VERTRAUENS SACHE

24 Kollegen berichten

Original Berichte aus den Fachzeitschriften

alexanderschmidt

gewinnmaximierende Räumungs- und Aktionsverkäufe

Juweliere packen aus - so arbeitet der Profi & sein Team

FAKTEN FAKTEN FAKTEN - LESENSWERTES ÜBER ALEXANDER SCHMIDT

DER KOPF DAHINTER

HERZLICH WILLKOMMEN

Begonnen hat alles im Jahr 1982 mit der Ausbildung zum Kaufmann im Einzelhandel. Weiterführende betriebswirtschaftliche Fortbildungen und Schulungen gaben und geben mir auch heute noch das notwendige Know How. Durch den frühen Tod meines Vaters habe ich 1988 das familiengeführte Einzelhandelsfachgeschäft übernommen. Das Geschäft wurde nach Jahren mit einem gewinnbringenden Räumungsverkauf veräußert.

Mut, eine gute Portion Gespür und Optimismus inspirierten mich, eine zweite Karriere als Berater für Sonderverkäufe und Geschäftsaufgaben im Handel zu starten. Sonderverkäufe führte ich seit der Übernahme des familiengeführten Betriebes durch. So geht mein Erfahrungsschatz auf das Jahr 1988 zurück.

Vertrauen ist die Basis von allem. Die ersten Erfolge konnten erzielt werden, die ersten Empfehlungen wurden ausgesprochen. Inzwischen habe ich in 26 Jahren über 1.400 Kunden erfolgreich beraten und fast alle über den gesamten Aktionszeitraum betreut.

Als gesamtes Team lieben wir, was wir tun. Egal ob vor Ort in Ihrem Geschäft, oder hinter den Kulissen. So führen wir gemeinsam mit Ihnen auch Ihr Vorhaben auf die Startlinie und bringen es zu einem erfolgreichen Abschluss.

Mein Team und ich freuen uns, auch Sie als Kunden begrüßen zu dürfen.

Ihr Alexander Schmidt

In diesem Magazin finden Sie Interviews Ihrer Kollegen, als Originalkopie aus den jeweiligen Fachmagazinen Blickpunkt Juwelier und GZ, die von der jeweiligen Redaktion geführt wurden.

Treten Sie mit uns in Kontakt -
gemeinsam bringen wir Ihr Vorhaben auf den Weg!

+49 (0) 178 329 0228

info@schmidt-aktionsverkauf.de • www.schmidt-aktionsverkauf.de

Maßgeschneiderte Strategien für Ihren Erfolg!

Profitieren Sie von über 26 Jahren Erfahrung und mehr als 1.400 erfolgreichen Projekten.
Wir sind Ihr Partner für gewinnmaximierende Räumungs- und Aktionsverkäufe.
Egal ob Sondervekäufe wegen Umbau, Geschäftsaufgaben, Neuausrichtungen -
erzählen Sie uns von Ihrem Vorhaben, wir unterstützen Sie dabei!

© nonplusultra ZEITRAUSCH

Der Andrang beim Räumungsverkauf von nonplusultra ZEITRAUSCH der Augsburger City Galerie war enorm.

PROFESSIONELL BETREUT

RÄUMUNGSVERKAUF NONPLUSULTRA

WERBUNG LOHNT SICH.
nonplusultra ZEITRAUSCH hieß das Geschäft von Sabine Streng in der City Galerie Augsburg. Damit auch der Räumungsverkauf zum Nonplusultra wurde, hatte sich die Juwelierin Unterstützung bei Unternehmensberater Alexander Schmidt gesucht.

Die Augsburger City-Galerie hat einen Anziehungspunkt weniger. Die gute Nachricht: daran: Inhaberin Sabine Streng kann, nachdem sie ihren Store jahrzehntelang erfolgreich betrieben hat, auf einen ebenso erfolgreichen Ausverkauf zurückblicken: „Der Räumungsverkauf war wirklich mega!" betont sie. Er habe ihr allerdings zuerst durchaus schlaflose Nächte bereitet, wie die Juwelierin einräumt: „Nicht weil Alexander Schmidt ihn nicht professionell in die Hand genommen hätte, sondern weil ich mir einfach nicht vorstellen konnte, dass die Leute mit so geringen Rabatten so enorm zu locken sind."

Die Kosten für Werbung von mehreren Zehntausend Euro hätten zwar deutlich zu Buche geschlagen, „aber sie haben sich mehr als gelohnt". Im Räumungsverkauf liefen die Spots auf den beiden großen Hörfunksern in Augsburg mehrfach am Tag und Sabine Streng ist im Nachhinein überzeugt: „Die Radiowerbung hat am meisten gebracht". Aber auch die Zeitungswerbung sei unverzichtbar gewesen.

Ein großes Lockmittel für die Kunden war auch die Werbung am Geschäft in der Augsburger City Galerie: von den Deckenhängern bis zur Bodenbeklebung und den Schaufenstern.Aus Sicht von Sabine Streng besonders wichtig an der Unterstützung des Unternehmensberaters Alexander Schmidt: „Wir konnten uns auf das konzentrieren, was wir am besten können: den Verkauf".

Anstrengend sei der Räumungsverkauf dennoch gewesen, aber auch schön", sagt Sabine Streng: „Gerade, wenn man morgens in den Laden kam und die Leute standen schon da-

Vom Deckenhänger bis zur Bodenbeklebung: Die Werbung am Point of Sale lockte die Laufkundschaft in den Center-Store.

vor und warteten auf uns". Sogar das Center-Management sei vorbeigekommen, um den Ansturm zu fotografieren. Ihn zu bewältigen – auch dabei half Alexander Schmidt: mit „Räumungsverkauf-erprobtem" Personal.

Denn nicht nur der Kundenandrang, sondern auch, dass permanent umdekoriert und neu bepreist werden muss, macht einen solchen Verkauf aufwendig: Wer erfolgreich den Umsatz ankurbelt, muss eben ständig die Lücken auffüllen, die die verkauften Schmuckstücke hinterlassen.

Die Arbeit hat sich mehr als gelohnt. Ob es die mechanischen Uhren von Bruno Söhne gewesen seien, die eine spezielle Zielgruppe anzogen, oder Fans der Marken von Coeur de Lion über Save Brave bis Engelsrufer – um nur drei Beispiele zu nennen. Auch von der Renaissance der Kette hat die Inhaberin bei ihrem Räumungsverkauf enorm profitiert. „So etwas haben wir noch nie erlebt," Ketten seien rausgegangen als gäbe es kein Morgen mehr. Interessanterweise hätten gerade ganz jungen Kunden bei den klassischen Königsketten enorm zugeschlagen – auch Preise von mehreren Hundert Euro hätten niemanden abgeschreckt: Quasi kiloweise seien diese Ketten angeliefert worden, rausgangen, wieder nachbestellt und ebenso schnell wieder verkauft worden.

Ein Geheimnis eines erfolgreichen Räumungsverkaufs: viel mehr zu verkaufen als man eigentlich im Bestand hat. Deshalb wurden die jahrzehntelangen Beziehungen zu den Lieferanten aktiviert, die prompt nachlieferten, was am besten ging. Auch Männerschmuck sei in der Zeit des Ausverkaufs hervorragend gelaufen – allerdings sei hochwertiger Herrenschmuck in Silber bei nonplusultra ZEITRAUSCH immer ein Thema gewesen, betont Sabine Streng.

Aber eigentlich gäbe es nichts, was im Räumungsverkauf nicht ging. Dieser hatte im Herbst 2023 begonnen und gleich der Oktober sei sensationell gelaufen – obwohl es bei nonplusultra ZEITRAUSCH traditionell der schlechteste Monat gewesen sei.

Im Januar, zum Ende der Weihnachtsferien, war dann endgültig Schluss. Es war auch keine Ware mehr da. So blieb Sabine Streng bis zur Übergabe des Geschäfts an den Vermieter noch Zeit für den Rückbau. Was letztlich übrig blieb, war die besondere Internet-Domain: nonplusultra.de. Aber für die hatte es bereits früher Interessenten gegeben ... vielleicht wird auch dieses letzte, digitale Inventar noch verkauft.

Doch warum überhaupt räumen – ein Geschäft, das gut dasteht, und dessen letzter umfassender Facelift auch erst wenige Jahre her ist? Sabine Streng hat ihren erfolgreichen Trendstore Nonplusultra Zeitrausch aufgegeben, um in den Ruhestand zu gehen. Mögliche Nachfolgeregelungen hatte die Pandemie zerschlagen und zeitgleich wäre eine Verlängerung des Mietvertrags um zehn Jahre angestanden: „Mit 60 noch mal zehn Jahre weitermachen," sagt die Juwelierin, die viel zu jung für den Ruhe konnte ich mir dann doch etwas besseres vorstellen".

Und wie geht es Sabine Streng jetzt, nach der erfolgreichen Räumung: „Mir geht's wunderbar. Es könnte mir gar nicht besser gehen!" (*el*)

Von der anderen Seite des Centers gut sichtbar: Die Werbung für den Räumungsverkauf des Trendstores.

„WIR VERKAUFEN WERTE“

Die große Leidenschaft von Ella Nölting ist das Verkaufen. Für Alexander Schmidt ist sie eine seiner Profis, die Aktionsverkäufe vor Ort betreuen. Ein aktuelles Beispiel ist Hanse Juwelier Luttmer in Buxtehude. Im GZ-Gespräch verrät Nölting, wie es funktioniert.

„Es ist immer auch eine Freude für mich und mein Team, einem Geschäftsinhaber mit einem erfolgreichen Ausverkauf den Weg in eine neue Lebensperspektive zu ebnen."

Alexander Schmidt, Inhaber Schmidt Aktionsverkauf

Hanse Juwelier Luttmer ist seit 1882 in Buxtehude ansässig. Die Geschäftsaufgabe ist sicher kein leichter Schritt?
Ella Nölting: Ja, es gibt ja zahlreiche Gründe, warum man sein Geschäft aufgeben muss oder will. Das schmerzt immer, denn es ist ein Lebensabschnitt, der nun in eine neue Phase mündet. Ich versuche, es den Inhabern und dem Team so leicht wie möglich zu machen, sie zu motivieren, jetzt noch mal Gas zu geben. Da muss der menschliche Faktor stimmen. Ich hatte schon Juweliere, die während der Zeit in den Urlaub gefahren sind und uns alles anvertraut haben.

Wie motivieren Sie das Team?
Wichtig ist mir, dass ich mich sofort ins Verkaufsteam integriere. Es ist immer aufregend, wenn man in ein neues Umfeld kommt, für beide Seiten. Auch das Personal fragt sich ja: Wer kommt denn da? Was hat sie vor? Wie funktioniert das? So sind beide Seiten schon mal elektrisiert und aufnahmebereit für Neues. Denn oft hat man ja zuvor über Jahre oder sogar Jahrzehnte das Gleiche gemacht. Nun kommt Action ins Geschäft, Verkaufen macht wieder Freude. Denn wenn wir ins Geschäft kommen, setzen wir neue Akzente: Die Ware wird neu dekoriert, die Ladenoptik verändert, zusätzlich Stücke zur Ergänzung des Angebots bestellt. Alle gehen so mit frischem Elan an die Aufgabe.

Wie gehen Sie beim Verkauf vor?
Es geht zunächst darum, alle Kunden anzuschreiben und zu informieren. Im zweiten Schritt folgt Werbung in der Zeitung, im Radio, auf Plakatwänden und so weiter. Die Menschen werden informiert, dass in ihrer Stadt was passiert.

Und, merkt man auch ein Feedback?
Ja, das ist Wahnsinn, wir übertreffen immer die Erwartungen der Kunden, ausnahmslos bei allen Ausverkäufen. Es kommen deutlich mehr Kunden als zuvor, auch in schwierigen Zeiten. Wir fahren in den ersten Monaten des Ausverkaufs einen Umsatz ein, der an vergangene Jahresumsätze erinnert. Die Länge einer Räumungsaktion richtet sich nach den erwünschten und errechneten Umsätzen, dauert also vier bis sechs Monate. Am Schluss sind die Vitrinen leer.

Wie wichtig ist der Rabatt?
Seit dem Slogan „Geiz ist geil" spielt der Rotstift schon eine wichtige Rolle. Unser Vorteil: Wir verkaufen echte, hochwertige Ware. Die wird nicht verramscht. Wir gehen sehr behutsam mit den Nachlässen um, damit der Kunde das Gefühl hat, hochwertige Ware zum niedrigen Preis zu bekommen. Und so ist es auch, denn jeder Artikel wird vom Team von Alexander Schmidt neu bewertet. Jedes gegebene Prozent geht zulasten des Inhabers, und da der Inhaber unser Auftraggeber ist, arbeiten wir ausschließlich für sein Interesse und seine Bedürfnisse.

Interview: Axel Henselder

→ www.schmidt-aktionsverkauf.de

5 STERNE FÜR ALEXANDER SCHMIDT

„Alexander Schmidt zu engagieren war die beste Entscheidung. Es war von Anfang an klar strukturiert, transparent und perfekt durchorganisiert. Auch seine Mitarbeiter vor Ort zur täglichen Unterstützung waren unheimlich wertvoll, absolute Profis und sehr kompetente wie auch superfreundliche Kollegen auf Zeit. Da hat die Arbeit plötzlich wieder Freude gemacht. Zudem war die Zusammenarbeit mit Alexander Schmidt sehr menschlich, fast schon familiär. Das hat sehr geholfen, sich nochmals zu motivieren für den Ausverkauf. Beinahe schon unheimlich waren die sehr exakten Umsatzvorhersagen – welche im Übrigen meine Erwartungen noch übertroffen haben. Ich kann nur jedem empfehlen, Alexander Schmidt ins Boot zu holen und von seinem Know-how zu profitieren."

Jan Jordan, Inhaber Juwelier Luttmer, schreibt dies in seiner Google-Bewertung

Großflächige Verklebungen und City-Light-Plakate machten auf den Räumungsverkauf von Juwelier Brauchle aufmerksam.

GESCHÄFTSAUFGABE AUS ALTERSGRÜNDEN

JUWELIER BRAUCHLE HÖRT AUF

ENTSCHEIDUNG.
Uhrmachermeister und Juwelier Klaus Brauchle hat sein Ladengeschäft, das er 2005 in Baden-Baden gegründet hatte, geschlossen. Für einen reibungslosen Räumungsverkauf verpflichtete er Unternehmensberater Alexander Schmidt. Es wurde ein erfolgreicher Abschied.

Die Entscheidung fiel Juwelier Klaus Brauchle wahrlich nicht leicht. Wer mit ihm spricht, spürt sofort, wie sehr er seine Arbeit liebt. Trotzdem hat der Uhrmachermeister, der auch Optik gelernt und vor der Selbständigkeit für mehrere Optiker tätig war, sein Geschäft nach 15 erfolgreichen Jahren in der Fußgängerzone von Baden-Baden aufgegeben. Ein Grund ist, dass er demnächst seinen 70. Geburtstag feiert. Einen weiteren beschreibt er so: „Der Online-Handel wird nicht zuletzt wegen der Corona-Pandemie weiter zunehmen und die Innenstädte zusehends veröden. Die Individualität des Handels geht so vielfach verloren. Das ist sehr unschön."

