

CORONA

# Ratgeber

Der Business Guide powered by

**IMMOBILIEN ZEITUNG**  
FACHZEITUNG FÜR DIE IMMOBILIENWIRTSCHAFT

## Roadmap für die „neue Normalität“

In dieser beispiellosen Zeit müssen Händler, Dienstleister, Kunden, Unternehmen und jeder Einzelne eine neue Realität verdauen. Im Laden, in der Gastronomie, im Büro verändern sich die Prioritäten, die Abläufe und Möglichkeiten. Was kann sich in Zukunft bewähren?

Welche Ansprüche hat der Kunde? Was erwarten Mitarbeiter im Home Office?

Und wie setzt man das jetzt um? Die Antworten zeigen, wie die Realität von Morgen definiert wird.

**BUSINESSGUIDE****dfv** Mediengruppe

## Ein guter Anfang

Wie wird es weitergehen? Werden die Verbraucher nach der Krise noch kritischer und anspruchsvoller sein und vor allem vor Ort einkaufen? Klar ist, dass der Markt gestört ist. In einer noch nie dagewesenen Geschwindigkeit wurden Menschen aus ihrer täglichen Routine gezwungen, müssen sich im Schnellverfahren neue Technologien und Verfahren aneignen.

In den Innenstädten stehen Händler und Gastronomen unter Zugzwang, Nach der teilweisen Öffnung sind neue Methoden gefragt, um auf die Kunden zu reagieren. Im Home Office müssen nun die Methoden professionalisiert werden. Aus manch einem Provisorium könnte nämlich eine Dauerlösung werden.

Von einer „neuen Normalität“ ist vielfach die Rede. Wie kann die aussehen, wenn sich Trends und Technologien langsam verschieben? In diesem Business Guide schauen wir dafür auf den Wandel in Ladenwelt und Home Office.

Vielleicht gibt es darauf noch keine endgültigen Antworten. Aber es gibt Ideen, Innovationen und mögliche Lösungen.

Das ist ein guter Anfang für einen Restart.

*Ihr Olaf Kolbrück,  
Redaktionsleitung*

## → LADENWELT

- 05 Der digitale Wandel kommt schneller**  
Am ersten Tag der Öffnung vieler Einzelhandelsgeschäfte zog es wieder vermehrt Kunden in die Fußgängerzonen der deutschen Innenstädte. Die Passantenfrequenzen in den Einkaufslagen erholten sich von rund 17 auf 43 Prozent der Durchschnittsfrequenzen des Jahres 2019. Trotzdem bleibt noch viel zu tun.
- 09 Corona Consumer Check: Lokaler Einzelhandel im Fokus**  
Konsumentinnen und Konsumenten haben die Befürchtung, dass stationäre Geschäfte die Krise nicht überdauern werden. Um dieser Entwicklung entgegenzuwirken, kaufen viele Deutsche bewusst im stationären Handel ein – so die Ergebnisse des aktuellen Corona Consumer Check des IFH Köln.
- 11 So läuft es nach dem Lockdown auf der Shopping-Meile**  
In Deutschland dürfen die Läden wieder öffnen. Aber zunächst eben nur die mit maximal 800 Quadratmeter Verkaufsfläche. Wie erfindungsreich der Handel sein eingeschränktes Angebot vorzeigen kann, zeigt ein Rundgang über die Zeil, die Einkaufsmeile in Frankfurt.
- 15 Checkliste Hygienemaßnahmen**  
Nach ersten Wiedereröffnungen zeigen sich eine Reihe von Maßnahmen rund um „Social Distancing“ und Hygiene als Standard in den Geschäften. Welche sind das?
- 16 Die Heldinnen des Servicepoints**  
Nur noch 800 Quadratmeter Verkaufsfläche bleiben jetzt auch Galeria Karstadt Kaufhof - das sind Warenhäuschen. Es ist eine ungewohnte Einkaufsatmosphäre auf kleinem Raum, aber mit dem üblichen Sortiment. Geht das?
- 18 Das sind Ihre (und unsere) Mutmacher!**  
Es mag ein Irrtum sein, jemanden in Einzelhandel oder Gastronomie gerade jetzt als „Gewinner“ zu bezeichnen. Die Frage „Aufgeben oder weitermachen?“ haben die Händler und Gastronomen vielfach dennoch mit Tatkraft für sich entschieden. Hier sind Beispiele der Mutmacher, die die existenzielle Krise meistern.
- 26 Handelsmonitor: Der Laden wird zum „Zauberschrank“**  
Die „neue Normalität“ des „Social Distancing“ zwingt den Handel, seine Ladenkonzepte anders zu gestalten. Der schon einsetzende Wandel der Store Formate hinzu mehr Erlebnis und Showroom-Charakter im Verbund mit mehr Digitalisierung könnte dabei an Schwung gewinnen. Der HandelsMonitor® Mega-Trends 2030+ stellt unter anderem dazu die maßgeblichen Elemente vor.
- 29 Jetzt ist die Stunde von Mobile Payment**  
Schon vor der Corona-Pandemie ging der Umsatzanteil von Bargeld beständig zurück. Das zeigen aktuelle Studien. Mit der inzwischen weit verbreiteten Bitte „Zahlen Sie kontaktlos“ wird Mobile Payment immer populärer. Und immer einfacher wird die Umsetzung auch. Sogar beim Bäcker.
- 32 Kleine Beiträge für lebendige Innenstädte**  
Weil Wirtschaft „wir alle“ sind, laden Industrie- und Handelskammern Verbraucher zum „Fairzick“ ein. Oder alternativ zum Erwerb von Gutscheinen. Das Ziel: Kleine Unternehmen finanziell entlasten.
- 33 Best Case: Neue Allianzen**  
Produktionslinien auf dringend benötigte Schutz-ausrüstung umstellen, sich dabei gegenseitig unter die Arme greifen: Die Kooperation von Autozulieferer Wrapping Solutions und Verpackungsmaschinenbauer Optima ist ein Beispiel für neue Allianzen.



