



Die Modernisierung des Juwelier- und Optikergeschäftes Winbauer hat sich gelohnt, wie zu sehen ist. Der Räumungsverkauf des Altalters zuvor hat einen wesentlichen Teil dazu beigetragen, dass die Neueröffnung nach dem Umbau von Erfolg gekrönt war. Stamm- und Neukunden waren gleichermaßen begeistert.



Umbau mit Gewinn

Die Lage bei Juwelier Winbauer in Geiselhöring war kompliziert: Auf der einen Seite war es Zeit, das in die Jahre gekommene Geschäft einem Komplett-Umbau zu unterziehen. Gleichzeitig sollte aber auch Lagerware, die zum Teil 25 Jahre alt war, verkauft werden, um die Umgestaltung zu finanzieren. Ginge der Plan auf, hätten Winbauers Erfolg auf ganzer Linie. Wenn nicht, wäre es geschäftlich der GAU. Der **Spezialist für Aktionsverkäufe, Alexander Schmidt**, nahm sich des Falls an und hatte ein klares Konzept in der Hinterhand.



Alexander Schmidt (links) stattete kurz nach dem Lagerverkauf Florian Winbauer und seiner Frau Marina einen Besuch ab, die beide sichtlich zufrieden sind.

Ganz geheuer war es Vater Georg Winbauer nicht, als sein Sohn Florian den Vorschlag machte, Alexander Schmidt für den Räumungsverkauf des Optiker- und Juweliergeschäftes als flankierende Maßnahme für den anstehenden Ladenumbau zu engagieren: »Im Moment sind Sie mein größter Feind. Wenn Ihr Konzept scheitert, haben wir beide ein Problem«, machte der Senior Aktionsprofi Schmidt unmissverständlich klar. Es liege an ihm, ob sie Freunde werden oder nicht, so Winbauer. Es stand viel auf dem Spiel. Die Neugestaltung des Ladens machte das Gros der Kosten aus, hinzu sollte noch eine Aufwandsentschädigung für die Dienstleistungen von Alexander Schmidt kommen. Der Aktionsverkauf, so die Idee, sollte weitestgehend alle zusätzlichen Kosten decken und wenn es geht, den Umbau ein Stück weit refinanzieren. Ein komplexes Unterfangen, das wusste auch Sohn Florian Winbauer: »Meine größte Sorge war, dass die ganze Blase platzen würde, und wir nach diesen Maßnahmen noch

schlechter dastehen würden, als vor der Neugestaltung des Geschäftes.« Was die Existenz hätte gefährden können.

Geschäftsumbau ist existenziell

Der Umbau war dringend nötig, schließlich fand die letzte Modernisierung im Jahr 1999 statt. Das Geschäft selbst gibt es an diesem Standort schon seit dem Jahr 1700. Um die schlechte Ortslage des Geschäftes macht Winbauer Junior keinen Hehl: »Wir sind weder 1b, 1c, noch 1d-Lage: eher 4c.« Geiselhöring, wo der Betrieb seinen Sitz hat, zählt gut 7.000 Einwohner. Zwar verfügt das Unterzentrum über Gewerbe. Zum Großeinkauf fahren die Bewohner aber in das nahegelegene Straubing, wo alles erhältlich ist, was der Mensch zum Leben braucht. Zur dezentralen Lage der »lebendigen Stadt mitten im Grünen«, wie sich Geiselhöring Besuchern gegenüber anpreist, kommt, wie gesagt, noch das Standort-Handicap des

Optiker- und Juweliergeschäftes hinzu: Es liegt fernab von der Hauptstraße aus dem Blickfeld der Passanten, versteckt in einer Seitenstraße. Florian Winbauer tut deshalb alles, um die schlechte Ortslage so gut es geht zu kompensieren. Auch Weiterbildung gehört dazu. So hatte der gelernte Augenoptiker-Meister zusammen mit seiner Frau Marina, ebenfalls Augenoptiker-Meisterin, sich im Jahr 2013 zusätzlich als Betriebswirt weiterqualifiziert. Wenn schon der schlechte Standort für keine natürliche Frequenz sorgt, dann sollte sich das rundum modernisierte Fachgeschäft zusätzlich mit qualifiziertem Personal und hoher Sachkompetenz nach außen hin profilieren. Es geht nichts über einen guten Ruf. Aufgrund des digitalen Medienzeitalters hat der Betrieb heutzutage erheblich bessere Möglichkeiten, aus Geiselhöring heraus zu kommunizieren, als Anfang der 1990er-Jahre. Um aber alte Stammkunden weiterhin zu binden und neues Klientel zu gewinnen, musste eben auch die Geschäftsausstattung auf dem aktuellen Stand sein. »Für uns bilden ein qualitativ hochwertiger Homepage-Auftritt als Visitenkarte sowie ein hochmodernes Geschäft die Existenzgrundlage«, schildert Florian Winbauer die Ausgangssituation. Deshalb musste der »Schuss« mit Alexander Schmidt unbedingt sitzen.