Durch eine Zeitungsanzeige erfuhr Klaus Brauchle von Alexander Schmidt, dem Profi für Räumungs- und Aktionsverkäufe im nahegelegenen Au am Rhein. Er engagierte den Unternehmensberater kurzerhand. Nachdem sich Alexander Schmidt alle relevanten Kennzahlen des Juweliers angeschaut hatte, prognostizierte er, dass das Altlager vollends abverkauft werde. Klaus Brauchle und Ehefrau Michaela waren jedoch mehr als skeptisch und konnten sich dies nicht vorstellen.

„Der Online-Handel wird nicht zuletzt wegen der Corona-Pandemie weiter zunehmen und die Innenstädte zusehends veröden. Die Individualität des Handels geht so vielfach verloren. Das ist sehr unschön."

KLAUS BRAUCHLE, JUWELIER BRAUCHLE

Im Vorfeld sorgte dieses Plakat im Schaufenster für Aufmerksamkeit bei den Kunden.

„Alle Uhren wurden verkauft. Ich habe nur noch ein paar Lederbänder und zwölf Schmuckstücke. Alle Vorhersagen von Herrn Schmidt sind tatsächlich eingetroffen.“

KLAUS BRAUCHLE, JUWELIER BRAUCHLE

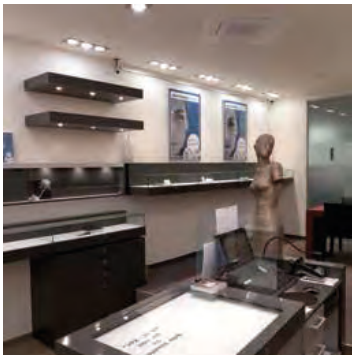
Auch im Inneren des Geschäftes wurde noch einmal auf die Rabatte aufmerksam gemacht.

Der Räumungsverkauf startete am 5. März 2020 – kurz vor dem ersten Lockdown in Deutschland. Alexander Schmidt hatte bereits entsprechende Zeitungsanzeigen gestalten lassen und in Auftrag gegeben. Darüber hinaus waren Schaufensterverklebungen angebracht, Stammkunden über den Ausverkauf informiert. Auch eine zusätzliche Verkaufskraft aus dem Team rund um Alexander Schmidt kam zum Einsatz.

Dann der Lockdown! Deutschland stand plötzlich still. „Nach zwei Wochen Ausverkauf mit zehn Prozent Rabatt konnten wir gleich wieder schließen“, erinnert sich Klaus Brauchle.

Doch es ging weiter. Juweliere mit Werkstatt durften wieder öffnen – und der Räumungsverkauf ging weiter. „Irgendwann gab es 20 Prozent Rabatt, dann 30 Prozent und so weiter – wir haben je nach Lage reagiert und gehandelt. Das Sortiment wurde teilweise sogar noch ergänzt um Produkte, die wir nicht im Portfolio hatten. Dadurch haben wir noch einmal sehr gut verkauft. Vor allem die zusätzliche Verkäuferin war absolute Spitze. Sie hatte jederzeit den vollen Überblick“, erzählt Klaus Brauchle.

Ende Oktober 2020 endete schließlich der Räumungsverkauf bei Juwelier Brauchle in der Lange Straße. Und: Das gesamte Lager war weg! „Alle Uhren wurden verkauft. Ich habe nur noch ein paar Lederbänder und zwölf Schmuckstücke. Alle Vorhersagen von Herrn Schmidt sind tatsächlich eingetroffen“, resümiert der Uhrmachermeister zufrieden.



Nahezu der gesamte Warenbestand wurde abgekauft.

RÄUMUNGSVERKAUF BEI EHINGER-SCHWARZ

TRADITIONSUNTERNEHMEN IM ABVERKAUF

Es ging ein Raunen durch die Branche, als im Frühjahr 2024 klar wurde, dass Ehinger-Schwarz verkauft werden soll. Mit fast 150 Jahren Erfahrung in der Schmuckbranche und neun eigenen Stores im ganzen Land ist das Traditionshaus eine Größe, die ihresgleichen sucht. Für den Räumungsverkauf hat man sich Profi Alexander Schmidt ins Haus geholt – und zieht positives Resümee.

© Alexander Schmidt

Time to say goodbye – Ehinger-Schwarz befindet sich derzeit im Räumungsverkauf. Mit aufmerksamkeitsstarken aber stilvollen Verklebungen wendet man sich an die Konsumenten.

Räumungsverkauf ja, verramschen nein. Man startete mit kleinen Rabatten – ein gutes Zeichen, dass der Wert der Ware von Konsumenten immer noch geschätzt wird, freut sich Geschäftsührerin Sina Geyer. Speziell die Designs von Ehinger-Schwarz überzeugen.

Ehinger-Schwarz ist ein Traditionsunternehmen, das auf eine fast 150-jährige Geschichte zurückblicken kann. Doch im Frühjahr diesen Jahres wurde bekannt, dass es nicht weitergehen wird. Persönliche Veränderungen sind der Grund für die Schließung – es konnte kein Nachfolger für die Firma gefunden werden, auch die Kinder wollten die Firma nicht übernehmen, die seit 2020 dem Unternehmer Dr. Christoph Weiss gehört. Aktuell wird nach einem Käufer für das Unternehmen gesucht – bisher gab es dahingehend noch keine Erfolgsmeldungen zu vernehmen. Auch Geschäftsführerin Sina Geyer kann zum jetzigen Zeitpunkt keine weiteren Informationen liefern – da die Suche noch in Gange ist.

RÄUMUNGSVERKAUF DER EHINGER-SCHWARZ-STORES

Anders ist das in puncto Räumungsverkauf der Stores. Hierzu gibt es Positives zu vermelden. Mit Alexander Schmidt hat sich das Traditionshaus einen Profi geholt, der sich um den Räumungsverkauf in den neun Stores in Deutschland kümmert. Die Herausforderung dabei war vor allem der zeitliche Aspekt, wie Schmidt berichtet. Doch mit dem Experten-Team rund um Schmidt sowie den „wirklich engagierten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern des Unternehmens selbst", wie Schmidt betont, wurde auch diese Herausforderung gemeistert. Geschäftsführerin Sina Geyer findet viele positive Worte für die Arbeit Schmidts. Aufmerksam geworden sei man durch Berichte in Fachmedien und interne Quellen aus der Umgebung, so Geyer. Gesagt, getan – der Räumungsverkauf konnte starten. Mit Anfang Mai 2024 ging es los. Wie immer helfen sowohl großflächige Verklebungen, um auf den Verkauf aufmerksam zu machen, als auch bewährte Werbungsmethoden. „Das war für mich eine der großen Überraschungen", so Geyer, „wie gut die klassischen Medien mit ihren Werbeformen funktionieren." Mit Schmidts Expertise wurde auch beim Ehinger-Schwarz-Räumungsverkauf auf Werbung in Zeitungen und Radio gesetzt. Und das mit großem Erfolg, wie Geyer berichtet. „Es kommen natürlich viele Stammkunden, aber immer wieder auch Neukunden – diese sprechen wir aktiv an und fragen, woher sie vom Räumungsverkauf erfahren haben. Ganz oft kommt als Antwort: Das habe ich in der Zeitung gelesen", ist die Geschäftsführerin erstaunt. Anfangs hat man zusätzlich auf Social Media-Marketing gesetzt, das wurde aber sukkzessive reduziert, da der Output nicht das gewünschte Ergebnis brachte. „In Zeiten, in denen man glaubt, es geht alles nur über Online, war das wirklich eine Überraschung für uns – und hat Alexander Schmidt einmal mehr Recht gegeben", sagt sie.

SCHMIDTS RUNDUMPAKET

Auf die Frage hin, welche Tools bzw. Angebote von Alexander Schmidt genutzt würden, meint die Geschäftsführerin: „Die Frage ist, welche wir nicht nutzen!"

Und weiter: „Wir haben sowohl auf die Verhandlungsgeschicke in Sachen Werbung vertraut, haben Mitarbeiter von Herrn Schmidt in unseren Stores im Einsatz und sind laufend mit ihm in Kontakt." Bei den Mitarbeitern geht man unterschiedliche Wege: Es gibt welche, die an einem Standort länger eingesetzt werden – wo das als beidseitiger Wunsch berücksichtigt wird – und auch jene, die kurzfristig einspringen können oder im Krankheitsfall vertreten. „Sie werden flexibel dort eingesetzt, wo sie benötigt werden und stehen unseren eigenen Mitarbeitern mit Rat und Tat und ihrer Expertise in diesem Fall zur Verfügung", sagt Geyer. Apropos eigene Mitarbeiter von Ehinger-Schwarz – denen spricht auch Alexander Schmidt ein großes Lob aus: Denn die Situation ist eine herausfordernde, das ist klar – und dennoch sind alle „mit vollem Elan und Engagement mit dabei und verhelfen dem Räumungsverkauf zu einem erfolgreichen Abschluss", ist er überzeugt.

MIT WENIG RABATT GESTARTET

Ein Punkt, der Kunden von Alexander Schmidt immer wieder überrascht – so auch im Fall von Ehinger-Schwarz – ist, mit wie wenig Rabatt tatsächlich gestartet wird. „Es ist nicht so, dass wir unsere Ware nun um große Rabatte anbieten müssen, damit sie ausverkauft wird", freut sich Sina Geyer. Und auch Schmidt betont, dass besonders in diesem Fall mit sehr niedrigen Rabatten gestartet wurde. „Das ist der Verdienst der Werbung einerseits, aber auch der Mitarbeiter von Ehinger-Schwarz andererseits, die die Maßnahmen wirklich gut umsetzen und mit großem Engagement mitmachen", findet Schmidt lobende Worte.

EIGENE MARKE GUT NACHGEFRAGT

Auch wenn es um einen Räumungsverkauf und damit um den Verkauf des Unternehmens geht, findet Geschäftsführerin Sina Geyer positive Aspekte in dieser Situation: „Besonders gefreut haben wir uns, dass vor allem unser eigenes Ehinger-Schwarz-Design nachgefragt wird. Die Kunden schätzen immer noch den Wert der Ware und geben uns somit das Feedback, dass das Unternehmen gefragt und gewollt ist."

BESTEN GEWISSENS WEITEREMPFEHLEN

Wohin die Reise letzten Endes mit Ehinger-Schwarz geht, ist noch nicht klar. Ein Käufer wird nach wie vor gesucht. Doch in Sachen Räumungsverkauf ist man guter Dinge: „Die Prognosen, die Alexander Schmidt abgegeben hat, stimmen mit den tatsächlichen Zahlen überein. Wir sind sehr zufrieden mit den Ergebnissen, die bisher zu sehen sind." Die Arbeit von Profi Schmidt findet große Zustimmung im Traditionshaus: „Aus unserer Sicht können wir Alexander Schmidt besten Gewissens weiterempfehlen. Seine Arbeit ist sehr professionell, alle Maßnahmen, die wir bisher gesetzt haben bzw. die er uns empfohlen hat, waren erfolgreich und wir freuen uns über gute Abverkäufe. Und wenn es brennt ist er immer für uns erreichbar. Sogar Sonntags", fasst Sina Geyer zusammen. *(mr)*

ALEXANDER SCHMIDT
SCHMIDT-AKTIONSVERKAUF.DE

Alexander Schmidt verfügt über mehr als 40 Jahre Erfahrung im Einzelhandel. Im Vorjahr feierte er sein 25-Jahres-Jubiläum – seit mehr als einem Vierteljahrhundert steht er dem Juwelier-Fachhandel mit seinen professionellen und erfolgreichen Konzepten für Räumungsverkauf und Verkaufsaktionen zur Seite.

Unzählige Kundenmeinungen streichen hervor, wie verständnisvoll und positiv die Zusammenarbeit mit Alexander Schmidt gelaufen ist.

Viele Kunden von Alexander Schmidt zeigen sich auch überrascht, welch hervorragendes und oft auch unerwartet gutes Ergebnis der Schluss- oder Abverkauf gebracht haben.

Aufbauend auf seiner umfassenden Branchenkenntnis startete Alexander Schmidt im Oktober mit seinem neuen Konzept „JUWELIER. ZUKUNFT".

Mehr zu diesem neuen Konzept finden Sie auf Seite 51.

ANZEIGE

„WENN, DANN MIT EINEM PROFI“

Guste Hutmacher-Weiser von Juwelier Leonhard Wolff in Düren setzte bei ihrer Geschäftsauflösung auf Alexander Schmidt. Der Erfolg übertraf alle Erwartungen.

„Es ist für mich immer wieder eine schöne Herausforderung, ein solches Traditionsgeschäft so abzuwickeln, dass der Juwelier sowie auch seine Stammkunden zufrieden sind."

Alexander Schmidt, Inhaber Schmidt Aktionsverkauf

Nach 136 Jahren ist Schluss. Der alteingesessene Juwelier Leonhard Wolff in bester Dürener Innenstadtlage schließt seine Türen für immer. Viele Stammkunden des gut gehenden Geschäfts betrauern das Ende der Institution. „Ich habe leider keinen Nachfolger gefunden, das klassische Problem in unserer Branche", berichtet Inhaberin Guste Hutmacher-Weiser die Motive für die Geschäftsauflösung. „Irgendwann muss man mal eine Entscheidung treffen, ich wollte nicht weitere drei, fünf oder sechs Jahre hinter der Theke stehen, das kam alterstechnisch nicht infrage." Auf der Inhorgenta Munich kam der Kontakt mit Alexander Schmidt zustande. Bereits zuvor hatte sie viel über den Verkaufsprofi in der GZ gelesen. Das schuf einen Vertrauensvorschuss. Der hat nicht enttäuscht: „Ich hatte mir von Anfang an vorgenommen: Wenn ich mal aufhöre, dann nur mit einem Profi. Alexander Schmidt war mir auf Anhieb sympathisch. Er beriet mich auf Augenhöhe und nicht von oben herab. Er ist sehr geerdet. Und er weiß, wovon er spricht. Er ließ sich von mir meine Zahlen geben und zeigte mir dann seine Strategie auf. Alles leuchtete ein, obwohl mir die Zahlen für die möglichen Erlöse aus dem Aktionsverkauf, die er nannte, zunächst sehr ambitioniert vorkamen", sagt die Juwelierin. Der Ausverkauf begann Ende November 2023 und endete am 30. Mai. „Seine Prognosen wurden nicht nur zu 100 Prozent erfüllt, sondern sogar noch übertroffen", so Hutmacher-Weiser. „Ich hätte das nicht für möglich gehalten." Nun sucht sie noch einen Nachfolgemieter für das Geschäftslokal, dann kann sie endlich ihren Ruhestand genießen.

