

Bei Zill hat mit Stephanie Quentin und Matthias Werr die vierte Generation das Ruder übernommen.



99 Jahre Verkaufsförderung

Seit fast 100 Jahren und jetzt in der vierten Generation bietet das Familienunternehmen Zill Ladenausstattung, Hannover, dem Einzelhandel über 10.000 Artikel zur Präsentation seiner Waren an. Für frischen Wind in der jungen Geschäftsleitung sind seit kurzem Stephanie Quentin und Matthias Werr verantwortlich. Sichtbar wird die verjüngte Ausrichtung auch durch ein neues Logo und die überarbeitete Sortimentsstruktur. Zill wird sich in den nächsten Monaten noch stärker um die Kundenbedürfnisse kümmern und dafür eine Vielzahl neuer Angebote und Produkte vorstellen. Dazu zählt jetzt bereits das hochwertige Ladenbausystem 'Cool' mit Rückwänden, eingelassenen Wandschienen und indirekter Beleuchtung, das ganz unkompliziert selbst aufzubauen ist.

Speziell für die Sales-Phase im Handel bieten die Hannoveraner neben Plakaten, Displays und Deko-Elementen vor allem 3D-Elemente in Form von Säulen, Würfeln und Podesten für die Produktpräsentation am POS an. Die beste Basis, so heißt es, um durch einen schnellen Abverkauf der Winterkollektion Platz für neue Ware zu schaffen. Deko-Banner und -Plakate des Spezialisten schaffen dann den authentischen Hintergrund für die Inszenierung der aktuellen Frühjahr-Sommer-Kollektionen.



Seit 99 Jahren am Markt, sind die Produkte des Unternehmens per Katalog, im Internet unter www.zill.de und in den stationären Geschäften in Hannover-Wülfel sowie in den Modecentren in Langenhagen und Hamburg erhältlich. Für Fragen jeder Art stehen die kompetenten Mitarbeiter als Ansprechpartner telefonisch, per Fax, Mail oder auch vor Ort zur Verfügung. UAK

Das Ladenbausystem 'Cool' vereint hochwertige Optik und unkomplizierten Aufbau.

marketing berater BTE Magazin für den Modehandel, Januar 2012

Problemfall Datenschutz

Bei Nichtbeachtung drohen Bußgelder

Bereits seit 1. September 2009 gilt die Datenschutznovelle II, welche die gesetzlichen Anforderungen an den Schutz von Mitarbeiter- und Kundendaten verschärft hat. Bislang wurde die Einhaltung der Vorgaben von den Behörden nach BTE-Informationen vor allem im Mittelstand praktisch nicht kontrolliert. Aktuell gibt es aber erste Berichte über entsprechende Inspektionen, die auch schon zu Bußgeldern geführt haben.

Vielfach unbekannt ist z.B., dass jedes Unternehmen einen Datenschutzbeauftragten bestellen muss, wenn im Geschäft eine Videoüberwachung vorgenommen wird oder mindestens zehn Personen im gesamten Unternehmen mit automatisierter Datenverarbeitung beschäftigt sind. Dazu zählen auch Mitarbeiter, die an der Kasse z.B. Zahlungen per elektronischem Lastschriftverfahren und wohl auch Electronic Cash oder Kreditkarte abwickeln! Allein diese Regelung dürfte viele mittelständische Modehäuser zur Bestellung eines Datenschutzbeauftragten zwingen. Die Unternehmen müssen dann zudem ein Datenschutzmanagement einrichten und weitere Bestimmungen des Bundesdatenschutzgesetzes erfüllen.

Problematisch: Der Datenschutzbeauftragte darf wegen möglicher Interessenkollision weder Inhaber und Gesellschafter, noch in leitender Funktion im Unternehmen tätig sein. Und die Bestellung eines 'einfachen' Mitarbeiters ist problematisch, da zum einen eine gewisse Qualifizierung erforderlich ist und zum anderen der Datenschutzbeauftragte einen erweiterten Kündigungsschutz genießt und von der Aufgabe auch kaum noch entbunden werden kann. Es empfiehlt sich daher, nach einer externen Lösung zu suchen. Einen externen Datenschutzbeauftragten offeriert z.B. die Gesellschaft für Personaldienstleistungen (GfP) in Kassel, eine Einrichtung der Handels- und Dienstleistungsverbände. Mitglieder der Einzelhandelsverbände erhalten dort Sonderkonditionen. Auf Wunsch schickt die GfP einen kostenlosen Kurz-Check 'Datenschutz' zu. Weitere Informationen: www.gfp24.de. AA



Auch beim Kassieren werden vielfach Kundendaten verarbeitet. Bild: Höltl Retail Solutions