

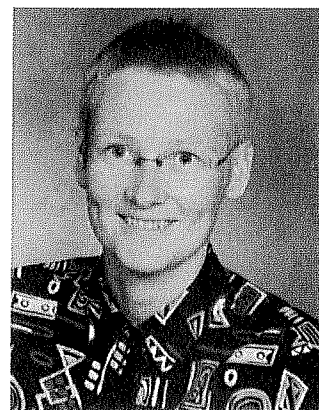
Der Handel handelt

Südhessische Unternehmer finden Wege, Krisen zu vermeiden

Die konjunkturelle Lage belastet den Einzelhandel nach wie vor schwer. Mit gezielten Strategien meistern aber einige südhessische Einzelhändler die Krise. Der IHK-Report Südhessen (IRS) sprach mit den Unternehmern über ihre Methoden.



Foto: Gettyimages



Barbara Eichelmann:
Handeln, statt die Augen
zu schließen. Foto: privat

Barbara Eichelmann kennt Krisen im Handel aus zwei Perspektiven. Sie produziert und vertreibt Schoko-Früchte in Darmstadt – und ist akkreditierte Unternehmensberaterin des RKW (Rationalisierungs- und Innovationszentrum der Deutschen Wirtschaft e.V., Eschborn). „In Krisen sollten Unternehmer handeln, statt die Augen zu schließen“, sagt sie – und bezieht auch sich mit ein. „Als hochwertige Konfiserieware im Einzelhandel zunehmend weniger gefragt war, habe ich umgedacht und individuell gestaltete Messe-Giveaways in Kleinstverpackungen produziert.“

Planung ist für Barbara Eichelmann das wichtigste Mittel, um Krisen schon im Vorfeld zu entschärfen. Dabei sollte der Unternehmer immer auch einen „Plan B“

entwickeln: Er zeigt auf, was passiert, wenn die erste Variante nicht funktioniert. Der Cashflow muss im Blick behalten werden, das gilt besonders für ausstehende Forderungen. Denn: „Cash is King – das ist so einfach wie wahr.“

Den Fokus auf Ertrag legen

„Die heutige wirtschaftliche Krise war in dieser Intensität nicht voraussehbar“, sagt Tatjana Steinbrenner, Mitinhaberin des Kaufhauses Ernst Ganz in Bensheim. „Der Druck auf den innerstädtischen Einzelhandel verschärft sich noch durch weitere Verkaufsflächen auf der grünen Wiese.“ Auch Mitbewerber, die neue Geschäftsfelder ins Programm aufnehmen – wie beispielsweise Aldi oder Tchibo – erschweren die Bedingungen. „Wir haben das Sortiment ebenfalls er-

weitert. Dennoch kann das den Umsatzeinbruch nicht vollständig auffangen.“

Um nicht in Krisen zu geraten, empfiehlt sie, sich in erster Linie auf den Ertrag zu konzentrieren und nicht nur auf den Umsatz. „Wichtig sind dafür gute Analyseinstrumente und Controlling. Investitionen schmerzen, wenn Umsätze sinken. Doch sie sind wichtig, um gerade kritische Kunden zu behalten oder sogar zurückzugewinnen.“ Da die Märkte sich immer schneller verändern, seien langfristige Strategien immer schwieriger zu entwickeln.

Marktnischen besetzen

„Auch das Geschäft mit Schrauben unterliegt großen Schwankungen“, erklärt Andreas Till, Geschäftsfüh-

rer des Großhandelsunternehmens Till Schrauben GmbH aus Riedstadt. Um Krisen zu vermeiden, entwickelt das Unternehmen spezielle Angebote, mit denen es sich von den großen Wettbewerbern unterscheidet. Denn weniger ist bei Till oft mehr: Kunden können auch kleinere Losgrößen kaufen. „Wer nur 50 Schrauben eines Typs benötigt, bekommt sie.“ So etwas spricht sich herum. „Persönliche Empfehlungen sind die beste Werbung.“ Wichtig für einige Kunden: Till lässt auch Sonderwünsche exklusiv anfertigen. „Diesen Service zu pflegen – und im Außendienst auch aktiv zu kommunizieren –, ist für ein kleineres Unternehmen wie unseres das beste Krisenmanagement im Vorfeld.“

> rfw



INFO

Barbara Eichelmann, Unternehmensberatung und Schoko-Früchte, Schubertweg 1A, 64287 Darmstadt, Telefon: 06151 3536-140, Fax 089 1488-249-611, E-Mail: info@barbara-eichelmann.de

Till Schrauben GmbH, Geschäftsführer Andreas Till, Stahlbaustraße 32, 64560 Riedstadt, Telefon: 06158 9222-0, Fax: 4038, E-Mail: info@tillschrauben.de

Kaufhaus Ernst Ganz GmbH, Tatjana Steinbrenner, Hauptstraße 56, 64625 Bensheim, Telefon: 06251 400-67