Alles greift ineinander

Die Vorgehensweise funktionierte. Zunächst wurden die Stammkunden angeschrieben, sie sollten den Vortritt haben. Bereits da ging sehr viel Ware zu sehr geringen Preisnachlässen weg. „Es war sensationell", so die Unternehmerin. Dann folgte die Bewerbung in den regionalen Medien sowie mit Großflächenplakaten. Zweimal die Woche wurden Anzeigen geschaltet, darüber hinaus wurde im Geschäft durch Schaufensterbeklebungen und vor dem Geschäft mit Kundenstoppern auf den Räumungsverkauf aufmerksam gemacht. In der Regionalzeitung erschien zudem ein großer Artikel. „Das hat unglaublich gut funktioniert, der Räumungsverkauf lief wie ein perfekt abgestimmtes Uhrwerk. Alles griff ineinander", so Hutmacher-Weiser weiter. Ein von Alexander Schmidt eingesetzter Verkaufsprofi unterstützte das Team vor Ort, denn der Andrang war groß. „Die Dame hat sich sehr gut ins Team eingefügt und war eine nette, kompetente Person", lobt die Juwelierin.

Fazit

Guste Hutmacher-Weiser sagt abschließend: „Ich kann Alexander Schmidt nur jedem empfehlen. Ich bin froh, dass ich mich dazu entschlossen habe, die Geschäftsauflösung mit ihm zu machen. Die Kosten, die dabei entstanden sind – für die Werbung, das zusätzliche Personal und das Honorar –, wurden dicke wieder eingespielt. In eigener Regie hätte ich das niemals geschafft."

Axel Henselder

→ www.schmidt-aktionsverkauf.de

„Seine Prognosen wurden nicht nur zu 100 Prozent erfüllt, sondern sogar noch übertroffen."

Guste Hutmacher-Weiser,
Inhaberin Juwelier Leonhard Wolff

ES GEHT UM ALLES

Gemeinsam mit uns bringen Sie Ihre Geschäftsaufgabe zu einem erfolgreichen Finale. Nutzen Sie unser Können und Wissen für Ihr Vorhaben. Bis zu einem Jahresumsatz und mehr sind während einer Geschäftsaufgabe Realität und keine Seltenheit. Manchmal ist so viel
Ware am Lager, dass 3-4 Jahresumsätze realisierbar sind.

Ihre Vorteile auf einen Blick:

- Sie nutzen mehr als 26 Jahre Erfahrung
- Sie profitieren vom Experten, vorher, während und danach
- Sie erhalten eine auf Ihr Geschäft abgestimmte Werbekampagne
- Sie verkaufen Ihr Warenlager weit über dem Einkaufspreis
- Sie buchen auf Wunsch Top- Verkaufspersonal
- Sie vermeiden eine evtl. drohende Insolvenz
- Sie tilgen evtl. vorhandene Verbindlichkeiten
- Sie übergeben das Geschäft besenrein
- Sie erhalten die allerbesten Konditionen bei den Medien, die durch uns ausgehandelt werden

Entscheiden auch Sie sich für unsere professionellen Lösungen für Ihre Geschäftsaufgabe. So haben Sie von Anfang an die Gewissheit alles in besten Händen zu wissen und ein sicheres Gefühl alles richtig zu machen.

Rufen Sie uns an, lernen wir uns kennen.

Sie erreichen mich unter 0178 329 0228 oder per Mail info@schmidt-aktionsverkauf.de

GESCHÄFTSAUFGABE

DAS HOCHWERTIGE GEHT ZUERST WEG

„Alexander Schmidt ist ein Profi und weiß ganz genau, was er tut. Alles, was er uns versprochen hat, ist zu 100 Prozent eingetroffen.“

Svenja Mrkos und Elke Hüttner, Juwelier Zeller

SCHMUCK | SCHMIDT

Der Traditionsjuwelier Zeller aus Schwabach schließt für immer seine Türen. Beim Räumungsverkauf vertrauen Elke Hüttner und ihre Tochter Svenja Mrkos auf Alexander Schmidt.

Juwelier Zeller ist mit seinem hochwertigen Schmuckangebot sowie Trauringen eine Institution in Schwabach und Umgebung. Das Geschäft ist seit fast 80 Jahren in Familienhand. „Meine Tochter ist die Inhaberin, hat aber einen anderen Beruf gewählt. Ich führe für sie als Prokuristin das Geschäft, bin aber nun in einem Alter, in dem ich nicht mehr hundertprozentig garantieren kann, immer präsent zu sein", berichtet Elke Hüttner. Daher haben sich Mutter und Tochter im vergangenen Jahr entschlossen, das Geschäft aufzugeben – auch wenn Elke Hüttner der Schritt schwerfällt, steht sie doch seit 1978 hinterm Tresen. Über die Berichte in der GZ kannten beide bereits seit Langem den Service von Alexander Schmidt. Die Artikel sowie die Empfehlungen von Kollegen sorgten für einen Vertrauensvorschuss. Nach dem ersten Kontakt stimmte auf Anhieb die Chemie, und sie betrauten ihn mit dem Räumungsverkauf wegen Geschäftsaufgabe.

Der erste Eindruck wurde nicht enttäuscht. „Alexander Schmidt ist ein Profi und weiß ganz genau, was er tut. Alles, was er uns versprochen hat, ist zu 100 Prozent eingetroffen. Er war immer präsent. Die Werbung mit Plakaten, im Radio, die Dekoration, alles ist sehr durchdacht. In Eigenregie hätten wir das niemals hinbekommen", so die Erfahrung von Elke Hüttner. „Im Laufe der Jahre wurde das Geschäft immer größer, 1993, mit dem Umzug in das ehemalige Kloster Ebrach-Verwaltungshaus, wuchs es auf über 350 Quadratmeter Verkaufsfläche." Alexander Schmidt sagt dazu: „Das ist wirklich beeindruckend, diese einmalig schöne Atmosphäre in dem historischen Gebäude. Und der Warenbestand ist aufgrund der Größe eine echte Herausforderung. Dank der Positionierung von Zeller im hochwertigen Bereich ist der Verkauf bis zum letzten Stück möglich."

Im November startete man pünktlich mit dem Ausverkauf. Alexander Schmidt stellte dafür eine versierte Verkäuferin zur Verfügung. Zunächst wurden die Kunden angeschrieben und informiert. Hier fing man mit leichten Nachlässen an. „Unsere Kunden kamen und kauften. In den ersten Wochen ging überwiegend das Hochwertige zuerst weg. Manche haben sogar mehrere teure Stücke im fünfstelligen Bereich mit nur kleinen Abschlägen gekauft. Wir wollen unseren Schmuck nicht verramschen, er behält ja seine Wertigkeit. Alexander Schmidt hat uns dabei geholfen, die richtigen Preise zu finden. Wir haben vor Weihnachten zu zwölft bedient und hatten von morgens bis abends zu tun", berichtet Hüttner. „Und wenn etwas für die vollständige Präsentation der Kollektionen fehlte, hat er mit den Marken verhandelt, damit wir eine Auswahl bekommen. Nach dem Ende des Sonderverkaufs können wir die übrig gebliebene Ware dem Hersteller zurückgeben und sie wird verrechnet. Diese Strategie sorgt für beachtliche Umsätze, mit denen wir nie gerechnet hätten."

Nach dem Abschluss des Weihnachtsgeschäfts folgt nun die zweite Phase mit einer neuen Dekoration und höheren Rabatten. „Ich bin ehrlich begeistert und kann Alexander Schmidt nur wärmstens empfehlen", meint Elke Hüttner. Sie sucht noch einen Nachfolger für ihr Geschäft.

Wer sich über die Möglichkeiten eines Räumungsverkaufs beraten möchte, sollte den Stand von Alexander Schmidt besuchen.

Axel Henselder

→ **www.schmidt-aktionsverkauf.de**

„Der Warenbestand ist aufgrund der Größe des Geschäfts eine echte Herausforderung. Dank der Positionierung von Zeller im hochwertigen Bereich ist der Verkauf bis zum letzten Stück möglich."

Alexander Schmidt, Schmidt Aktionsverkauf

MJgraphics/Shutterstock.com

Wie geht Zukunft? Welche Themen werden in den kommenden Monaten und Jahren entscheiden? Im Interview gibt Unternehmensberater Alexander Schmidt Antworten.

AUSBLICK VON UNTERNEHMENSBERATER ALEXANDER SCHMIDT

„ALTWARE IST PLÖTZLICH WIEDER GELD WERT.“

ZUKUNFTS-ANALYSE.
Unternehmensberater Alexander Schmidt schaut für uns in die Glaskugel und gibt trotz aller Corona-Einschränkungen zahlreiche positive Signale: Trauringe & Co. werden (noch) wichtiger, Upgrade funktioniert, Service-Preise dürfen weiter steigen und so ziemlich jedes Echt-Warenlager ist verkäuflich – mit erstaunlich wenig Rabatt.

IM INTERVIEW

ALEXANDER SCHMIDT

BLICK**PUNKT**: JUWELIER: Herr Schmidt, fällt Ihnen als Unternehmensberater der Blick in die Glaskugel der anstehenden Herausforderungen im Juwelier-Einzelhandel derzeit leichter?
ALEXANDER SCHMIDT: Tendenziell eher ja. Zumindest für die nächsten zwei, drei Jahre kann man davon ausgehen, dass es so weitergeht wie heute. Corona wird bleiben – und somit kann man gut planen.

BJ: Was bedeutet „gut“ in diesem Zusammenhang?
SCHMIDT: Bei den Aktionsverkäufen wird es mehr Zeit brauchen, die Ergebnisse einzufahren. Aber sie werden kommen. Ebenfalls gut planbar ist die langfristige Ausrichtung des Juweliers, sie muss hochwertiger werden.

BJ: Sind Ihre Beratungsthemen aktuell ähnlich, auch wenn es sich um unterschiedliche Standorte oder Positionierungen der einzelnen Geschäfte handelt?
SCHMIDT: Sie sind ähnlich. Denn die Themen sind die gleichen. Entweder der Juwelier will aufhören oder sich verändern. Beim zweiten Punkt sind die Herausforderungen identisch, egal wie der Juwelier aufgestellt ist. Dazu gibt es zahlreiche positive Signale. Neue Freiheiten gibt es beispielsweise beim Standort.

BJ: Weil die A-Lage nicht unbedingt sein muss?
SCHMIDT: Richtig. Wer einen Schwerpunkt auf Trauring legen will, braucht keine Top-Lage.

BJ: Wieviel Musik spielt im Thema Trauring noch?
SCHMIDT: Noch viel. Das Thema ist längst nicht ausgereizt. Gerade in diesen Zeiten ist das Heiraten wieder groß angesagt. Allein leben ist heutzutage schwieriger. Es wird wieder zusammengerückt.

BJ: Mehr Freiheiten beim Standort, ein Plus bei Trauring & Co., wo verrät der Blick in die Glaskugel noch Potenzial für den Juwelier?
SCHMIDT: Im nachhaltigeren, wertigen Bereich. Unten werden die Umsätze abbrechen. Wenn überhaupt wird dieses Konzept als filialisiertes Unternehmen funktionieren. Aber in der Mitte und oben stehen die Chancen gut.

BJ: Mit welcher Ware?
SCHMIDT: Auch hier zählt ein exklusives Angebot. Der Onlinehandel hat die besseren Karten bei allen vergleichbaren Produkten.

BJ: Kommt die gute, alte Großhandelsware zurück?
SCHMIDT: Ganz genau. Der Juwelier wird sich auf das spezialisieren müssen, was nur er hat. Der Name des Juweliers ist in Zukunft das Programm.

BJ: Raten Sie Ihren Kunden derzeit generell zum Upgrade?
SCHMIDT: Es gibt Kunden, denen kann ich nicht zum Upgrade raten, weil es der finanzielle Hintergrund nicht hergibt.

BJ: Müssen Sie einige Juweliere aufgeben?
SCHMIDT: Manchmal kommt es vor, dass ich empfehle aufzuhören, weil es anders keinen Sinn macht. Manchmal aber läuft der Räumungsverkauf so gut und ist so motivierend, dass es doch weitergeht.

BJ: Verfügt eigentlich jeder Juwelier über genügend Kapital im Warenlager, um weiter zu machen?
SCHMIDT: Nicht jeder. Oder anders herum sind bei einigen Händlern die Verbindlichkeiten zu groß. In solchen Fällen geht es darum, das Geschäft durch einen Sonderverkauf vielleicht noch zwei, drei Jahre halten zu können. Das Ruder aber rumreißen, wird nicht funktionieren.

BJ: Was braucht es für ein Upgrade?
SCHMIDT: Wer ein Upgrade realisieren will, braucht ein komplett neues Geschäft. Wir leben heute in einer Welt, in der der Kunde sich wohlfühlen möchte – am liebsten wie im eigenen Wohnzimmer. Mit dem herkömmlichen Ladenbau von vor zehn, fünfzehn Jahren ist dies kaum zu erreichen.

BJ: Bei welcher Positionierung wird es besonders schwer?
SCHMIDT: Ganz unten wird es dauerhaft nicht funktionieren können.

BJ: Sind es die „goldfreien“ Händler, die wenig Zukunft haben?
SCHMIDT: Ja, so könnte man es sagen. Auch hier entscheidet das Warenlager. Wenn es das Warenlager hergibt, dass nach dem Ausverkauf genügend übrig bleibt um ein neues Geschäft aufzubauen, empfehle ich jedem diesen Schritt. Wenn sein Standing vor Ort gut ist, wird er auch in den ersten Jahren, bis sich die neue Positionierung durchgesetzt hat, genug Luft zum Atmen haben.

BJ: Noch vor wenigen Jahren hieß es, ein altes Warenlage wäre nichts wert.
SCHMIDT: Guter Punkt. Genau das stimmt heute nicht mehr. Hier hat es in den vergangenen Jahren eine fundamentale Veränderung im Markt gegeben. Keiner meiner Kunden bleibt derzeit im großen Stil auf altem Schmuck hängen.

BJ: Bitte?
SCHMIDT: Genau hier kommt das Storytelling zum Tragen. In einem Sonderverkauf wird man auch diese Ware verkaufen können. Mindestens 80 % dieser Ware bekommt man derzeit los. Altware ist plötzlich wieder Geld wert.

BJ: Wenn sie echt ist?
SCHMIDT: Wenn sie echt ist.

BJ: Kaufen Vintage-Kunden, Fans von „Bares für Rares“, oder geht es um Nachhaltigkeit?
SCHMIDT: Es ist eine gesellschaftliche Entwicklung. Sie kam nicht auf einmal, aber sie kam schnell. Ich erinnere mich an einen Aktionsverkauf, direkt nach dem ersten Lockdown, da hatten wir die alte Ware aus dem Safe gezogen. Der Juwelier hatte gedacht, dass wir das ganz zum Schluss verkaufen. Wir haben den Schmuck geputzt, vorbereitet und sind sofort damit gestartet. Der Erfolg hat den Juwelier umgehauen. Für die Kunden war dies neuer Schmuck. Gefällt. Kaufe ich. Nur für den Juwelier und seine Mitarbeiter im Verkauf war das zehn Jahre alt.

