

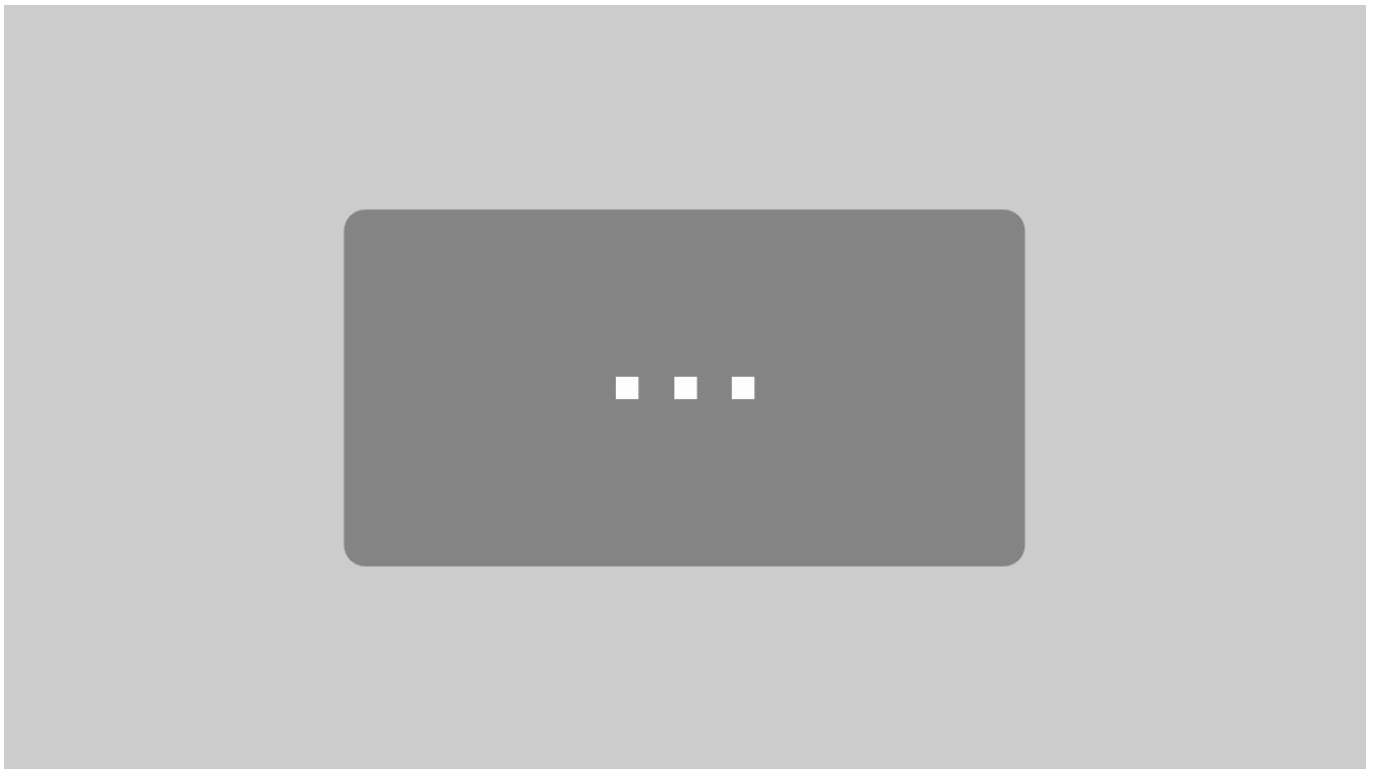


Im Fashionbereich steigt der Onlineanteil in jedem Jahr, mittlerweile wird jeder vierte Bekleidungs-Euro in einem Onlineshop ausgegeben. Um den Kunden stationär zu begeistern braucht es mehr denn je frische Ideen. Drei Schwestern haben ihre Schwesterherzen zusammengefasst und daraus ein interessantes Format entwickelt: Mein Kleiderzimmer.

Anlassbezogener Konsum im Mittelpunkt

Im September haben wir das Format in Bruchsal besucht. Erster Eindruck von außen: Auf der grünen Wiese in einem Konglomerat aus verschiedenen Fachmarktzentren findet man man den Store. Sofort fällt der Relaxbereich in der Mitte ins Auge: In einer Wohnzimmeratmosphäre findet der nichtkaufende Begleiter interessantes für die Kurzweiligkeit.

