

Commerce

Customer Experience steht im Mittelpunkt des luxemburgischen Einzelhandels

Bilanz und Rundtischgespräch der Luxembourg Confédération

Von Fernand Lachance
(Text & Foto)

Gesellschaftliche Veränderungen und technologischer Fortschritt stellen den Einzelhandel vor neuen Herausforderungen. Weil die sogenannte Customer Experience, zu Deutsch das Kundenerlebnis hierzulande im Mittelpunkt steht, kann die Luxemburger Geschäftswelt weiterhin auf eine gute Kundschaft zählen.

Allerdings darf sich der Handel nicht auf seinen Lorbeeren ausruhen. Wie es um das Kundenerlebnis heute steht, darüber debattierten am vergangenen 21. Mai mehrere Experten auf Einladung der Luxembourg Confédération während eines Rundtischgesprächs.

„Die notwendigen Zutaten, damit der Kunde in Luxemburgs Einzelhandel zufrieden ist und ein Wow-Erlebnis erfährt, sind hierzulande vorhanden. Allerdings darf man sich nicht auf alten Lorbeeren ausruhen“, unterstreicht Carole Müller, Präsidentin der Handelskammer. Ganz im Gegenteil: Geschäftstreibende müssen sich für

neue Trends interessieren, aber auch Inspirationen bei Wettbewerbern im In- und Ausland einholen, ohne jedoch den Austausch zwischen Gleichgesinnten zu vergessen.

Vorteil Produktpalette

Punkten kann der Einzelhandel hierzulande vor allem durch eine sehr breit gefächerte Produktpalette. Diese richtet sich nicht nur an das Budget der Einkaufswilligen. Im Lebensmittelhandel tragen beispielsweise kulinarische Spezialitäten aus unterschiedlichen Kulturen zur Kundenzufriedenheit bei. Gilles Feipel aus der Marketingdirektion von Cactus S.A., erinnert daran, dass man möglichst allen Nationalitäten und somit den individuellen Präferenzen der Kundschaft Rechnung tragen muss.

Nebst dieser breit gefächerten Produktpalette punktet der Handel hierzulande durch eine gezielte Fachberatung. „Sehr zum Vorteil der Kundschaft ist im physischen Einzelhandel die direkte Verfügbarkeit der Waren“, betont Feipel. „Was kann schöner sein, als das gewünschte Produkt gleich mit nach Hause zu nehmen, statt noch mehrere Tage auf



einen Lieferservice zu warten“, so Feipel.

Anne Harles, Geschäftsführerin von Alavita, sieht in der breiten Diversität eindeutige Vorteile für den luxemburgischen Einzelhandel. „Während beispielsweise Supermärkte ihr Sortiment auf das Allgemeinbedürfnis der Kunden

anpassen, gehen vor allem kleine Händler und Anbieter auf die spezifischen und individuellen Wünsche und Ansprüche einer definierten Zielkundschaft ein“, so Harles. „Zum Kundenerlebnis trägt einerseits die Fachberatung bei, andererseits aber auch eine faire Preisgestaltung.“

Damit der Kunde auch weiterhin dem luxemburgischen Handel treu bleibt, muss die Customer Experience in allen Vertriebsstufen stattfinden. Als Beispiel der sogenannten Multi-Channel-Ebene zitiert Harles neben dem physischen Einzelhandel sowohl den klassischen Onlinehandel als auch der Click-and-Collect Sektor.

Kundenerlebnis verbessern

Gerne würden Geschäftstreibende und Händler das Kundenerlebnis weiterhin verbessern. Jedoch behindern nationale und europäische Vorschriften und Gesetze viele Vorhaben. „Es muss zu einer Deflation der Gesetzestexte kommen“, unterstreicht Gilles Feipel, wolle man weiterhin Flexibilität bieten.

Mittelstandsminister Lex Delles hat die Wichtigkeit des Kundenerlebnisses für den Handel und somit den Standort Luxemburg erkannt. Er sprach dem Handelssektor weiterhin volle Unterstützung zu. Er erinnert daran, dass der lokale Einzelhandel vor allem zur Belebung und Animierung von Binnenstädten beiträgt, und somit zum sozialen und geselligen Zusammenleben.

Eine Reise für die Mondorfer Jugendstuf

Mitglieder des Schöffen- und Gemeinderats verschenken Preis des LW-Quizabends

Vergangenes Jahr feierte das „Luxemburger Wort“ sein 175. Jubiläum. Aus diesem Anlass lud die größte Tageszeitung des Landes die breite Öffentlichkeit zu vier Quizabenden ein. Am 6. März dieses Jahres fand die fünfte Runde der mittlerweile sehr beliebten Initiative in der Gemeinde Mondorf statt. Gewinner waren Mitglieder des Schöffen- und Gemeinderates. Sie überreichten am vergangenen Dienstag den Hauptgewinn an die Mondorfer Jugendstuf.