BJ: Also ist die Einschätzung des Juweliers falsch?
SCHMIDT: Die Einschätzung des Juweliers in diesem Punkt ist fast immer falsch. Die Trendmarken haben dem Juwelier eingeredet, dass Schmuck nach einer Saison alt ist. Das mag für Trendschmuck gelten. Leider hat der Juwelier sein Altwarenlager auch mit wertigen Schmuckstücken aufgebaut.

BJ: Welche Rolle spielt Rabatt beim Sonderverkauf?
SCHMIDT: Rabatt ist eigentlich uninteressant. Es dient vielleicht beim Onlinekauf zur Entscheidung. Im stationären Handel aber funktioniert das nicht wirklich. Viele Juweliere versuchen eigene Rabatt-Aktionen mit 20 %, 30 %, bis zu 50 % und wundern sich, warum keiner kommt. Mit reinen Rabatten zieht man keinen Menschen mehr hinterm Ofen vor. Es braucht die Geschichte rundherum. Und dann ist der Rabatt auch relativ uninteressant. Wir sind in der Lage, mit Hilfe von Storytelling während eines Sonderverkaufs und sogar während einer Geschäftsaufgabe ganz lange mit nur 10 % zu fahren.

BJ: Was genau ist solch eine Story?
SCHMIDT: Es kann der Umbau sein, die Geschäftsaufgabe. Wichtig ist, dass man rundherum um diesen Anlass eine Geschichte strickt und in sämtlichen Medien verbreitet.

BJ: Könnte die Story in heutigen Tagen heißen: Lieber Konsument, Du bist selbst schuld, wenn der stationäre Handel bei Dir im Ort stirbt?
SCHMIDT: Am Ende ja. Vor allem der erste Lockdown und die Liefereinschränkungen von Amazon & Co. haben uns ja dieses Szenario erstmals drastisch und ganz konkret vor Augen geführt. Wie würde die Innenstadt aussehen ohne Einzelhandel? Heute weiß das jeder Konsument ziemlich genau. Im Prinzip ist es dem Konsumenten total wichtig, dass der stationäre Handel da ist. Übrigens: Wenn ich durch Innenstädte gehe, fällt mir immer wieder auf: Je wertiger das Geschäft ist, egal in welcher Branche, desto mehr Kunden sind am Angebot interessiert.

BJ: Findet derzeit beim Konsumenten ein Paradigmen-Wechsel beim Einkaufen statt, weg vom ausufernden Wahllos-Shoppen im Internet, hin zum bewussten Einkaufen im stationären Handel?
SCHMIDT: Bei vielen Menschen ja. Vor allem bei den Menschen, die es sich leisten können.

BJ: Ihr Blick in die Glaskugel kommt also auch hier wieder zum Schluss, dass der echte, der upgegradete Juwelier Zukunft hat?
SCHMIDT: Absolut. Wenn sich ein Juwelier verändern will, sollte er es dringend jetzt gleich tun. Die Chance ist da! Wenn das Sortiment nachhaltig, hochwertig, spezialisiert ist, hat so ziemlich jeder Juwelier hier eine Marktberechtigung.

BJ: Wie entscheidend für die Marktberechtigung ist der Service. Welche Bedeutung hat er?
SCHMIDT: In so ziemlich jedem Beratungsgespräch mit Juwelieren rate ich zu Service und zu höheren Preisen für die einzelnen Service-Leistungen. Bei Geschäftsübergaben freuen sich manchmal die neuen Besitzer, wenn ich so offen ausspreche, dass die Preise für Service-Leistungen erhöht werden sollen.

BJ: Für viele Juweliere ist und bleibt die Mitarbeitersuche das dringendste Thema. Hat der Juwelier Zukunft, der es schafft, seine guten Mitarbeiter zu halten und neue zu finden?
SCHMIDT: Ja. Auch hier liegt es an einem zentralen Punkt, dem Geld. Wer gut bezahlt, kann die Mitarbeiter halten, wer schlecht bezahlt, wird die guten Mitarbeiter verlieren. Eigentlich ist es ganz einfach.

Anzeige

alexanderschmidt
Experten-Konzepte für Ihre Zukunft

Gewinnen Sie durch unsere Erfahrung bei Räumungs- und Aktionsverkäufen

- über 40 Jahre im Handel
- über 20 Jahre Experte bei Sonderverkäufen, Geschäftsaufgaben, Nachfolgeregelungen
- über 1000 erfolgreiche Projekte
- angeschlossene Werbeagentur, Social Media Agentur & Verkaufspersonal

Herzlichen Dank für Ihr Vertrauen
Ihr Alexander Schmidt & Team
Experten für
Sonderverkäufe & Geschäftsaufgaben

Rufen Sie uns an,
lernen wir uns unverbindlich kennen.

Alexander Schmidt • Rosenstr. 5a • 76474 Au am Rhein • Mobil +49 178 329 02 28 • Fon +49 72 45 10 94 55
info@schmidt-aktionsverkauf.de • www.schmidt-aktionsverkauf.de

DURCHSTARTEN

Eine Verkaufsaktion ist eine willkommene Gelegenheit, um die Aufmerksamkeit auf Ihr Geschäft zu lenken. So mobilisieren Sie Ihre Stammkunden, gewinnen Neukunden und ganz nebenbei vervielfachen Sie Ihre Umsätze, je nach Aktion bis zu einem Jahresumsatz.

Nutzen auch Sie die Möglichkeiten einer anspruchsvollen Verkaufsaktion.
Es finden sich immer wieder Anlässe, einen Sonderverkauf auf den Weg zu bringen.

Ein paar Beispiele:

- Umbau
- Jubiläum
- Geburtstag
- Hausmesse
- Neueröffnung
- Sortimentswechsel
- Wiedereröffnung nach Umbau

Bieten Sie Ihren Kunden etwas, bleiben Sie am Ball. Vertrauen Sie bei Verkaufsaktionen auf einen Partner, der im Thema ist. Vertrauen Sie auf einen Partner, dessen Tagesgeschäft Sonderverkäufe sind. Vertrauen Sie auf einen Partner, der einen guten Ruf hat.

Juwelier Stöger in Berlin hört auf – hat aber einen Nachfolger gefunden. Der Ausverkauf ist nun erfolgreich beendet worden.

Karin und Ulrich Hammele hören auf. Die letzte große Aktion, der Räumungsverkauf, wurde wegen Corona verschoben, war aber trotzdem ein großer Erfolg.

Ende und Neuanfang: Juwelier Stöger wird weiter existieren. Kollege Juwelier Alexander Käding aus Berlin hat übernommen und lässt unter gleichem Namen weiterlaufen.

GESCHÄFTSÜBERGABE
BEI JUWELIER STÖGER

ERFOLGREICHER RÄUMUNGSVERKAUF IN CORONA-ZEITEN

ÜBERGABE.
Ulrich und Karin Hammele haben ihr Juweliergeschäft in Berlin aufgegeben und an einen Nachfolger übergeben. Der Totalausverkauf mit Unterstützung von Unternehmensberater Alexander Schmidt war trotz Corona-Pandemie ein voller Erfolg.

Eigentlich wollten Ulrich (68) und Karin Hammele (61) ihr Juweliergeschäft in Berlin-Schmargendorf nach nahezu 50 Jahren in der Branche bereits Ende vergangenen Jahres schließen und an einen Nachfolger übergeben. „Zum einen aus Altersgründen, aber auch um künftig mehr Freizeit zu haben", erklärt Karin Hammele. Doch wegen der Corona-Pandemie und den damit einhergehenden Lockdowns verschob sich der Übergabetermin schließlich bis zum April 2021.

Rückblick: Durch „Blickpunkt Juwelier" wurde das Ehepaar auf Unternehmensberater Alexander Schmidt aufmerksam und engagierte ihn schließlich für den Räumungsverkauf, der am 30. September 2020 startete. Zu den ersten drei Tagen wurden lediglich treue Stammkunden eingeladen. Die Reduzierungen lagen anfangs bei lediglich 10 Prozent. Dennoch wurde gekauft.

Die öffentliche Werbung für den Ausverkauf startet am 5. Oktober. Karin Hammele: „Es gab Fensterbeklebungen an unserem Geschäft, Anzeigen in der `Morgenpost´ und dem `Tagesspiegel´, außerdem Plakate an Litfaßsäulen, S- und U-Bahn-Stationen." Alexander Schmidt hatte die Werbematerialien dazu in house konzipiert und gestaltet sowie die Konditionen vor Ort ausgehandelt und eine Verkäuferin zur Unterstützung im Geschäft mitgebracht. Nach etwa fünf Wochen wurde die Rabatte im Geschäft langsam stufenweise erhöht. „Wir wollten unsere gute Ware auf keinen Fall verschleudern", erzählt Karin Hammele. Deshalb gab es auch erst ganz zum Schluss und lediglich auf wenige Einzelstücke Reduzierungen von maximal 50 Prozent. Die Strategie war die richtige. Das gesamte Altlager konnte abverkauft werden. Es blieb nur wenig Ware übrig – und das trotz Lockdown!

Doch die Freude über den florierenden Abverkauf wurde am 11. Dezember jäh unterbrochen, als drei als Kripobeamte getarnte und bewaffnete Männer in das Geschäft stürmten, den Inhaber und eine Mitarbeiterin bedrohten und fesselten. Die Gangster konnten unerkannt flüchten. „Es war einfach schrecklich und schon der zweite Überfall, seit wir das Geschäft 2003 übernommen hatten", berichtet Karin Hammele noch sichtlich betroffen. Doch Alexander Schmidt habe ihnen auch in dieser schwierigen Zeit Sicherheit geben können. Er habe sie gut geführt und an die Hand genommen. So konnte das Juweliergeschäft Stöger schließlich am 15. April dieses Jahres an der Nachfolger übergeben werden: Juwelier Alexander Käding eröffnete bereits nach 14 Tagen neu unter gleichem Namen. Käding betreibt bereits drei Juweliergeschäfte in Berlin und führt Juwelier Stöger als neue Zentrale. Karin Hammele: „Es war gut, dass wir Herrn Schmidt an Bord hatten. Er ist ein hervorragender Coach, hat gutes Personal und ist fair in der Berechnung seines Honorars. Unterm Strich kamen wir trotz Corona und Überfall gut aus der Sache raus."

Jetzt will das Ehepaar erst einmal zur Ruhe kommen und die neue Freiheit genießen.

„Es war gut, dass wir Herrn Schmidt an Bord hatten. Er ist ein hervorragender Coach, hat gutes Personal und ist fair in der Berechnung seines Honorars. Unterm Strich kamen wir trotz Corona und Überfall gut aus der Sache raus."

KARIN HAMMELE, JUWELIER STÖGER

Unternehmensberater Alexander Schmidt.

wir schließen
Herzlich willkommen
%
alles ist reduziert

VERTRAUEN
VON ANFANG AN

Martina Waigel setzte auf Alexander Schmidt bei der Auflösung ihres Geschäfts Juwelier Haussmann in Göppingen.

Das hochwertige Fachgeschäft ist nun vollständig ausverkauft und sucht noch einen Nachfolger

„Es war eine Freude, dem alteingesessenen, hochwertigen Fachgeschäft einen Räumungsverkauf zu organisieren, der die Kunden mit einem guten Gefühl Abschied von dieser regionalen Institution nehmen ließ."

Alexander Schmidt, Inhaber Schmidt Aktionsverkauf

In Göppingen und Umkreis war Haussmann das bedeutendste Fachgeschäft für Uhren und Schmuck. „Es tut schon weh, eine so lange Tradition nun zu beenden, schließlich reicht die Historie bis ins Jahr 1889 zurück. Doch meine Tochter konnte als Alleinerziehende das Geschäft nicht übernehmen", sagt Martina Waigel. „Sonst hätte es damit geendet, dass ich auch weiterhin die nächsten zehn Jahre hinterm Tresen stehen muss. Das wollte ich nicht mehr." Einen externen Nachfolger für das alteingesessene Geschäft konnte sie trotz der modernen Ladeneinrichtung und des guten Renommees in der Region noch nicht finden. „Immerhin habe ich einen Interessenten, doch die Banken sind bei der Finanzierung sehr zurückhaltend. Jetzt nehme ich nach dem Ausverkauf erst mal drei Monate Auszeit", berichtet sie. Wie sie auf Alexander Schmidt kam? „Als vor circa zwei Jahren feststand, dass ich das Geschäft aufgebe – da es auch fast unmöglich war, Personal zu bekommen, welches einen entlastet –, habe ich mich umgeschaut und unter anderem sehr aufmerksam die Best-Practice-Beispiele von Herrn Schmidt in der GZ gelesen. Seine Vorgehensweise hat mir gefallen", sagt Waigel.

Ein strammer Terminplan

Ein Anruf und ein Vorgespräch im vergangenen Oktober reichten, um festzustellen: Die Chemie stimmte, es war gleich eine Vertrauensbasis da. Man wurde sich sofort einig – trotz des strammen Terminplans, denn bereits Anfang Dezember sollte der Ausverkauf beginnen, spätestens bis Ende Mai sollte alles über die Bühne gegangen sein. Und Martina Waigel hatte eine Vorbedingung: Sie wollte eine erfahrene Verkaufskraft in Vollzeit an ihrer Seite haben. Alexander Schmidt machte das möglich.

„Das Ergebnis war gigantisch", sagt die Geschäftsinhaberin. „Bereits bis Ende Januar hatten wir mit nur geringem Nachlass von zehn Prozent einen Großteil des Warenbestands verkauft. Die Leute standen vor dem Geschäft Schlange, wir dachten zeitweise: Das schaffen wir nicht. Die Werbebegleitung und die Fachkraft waren fantastisch." Es kamen Stammkunden, viele auch mehrmals, wie auch neue Käufer, die durch das Marketing auf die Aktion aufmerksam gemacht worden waren. Bis zum 31. Mai lief der Ausverkauf, zuletzt mit 50 Prozent Rabatt. Zu 95 Prozent wurde alles verkauft, nur ein paar Perlenketten und Ohrringe blieben übrig. „Die ganzen Mühen haben sich gelohnt, nun kann ich den Sommer mit einem guten Gefühl genießen", so Martina Waigel abschließend. „Ich kann Alexander Schmidt nur empfehlen."

→ www.schmidt-aktionsverkauf.de

„Bereits bis Ende Januar hatten wir mit nur geringem Nachlass von zehn Prozent einen Großteil des Warenbestands verkauft."

