

Online-Sprechstunde „Saisonale Impulse für die Umsatzsteigerung“

10. Februar 2026



Wege zur
Umsatzsteigerung

Wann kaufen wir und warum?

- Geplant und gezielt:
„Kaffee ist alle, ich muss welchen einkaufen.“
- Anreiz, der eines unserer Bedürfnisse trifft:
„Dieser Schal würde perfekt zu meiner Jacke passen!“ |
„So etwas wollte ich schon immer!“ | „Schön! Das könnte xy gefallen!“

Insbesondere Stammkund*innen kaufen eher geplant und gezielt im WL ein, vornehmlich Lebensmittel.

➔ Laufkundschaft, die u.U. wenig Wissen über das Sortiment im WL hat, muss inspiriert werden, um den Weltladen zu betreten
(**Neue Kund*innen gewinnen**)

➔ aber auch Stammkund*innen sind für Inspirationen ansprechbar
(**Bestehende Kund*innen ermuntern**, mehr Produkte im WL zu kaufen)

A blue circular graphic with a slightly irregular, hand-drawn edge. Inside the circle, the text "Individuelle Bedürfnisse & „Bedürfnis-cluster“" is written in white, sans-serif font, arranged in four lines.

Individuelle
Bedürfnisse &
„Bedürfnis-
cluster“

Wann können Impulse greifen?

- Impulse müssen auf ein Bedürfnis treffen, damit sich Kund*innen angesprochen fühlen
- Bedürfnisse sind sehr individuell, aber es gibt „Ankerpunkte“, die mit hoher Wahrscheinlichkeit eine größere Gruppe Menschen ansprechen

Dies sind beispielsweise:

- Jahreszeiten mit ihren Themen wie Wärme, Kühle, Licht, Garten, Sonne, Gemütlichkeit, Entspannung, Ferien ...
- Saisonale Feste wie Weihnachten, Ostern, Zuckerfest... aber auch saisonale Trends wie Veganuary, Dry January, Fairbruary ...
- Lokale Anlässe oder Bräuche: Stadt-, Dorf- oder Straßenfest, lokales Festival, Kirchweih, Fastnacht/ Karneval/ Fasching, Markt, CSD...



Anlässe aufgreifen &
schaffen



Anlässe auswählen & planen

Was brauchen wir, um saisonale bzw. lokale Anlässe sinnvoll zu nutzen?

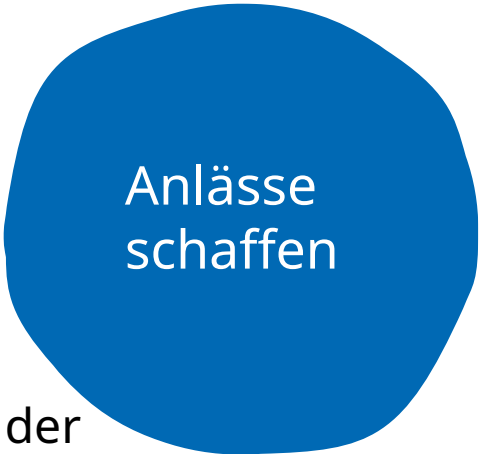
- Jahresplanung: Welche Anlässe gibt es, welche davon wollen wir nutzen?
- Welches Thema wollen/können wir zu diesem Anlass setzen?
- Evtl. ein Aktionsteam (sinnvoll, wenn es sich um Märkte etc. handelt)
- Abstimmung zwischen Sortiments- und Deko-/Schaufenster-Team
- Insgesamt gute Aufgabenaufteilung und klare Verantwortlichkeiten
- Räumliche & kommunikative Möglichkeiten: Schaufenster, Präsentationstische, Sonderflächen, Website, Social-Media-Kanal...
- Lokales Netzwerk bzw. Einbindung in lokale Netzwerke (z.B. Gewerbeverein, Kulturverein etc.)
- Einbindung & Schulung Team: Was ist unser Thema? Welche Produkte stehen im Mittelpunkt? Wie sprechen wir Kund*innen dazu an?

