

Handlungsempfehlungen

aus dem Regionaltreffen „Weihnachtsgeschäft“

Zoom-Konferenz am 13. Oktober 2020

Referent: Christoph H. Honig, Beratung für den Buchhandel

Das Weihnachtsgeschäft macht rund 15 bis 20 Prozent des Jahresumsatzes einer Buchhandlung aus; Verlage planen Titel, Auflagen und ihr Marketing dementsprechend. Wie gelingt es uns in Zeiten der Pandemie die Kund*innen zu erreichen und den gewohnten Service zu bieten, vielleicht sogar mit überraschenden Aktionen zusätzliche Aufmerksamkeit zu generieren?

Auf einem virtuellen Regionaltreffen mit dem Buchhandelsberater Christoph H. Honig haben Buchhändler*innen Ideen gesammelt, die wir im Folgenden zusammenfassen. Alle Punkte sind als Tipps und Anregungen zu verstehen. Zusätzlich werden auf unserer Homepage die Ideen aus entsprechenden Veranstaltungen im ganzen Bundesgebiet zusammengetragen und regelmäßig ergänzt.

Service

Abhängig von Ihrer Leistungsfähigkeit und dem Bedürfnis Ihrer Kund*innen sollten Sie genau überlegen, was Sie anbieten:

- **Fragestellung:** Was lief im Lockdown gut und was kann ich davon im Weihnachtsgeschäft umsetzen?
- Alternative Bestellmöglichkeiten per Telefon, WhatsApp, Mail, Instagram, Facebook?
- (persönliche) **Lieferung;** überlegen Sie gut, ob Sie Verpackung, Lieferung und Rechnungstellung wie im Lockdown noch einmal leisten können. Sorgen Sie rechtzeitig für Verpackungsmaterial und ggf. personelle Unterstützung.
- Portofreie Lieferung ja oder nein? Ein Mittelweg kann ein Mindestbestellwert sein – 20 bis 50 EUR werden oft akzeptiert.
- Zusätzliche Einkaufszeiten/persönliche Einkaufszeiten außerhalb der **Öffnungszeiten**, entweder für eine definierte Gruppe (z.B. Familie) oder allgemein mit Voranmeldung und Garantie auf begrenzte Kund*innenzahl
Hinweis: Das Ladenöffnungsgesetz in Baden-Württemberg verbietet nur die Öffnung an Sonn- und Feiertagen und am 24. Dezember ab 14 Uhr.
- Stöberabende/Einschließabende (wieder) anbieten, entweder ohne Catering oder verpackte Lunchpakete
- Welche **Bezahlungsmöglichkeiten** bei Lieferung passen am besten zu Ihnen und Ihren Kund*innen
 - o Rechnung
 - o Vorkasse
 - o Kreditkarte
 - o paypal (Gebühren von 3 % können evtl. auf Kund*innen umgelegt werden)

Kommunikation

Egal für welche Services Sie sich entscheiden, reden Sie darüber – frühzeitig! Nutzen Sie alle Kanäle, Ihre Kund*innen darauf aufmerksam zu machen und schon jetzt in Weihnachtsstimmung zu bringen.

- Jetzt schon mit Weihnachtsware beginnen, evtl. im hinteren Bereich aufbauen, sukzessive nach vorne holen
- In jedem **Newsletter** auf Weihnachten hinweisen, die Angebote der Buchhandlung jetzt schon bewerben – nicht nur einzelne Buchtitel, vor allem die Services der Buchhandlung, Öffnungszeiten
- Alle Services jetzt schon anbieten, dann zeigen sich frühzeitig Schwachstellen **und Sie können diese korrigieren**
- Bestellzettel / **Weihnachtswunschlisten** jetzt schon auslegen, personalisiert mit Logo der Buchhandlung und allen Infos zu Öffnungszeiten, Services etc.
- Auf gute **Beschriftung** an den Regalen achten, damit Kund*innen sich schnell zurechtfinden
- Persönliche Empfehlungen der Mitarbeiter*innen auf Kärtchen oder am Regal sind erfolgversprechende kontaktlose Verkaufsgespräche; **Aber Achtung:** Ihre „Renner“ immer auf Lager haben und entsprechend gut platzieren!
- Überlastung auch der Barsortimente im Weihnachtsgeschäft beachten, also den Kund*innen nicht ungefragt die Lieferung am nächsten Tag versprechen. Oft ist das gar nicht nötig.
- Achten Sie auf Ihre **Erreichbarkeit** per Telefon, mindestens Anrufbeantworter, besser durchgehende Besetzung auch während der Mittagspause; evtl. Telefondienste wie z.B. <https://ccbuch.de/> (hier arbeiten Buchhändler*innen)
<http://www.telmando.de/inbound/telefonzentrale.html>
<https://alphatelemarketing.de/> (Frau Köppen)

