



Short Facts

Mit Spannung wurde der nächste Schritt der Lockerungen für den Handel und die Gastronomie erwartet. Der Handel verzeichnete nicht nur bezüglich Frequenzen und Umsätze, sondern auch in der Einhaltung der Schutzkonzepte einen gelungenen Start.

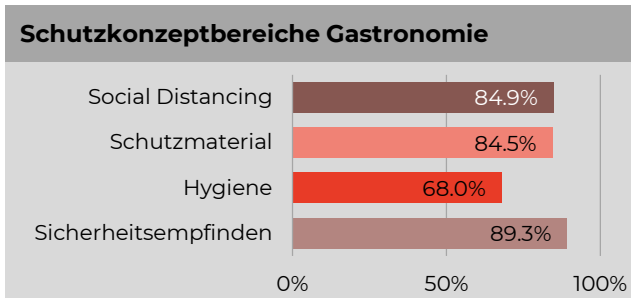
Mit rund 500 Monitoring Mystery Shopping Besuchen in der KW 20, wurde in der ersten Woche der Lockerung im Handel und der Gastronomie die Qualität der Umsetzung der Schutzkonzepte auf den Zahn gefühlt.

67% der Kunden haben bei den Besuchen das Gefühl erhalten, dass die Mitarbeitenden die Umsetzung der Schutzkonzepte «sehr ernst» genommen haben.

93% fühlten sich in den Geschäften und Betrieben «sicher» oder «sehr sicher».

Ganz generell sind jedoch in der Einlass- und Auslasskontrolle sowie den Markierungen und Hinweisen zu Social Distancing und zu Hygienevorschriften Verbesserungen durchzusetzen.

Gastronomie – sehr gutes, subjektives Sicherheitsgefühl bei Kunden



Die Gastronomiebetriebe hatten zum Start der Lockerungen eines der bisher anspruchsvollsten Schutzkonzepte zu erfüllen.

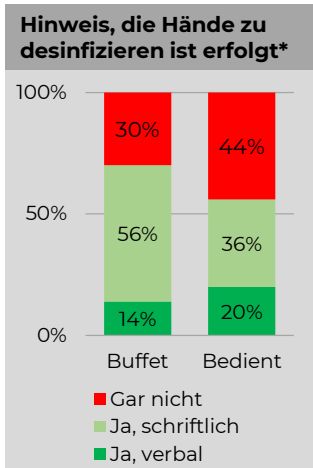
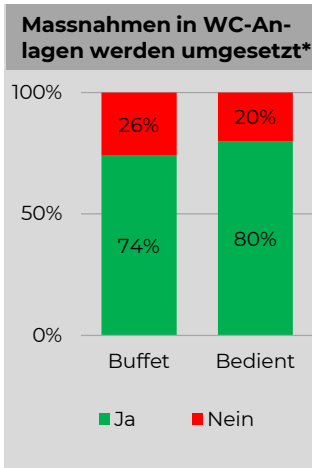
Bei Restaurantbesuchen der letzten Woche waren 72% der Kunden der Meinung, dass die Betriebe das Schutzkonzept sehr ernst genommen haben.

96% fühlten sich in den Betrieben «sicher» oder «sehr sicher».

Optimierungen sind in den Abstandsmarkierungen im Eingangsbereich sowie in der Situation auf den Toiletten anzustreben.

Nur in 61% (Eingangsbereich) und in 74% (Toiletten) der Besuche wurde das Schutzkonzept erfüllt.

Weitere Verbesserungen: In den Buffetkonzepten wurden 30% und in den bedienten Konzepten 44% der Kunden nicht darauf aufmerksam gemacht, sich beim Besuch des Betriebes die Hände zu desinfizieren.



* nach Konzept



Handel Non-Food – hohe Frequenzen, solide Schutzkonzeptumsetzung

Der Handel hat den Start in die Lockerung gut umgesetzt. Trotz hoher Frequenzen haben sich in den ersten Messungen 84% der Kunden «sicher» oder «sehr sicher» gefühlt.

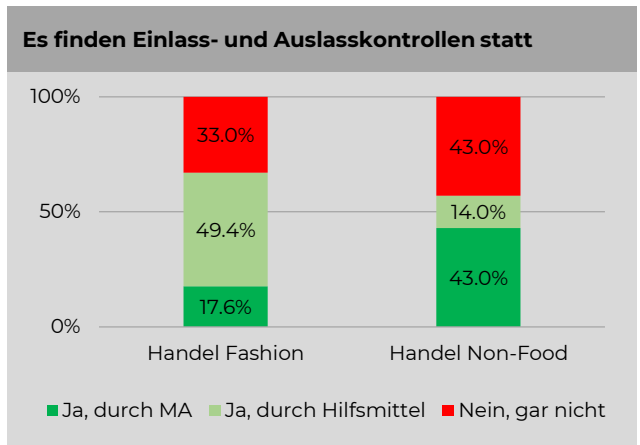
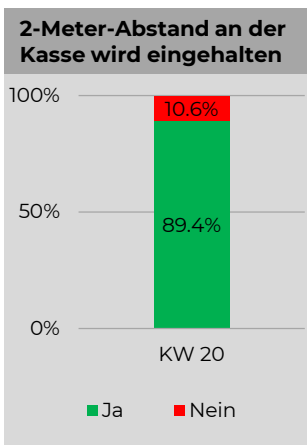
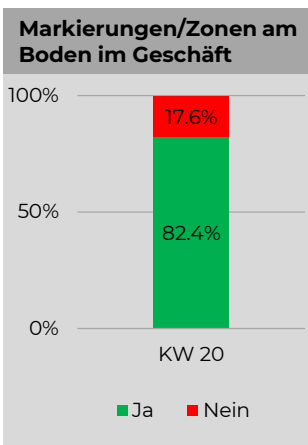
In über 80% der Besuche konnte zwischen den Gestellen der Abstand zu anderen Kunden eingehalten werden. In 90% der Beratungen wurden zudem die Abstandsregeln vom Mitarbeitenden zum Kunden eingehalten.

