nous mettre encore plus au défi que la crise elle-même ne l'a déjà fait jusqu'à présent.

«Je m'attends à ce que le monde post-Corona connaisse une énorme poussée d'innovation dans les domaines de la numérisation, de l'utilisation des plateformes industrielles et, bien sûr, de la proximité numérique avec les clients», pense Andreas Müller, président de Swissavant.

Créative et innovante

Cependant, l'activité économique est animée par la volonté irrésistible d'entrepreneurs optimistes et dans la mesure où l'État et les hommes politiques (doivent) se retirer après la fin de la phase d'urgence avec les crédits d'aide prononcés et les programmes de soutien adoptés, dans la mesure où les entrepreneurs de nos secteurs avec leur esprit d'innovation et de créativité vont déclencher la dynamique de l'entreprise commerciale. Un véritable nouveau départ ne pourra donc réussir que lorsque l'État et les hommes politiques auront abandonné la loi d'urgence et donné une chance à l'action axée sur le profit. Ainsi, ceux qui voient également la crise de Corona comme une opportunité entrepreneuriale et qui prescrivent un coup de pouce à l'innovation pour leur propre entreprise seront également parmi les gagnants de notre branche demain.

Dans cette optique, je souhaite à tous les membres de Swissavant un esprit d'innovation irrésistible et de nombreuses bonnes idées créatives pour le commerce de détail dans le monde de l'après-Corona, afin qu'ils puissent peut-être encore récupérer un ou deux francs de chiffre d'affaires perdus dans l'année en cours grâce à un commerce de détail dynamique et à une proximité avec la clientèle analogique.

Mais le plus important est de rester en forme, en bonne santé et de continuer à être un incorrigible optimiste dans notre branche en tant qu'entrepreneur!»