Martina Waigel, Inhaberin Haussmann

RÄUMUNGSVERKAUF MIT GEWINN

„RABATTE ALLEIN BRINGEN ES NICHT (MEHR)“

In kräftigen „Rabattaktionen“ sehen auch heute noch viele Geschäftsinhaber die magische Allein-Formel für Erfolg. Ganz falsch, sagt dazu der Unternehmensberater Alexander Schmidt. Und setzt auf jeweils individuell erstellte Gesamtkonzepte. Motto: Kleinstmögliche Preisnachlässe bei größtmöglichem Gewinn.

© Alexander Schmidt

Der Juwelier Jahn war stets eine feste Größe im Zentrum von Wertheim. Nach 200 Jahren führten jedoch Altersgründe zu einer Aufgabe des Geschäftes.

Um einen Juwelier bester, alter Tradition handelt es sich bei „Juwelier Jahn“ aus Wertheim. Die Inhaberfamilie Günther und Ursula Hartmann können dabei auf eine 200 Jahre lange erfolgreiche Firmengeschichte zurückblicken. Doch bereits vor Ausbruch der Pandemie hatte man das Geschäft zurückgefahren. Vor allem das „Wertheim Village“ Outletcenter machte zu schaffen. Den letzten Anstoß zur Schließung gaben dann Altersgründe und eine ungeklärte Nachfolgesituation.

Als Top-Verkäuferin und Geschäftsfrau ist es Ursula Hartmann gewöhnt, langfristig, umfassend und marktgerecht zu planen. Rund ein Jahr befasste sie sich daher mit dem Thema Geschäftschließung. Eines stand dabei jedoch von Beginn an fest: „So einen Verkauf macht man nur einmal im Leben. Wir holen uns einen externen Berater dazu.“ Die Entscheidung für Alexander Schmidt fiel aufgrund von Berichten in Fachzeitschriften und Empfehlungen von Kollegen. „Eines ist klar: Man muss sich die Besten suchen. Wir haben auch von Kollegen gehört, die den scheinbar preisgünstigsten genommen haben und dann von Beratung und Ergebnis enttäuscht waren.“

Überzeugen konnte der Räumungs-Profi von Beginn an mit seiner Einstellung zu Rabatten. „Da hätten wir vieles falsch gemacht“, so rückblickend Ursula Hartmann. Denn selbstgeplant wären sie von Beginn an mit viel zu hohen Preisnachlässen in den Räumungsverkauf gegangen. Und das trotz der Erfahrung, dass das Spiel mit Rabatten ein sehr riskantes sein kann. „Bei unserer selbst geplanten 200-Jahres-Jubiläumsaktion haben wir 20 Prozent

ALEXANDER SCHMIDT

SCHMIDT-AKTIONSVERKAUF.DE

„Ausschließlich auf Rabattaktionen zu setzen ist heute nicht mehr zeitgemäß. Der moderne Konsu ment ist mit Preisnachlässen, Sonderangeboten und Aktionen geradezu überfüttert. Er sieht sie in fast jedem Schaufenster und natürlich auch im Internet.

© Alexander Schmidt

Bei Geschäftsauflösungen kann sich das in vielen Fällen als fatal erweisen. Von der Aufgabe der Marge durch immer höhere Rabatte, da die ursprünglich geplanten Preisnachlässe nicht das erhoffte Ergebnis bringen, bis hin zum deutlichen Verlust liegt häufig nur ein kleiner Schritt. Die Praxis belegt: Erfolg bringen jeweils auf den Einzelfall zugeschnittene Gesamtkonzepte, die Preisnachlässe miteinbeziehen – so niedrig wie möglich, so spät wie möglich.“

Rabatt gegeben. Wir haben sehr gut verkauft, aber am Ende war es doch ein Null-auf-Null-Spiel. Das war noch bei der 175-Jahres-Jubiläumsaktion anders." (Hartmann).

EIN LEITFADEN UND MUT FÜR NEUE IDEEN

Mit Berater Schmidt an der Seite ist man insgesamt, so Ursula Hartmann rückblickend, auch wesentlich mutiger an den Ausverkauf gegangen. Die vorhandene Ware wurde in verschiedenste Qualitäten unterteilt und mit unterschiedlichen Prozenten ausgepreist. Der Spezialisten-Rat: „Startet mit niedrigen Prozenten, hinaufgehen könnt ihr nach einiger Zeit immer noch." Dabei lag ein großer Vorteil für die Hartmanns darin, dass sie keinerlei Zeitdruck hatten. Die Geschäftsräume befinden sich im eigenen Haus und so musste keine Miete gekündigt oder auf Mietzahlungen geachtet werden.

Dieses große Plus wurde im Gesamtplan, den die Hartmanns gemeinsam mit Alexander Schmidt erstellten, auch entsprechend berücksichtigt. Bei den Werbemaßnahmen machte Schmidt Mut. „Das hätten wir uns so nie getraut", Ursula Hartmann. Auch der Ratschlag, rechtzeitig für zusätzliches Verkaufspersonal zu sorgen, erwies sich im Fall der Juweliersfamilie als „goldrichtig". Darauf wäre man nie von selbst gekommen, unterstreicht Ursula Hartmann. „Denn plant man die Schließung, hofft man darauf vielleicht, rechnet aber ganz sicher nicht mit so einem großen Kundenansturm."

LEERE SCHUBLADEN UND EIN DEUTLICHER GEWINN

Pünktlich mit der bekannten Wertheimer Michaelismesse ging es Ende September/ Anfang Oktober los. „Es ging gleich rund. Wir hatten einen Superstart und gut, dass wir zusätzliches Verkaufspersonal hatten."

Auch im Hinblick auf den vorgeschlagenen langen Zeitraum des Ausverkaufs – von Oktober 2023 bis Ende Februar 2024 – behielt Profi Schmidt Recht. „Wir waren ja zuerst von der Länge geschockt. Aber auch nach dem Super-Oktober fuhren wir im November und Dezember die doppelten Umsätze ein. Selbst Uhren, die bei uns in letzter Zeit stark eingebrochen waren, gingen im Ausverkauf förmlich durch die Decke. Sogar Anfang Jänner, wo eigentlich gar nichts los ist, gab es Verkäufe", freut sich Hartmann.

Bilanz Mitte Jänner: Alle Schubladen sind leer. Nur im Schaufenster gibt es noch einige Stücke und man rechnet damit, dass bis Ende Februar auch diese geleert sind. Vom Gewinn her liegt man im deutlichen Plus. *(eb)*

„Unsere Entscheidung, den Ausverkauf mit einem externen Berater durchzuführen, hat sich als richtig erwiesen. Eine zweite Chance gibt es hier ja nicht.""

URSULA HARTMANN,
EINKAUF & VERKAUF, JUWELIER JAHN; WERTHEIM

Ein Bild vom Flyer, mit dem der Räumungsverkauf beworben wurde.

JUWELIER HOFFMANNS SONDERVERKAUF GING ERFOLGREICH ÜBER DIE BÜHNE

„HÖCHSTMASS AN SYMPATHIE“

ERGEBNISORIENTIERT.
Bereits zum dritten Mal setzt Juwelier Hoffmann bei Sonderverkäufen auf Unternehmensberater Alexander Schmidt. Der, wie er Blickpunkt Juwelier erzählt, „kam, sah und siegte“.

„Es ist unglaublich, was Alexander Schmidt im Hintergrund alles leistet. Egal ob Plakate, Anzeigen, Radio, ich hätte alle diese Aktionen niemals machen können. Schmidt ist jeden Cent wert.“

ERIK HOFFMANN, JUWELIER ROTH

© Erik Hoffmann

Heike und Erik Hoffmann betreiben das Juweliergeschäft Roth am Münsterplatz in Ulm.

Bei unserer ersten Verkaufsaktion war ich anfangs skeptisch. Wir suchten Unterstützung bei einem Geschäftsumbau. Wie ich auf den Unternehmensberater Alexander Schmidt kam? Ich las einen Bericht über ihn im Blickpunkt Juwelier. Und ich muss zugeben, dass ich anfangs etwas skeptisch war. Ich dachte, dass wir unsere Geschäftsauflösung auch ohne Unternehmensberater schaffen würden. Aber als er schlussendlich bei der Tür hereinkam, siegte seine Präsenz und Sympathie“, erzählt Juwelier Erik Hoffmann. Und er habe die Entscheidung noch keinen Moment bereut, wie er betont. Vor 35 Jahren übernahm der „Juwelier aus Leidenschaft“ das Geschäft Roth in Ulm von seinem Vater. Dieser hatte es wiederum vor fünfzig Jahren dem Vorbesitzer abgekauft. Es galt nun, das rund 45 m² große Stammhaus zu erneuern. Rund 100 m² wurden dazugekauft, das alte Haus komplett abgerissen und in neuer Pracht wieder aufgebaut. „Im August letzten Jahres hatten wir somit einen Totalausverkauf wegen Umzug in das Stammhaus. Wir waren mit unserem Geschäft in einem Kaufhaus angesiedelt, wo viele andere auch billige Marken vorherrschten. Es gab Rolltreppen, große Schaufenster, viel Laufkundschaft. Im Nachhinein erkannten wir, dass uns dieser Standort mehr geschadet als genützt hat.“

KONZEPT „KLASSISCHER JUWELIER“

Hoffmanns Juwelier-Laden, der inzwischen wieder am früheren Standort inmitten von Ulm am Münsterplatz angesiedelt ist, erfreut sich nun mehr Beliebtheit als zuvor. „Viele Kunden mieden unser früheres Geschäft, weil sie die Kaufhausatmosphäre abschreckte.“ Durch die Geschäftsauflösung habe sich Hoffmann wieder „zurückorientiert“: „Unser Geschäft ist nun nach den Maßstäben des klassischen Juweliers ausgerichtet. Das ist für viele Menschen viel glaubwürdiger. Wir setzen mit unserer Ware auf Hochwertigkeit. Diese ist vor allem in Zeiten geprägt von einer Krise das A und O“.

ERGEBNISORIENTIERTE KOMMUNIKATION

Mit dem Ausverkauf begann Hoffmann zunächst auf Anraten von Alexander Schmidt über viele Wochen mit kleinen Prozentzahlen. Bereits bei den ersten beiden Verkaufsaktionen mit ihm lief alles wie am Schnürchen. „Ich sparte mir unglaublich viel Geld, allein dadurch, dass ich mit geringeren Nachlässen startete. Die Kunden kauften schließlich unsere Ware mit 10, 15 Prozent Rabatt anstatt mit vielleicht 20, 30 Prozent. Wir konnten dadurch unser Sortiment sogar mit einem besseren Kurs an Frau und Mann bringen“. Auch die Kommunikation lief blendend und vor allem sehr ergebnisorientiert, zeigt sich Hoffmann begeistert. „Herr Schmidt stellte uns einen sehr fähigen Mitarbeiter zur Seite. Die Kommunikation mit ihm klappte gleich hervorragend. Wir fühlten uns in den besten Händen und optimal betreut. Egal ob telefonisch, persönlich oder wenn er bei uns vorbei kam um nach dem Rechten zu schauen. Er war da, wenn man ihn brauchte und damit eine perfekte Investition in unseren Erfolg“, schwärmt Hoffmann.

UMFASSENDES WERBEKONZEPT

Auch das Werbekonzept von Alexander Schmidt überzeugte den Juwelier, der gemeinsam mit seiner Frau, die immer zu hundert Prozent an seiner Seite stand, alle Aktionen durchführte. „Es ist unglaublich was er im Hintergrund alles leistet. Egal ob Plakate, Anzeigen, Radio, ich hätte alle diese Aktionen niemals machen können. Schmidt ist jeden Cent wert“, zeigt sich der Ulmer Juwelier begeistert. Sollte er wieder Rat und Tat und gute Konzepte benötigen, Juwelier Erik Hoffmann setzt mit Sicherheit wieder auf Nummer Sicher. Und das bedeutet für ihn Alexander Schmidt.

Alexander Schmidt überzeugte Juwelier Erik Hoffmann durch hohen Einsatz.

ROTH
JUWELIER
Ab April in der Platzgasse 1 - 3
Erleben Sie Ihr Traditionshaus
und genießen Ihren Einkauf in
entspannter Atmosphäre

Wunderschöne Schmuckstücke - einzigartig im Design jetzt reduziert!

TOTAL AUSVERKAUF

Wir schließen

alles ist reduziert

RinkeGold.de

Bergstraße 22 · Worpswede

MARKT & WIRTSCHAFT | ALEXANDER SCHMIDT

PERFEKTER ZEITPUNKT

Goldschmiedemeister Thomas Rinke aus Worpswede entschied sich 2020, sein Geschäft aus Altersgründen zu schließen. Dank Alexander Schmidt wurde der Räumungsverkauf ein Erfolg.

Thomas Rinke blickt auf eine lange Familientradition zurück: Bereits sein Vater, bei dem er Anfang der 1970er Jahre seine Lehre absolvierte, war passionierter Goldschmied. Nach der Lehre ließ sich Thomas Rinke noch zum Silberschmied ausbilden, erwarb an der Zeichenakademie in Hanau 1981 den Meistertitel, um sich ein Jahr später zunächst mit einem Atelier auf dem Weyerberg selbstständig zu machen. Es folgte 2007 der Umzug der Goldschmiede mit Galerie ins Ortszentrum von Worpswede. 2013 absolvierte er die Prüfung zum Restaurator im Gold- und Silberschmiedehandwerk. „Nun war es an der Zeit, wieder zu meinen Wurzeln, ins Atelier auf den Weyerberg, zurückzukehren“, sagt Thomas Rinke. „Da ergab es sich, dass mein Vermieter mich zwei Jahre vor dem Ende der Laufzeit aus dem Mietvertrag überraschend rauslassen wollte. Diese Gelegenheit musste ich nutzen.“ Nun ging es darum, den großen Bestand an Schmuck durch einen Räumungsverkauf rasch abzubauen. Er recherchierte und stieß auf Alexander Schmidt. „Das hat mir sehr gut gefallen, was er auf seiner Webseite stehen hatte. Wir sind dann ins Gespräch gekommen und die Chemie stimmte auf Anhieb“, so Rinke. „Er hat mich machen lassen, ich musste mich nie verbiegen. Er stand aber mit Tipps jederzeit zur Verfügung, zwei Wochen stellte er uns eine Fachverkäuferin zur Seite.“ Kommerziell war der Räumungsverkauf, der direkt nach dem ersten Lockdown von Juni bis Mitte November lief, ein voller Erfolg und erfüllte alle Erwartungen. Der Goldschmiedemeister sieht als Grund für die guten Umsätze die Tatsache, dass die Leute nicht in den Urlaub fahren konnten und genug Geld auf den Konten hatten. „Viele wollten sich trotzdem etwas Gutes tun und haben schönen Schmuck gekauft“, freut sich der Rentner, der sich nun nur noch seiner handwerklichen Leidenschaft widmen will.

„Ein Drittel des Lagers wurde mit nur zehn Prozent Nachlass abverkauft.“

Thomas Rinke
Goldschmiedemeister

→ **www.schmidt-aktionsverkauf.de**

„ER HÄLT, WAS ER VERSPRICHT!“

Alexander Schmidt Aktionsverkäufe hat sich in der Branche einen guten Ruf erworben. Viele Juweliere schwören auf seinen Service, wie folgende Statements belegen.