70% der Kunden attestieren den Mitarbeitenden, dass diese die Schutzkonzepte «sehr ernst» genommen haben.

In den Fashion-Stores wurden die Anforderungen in Bezug auf die Umkleidekabinen nur knapp «genügend» gelöst.

Abstandsmarkierungen waren in 82% der Fälle vorhanden. Eine Einschränkung der Umkleidekabinen selber wurde nur in 68% der getesteten Geschäfte praktiziert.

Das grösste Verbesserungspotential ist in der Ein- und Auslasskontrolle zu finden. Eine solche Kontrolle findet bei 33% der Fashion-Stores und in 43% der restlichen Non-Food Geschäften gar nicht statt.



Floristen – Auch in der dritten Woche keine Verbesserungen

Nach 3 Wochen Corona Exit Monitoring verzeichnet das subjektive Sicherheitsempfinden in den Blumenläden weiterhin kritische Ergebnisse.

Nur rund 48% der Kunden stimmten der Frage «voll und ganz zu», dass die Mitarbeitenden

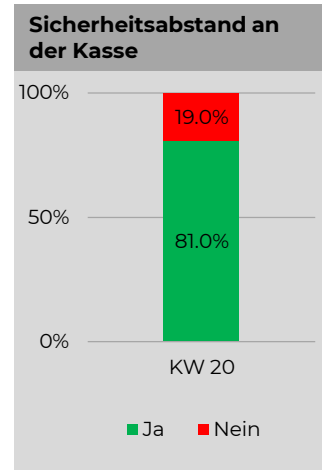
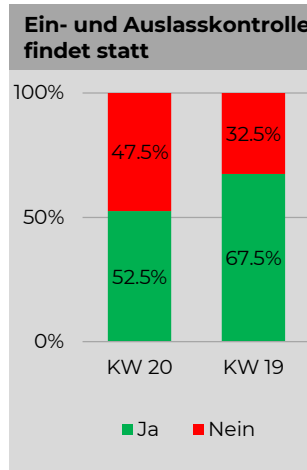
das Sicherheitskonzept ernst genommen haben. 85% der Kunden fühlen sich in den Blumenläden «sicher» oder «sehr sicher» (-5% gegenüber Vorwoche).



Enge Platzverhältnisse, fehlendes Social Distancing und weiterhin hohe Frequenzen führten in den Blumenläden auch in der dritten Woche zu kritischen Kundensituationen.

Fehlende Ein- und Auslasskontrollen sind weiterhin ein Grundproblem (findet in 53% der Besuche nicht statt – ein Minus von 15% gegenüber Vorwoche).

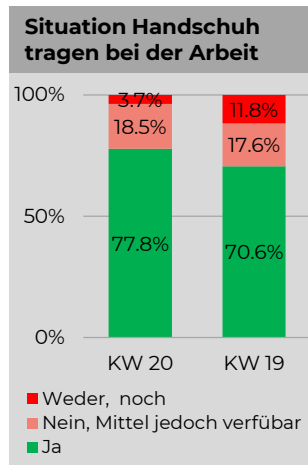
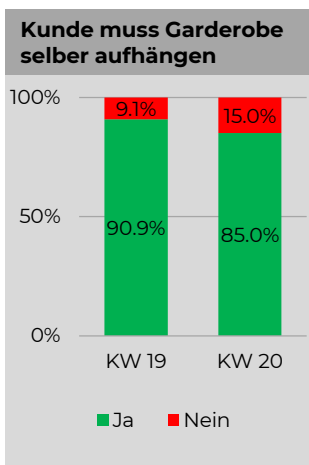
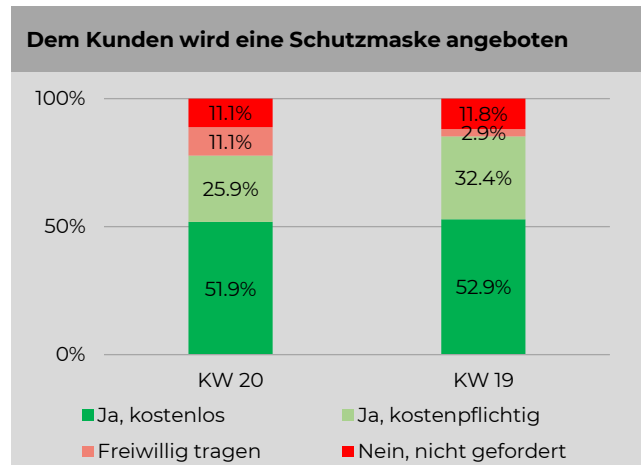
Fehlende Abstandsmarkierungen und Distanz der Mitarbeitenden bei der Kundenberatung sowie beim Kassieren sind weitere Schutzkonzeptanforderungen, die noch immer nicht konsequent erfüllt werden.