Die Teilnehmer des Quiz in Ellingen mussten sich 60 verschiedenen Fragen in mehreren Kategorien stellen. Ganz klar im Vorteil lagen jene, die täglich das Luxemburger Wort lesen. Denn ein Teil des Quiz beschäftigte sich mit der Aktualität. Fragen lauten etwa „Welche ehemalige RAF Terroristin wurde kürzlich in Berlin festgenommen?“ oder „Bis wohin wird die Luxtram ab dem 7. Juli dieses Jahres fahren?“

Nicht weniger interessant waren die Fragen um Mondorf. Hätten Sie zum Beispiel gewusst, dass bis 1982 in Mondorf Limonade hergestellt wurde? Unter welchem Namen eigentlich? Andere Fragen um Mondorf beschäftigten sich mit dem stärksten Mann der Welt, John Grün. Wussten Sie, unter welchem Pseudonym er zum stärksten Mann der Welt wurde?



Die Jugendlichen freuen sich auf ihren Ausflug.

Foto: Fernand Lachance

Claude Schommer und Tessy Altmann aus dem Schöffenrat beteiligten sich zusammen mit anderen Kollegen aus dem Gemeinderat und dem lokalen Syndicat d'Initiative am Rätselabend. „Wir hatten Glück, dass viele Fragen in Zusammenhang zur Gemeinde Mondorf und der Region standen“, erklärte Schommer gegenüber dem Wort. So konnte das Team aus Mondorf die meisten Fragen richtig beantworten und den Hauptpreis, einen Reiseutschein gewinnen.

„Diesen Gewinn haben wir dankend angenommen. Wir wollen ihn aber nicht für uns behalten“, er-

klärten die beiden Schöffen am Dienstagabend anlässlich einer kleinen Feierstunde. Stattdessen überreichten Sie den Reiseutschein an die Mondorfer Jugendstuf, um den Jugendlichen einen Ausflug zu ermöglichen.

Annie Loschetter und Thierry Reinert vom Mondorfer Jugenddienst nahmen den Gutschein dankend entgegen. Erste Reisepläne wurden bei einem Umtrunk bereits geschmiedet. Die jungen Schützlinge der Mondorfer Jugendstuf werden sich sicherlich über einen Ausflug mit Voyages Demy Schandeler, dem Sponsor des Hauptpreises freuen. F.L.

Schnelle Drachen auf der Mosel

Zweite Ausgabe des International Dragon Boat Festival

Seit über 2 000 Jahren werden in China Drachenbootrennen ausgefochten. Das Festival gehört zu den wichtigsten Ereignissen des Landes. Im Laufe der Zeit haben sie sich zu einer modernen, faszinierenden Team-Sportart entwickelt, die sowohl Teilnehmende als auch Zuschauende gleichermaßen begeistert.

Am letzten Sonntag, dem 2. Juni fand nun auf der Mosel in Remich die zweite Ausgabe der hiesigen Variante statt. Erschienen waren mehr als 2 000 Besuche, um das Spektakel hautnah zu verfolgen.

Spannende Rennen, gute Atmosphäre

Zu Beginn des Tages hielten u.a. Minister Delles sowie der chinesische Botschafter Hua Ansprachen. Natürlich durfte der traditionelle Löwentanz vor dem Rennen nicht fehlen. Nach dem fina-

len Ritual, bei dem die Drachenköpfe rote Farbtupfer erhalten, ging es los.

Das Event stand in diesem Jahr unter der Schirmherrschaft des Chinesischen Kulturzentrums in Luxemburg sowie der Gemeinden Remich, Bad Mondorf, Schengen und Perl (D). Angetreten waren 15 Teams, bestehend aus jeweils 16 Personen. Angespornt und geleitet werden diese von einer oder einem am Bug positionierten TrommlerIn. Nach allen Durchläufen – 200 m Sprintrennen stromaufwärts – konnte sich das Team Lunex 2 im Dreierfinale vor dem des Konfuzius Institut und dem der ICBC durchsetzen.

Gedacht ist die Veranstaltung als Kulturaustausch. Zu kosten gab es Leckereien aus beiden Ländern. Extra angereist war sogar ein Kunstensemble, das u.a. beeindruckende Tänze und Kung Fu Formen zeigte. pac

