

Faszination Warenhaus

Neuausrichtung der 90 KARSTADT Warenhäuser



Projektziele

- Deutliche Umsatzsteigerung in den Filialen
- Re-Positionierung der Warenhäuser – hin zu inspirierenden Warenwelten mit neuen Trends und attraktiven Marken
- Kurzum: Wieder faszinierend werden - für Kunden, Mitarbeiter, Geschäftspartner und Kapitalgeber.

Ausgangssituation

Im September 2004 stürzte die Karstadt Warenhaus AG in eine tiefe Krise. Die Sanierungs- und Restrukturierungsmaßnahmen waren für viele Mitarbeiter und Führungskräfte ein rotes Tuch: Angst und Unsicherheit beherrschten über Monate die Filialen. Projektziele

Unter dem Motto „Faszination Warenhaus“ läuft seit Frühjahr 2005 eine Neuausrichtung der Karstadt Warenhäuser.

Handlungsfelder der Neuausrichtung

- Konsequente Neuausrichtung der Sortimente auf die Zielkunden
- Prozessveränderungen in Filialen und Hauptverwaltung
- Qualifizierungsoffensive für die Mitarbeiter im Verkauf
- Regelmäßige Messung der Kundenzufriedenheit

Aufgabenstellung Strasser & Strasser

Gemeinsam mit der Verantwortlichen für die Interne Kommunikation haben wir die Auftakt- und Umsetzungskommunikation gestaltet, um die Neuausrichtung zu beschleunigen. Unsere Zielsetzungen hierbei waren:

- **Emotionalisierung:** Vertrauen und Zuversicht schaffen, Sorgen nehmen, Markenkern und Identität emotional verankern
- **Information:** Laufende Berichterstattung über Umsatzentwicklung und Erfolge
- **Orientierung:** Fokussierung auf 5 zentrale Hebel für den Erfolg beim Kunden



Vorgehen

- Erstellung Kommunikationskonzept und Redaktionsplan
- Wöchentliche Vorstandsnachrichten für alle Mitarbeiter und Führungskräfte (Schwerpunkt Umsatzkommunikation)
- Interaktive Quartals-Tagung für Leitende
- Vorstandsbrief an Mitarbeiter in Verkauf und Zentrale
- Vorstandsfrühstücke in den Filialen

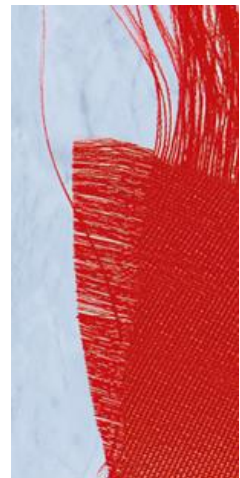
In der Kommunikation wurde viel Wert auf die Emotionalisierung der Mitarbeiter gelegt – auch durch den Einsatz von Filmen. Besonders wichtig war ebenso, dass die Mitarbeiter wieder stolz sein können, Karstädter zu sein.

Erfolge & Wirkungen

- Deutliche Umsatzsteigerung
- Zuversicht und Aufbruchstimmung bei den Geschäftsführern
- Mobilisierung für die Umsetzung der Neuausrichtung „Faszination Warenhaus“
- Stärkere Einbindung und mehr Verantwortung der Geschäftsführer
- Erhebliche Steigerung der Kundenzufriedenheit seit Projektbeginn (8% Punkte)
- Etablierung einer intensiveren und offeneren Kommunikationskultur

Inzwischen kann man in der Presse wieder positive Schlagzeilen von dem ehemals „angeschlagenen Warenhauskonzern“ lesen:

- „Handelskonzern kehrt in Gewinnzone zurück – Aktie steigt mehr als zehn Prozent“ (Financial Times Deutschland, 04.11.05)
 - „Die Karstadt Warenhäuser laufen besser als der Markt“ (Welt, 04.11.05)
- um nur einige der Pressestimmen zu zitieren.



Ihre Ansprechpartner

STRASSER & STRASSER Unternehmensberatung AG:
Dr. Eva Strasser, Vorstand, Tel: (089) 30 76 69 60