Erste Gespräche auf der Inhorgenta

Der Spezialist für Räumungs- und Aktionsverkäufe erinnert sich nur allzu gut an die erste Begegnung mit der Familie Winbauer, die den Besuch der vergangenen Inhorgenta dazu genutzt hatte, sich kompetenten Rat für die Zukunft des Geschäftes einzuholen. Schmidt, der Mitglied bei der Branchenvereinigung M.I.C. Aurum ist und sich am Gemeinschaftsstand beteiligte, wurde von einem Kunden an Winbauers weiterempfohlen. »Ich erklärte der Familie in einem ausführlichen Gespräch, dass wir es zuerst schaffen müssten, den alten Lagerbestand loszuwerden, weil dieser enormes Kapital band.« Nach Angaben von Schmidt lag in Winbauers »Dunkelkammer« noch Altware herum, die seit mehr als 25 Jahren das Tageslicht nicht mehr gesehen hatte. »Ziel des Räumungsverkaufs ist gewesen, so viel Liquidität wie möglich zu erzielen, um auf der einen Seite die Kosten für den Umbau quer zu finanzieren, aber auch um alte Stammkunden zu aktivieren und auf den Ladenumbau aufmerksam zu machen – und im Idealfall Neukunden zu gewinnen«, erklärt der Aktionsprofi. Offensichtlich muss es ein gutes Messgespräch gewesen sein. Familie Winbauer entschied sich, den Dialog fortzusetzen und in die Details zu gehen. Schmidt nahm den weiten Weg von seinem Heimatort Au am Rhein nach Geiselhöring auf sich, um sich auch persönlich vor Ort ein Bild der Lage zu verschaffen. Auf Basis der Umsatzzahlen machte Schmidt eine Umsatzprognose. »Wie immer kalkulierte ich sehr konservativ. Wenn es gut läuft, dann mache ich mit meinen Aktionsverkäufen auch mal bis zu 25 Prozent mehr Umsatz als geplant«, erklärt Schmidt. Danach einigten sich beide Parteien auf den Aktionszeitraum, der kurz nach Ostern beginnen und bis Ende Juni gehen sollte. Aber das war noch lange nicht alles: Bei der Umsetzung des Konzeptes handelte es sich um ein regelrechtes Bündel an Maßnahmen. »Zu meinem Maßnahmenpaket gehört natürlich auch die strategische und kommunikative Begleitung solch einer Aktion.« Gemeint ist, dass Schmidt zusammen mit seinem Team alle werbewirksamen lokalen Medien vor Ort auf ihre Kommunikationsleistung überprüft, die Anzeigenpreise für den Juwelier aushandelt und sie für die Schaltung terminiert. Darüber hinaus bie-

tet der Aktionsprofi seinen Kunden auch die grafische Gestaltung von Flyern, Anzeigen und Postern an: »Somit kommt alles aus einer Hand und nichts geht verloren«, verspricht Schmidt. Für Florian Winbauer war vor allem der gezielte Einsatz von Kommunikation eine ganz neue Erfahrung: »Natürlich war mir bewusst, dass Werbung Wirkung erzielen kann. Aber mit solch einer überwältigenden Resonanz hätte ich mein Lebtage nicht gerechnet.« Zu guter Letzt half noch ein Mitarbeiter von Alexander Schmidt beim Lagerverkauf tatkräftig vor Ort mit, was sich laut Florian Winbauer stark und positiv auf Ab- und Umsatz auswirkte. »Ich hätte ihn am liebsten sofort eingestellt«, schwärmt Florian Winbauer. Fazit von Winbauer Senior: »Der Aktionsverkauf hat alle unsere Erwartungen übertroffen, sowohl monetär als auch von der Kundenfrequenz her. Die ersten beiden Tage haben die Leute Schlange vor unserem Geschäft gestanden, solch eine Situation hatten wir noch nie. Auch die Neueröffnung nach dem Umbau lief hervorragend«, freut sich Georg Winbauer, der Alexander Schmidt von nun an als guten Freund bezeichnet.

www.schmidt-aktionsverkauf.de

Pierre Pfeiffer



Brillante Ladenkonzepte



KLAUS GEHDER
GmbH

Moderner Ladenbau schafft Brücken zum Kunden.

Klaus Gehder GmbH, Wiedensahlweg 9, 28329 Bremen
Tel.: 0421 – 4 75 38/39 • Fax: 0421 – 4 75 30 • info@ladenbau-gehder.de
www.ladenbau-gehder.de