Sue und Michael van Bömmel
von Juwelier Burck aus Friedberg; Räumungsverkäufe wegen Totalumbau und zum 125-jährigen Jubiläum:

„Die versprochenen Zahlen sind zu 100 Prozent eingetroffen – obwohl wir das nicht erwartet haben. Die Werbung und das Kundenanschreiben waren sehr gut. Er hat die Verhandlungen mit dem Radiosender und den Zeitungen geführt. Er war viel vor Ort und hat sich um alles gekümmert. Die Beklebung des Ladengeschäfts war wertig. Manche Kollegen sagen: ‚Das, was der Schmidt macht, können wir selbst. Das Geld können wir uns sparen!‘ Darauf kann ich nur erwidern: Stimmt nicht ganz, denn im Ausverkauf haben Sie keine Zeit, sich ums Marketing zu kümmern und wenn nötig die Strategie zu ändern.“

Willy Pössl
vom gleichnamigen Juweliergeschäft im österreichischen Sölden; Räumungsverkauf wegen Geschäftsaufgabe:

„Seine Prognosen haben absolut gestimmt. Das Lager wurde nicht unter Wert verkauft, sondern alle Artikel gingen weit über Einkaufspreis raus. Die professionelle Abwicklung, die Verhandlungen mit den Medien für die Marketingmaßnahmen, seine ständige Erreichbarkeit und das Eingehen auf persönliche Wünsche sind weitere Pluspunkte.“

Simone Stadtler
von Juwelier Scherr in Passau; Räumungsverkauf wegen Geschäftsaufgabe und nachfolgendem Neustart:

„Das war eine sehr seriöse Abwicklung. Alles, was er versprochen hat, ist auch eingetreten. Alexander Schmidt hat sich um alles bis ins Detail geküm-

mert und hat auch ständig nachgefragt, ob es so passt. Auch seine Strategie, nicht sofort mit den höchsten Nachlässen anzufangen, sondern sie peu á peu zu steigern, fand ich überzeugend. Wenn man mit 50 Prozent Rabatt anfängt, hat man sein Pulver gleich zu Anfang verschossen und es kommt keiner mehr."

Ingo Stadtmüller
von Juwelier Wieting in Delmenhorst; Räumungsverkauf wegen Geschäftsaufgabe aus Altersgründen:

„Die Chemie stimmte auf Anhieb. Das ganze Konzept hat uns gut gefallen. Alexander Schmidt geht nicht sofort mit großen Abschlägen an den Start, sondern steigert sie ganz langsam. Insgesamt fielen die Preisnachlässe weit geringer aus, als ich eigentlich kalkuliert hatte. Eine Mitarbeiterin von Alexander Schmidt begleitete den Ausverkauf professionell vor Ort. Die Kampagne und die Dekoration im Geschäft waren hochwertig gehalten, so dass man nie den Eindruck bekam, hier werde etwas verramscht. Die Werbung per Anzeigen und Radiospots war sehr professionell."

Karl-Heinz Oertling
vom gleichnamigen Juweliergeschäft aus Neumünster; Räumungsverkauf aufgrund einer Geschäftsaufgabe aus Altersgründen:

„Die Zuverlässigkeit und die Kooperation mit ihm waren sehr gut. Alexander Schmidt war stets erreichbar. Sehr überzeugend fand ich sein Gesamtkonzept, insbesondere die stufenweise Steigerung der Rabatte und die damit verbundene werbemäßige Anpassung. Wir waren sehr zufrieden mit ihm und unsere Ziele wurden weit übertroffen. Wir sind froh, einen Profi engagiert zu haben. Viele scheuen die Kosten und versuchen den Räumungsverkauf selbst zu machen. Wenn es dann nicht wie vorgesehen läuft, kann man das nicht mehr korrigieren."

Jan Heinecke
vom gleichnamigen Juwelier aus Hamburg; Räumungsverkauf wegen Geschäftsaufgabe und nachfolgendem Neustart:

„Alles, was Alexander Schmidt gesagt und versprochen hatte, ist auch eingetreten. Die gesamte Betreuung war hervorragend. Auch die stufenweise Vorgehensweise, zuerst die Stammkunden persönlich anzuschreiben, bevor man dann das breite Publikum per Werbung anspricht, hat sehr gut funktioniert. Die Freunde des Hauses fühlten sich emotional durch den von ihm verfassten Brief angesprochen, kamen tatsächlich in Scharen und haben gekauft. Die werbliche Begleitung wie auch die menschliche Seite haben gestimmt."

„Vielen Dank an Herrn Schmidt und seinem Team!
Die von uns gesetzten Ziele wurden voll erreicht.
Ohne diese Unterstützung hätten wir unseren Räumungsverkauf so nicht durchgeführt und wir alleine hätten mit Sicherheit diesen Erfolg nicht erzielt.

…Firma Harant / Juwelier / Totalausverkauf wegen Umbau"

© ALEXANDER SCHMIDT

© ALEXANDER SCHMIDT

Großflächige Beklebungen, Radio- und Zeitungswerbung, Plakate an stark frequentierten Orten der Stadt – so wurde der Räumungsverkauf von Juwelier Elfinger-Zellner beworben. Und das mit Erfolg. Denn der Geschäftsführer zeigt sich sehr zufrieden mit dem Ergebnis und der professionellen Unterstützung von Alexander Schmidt und seinem Team.

ZUSAMMENARBEIT MIT PROFI ALEXANDER SCHMIDT

„SO HATTE ICH DEN KOPF FREI"

RÄUMUNGSVERKAUF GELUNGEN.
Wenn es ans Räumen geht, gibt's viele Fragen – wie das Ganze angehen, wo beginnen, welche Stricke müssen gezogen werden? Da drehen sich die Gedanken. Genau aus diesem Grund – um den Kopf für andere Dinge (in diesem Fall das Hauptgeschäft) frei zu haben, hat sich Christoph Zellner mit Alexander Schmidt zusammengetan.

So schwer es für viele Juweliere sein mag, ihr Geschäft aufzugeben, zu räumen, so einfach war die Entscheidung für Christoph Zellner, Geschäftsführer von Juwelier Elfinger-Zellner. Schließlich handelte es sich bei dieser Filiale im Westpark in Ingolstadt nicht um das einzige Geschäft der Juweliersfamilie. Das Hauptgeschäft im Norden der Stadt ist und bleibt der Fokus – mittlerweile voll und ganz aufs Hochzeitsbusiness ausgerichtet. „Mit unserer Filiale im Einkaufszentrum hatten wir gute Zeiten – in den Bestzeiten von Thomas Sabo haben wir dort wirklich gut verkauft, waren anfangs als Trendgeschäft gestartet und konnten gute Erfolge verzeichnen. Über die Jahre haben wir uns immer mehr zum klassischen Juwelier mit Gold und Eheringen verändert. Doch die Lage im Einkaufszentrum, die Frequenz und natürlich auch Corona holten uns in die Realität zurück. Als schließlich der Mietvertrag auslief, trafen wir die Entscheidung, diesen nicht zu verlängern – und zu räumen", erzählt der Juwelier. „Es hat einfach keine Freude mehr gemacht, hat für uns nicht mehr gepasst", meint Zellner. „Da haben wir uns entschieden, zu gehen." Als diese Entscheidung getroffen war, war für Zellner schnell klar, dass er das nicht alleine durchziehen möchte – sondern sich einen Profi als Unterstützung ins Haus holt. „Vor allem, weil ich nicht vor Ort war und den Kopf frei haben wollte fürs Hauptgeschäft", so der hauptsächliche Beweggrund. Wer dieser Profi sein soll, war für Zellner schnell klar.

„Mir war es wichtig, dass der Räumungsverkauf geordnet und professionell über die Bühne geht. Vor allem, weil ich nicht vor Ort war, wollte ich jemanden, auf den ich mich zu 100 Prozent verlassen kann."
CHRISTOPH ZELLNER,
GESCHÄFTSFÜHRER ELFINGER-ZELLNER

HAND IN HAND ZUM ERFOLG

Dabei ist es aber keineswegs so, dass der Juwelier mit dem Räumungsverkauf gar keine Arbeit hat. „Auch ich hatte meine Hausaufgaben zu erledigen", erzählt Zellner. Schmidt arbeitetete gemeinsam mit dem Juwelier einen Plan aus, wie der Räumungsverkauf palnmäßig, geordnet und professionell über die Bühne gehen soll – und der Juwelier muss seine ToDos erledigen. „Gestartet haben wir im Dezember – natürlich war das Weihnachtsgeschäft auch ein guter Booster – und geschlossen wurde wie geplant Ende März", zeigt Zellner die Zeitleiste auf.

Der Räumungsverkauf läuft dabei meist so ab: Zuerst mit wenigen Prozenten starten – im Fall von Zellner startete man im Weihnachtsgeschäft mit -10 Prozent – und immer weiter steigern. Bis dann die wirklich letzten Stücke mit -70 Prozent angeboten wurden. „Wahnsinn, was da noch los war", erzählten die Verkäuferinnen des Juweliers. „Wir haben wirklich bis zum letzten Tag verkauft."

DANK AN LIEFERANTEN

Ein Tipp, den der Profi immer wieder gibt: Es muss bis zum Schluss eine gewisse Auswahl an Produkten vor Ort sein. Da lohnt es sich, mit seinen Lieferanten einen guten Deal auszuhandeln. „Unsere Partner waren wirklich sehr kulant", erinnert sich Zellner. „Es gab sogar welche, mit denen wir vorher noch nie zusammengearbeitet hatten und die uns dennoch Kommissionsware zur Verfügung gestellt hatten, die wir frei kalkulieren konnten. Was in einem Fall wie diesem natürlich – im wahrsten Sinne des Wortes – Gold wert war", so der Juwelier.

Alles in allem zieht man bei Elfinger-Zellner ein positives Fazit und würde sich jederzeit wieder für den Profi entscheiden. „Es ist nicht nur die Planung, bei der Schmidt zur Seite steht, natürlich hat er die nötige Erfahrung und auch ein kompetentes Team an der Hand, das uns im Verkauf unterstützt hat. Die Damen haben unsere Verkäuferinnen an die Hand genommen und ihnen gezeigt, dass die Gesetze in einem Räumungsverkauf andere sind, als im normalen Juwelieralltag. Auch in Sachen Preisauszeichnungen und Dekoration haben sie gut unterstützt."

Einen Tipp des Juweliers gibt's noch: Rechtzeitig mit der Planung beginnen! „Wir haben im Oktober begonnen und im Dezember gestartet", lacht er. „Das war schon sportlich – für beide Seiten!" Doch rückblickend gilt: Ende gut, alles gut!

TOTAL
AUSVERKAUF
wir schließen

ES KANN NUR BESSER WERDEN!

Mit Corona hat sich vieles geändert. Der Nachholbedarf sorgte 2022 für eines der besten Umsatzjahre. Doch dieses Jahr schaut alles ganz anders aus.

Die gute Nachricht: Die Pandemie ist kein Thema mehr. Doch dafür häufen sich die schlechten News: Der Ukraine-Krieg ist immer noch im Gange, hinzu kommt aktuell die Krise in Nahost. Die Inflation ist unser ständiger Begleiter, auch wenn sie sich zuletzt ein wenig abschwächte. Die Aussichten sind düster, zumal die Politik der Ampel für weiter steigende Kosten sorgt, wie zum Beispiel beim CO2-Preis, der auch 2024 fossile Energie weiter verteuern wird. Vom Klimageld, welches zurückfließen sollte, um Verbraucher zu entlasten, ist keine Rede mehr.

Die Folgen: Die Industrie wandert ab. Verbraucher halten ihr Geld zusammen, da sie nicht wissen, was noch alles auf sie zukommt. Deutschland droht zu verarmen. Luxus läuft zwar generell besser in schwierigen Zeiten. Doch Haushalte mit einem Einkommen ab 60.000 Euro brutto zählten noch vor zwei Jahren zu den Wohlhabenden. Heute ist ihre Kaufkraft aufgrund der Teuerungen bei Energie und Lebensmitteln um rund 20 Prozent gesunken. Gerade der obere Mittelstand muss sparen. Dieses Geld fehlt nun für die schönen Dinge des Lebens, wie den Kauf von Uhren und Schmuck.

Ich vermute, dass wir bis zur nächsten Wahl alle zu kämpfen haben – vielleicht wird sie ja vorgezogen. Dann werden sich die Farbmischungen der Parteien an der Regierung sicherlich ändern. Ich setze auf eine vernünftige Politik, welche die Wirtschaft fördert und Energie für die Industrie wie auch für Endverbraucher wieder bezahlbar macht. Eine gesunde Mischung aus Umweltschutz und Rücksichtnahme auf die Interessen der Industrie und des Handels ist machbar. Kurzum: Es kann nur besser werden, darauf hoffen wir alle.

Ich wünsche Ihnen trotz allem ein gutes Weihnachtsgeschäft und einen versöhnlichen Jahresausklang.

Alexander Schmidt

→ **www.schmidt-aktionsverkauf.de**

„Die Aussichten sind düster, zumal die Politik der Ampel für weiter steigende Kosten sorgt."

Alexander Schmidt,
Inhaber Schmidt Aktionsverkauf

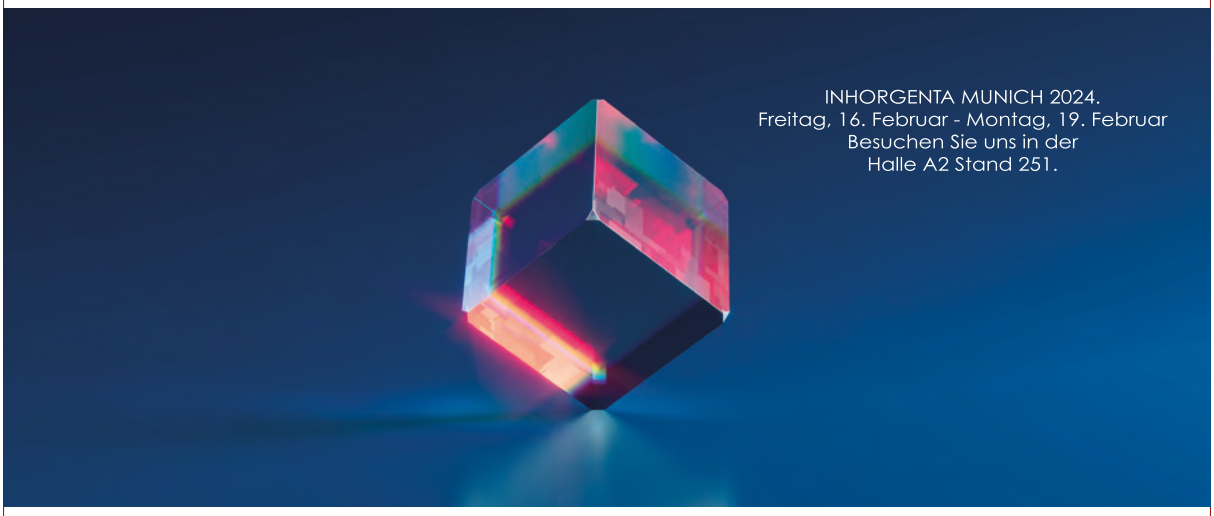
ZUR PERSON

Alexander Schmidt ist seit 25 Jahren der Experte für Räumungs- und Aktionsverkäufe, zum Beispiel anlässlich von Jubiläen, Neuausrichtungen, Umbauten oder Geschäftsaufgaben. Zuvor war er Inhaber eines Einzelhandelsfachgeschäfts.