Organisation

Machen Sie Ihren Laden für Kund*innen und Mitarbeiter*innen so corona-sicher wie möglich. Vermeiden Sie Schlangenbildung, erweitern Sie Ihren Laden, wo es geht, vereinfachen Sie Wege

- Mitarbeiter*innen gerade jetzt für **Hygienekonzept** (wieder) sensibilisieren: sich untereinander schützen, Maske auch tragen, wenn keine Kund*innen da sind, Abstand halten, wenn möglich, das Bewusstsein mit ins Privatleben nehmen
- Verkaufsräume – soweit noch nicht geschehen – mit Schutzmaßnahmen optimieren. Ggf. **Luftreiniger** einsetzen, z.B. <https://www.luftreinigerdepot.de/hepa-luftreiniger/luftreiniger-iqair-healthpro-250-ne-new-edition>
wichtig: der Einsatz eines Luftreinigers setzt die Abstandsregelungen nicht außer Kraft, sorgt aber für mehr Sicherheit für Sie und Ihre Mitarbeiter*innen. Achten Sie auf Lieferzeiten!
- Anträge zur Förderung von Schutzmaßnahmen im Laden im Rahmen von Neustart Kultur: <https://neustartkultur.de/z/massnahmen/>. Berücksichtigen Sie dabei, dass Anträge und deren Bearbeitung Zeit kosten. Der Zuschuss kommt eventuell spät auf Ihrem Konto an.
- Schützen Sie Ihre **Lieferkette**; prüfen Sie bei Bestellungen im Onlineshop vorab, ob Sie den Titel auf Lager haben und direkt ausliefern können. Viele Einzellieferungen bringen Ihr Barsortiment an die Grenzen und mindern Ihren Ertrag.
- Geben Sie Bestellungen mehrmals am Tag an das Barsortiment, nicht unbedingt einen großen Auftrag zum Bestellende

- Bauen Sie Ihre **Einpackstation** jetzt schon auf
 - möglichst entfernt vom Kassensbereich, damit die Wartenden sich nicht zu nahe kommen
 - gibt es leerstehende Ladenflächen (Eisdiele im Winterschlaf) die Sie günstig dazu mieten können?
 - kooperieren Sie mit benachbarten Läden oder über Gewerbeverein, Stadtmarketing und bieten Sie eine gemeinsame Einpackstation im Freien an.
- Bieten Sie eine getrennte **Abholstation** für Bestellungen; so halten Sie den Laden frei für Stöbernde und vermeiden Wartefrust
auch hier können Sie Möglichkeiten ausserhalb des Ladens nutzen.
- **Tipp:** Lassen Sie gerne einmal einen Corona ängstlichen Bekannten durch Ihren Laden laufen, um eventuell noch Schwachstellen in der Organisation festzustellen.
- Vielleicht lohnt sich für Sie ein **Abholautomat** außerhalb des Ladens; Kund*innen bezahlen vorher / auf Rechnung und erhalten eine PIN. Bei manchen Automaten kann man auch Bezahlung programmieren, das ist aber aufwändig.
Anbieter:
<http://medikamenten-abholbox.de/>
www.roesler-automaten.de

Virtuelle Unterstützung

- Optimieren Sie Ihren **Webauftritt**, so können Sie das fehlende Stöbern vielleicht ersetzen
- auf DSGVO-Vorschriften achten
- Änderung von Öffnungszeiten, Social Media Icons, Services der Buchhandlung auf der Homepage noch stärker herausstellen
- Attraktiv ist ein dreidimensionaler Spaziergang durch die Buchhandlung:
<https://naglschmid.de/buchhandlung/>
- Auftritt in **Social Media** lohnt sich, wenn man Spaß daran hat, nur aus „Pflichtgefühl“ merken die Kund*innen
- YouTube-Kanal führt zu besserem Google-Ranking der Buchhandlung
- Lesungen / Buchvorstellungen können gestreamt und/oder auf die Website und/oder jeweilige Plattform gestellt werden
- **Tipp:** wenn Veranstaltungsformate in der Buchhandlung üblicherweise mit Catering verbunden sind: Lunchpakete zum Abholen vorbereiten
- **wichtig:** Link im Newsletter nicht vergessen

Haben Sie weitere Fragen oder Anregungen? Kontaktieren Sie uns gerne. Auch Herr Honig steht gern für ausführliche Beratung zur Verfügung. Denken Sie dabei auch an den geförderten Betriebsberatungsdienst unseres Landesverbandes.

Ansprechpartner

Börsenverein des Deutschen Buchhandels,
Landesverband Baden-Württemberg e.V.
Reinhilde Rösch
Tel. 0711 61941-22
E-mail: roesch@buchhandelsverband.de

C. H. Honig, Beratung für den Buchhandel
E-Mail: c.honig@beratung-buchhandel.de
Web: www.beratung-buchhandel.de