Coiffeure – Grundsätzlich nachhaltig mit kleinen Anzeichen von Lockerheit

Nachdem in der zweiten Woche beim Sicherheitsempfinden der Kunden ein negativer Trend zu verzeichnen war (-7%), konnten die Werte bezüglich der Umsetzung des Schutzkonzeptes sowie dem subjektiven Sicherheitsgefühl, der Ergebnis-Index um 4%-Punkte verbessert werden.

Der Schutzmaterial Index von 69.4% bleibt auch in der dritten Woche die grösste Herausforderung. In 11% der Fälle ist das Tragen von Schutzmasken für Kunden freiwillig und in weiteren 11% der Besuche ist das Maskentragen für den Kunden keine Anforderung mehr.



In 4% der Besuche tragen die Mitarbeitenden selber in der dritten Woche keine Maske mehr. Die Schutzkonzeptpunkte «Handschuhe und Schutzanzug tragen» verlieren an Bedeutung.

In 15% der Fälle wird die Garderobe des Kunden durch den Mitarbeitenden aufgehängt (in der Vorwoche nur in 9% der Fälle), obwohl das Schutzkonzept dies verbietet.

In kleinen Punkten ist zu erkennen, dass das Risiko steigt, dass Schutzkonzeptanforderungen tendenziell lascher und weniger konsequent umgesetzt werden.



Fazit

Der Start der neuen Branchen in die Phase der Lockerungen ist insgesamt gut gelungen. Sowohl im Handel wie auch in der Gastronomie wurden die wesentlichen Aspekte der Schutzkonzepte erfüllt.

Ganz generell ist in der Einlass- und Auslasskontrolle, den Markierungen und Hinweise zu Social Distancing sowie den Hygienevorschriften ein Augenmerk zu setzen.

Es ist jedoch beispielsweise bei Einlass- und Auslasskontrollen nicht notwendig Personal oder teure technische Hilfsmittel einzusetzen. Unkomplizierte Lösungen (mit Karte / Jeton

etc.) werden am Markt praktiziert, um die Kundenfrequenzen steuern zu können.

Bei den Geschäften, die sich bereits in der dritten Woche befinden, sind erste «Ermüdungserscheinungen» in einzelnen Aspekten zu verzeichnen.

Dort ist die Geschäfts- und Filialeitung eines jeden Betriebes in der täglichen Führungsarbeit gefordert, durch laufende Sensibilisierung, Beobachtung und Vorbildfunktion sicherzustellen, dass die Schutzkonzepte auch nachhaltig umgesetzt werden.

Corona Exit Monitoring Index – Studien Design



Der **CORONA EXIT MONITORING INDEX** soll neutral und aussagekräftig die Einhaltung und Umsetzung der Vorgaben des BAG sowie der Schutzkonzepte in den jeweiligen Branchen und der gesamten Schweiz überprüfen.

Mittels einem **Mystery Shopping und wöchentlich 300 –500 Checks** werden die von den Verbänden vorgegebenen Schutzkonzepte in Geschäften beobachtet und in einem einfachen Online-Fragebogen festgehalten.

Wöchentlich beobachten Teilnehmer*innen aus unserem Mystery Shopping Panel bei ihren alltäglichen Einkäufen oder Besuchen in den Geschäften die Begebenheiten zu den

Themen **Social Distancing, Schutzmaterial, Hygiene** und geben zusätzlich ihr **subjektives Sicherheitsempfinden** ab.

Das vorliegende Monitoring ist eine wöchentliche Momentaufnahme und entspricht einer Zufallsstichprobe.

Sobald weitere Branchen zur Lockerung zugelassen sind, werden die Checks ausgeweitet.



5

Branchen



7

Wirtschaftsregionen in der Schweiz



828

Mystery Checks



27.4.

Feld: Mo–Sa
Ergebnisse: Mi

Der Kunde im Mittelpunkt... profund, kompetent und smart.

Mystery Research

Smart Audit

Customer Experience Management

Customer Feedback

Service Award



SmartAudit



SmartCockpit



SmartResearch



SmartSurvey

Smart Concept AG
Grabenwisstrasse 3
8604 Volketswil

T +41 44 980 43 43
F +41 44 980 43 46

info@smartconcept.ch
www.smartconcept.ch