RÄUMUNGSVERKÄUFE - GESCHÄFTSAUFGABEN - SONDERVERKÄUFE

alexanderschmidt

gewinnmaximierende Räumungs- und Aktionsverkäufe



Profitieren Sie von unserer Erfahrung

Als erster der Branche setzten wir auf die Strategie der kleinen Rabatte und führten über 1.300 Projekte zum finanziellen Erfolg.

Mit gewinnmaximierenden Räumungs- und Aktionsverkäufen seit über 25 Jahren sind wir Ihr Partner bei Sonderverkäufen, Geschäftsaufgaben, Neuausrichtungen und Nachfolgeregelungen.

Entscheiden auch Sie sich für Erfolg.

Führendes Konzept für maximalen Gewinn

Größter Erfolg mit kleinsten Rabatten

Rufen Sie uns an,
lernen wir uns unverbindlich kennen.

Alexander Schmidt • Rosenstr. 5a • 76474 Au am Rhein • Mobil +49 178 329 02 28 • Fon +49 72 45 10 94 55

info@schmidt-aktionsverkauf.de • www.schmidt-aktionsverkauf.de

EIN KLARER SCHNITT

Seit 1904 ist Juwelier Classen in Viersen eine Institution. Nun schließt das Geschäft für immer – nach einem erfolgreichen Räumungsverkauf mit dem Team von Alexander Schmidt.

„Es ist eine schöne Herausforderung, ein Juweliergeschäft mit solch einer großen Tradition so abzuwickeln, dass Stammkunden wie auch der Inhaber glücklich und mit einem guten Gefühl abschließen können."

Alexander Schmidt, Berater

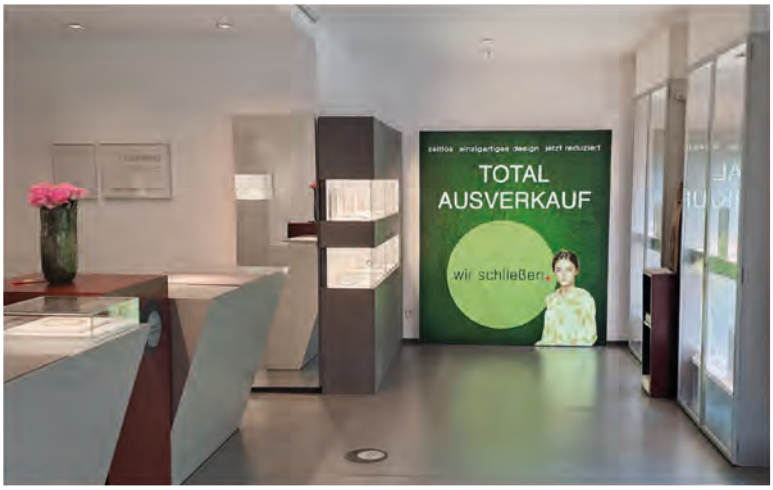
„Seit 30 Jahren führe ich das Familiengeschäft mit meiner Frau, wir waren zuletzt zu fünft für unsere Kunden da. Da tut der Abschied schon weh", sagt Johannes Classen. Ein Nachfolger aus der Familie war nicht in Sicht. Seine Tochter ist selbstständige Goldschmiedin, hat ihre Werkstatt nur wenige Kilometer entfernt. „Ich wollte keinen externen Nachfolger: Denn zum einen hätte es das Geschäft meiner Tochter beeinträchtigen können, wenn der neue Betreiber unter unserem Namen nicht ordentlich arbeiten würde. Zum anderen würde es mich auch persönlich belasten, wenn mit unserem Familiennamen, dem Lebenswerk von Generationen, nicht so sorgsam umgegangen würde, wie ich es erwarte. Daher war mir ein klarer Schnitt wichtig. Das Gebäude, welches uns gehört, wird nach der Geschäftsschließung verkauft. Vielleicht findet sich ja ein neuer Betreiber für ein Juweliergeschäft – die Möbel bleiben drin – oder etwas anderes in den Gewerberäumen, aber nicht mehr unter unserem guten Namen."

Den Kontakt zu Alexander Schmidt nahm er auf der Inhorgenta Munich auf, er kannte ihn seit Jahren aus zahlreichen Veröffentlichungen in der GZ. „Die Chemie stimmte auf Anhieb", sagt Classen. „Das Konzept hat mir gefallen. Der wohl wichtigste Dreh- und Angelpunkt für den Erfolg war sein Mitarbeiter, den er mir zur Seite gestellt hat. Ein exzellenter Verkäufer und toller Typ, der viel Erfahrung hat und genau weiß, was er tut." Im November begann der Räumungsverkauf, zunächst mit kleinen Preisnachlässen von zehn Prozent, die sich allmählich steigerten. Erst am Schluss gab es Rabatte von 50 und im Finale von bis zu 70 Prozent. Ein Kundenstopper vor dem Geschäft zählte die letzten 14 Tage runter, machte so auf das limitierte Angebot aufmerksam und schürte zusätzlich das Begehren. Am 29. Mai war Schluss, das Geschäft ausverkauft. „Es ist zunächst schwer loszulassen, wir haben schließlich als Familie 120 Jahre daran gearbeitet, das Geschäft hochzubringen. Nun mussten wir alles runterbringen auf null. Dabei hat uns das Konzept von Alexander Schmidt mit den gezielten Preisnachlässen und deren allmählicher Steigerung sowie der Bewerbung des Räumungsverkaufs sehr geholfen. Normalerweise führen Rabattaktionen nur dazu, dass sich Kunden die Rosinen rauspicken, den Rest muss man dann verramschen. Schmuck und Uhren sind ja keine verderbliche Ware, sondern werthaltig. Daher muss man auch nicht zu jedem Preis verkaufen. Das Konzept von Alexander Schmidt geht viel intelligenter vor als die üblichen Rabattaktionen. Das Ergebnis: Alle unsere Erwartungen wurden übertroffen. Ich kann Alexander Schmidt nur weiterempfehlen."

Axel Henselder

→ **www.schmidt-aktionsverkauf.de**

Ein Traditionsgeschäft gibt nach 120 Jahren auf



Passend zum „zeitlos einzigartigen Design" ist auch die Ankündigung des Totalausverkaufs im Geschäft.

Iris Pape und Joachim Köllner, in dem Geschäft, dass sie jetzt aufgeben, um sich in den Ruhestand zu verabschieden.

GESCHÄFTSAUFGABE MITHILFE DES PROFIS

WIE SICH EINE GOLD-SCHMIEDE STILVOLL VERABSCHIEDET

AUSVERKAUF OHNE RABATTSCHLACHT.
Die renommierte Goldschmiede Köllner und Pape in Dortmund hört auf. Seit zwei Monaten läuft der Räumungsverkauf erfolgreich. Unternehmensberater Alexander Schmidt hat die Maßnahmen auf das Image des Hauses und dessen Klientel abgestimmt – und gezielt neue Kunden angesprochen.

Köllner und Pape ist eine besondere Goldschmiede. Kunden in ganz Europa wissen die eigenen, außergewöhnlichen Designs des Hauses ebenso zu schätzen, wie die der anderen Designer, die hier angeboten werden. So ist Köllner und Pape unter anderem Niessing Premium-Partner. Keine gewöhnliche Herausforderung für Alexander Schmidt, der bereits viele Juweliere und Fachhändler, aber auch Goldschmiede bei der Geschäftsauflösung beraten und aktiv unterstützt hat. „Aber ich war mir sicher," betont Joachim Köllner: „Der Alexander Schmidt – der kann Goldschmiede, der kann auch uns."

Zwei Monate nach Beginn des auf vier Monate angelegten Räumungsverkaufs, der noch bis zum Jahresende läuft, hat sich diese Erwartung bestätigt. „Ich bin nicht so der Zahlenmensch, aber ich schätze, dass über die Hälfte der Ware verkauft ist – und das ohne große Rabatte." Bisher werden lediglich zehn Prozent Nachlass gewährt. Viel mehr soll es auch weiterhin nicht werden. Auch wenn vor Weihnachten die letzten Schmuckstücke, darunter das ein oder andere in die Jahre gekommene Stück aus dem Lagerbestand, etwas großzügiger rabattiert werden dürften.

„Dass wir sehr sparsam mit den Prozenten umgehen, ist für mich auch eine Frage der Fairness gegenüber den Kollegen," sagt Joachim Köllner. Ein Argument, dass man im Zusammenhang mit Räumungsverkäufen wohl nur selten hört – das seine Partnerin Iris Pape und ihn aber auszeichnet. Den Fairness-Gedanken findet Köllner bei seinem Berater wieder: „Wenn man die Arbeit bedenkt, die er leistet, ist Alexander Schmidts Angebot überaus fair." Man selbst habe eine solche Räumung gar nicht zu Wege bringen können, weil die entsprechende Erfahrung fehle. Alexander Schmidt aber setze „den Räumungsverkauf professionell und super-gut um," betont Joachim Köllner: „Ich glaube nicht, dass ein anderer es hätte besser machen können. Im Gegenteil."

Wie aber ging Alexander Schmidt bei Köllner und Pape vor? Angesichts der besonderen Klientel und der ebenso besonderen

Auch Werbung für einen Räumungsverkauf lässt sich – passend zur Goldschmiede Köllner und Pape – stilvoll umsetzen.

Schmuckstücke, war es in diesem Fall besonders wichtig, die Bestandskunden, zu denen eine lange Beziehung besteht, bevorzugt zu behandeln. Sie wurden angeschrieben und konnten exklusiv drei Tage lang als Erste im Geschäft ihre Wahl treffen. Ein Angebot, dass sehr gut angenommen wurde. Am Anfang habe ihm manchmal schon das Herz geblutet, erzählt Joachim Köllner. Nicht etwa, weil immer mehr seiner Stücke verkauft wurden, sondern weil die Kunden sich nach Jahrzehnten zum Teil sehr emotional – mit großem Bedauern und kleinen Geschenken – verabschiedet hätten. Mittlerweile ist Routine eingekehrt, die Freude am bisher Erreichten in den Vordergrund gerückt..

Im zweiten Schritt folgte, um zusätzliche, neue Kunden auf den Räumungsverkauf aufmerksam zu machen, Werbung in der Tageszeitung und im Hörfunk. Beim Thema Radiowerbung sei er zunächst skeptisch gewesen, gesteht Joachim Köllner: „Ich dachte

„Ich war mir sicher: Der Alexander Schmidt, der kann Goldschmiede, der kann auch uns.“

JOACHIM KÖLLNER, GOLDSCHMIEDE KÖLLNER UND PAPE

nicht, dass Radio für ein Geschäft wie unseres mit hochwertigen Design-Schmuck, die richtige Adresse ist.” Aber auch hier habe er sich voll und ganz auf die Einschätzung von Alexander Schmidt verlassen, und sei damit richtig gefahren.

Neben der klassischen Beratung zum Räumungsverkauf und den Werbemaßnahmen, sei es auch toll gewesen, dass Alexander Schmidt ihm und seiner Partnerin eine erfahrene Abwicklungsleiterin an die Seite gestellt hätte, die hervorragend ins Team gepasst und gearbeitet hätte. „Wir wissen genau, wie wir unsere Stammkunden bedienen,” sagt Joachim Köllner: „Die Kollegin hat uns gerade bei den Kunden, die durch die Werbung auf uns aufmerksam geworden sind – und vielleicht auch ein bisschen anders ticken als wir – sehr geholfen.”

Der Erfolg gibt der Strategie recht, dass auch ein Räumungsverkauf individuell auf ein Geschäft abgestimmt werden muss. Unsere Fotos zeigen, wie stilvoll und durchdacht auch im und am Geschäft auf die Räumung aufmerksam gemacht wurde. Eine reißerische Rabattschlacht hätte auch nicht zum Image des Unternehmens gepasst, das seinen Inhabern viel bedeutet. Die Goldschmiede in andere Hände abzugeben, war für Iris Pape und Joachim Köllner deshalb keine Option. „Wir wollten nicht, dass jemand unter unserem Namen weiter firmiert – aber vielleicht nicht in unserem Sinne agiert,“ betont Joachim Köllner. Dann doch lieber ein Räumungsverkauf, der ganz in ihrem Sinne der beiden stilvoll verläuft. Dass der Verkauf bis zum Schluss erfolgreich weitergehen wird, daran hat der Goldschmied aufgrund der Erfahrungen der letzten beiden Monate keinen Zweifel.

Bereits eine kleine Auswahl der Schmuckstücke von Köllner und Pape zeigt, dass ein marktschreierisch inszenierter Ausverkauf hier nicht passend gewesen wäre.

RÄUMUNGSVERKÄUFE - GESCHÄFTSAUFGABEN - SONDERVERKÄUFE

alexanderschmidt
gewinnmaximierende Räumungs- und Aktionsverkäufe

Zukunft gestalten

ERFOLGREICHE LÖSUNGEN FÜR DEN JUWELIER

Profitieren Sie von unserer Erfahrung

Als erster der Branche setzten wir auf die Strategie der kleinen Rabatte und führten über 1.300 Projekte zum finanziellen Erfolg.

Mit gewinnmaximierenden Räumungs- und Aktionsverkäufen seit über 25 Jahren sind wir Ihr Partner bei Sonderverkäufen, Geschäftsaufgaben, Neuausrichtungen und Nachfolgeregelungen.

Entscheiden auch Sie sich für Erfolg.

Führendes Konzept für maximalen Gewinn

Größter Erfolg mit kleinsten Rabatten

Rufen Sie uns an,
lernen wir uns unverbindlich kennen.

Alexander Schmidt • Rosenstr. 5a • 76474 Au am Rhein • Mobil +49 178 329 02 28 • Fon +49 72 45 10 94 55
info@schmidt-aktionsverkauf.de • www.schmidt-aktionsverkauf.de

PERFEKTER NEUSTART

Juwelier Clemens Hellmann aus Lingen wollte sich verkleinern und suchte den Neuanfang als Goldschmied. Alexander Schmidt unterstützte ihn beim Räumungsverkauf und beim Start seiner Schmuckmanufaktur.

