

## **Leerstand? Nein danke.**

**Kevin Hintz und Nikias Thörner liefern den Proof of Concept für eine neue Lösung in der Personalbeschaffung und Leerstandsprävention für Shopping Places. Der Schlüssel heißt: Wertschätzung. Das Konzept heißt: Lächelmoment.**

„Kevin und ich haben unabhängig voneinander verschiedene Shopping Places betreut“, so Thörner. „Begegnet sind wir uns in einem anderen Kontext, beim Sport. Und dann kam das übliche ‚Was machst Du so beruflich?‘. Eine Zufallsbegegnung und wir kamen sehr schnell darauf, dass wir die Leerstand-Herausforderung unserer Kunden unkonventioneller als bisher angehen wollen. Das Problem: Places tun sich manchmal schwer, dem Out-of-the-box-Denken Raum zu geben. Alt Bewährtes ist gut und sollte bewahrt werden, aber in der Veränderung liegt das Wachstum.“

Wenn eine Agentur ein Konzept für einen Shopping Place entwickelt, sollte sie mindestens drei Faktoren im Blick haben: Publikum, Mieter und Management.

Hintz: „Und genau da fehlte uns etwas. Ein weiteres, ein viertes Parameter, das so gut wie nie berücksichtigt wird. Eine Gruppe von Menschen, ohne die nichts möglich wäre. Und dann kam der Lächelmoment.“

Mit dem Konzept ‚Lächelmoment‘ werden die Menschen sichtbar gemacht, die ein Center mit Leben füllen, bevor sich das Center mit Publikum füllt. Es sind die Angestellten: Verkäuferinnen und Verkäufer, Service-Dienstleister, Toilettenpfleger oder das Wachpersonal. All die Menschen, die einem Shopping Place ein Gesicht und eine Stimmung geben. Und bisher konnte diese Stimmung durch Konzepte nicht gesteuert werden. Wertschätzung ist der Schlüssel gegen den Leerstand, denn fühlen sich Menschen in ihrem Tun gewertschätzt, entsteht eine neue Energie, die sich auch messen lässt. Lutz Müller, Centermanager City-Center Bergedorf, sagt: „Im City-Center Bergedorf gibt es eine Menge freundlicher Mitarbeiter, und durch den unermüdlichen Einsatz aller ist es möglich, ein solches Center erfolgreich zu betreiben. Viel zu wenig wird von außen gesehen und wertgeschätzt, was die Teams täglich leisten. Dies konnten wir mit der Aktion ‚Der schönste Lächelmoment‘ sichtbar machen.“

Hintz: „Wir sind froh und dankbar, dass wir mit dem open-minded CCB-Management den ersten und gleich mega-erfolgreichen Case umsetzen durften. Erfolgreich deshalb, weil sich die Ethik eines Shopping Places auch in Arbeitnehmerkreisen herumspricht. Fachkräfte stellen sich vor und weitere Aufwertungen des Places geschehen: 1. Mieter finden adäquates Personal. 2. Dadurch wird Leerstand entgegengewirkt. 3. Kunden werden glücklicher durch mehr Auswahl und bessere Beratung. Eigentlich ganz einfach und nicht online, sondern nur im stationären Handel machbar.“

Ingmar Behrens, Generalsekretär, German Council of Shopping Places: „Eine außergewöhnliche Center-Aktion, in der hauptsächlich die Mitarbeiter im Mittelpunkt standen. Ohne motivierte Mitarbeiter:innen auf der Fläche lässt sich kein Geschäft betreiben. Von dieser neuen Aktion haben alle profitiert“.

Hintz und Thörner führen die MARKETING EMOTIONS, eine Marketing-Experten für Hochfrequenz-Immobilien in Hamburg, haben zusammen über 40 Jahre Erfahrung im Marketing und freuen sich auf neue gemeinsame Wege mit Shopping Places weltweit.

### **Zusätzliche Informationen**

#### **THE MARKETING EMOTIONS mit dem Konzept Lächelmoment**

Wir von THE MARKETING EMOTIONS haben das erste, nachweislich wirksame, Aktions-Konzept für Leerstandsprävention in Shopping-Places entwickelt und zur Marktreife gebracht. Ein erster Pilot in einem Center war so erfolgreich, dass die Reaktionen vom Center-Management selbst, von der HI und der GCSP einen gemeinsame Tenor haben: "Das bundesweit erste Konzept für Mitarbeiter". Gerade das Centermanagement weiß, dass eine gute Energie von den Mitarbeitern ausgeht, die nicht nur Kunden, sondern auch neue Mitarbeiter, neue Fachkräfte und neue Mieter in das Center zieht. Ein Center wird faszinierend, wenn es alle Stakeholder glücklich macht.

+++

Zeichen mit Leerzeichen 2.819

Foto Hintz Thörner

### **Pressekontakt**

MARKETING EMOTIONS GmbH

c/o ABC Hafencity

Überseeallee 1 , 20457 Hamburg

Nikias Thörner

Mobil 0176 - 64 20 29 68

nt@marketing-emotions.de