Die Schwestern Gaby, Sonja und Linda sind im Einzelhandel groß geworden. Früher als Vogt Mode und nun als Schwesterherzen umbenannt, liegen 5 Filialen in Süddeutschland in ihrer Verantwortung. Alle drei stehen regelmäßig im Verkauf um nahe bei ihren Kunden und ihren Bedürfnissen zu sein. Aus diesen Erfahrungen ist eine neue Idee entstanden: Mein Kleiderzimmer.



Mit dem Laden des Videos akzeptieren Sie die Datenschutzerklärung von YouTube.

[Mehr erfahren](#)

Video laden

YouTube immer entsperren

Curated Shopping zur Aktivierung

Mein Kleiderzimmer gibt es in zwei Varianten: Als separaten Raum oder im kompletten Laden. In beiden Kleiderzimmer-Varianten buchen die Kunden im Voraus einen Termin. Der separater Raum kann während und nach den Öffnungszeiten gebucht werden. Wenn kein separater Raum vorhanden ist, wird ein „Raum“ im Laden aufgebaut, um auch hier die Kleiderzimmer-Atmosphäre entstehen zu lassen. Diese Mein Kleiderzimmer-Variante kann nach den Öffnungszeiten reserviert werden. Neben verschiedenen Getränken, Sekt, Snacks und Häppchen erwartet jede Gruppe persönliche Beratung und ein individuelles Einkaufserlebnis. Die Umsätze im Kleiderzimmer sind individuell von jedem Geschäft abhängig. Eine Vorstellung über das Potenzial gibt der Wert „Artikel pro Kunde“. Im Kleiderzimmer liegt dieser bei durchschnittlich 6,5 Artikeln, die jedem Kunden verkauft werden. Ideal für Mädels-Abende oder Junggesellinnen-Abschiede.

Der Businessfokus liegt auf Kundenfokus

„Wir bieten den Kunden zwei unglaublich wichtige Faktoren: individuelle Modeberatung und Zeit mit ihren Freunden!“ berichtet uns Sonja, das mittlere der Schwesterherzen. „Beratung ist hierbei nicht nur ein „Füllwort“ um einen Werbetext zu schreiben, sondern Beratung heißt für uns, dass wir uns Zeit nehmen den Kunden kennenzulernen, seinen Alltag zu verstehen und somit erfahren, welche Kleidung wirklich zu seinen individuellen Bedürfnissen passt. Die Kundenbindung die wir dadurch aufbauen, ist deutlich stärker als wir es bisher kannten und führt zu nachhaltigen Umsätzen.

Der zweite Faktor ist Zeit. Die Zeit mit unseren Freunden ist heutzutage selten und wird von den Kunden als sehr wertvoll eingeschätzt. Die Kundinnen buchen deshalb teilweise Monate im Voraus ihren Kleiderzimmer-Termin.

Frühe Planung mach Wetter-unabhängig

Der Textilhandel ist sehr stark vom Wetter abhängig. Im Herbst 2018 mussten die Händler das wieder sehr deutlich spüren. Temperaturen bis zu 25 Grad verhinderten den Bedarf an Herbst-Winter-Ware. Das Kleiderzimmer konnte gerade in dieser Zeit seine Qualitäten

herausstellen. Im Vorfeld gebuchte Termine wurden wahrgenommen, denn schließlich haben sich alle Freundinnen den Termin frei gehalten. Diese festen Termine ermöglichen wetterunabhängige Umsätze - eine starke Waffe, die es im Einzelhandel so noch nicht gab.

Das Kleiderzimmer bietet viel „Gesprächsmöglichkeiten“ - mit den Kunden vor Ort, die Kunden untereinander und vor allem in der Werbung. Eine Werbung ohne Rabatte aber mit den richtigen Kontexten wie z.B. Service und Informationen ist für die Kunden interessant und weckt Aufmerksamkeit.

Mein Kleiderzimmer ist zudem ein Einzelhandelskonzept, dass bei jedem Einzelhändler individuell umgesetzt werden kann. Die Bausteine, Erfahrungen und die online Plattform dazu bieten die Schwesterherzen als Plattform-Paket komplett an. Mehr Informationen dazu finden sie [hier](#).