→ HOMEOFFICE

34 Führung aus dem Wohnzimmer

Gut die Hälfte aller Berufstätigen arbeitet aktuell von zu Hause aus, fast jeder Dritte zum ersten Mal. Home-Office ist in Deutschland Neuland – auch für Führungskräfte. Ein Ende ist noch nicht in Sicht.

36 „Aus dem Home-Office führen heißt, loslassen“

Weil der Online-Versender Otto seit einigen Jahren massiv eine neue Führungskultur und mobiles Arbeiten vorantreibt, fühlt er sich gut aufgestellt für den Betrieb im Remote-Modus. André Strunz, Bereichsleiter Gesundheits- und Eventmanagement, spricht über die verbleibenden Herausforderungen.

39 Arbeitskultur in (Post-)Corona-Zeiten

Plötzlich können es alle: Per Videokonferenz Aufgaben besprechen und verteilen, hart und konzentriert von zu Hause aus arbeiten. Die Zwangsdigitalisierung durch Corona war überfällig, traf aber viele Unternehmen unvorbereitet. Doch auch nach den Lockerungen wird uns das Home Office erhalten bleiben. Was jetzt zu tun ist.

41 Home Office und Datenschutz: Was jetzt dazu gehört

Die Corona-Pandemie führte viele Mitarbeiter, sofern möglich, ins Home Office. Lag das Hauptaugenmerk bislang darauf, sich erst einmal digital einzurichten, geraten nun auch die rechtlichen Vorgaben, gerade auch im Rahmen der DSGVO und der Datenschutz insgesamt in den Fokus.

43 Die Übersicht bewahren

Je länger das Home Office dauert, desto mehr wird klar, dass man auf Weiterbildung nicht verzichten sollte. Das gilt nun gerade für die digitale Weiterbildung. Hier helfen viele Branchenverbände und Organisationen weiter.

45 Xing und LinkedIn: Jetzt im Netzwerk lernen

Die Business-Plattformen Xing und LinkedIn bieten auch Mitarbeitern im Home Office nützliche Werkzeuge, um in Kontakt zu bleiben und den Anschluss nicht zu verlieren. Das kann sich jetzt auszahlen.

47 Die richtige Balance finden

Je länger für viele das Home Office andauert, umso relevanter ist der achtsame Umgang mit dem eigenen Körper und der Psyche, um die Balance zwischen Arbeit und Privatleben zu halten. Hier sind die Tipps, die man leicht nachmachen kann.

50 Home Office-Studien: Eine positive Überraschung

Für viele Deutsche ist die Arbeit im Home-Office seit dem Beginn der Corona-Pandemie neu. Das betrifft auch den Umgang mit den dafür nötigen digitalen Technologien. Eine große Mehrheit befürwortet gleichwohl das Home Office. Auch weiterhin. Was sagen Studien über das Verhältnis der Berufstätigen zur Heimarbeit?

55 Homeoffice? Nein, Family-Office. Wie Sie es am besten überstehen.

Sie zu Hause, Partner zu Hause, Kinder zu Hause: Nach Wochen im Family-Office liegen die Nerven manchmal blank – und das dürfen sie auch. So kann es klappen. Irgendwie.

58 „In hoher Dosierung Zink und Vitamin – das stärkt die Abwehr“

Zu ihr kommen Kunden und fragen gezielt nach Möglichkeiten der Vorbeugung. Apothekerin Dr. Isabel Rahlwes erklärt, wie sich das Immunsystem gerade jetzt stärken lässt.

61 „Die Welt dreht sich trotz Corona weiter“

Healthcare-Marketing: Florian Bernsdorf, Geschäftsführer von Serviceplan Health & Life, sieht keinen Anlass zur Werbepause für Gesundheitsmarken



© Cover, diese Seite: iStock / Fourleaflover

IMPRESSUM

 Mediengruppe

Deutscher Fachverlag GmbH  
Mainzer Landstraße 251,  
60326 Frankfurt am Main  
Telefon: 069 7595-01

Redaktionsleitung:  
Olaf Kolbrück  
Peter Schneider, Leiter dfv Corporate Media

Mitarbeiter dieser Ausgabe:  
Dr. Björn P. Böer, Wolfgang Borgfeld, Steffen Gerth,  
Jens Holst, Hannelore Huber, Thomas Rehm,

Ingo Rentz, Bettina Sonnenschein,  
Sarah Speicher-Utsch, Julia Wittenhagen

Korrektur: Leila Haschtmann

Grafische Gestaltung:  
Uwe Laube, Newsface