

Fraport und Neumarktpassage 2005/2006

- o Storecheck
- o Centercheck
- o Stärken und Schwächen
- o Handlungsempfehlungen

Stärken	Schwächen
Künstliche Agglomeration	Entstandene Eigendynamik
Möglichkeiten	Hindernisse
Aufdecken von Fehlern Aufzeigen von Optimierungspotentialen	Der Einzelne Händler

Analyse der IST-Situation:

- o Swot - Analyse
- o Entwickelte Eigendynamik entspricht nicht mehr den Anforderungen des Centers
- o Unterschiedliche Umsatzentwicklungen
- o Sortimentsausweitungen
- o Bestehendes Shoplayout

Auftaktveranstaltung:

mit dem Trendworkshop „mehr Umsatz durch professionelle Warenpräsentation, Ladenbau und Visual Merchandising“:

- ⇒ Zur Sensibilisierung
- ⇒ Aufzeigen von allgemeinen Optimierungsfeldern
- ⇒ Zielsetzung des Centers und der Einzelhändler
- ⇒ mit ca. 50 Storechecks

Item	Beobachtung	Bemerkung	1	2	3	4	5
1	Eintrittsbereich des Centers Lassen Kunden durch?						
2	Waren im Aufstellbereich Kleinteile, die nicht zu passen						
3	Waren im Aufstellbereich Ladung nicht						
4	Waren im Aufstellbereich Anbau an die Schrankwand?						
5	Waren im Aufstellbereich Platzierung der Güter an						
6	Waren im Aufstellbereich Deckenabstände einhalten Kleinteile nicht einbauen!						
7	Waren im Aufstellbereich Kleinteile nicht einbauen Kleinteile nicht einbauen!						
8	Waren im Aufstellbereich Kleinteile nicht einbauen Kleinteile nicht einbauen!						
9	Waren im Aufstellbereich Kleinteile nicht einbauen Kleinteile nicht einbauen!						
10	Waren im Aufstellbereich Kleinteile nicht einbauen Kleinteile nicht einbauen!						

Durchführung Stores:

Jeweils 6 Einzelhändler werden pro Tag untersucht. Die Checkliste umfasst 11 Hauptitems mit 10 - 30 Einzelkriterien. Die Einzelhändler erhalten direkt vor Ort

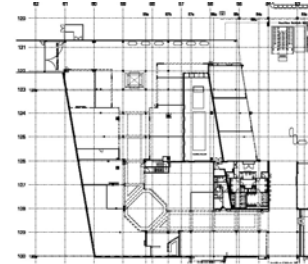
- ⇒ ein mündliches Feedback
- ⇒ und erste Handlungsempfehlungen, die schnell und kostengünstig umgesetzt werden können.



Durchführung Center:

Ausschlaggebende Items bei der Untersuchung des Centers sind u.a.

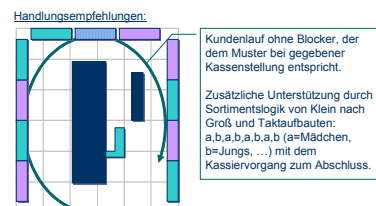
- ⇒ Verkehrswege
- ⇒ Serviceflächen
- ⇒ Atmosphärische Umfeldgestaltung
- ⇒ Navigation, Information und Inspiration
- ⇒ Shopanordnung auf Strecke



In einer Abschlussveranstaltung erhalten die Probanden die Ergebnisse (Stärken und Schwächen) und Handlungsempfehlungen detailliert in schriftlicher Form:

Storeergebnisse im Bereich Lichttechnik (Auszug):

- ⇒ Deutliche Aufwertung des Lichteinsatzes im Eingangsbereich mittels zusätzlicher Akzentbeleuchtung und einer aufgewerteten Grundbeleuchtung.
- ⇒ Aufarbeitung der gesamten Beleuchtungstechnik (Grund- und Akzentbeleuchtung sind falsch definiert).
- ⇒ Blendfreie und bessere Ausrichtung der Akzentbeleuchtung.



Storeergebnisse im Bereich Sortiment (Auszug):

- Zur Verbesserung der Kundensuchlogik:
- ⇒ Bessere Aufteilung der Sortimente.
- ⇒ Klare Größensortierung ausgehend vom Antritt von Klein nach Groß.
- ⇒ Jede Koje ein Größenlauf und ein Geschlecht.
- ⇒ Eine deutlichere Darstellung durch die Warenpräsentation im Verbund mit Spielwaren, sowie mit einer Markierung durch Bild und/ oder Schrift.