Beispiel: Halbjahres- Plan des Weltladens Nierstein

2026	Thema Aktion	Prod. d. Monats 10% Rabatt	Fenster 1	Fenster 2	Fenster 3	Termin Deho
Jan.	Veganuary	—	Lebensmittel Vegan	Lebensmittel Vegan	Geschirr (Isung) u.a. (Blumenwiese)	7.1.
Feb.	13. Marktplatz der Demokratie Nierstein 30.2. Tag der sozial. Gerechtigkeit	Taschen	Röstung gegen Rechts ↓ + Plakat „Welttag gg. Rassismus“	Schals + Taschen (Plakat WLDV gg. soz. Gerechtigkeit)	Frühling + Ostern	11.2.
März	21.3. Welttag Kassiopeia 22.3. Landtags- wahl Ostern 5.4.	Schmuck	Siegel-Kaffee „Earth-Day“ Plakat	Ostern + Frühling	Ostern + Schmuck	4.3. 8.4.
April	22.4. Earth Day	Filz	Weltladentag „FAIR Fruchtet“	Frühling Filzblumen etc. Roll	Frühling Blumentöpfe etc. (neue Design)	6.5.
Mai	9. Mai Weltladentag „FAIR Fruchtet“	Honig	Urlaub / Strand - Flip-Flops - Kokoi (Wachstuch) - Handtücher - Handgemalten	Faires Frühstück Honig, Blechdose, Wachstücher...	Fair schenken (Tuttag -10.5.)	3.6.
Juni	11.6.-11.7. Fußball WM Ferien 29.6. bis 7.8.26	Schokolade (Karamell)	Fußball etc. Bad Boys	Sommerferien - Spielsachen - Holzpuzzle ACHTUNG: Nidos, was im Laden ist.		

Bild: Weltladen Nierstein

WELTLADEN
DACHVERBAND



Anlässe
schaffen

Selbst Themen & Schwerpunkte setzen

- Jahresplanung: Welche eigenen Themen möchten wir setzen?
- Haben wir eigene Anlässe für eine Aktion, die (auch) der Umsatzsteigerung dient? Beispiele:
 - Jubiläen
 - Umzug/Umbau/Umgestaltung
 - Neues Sortiment bzw. Sortimentswechsel (neue Kollektion)
 - Weltladentag & Faire Woche (Faires Frühstück, Aktionen...)
 - „Produkt des Monats“ (inkl. Proben/Verkostung)
- Themen, die auch außerhalb einer Saison greifen können, sind z.B.:
 - Schokolade (mit Verkostung im Laden)
 - Vegane Küche / Thai-Küche / Levante-Küche etc.
 - „Good News“ – Info von Handelspartnern (mit Produkten)
 - Politisches Schaufenster, z.B. „Musterstadt bleibt bunt!“



Impulse gestalten

Themen gestalten

Wie gestalten, was berücksichtigen?

- Griffige Slogans & Überschriften
- Prominente Schaufenster-Gestaltung
- Passende Gestaltung der Sonderpräsentationsflächen
- Produktproben & Verkostungen
- Online-Präsenz des aktuellen Schwerpunkts (Website, Social-Media-Kanal)
- Veranstaltungen im Weltladen wie
 - „Feierabendshopping“ oder „Ladys Night“ mit Getränken & Musik
 - Cafébar mit Kaffeeverkostung/-ausschank
- Veranstaltungen wie Weinprobe mit Musik oder Koch-Event mit Volkshochschule

WELTLADEN
DACHVERBAND



Bild: Weltladen Großauheim

Präsentationen

- Slogans, die bekannt sind, Verknüpfungen herstellen oder allgemeine Gefühle/Bedürfnisse aufgreifen
- Prominente und stimmige Schaufenster-Gestaltung: das Schaufenster ist wie ein Bild!
- Eyecatcher, passende Farben, Aufbau in 3 Dimensionen



Bild: Weltladen Großauheim

Beispiele aus Großauheim für die Winterzeit



Bilder: Weltladen Großauheim

Thematische Schaufenster



Themen
gestalten



WELTLADEN
DACHVERBAND

Bilder: Weltladen Großauheim

Nützliche Links

- **Weltladen-Jahresplaner** mit Inspirationen zu zahlreichen Anlässen übers Jahr und frei nutzbaren Vorlagen für Social Media, Plakate, Newsletter/Website zur Unterstützung eurer Planung und Öffentlichkeitsarbeit (wird laufend erweitert!):

<https://weltladen-jahresplaner.de/>

- **Weltladen-Wiki** mit Rubriken „Erfolgreich verkaufen“, „Den Laden gestalten“ und „Öffentlichkeit erreichen“:

<https://service.weltladen.de/wiki>



Wiki-Artikel zum Beispiel zu den Themen

- [Schaufenstergestaltung](#)
- [Ladenhüter](#)
- [Sortiment](#)

Danke.

Noch Fragen?

Kontaktiert uns gerne.

Weltladen Großauheim

Rochusplatz 1

63457 Hanau-Großauheim

E-Mail: weltladen-grossauheim@web.de

Website: <https://weltladen.de/grossauheim/>



Birgit Schößwender

Weltladen-Dachverband e.V.

Weltladen-Akademie / Beratung von
Weltläden

+49 6131 68907-90

b.schoesswender@weltladen.de

WELTLADEN
DACHVERBAND