Clemens Hellmann suchte nach 40 Jahren als Inhaber eines großen Juweliergeschäfts in der Altstadt von Lingen einen Weg zurück zu den Wurzeln. Kleiner, feiner und wieder mehr Goldschmiedehandwerk statt Markenware wollte er künftig bieten. Der 68-Jährige strebte nach einer Möglichkeit, im überschaubaren und von ihm allein bestreitbaren Rahmen kreativ weiterarbeiten zu können. Über die GZ lernte er Alexander Schmidt kennen. „Die Chemie stimmte auf Anhieb", sagt Clemens Hellmann. „Ich hatte sofort Vertrauen in die Kompetenz und Seriosität des Unternehmensberaters und habe mich für ihn entschieden." Er sollte nicht enttäuscht werden.

Mit geringen Nachlässen zum Erfolg

Der Räumungsverkauf begann im Sommer 2021 und dauerte nur drei Monate. Alexander Schmidt stellte ihm einen Verkaufprofi zur Seite und steuerte das Marketing. Mit zehn Prozent Nachlässen fing er an und steigerte die Rabatte allmählich. So konnte praktisch der gesamte Warenbestand verkauft werden, zum großen Teil bereits gleich zu Beginn mit den Preiszugeständnissen von lediglich zehn Prozent. „Ich hatte zum Schluss nur noch ein paar Freundschaftsringe in Silber übrig, selbst das Interieur konnte ich losschlagen. Ich bin mit dem Ergebnis hochzufrieden, zumal unterm Strich ordentlich etwas übrig blieb für meinen Neuanfang. Alexander Schmidt hat alle Prognosen, die er im Vorfeld abgegeben hat, zu 100 Prozent eingehalten", so Hellmann.

Professionell begleitet auf ganzer Linie

Seit November 2021 ist er mit seiner kleinen Goldschmiede, keine 200 Meter vom alten Standort entfernt, wieder am Start. „Ich habe mir damit einen lang gehegten Traum erfüllt, biete nur noch ganz wenige Uhren- und Schmuckmarken an und setze vor allem auf Handwerk", sagt Hellmann. So schmiedet der ehemalige Diadoro-Partner nun die Trauringe für seine Kunden selbst. Den Neustart zum Erfolg gebracht hat die Werbeagentur Luma von Carmen Frey-Schmidt, der Frau von Alexander Schmidt. Sie hat die Neueröffnung geplant und gestaltet, inklusive eines neuen Logos. Hellmann: „Die Resonanz auf die Kampagne war phänomenal, das erste Weihnachtsgeschäft lief auf Anhieb außerordentlich gut." Alexander Schmidt sagt dazu: „Das ist natürlich ein großer Vorteil für unsere Kunden. Denn so ist die Abstimmung beim Verlauf eines Sonder- oder Räumungsverkaufs beziehungsweise eine Neuausrichtung immer perfekt."

→ **www.schmidt-aktionsverkauf.de**
www.luma-agentur.de

„Ich hatte zum Schluss nur noch ein paar Freundschaftsringe in Silber übrig, selbst das Interieur konnte ich losschlagen."

Clemens Hellmann, Goldschmied

AUS ALT ...

Das alte Geschäft mit viel Markenware wurde innerhalb kürzester Zeit mit nur geringen Rabatten komplett ausverkauft

... WIRD NEU!

Die neue, kleine Goldschmiede konzentriert sich auf Kundenanfertigungen und nur wenige Marken

Fotos: Heike Worthmann

SCHMIDTS TIPPS 76

„Instagram und Facebook sollten auf jeden Fall bespielt werden."

Alexander Schmidt
Inhaber Schmidt Aktionsverkauf

AUF INS INTERNET

Nachdem in der letzten Ausgabe die Werbemöglichkeiten in den Printmedien besprochen wurden, geht es nun um das Internet und die sozialen Medien.

Eigene Homepage, Webshop, Posts in den sozialen Medien, E-Mail-Newsletter, es gibt in den Weiten des World Wide Web zahlreiche Kanäle, die man bespielen kann. Die Basis aber ist und bleibt die eigene Website. Ohne einen vernünftigen Auftritt sind alle anderen Aktivitäten im Netz praktisch sinnlos.

Stimmt die gut gemachte Webseite als erste Anlaufstelle, authentische Visitenkarte und virtuelles Schaufenster des Geschäfts, kann man sich den sozialen Medien widmen. Instagram gilt als der wichtigste Kanal. Das Publikum ist hier zwischen 15 und 50 Jahre alt. Es folgt Facebook mit einer ein wenig älteren Zielgruppe zwischen 40 und 70. Das Netzwerk für Geschäftskontakte, LinkedIn, ist für die Luxusbranche sicher auch interessant.

Instagram und Facebook sollten auf jeden Fall bespielt werden. Die Algorithmen sind so ausgelegt, dass Posts, wenn sie nur in großen Abständen und selten rausgehen, wenig Reichweite erzielen, genauso wie „unbezahlte Werbung". Wenn man Glück hat, erreicht man die eigenen Kontakte. Um erfolgreich zu sein, muss man entweder Influencer sein oder für die Werbung bezahlen. Natürlich kann man in Eigenregie viel erreichen, doch man muss sich intensiv mit den Plattformen auseinandersetzen und sehr viel Zeit investieren. Es bietet sich hier an, auf einen Profi zu setzen, der messbare Erfolge generiert. Daher sollte man bereit sein, ein wenig Geld in die Hand zu nehmen, zunächst circa 200 bis 300 Euro im Monat, mit wachsendem Zuspruch dann mehr. Allerdings braucht man Geduld, ein halbes bis ganzes Jahr kann vergehen, bis es messbare Resonanz gibt. Mit einem gut aufgestellten Onlineshop geht es schneller.

Ideal ist die Kombination aus der klassischen Printwerbung in regionalen Zeitungen und der Bespielung der sozialen Medien. Die Anzeige kostet sicher mehr Geld, bringt für den stationären Handel momentan immer noch mehr Rücklauf. Wer hingegen seinen E-Commerce-Shop bewerben möchte, für den sind die digitalen Kanäle für das Absatzmarketing sinnvoller. Eine weitere Option ist Google Ads, um sein Geschäft digital zu bewerben. Es gibt also viele Möglichkeiten, für sich zu trommeln.

Alexander Schmidt

→ **www.schmidt-aktionsverkauf.de**

ZUR PERSON

Alexander Schmidt ist seit 25 Jahren der Experte für Räumungs- und Aktionsverkäufe, zum Beispiel anlässlich von Jubiläen, Neuausrichtungen, Umbauten oder Geschäftsaufgaben. Zuvor war er Inhaber eines Einzelhandelsfachgeschäfts.

Im „FinalSale“ gingen noch die letzten Schmuckstücke über die Ladentheke, bevor Helga Gogl endgültig zusperrte. Umso erfreulicher ist für sie, dass es mit Tobias Mang an diesem Standort bald weitergeht.

„ER IST SEINEN PREIS WERT“

BESSER ALS ERWARTET

RÄUMUNGSVERKAUF.
Nach 22 Jahren in der Branche hat Helga Gogl beschlossen, in den wohlverdienten Ruhestand zu gehen. Ihr Geschäft in Vöcklabruck hat sie gemeinsam mit Alexander Schmidt „leergeräumt“. Und das mit großem Erfolg – es lief sogar besser, als es der Profi vorab prognostiziert hatte.

Es ist eine Ausgangssituation, die immer schwierig ist: Nach vielen Jahren, ja Jahrzehnten, heißt es Abschied nehmen vom eigenen Geschäft. Der wohlverdiente Ruhestand steht vor der Tür. Was sich die meisten wünschen: Dass es weitergeht. Dass Nachfolger gefunden werden. So ging es auch Helga Gogl von der Schmuckstube in Vöcklabruck. „Nach 22 aufregenden Jahren in der Schmuckstube ist es Zeit in den Ruhestand zu gehen!“, ist auf der Homepage zu lesen. Gemeinsam mit ihrem Mann hat Helga Gogl das Geschäft von ihrer Vorgängerin Christine Rauchenschwandtner gekauft. Ihr Gatte war als Uhrmachermeister für sämtliche Servicearbeiten zuständig, sie selbst hat die Verwaltung übernommen und den Ein- und Verkauf geleitet. Mitte des vergangenen Jahres haben sich die beiden dann dazu entschlossen, das Geschäft zu schließen bzw. an einen geeigneten Nachfolger zu übergeben und selbst in Pension zu gehen. Doch so einfach ist das nicht. Türe zu und fertig, geht nicht. Schließlich gibt es noch viele Schmuckstücke und Uhren, die verkauft werden wollen, ein Lager, das leergeräumt werden will. Wo also beginnen? Was ist zu tun? „Alleine hätte ich mich über diese Herausforderung nicht drüber getraut“, sagt die Besitzerin. Es gibt so viele Dinge, auf die zu achten ist – und es muss ja auch die ganze Zeit über geworben werden, damit auch wirklich alles verkauft werden kann.

DER PROFI WEISS, WIE ES GEHT

Genau hier kommt der Profi für Räumungsverkäufe und Geschäftsaufgaben, Alexander Schmidt, ins Spiel. Über Werbung und eine Emfehlung eines Außendienst-Mitarbeiters habe Gogl von Alexander Schmidt erfahren, ihn kontaktiert – und die ganze Maschinerie begann zu laufen. Den Beginn machte ein Treffen der beiden Geschäftsleute, bei der sich Schmidt ein Bild von der aktuellen Situation machte und der weitere Fahrplan besprochen wurde. Denn entschieden wurde immer alles gemeinsam. Deshalb ist es gut und wichtig, dass „beide Seiten gut zusammenarbeiten“,

meint Gogl. Nur so kann ein erfolgreicher Räumungsverkauf funktionieren, ist sie überzeugt.

„Ich war jeden Tag – egal ob via SMS, telefonisch oder per Mail – mit Herrn Schmidt in Kontakt. Er war immer erreichbar. Auch in Zeiten, in denen ich zweifelte, ob das tatsächlich alles klappt, ob wir alles verkaufen können. Doch das Ergebnis hat gezeigt, dass er recht behalten sollte. Wir haben den Räumungsverkauf sogar besser abgeschlossen, als er es vorab prognostizierte", freut sich die Neo-Pensionistin.

DER ZEITPLAN STIMMT

Im November begann der Ausverkauf, erst mit wenig Rabatt, aber viel Werbung, später dann wurde der Rabatt sukzessive immer weiter erhöht, die Werbung blieb. Der Räumungsverkauf ging über die Weihnachtszeit und wurde planmäßig am 31. März beendet. Genau so, wie es von Anfang an geplant war. „Und wir haben wirklich alles verkauft – jedes einzelne Stück ist weg", erzählt Gogl. Ihre Bedenken, dass alles vor Weihnachten weg sein müsse, weil die Kunden danach nicht mehr kaufen würden, hat sowohl Alexander Schmidt zerstreut als auch die Zeit gezeigt, dass das so nicht stimmt. „Wir haben wirklich bis zum Schluss gut rausverkauft – anders, als ich es mir anfangs erwartet hätte. Ich war immer der Meinung: Bis Weihnachten muss alles – oder zumindest der Großteil – weg sein", erzählt sie auch von ihren Bedenken. Doch mit dem Profi an ihrer Seite wurden diese schnell aufgelöst.

Die letzten Stücke schließlich, die noch im Lager gelegen hatten, waren, so Gogl „schon längere Zeit echte Ladenhüter". Diese habe sie zum Schluss an wohltätige Organisationen verschenkt.

DURCHWEGS POSITIVES FAZIT

Ihr Fazit zur Arbeit von Alexander Schmidt könnte positiver nicht ausfallen: „Er kostet etwas, aber ist sein Geld auf alle Fälle wert", schmunzelt sie. Besonders positiv sieht Gogl die Erfahrung, die Schmidt mitbringt und „man selbst eben nicht hat. Schließlich macht man so etwas nur einmal im Leben." Vom Zeitpunkt der Rabatt-Erhöhungen angefangen bis hin zur intensiven Werbe-Präsenz im Internet und den Printmedien ist Gogl von Schmidts Arbeit überzeugt. „Er hat zum Beispiel die Anzeigenpreise in den Printmedien für mich verhandelt, was ich selbst nie gekonnt hätte", so die ehemalige Schmuckstube-Besitzerin. Was für Gogl eine echte Überraschung war: Es gab während dieser fünf Monate keine echte Flaute.

ENDE GUT, ALLES GUT

Was sie besonders freut: Es haben sich Nachfolger für die Schmuckstube gefunden. Völlig überraschend, wie Helga Gogl erzählt, gibt es nun eine junge Familie, die das Geschäft übernimmt. Diesen Wunsch hatte sie von Anfang an – doch lange Zeit fand sich niemand für ihr Geschäft. „Uns freut es natürlich sehr, dass der Standort jetzt doch weitergeführt wird und mit Herrn Tobias Mang und seiner Gattin engagierte Nachfolger gefunden werden konnten – immerhin gibt es an dieser Stelle dann bereits in fünfter Generation ein Juweliergeschäft", freut sich die ehemalige Besitzerin. Und ergänzt: „Immerhin geschieht es ja in unserer Branche nicht oft, dass sich jemand an einen Neustart wagt!"

Unauffällig war gestern. Wenn es um den Räumungsverkauf und somit den letzten Profit geht, heißt es: Klotzen statt Kleckern.

© Juwelier Wermeling

Das Bild von Anfang Januar bei Juwelier Wermeling zeigt eindrucksvoll, wie erfolgreich der Räumungsverkauf war: leere Vitrinen im Geschäft – nur noch die Schaufensterware war drei Wochen vor dem engültigen Ladenschluss noch übrig.

GESCHÄFTSAUFGABE MITHILFE DES PROFIS

„OHNE UNTERSTÜTZUNG HÄTTEN WIR DAS NICHT GESCHAFFT"

REINER TISCH IN RHEINE

Das renommierte Juweliergeschäft Wermeling verabschiedet sich – das Inhaber-Ehepaar geht in den wohlverdienten Ruhestand. Davor aber wurde es noch einmal hektisch – und das war durchaus gewünscht: Denn der Ausverkauf mit professioneller Unterstützung von Alexander Schmidt sorgte für regen Kundenverkehr.

Peter Wermeling und seine Frau Birgit standen vor einem Problem, das viele Juweliere heute haben: „Wenn man gutes Personal finden würde und man sich ein bisschen zurückziehen könnte, hätten wir unser Geschäft vielleicht noch etwas länger betrieben". Aber da sich keine Mitarbeiter fanden – vor allem niemand, der vielleicht Interesse gehabt hätte, das Juweliergeschäft irgendwann zu übernehmen – entschied sich Peter Wermeling für die Auflösung.

Dass kein möglicher Nachfolger gefunden werden konnte, ist auch ein Zeichen der Zeit. Jeder Juwelier weiß, dass es gerade angesichts des Fachkräftemangels kein 35-Stunden-Job ist, ein Geschäft zu führen. Auch der eher spärliche Urlaub eines Einzelhändlers sorgt dafür, dass eine gute „Work-Life-Balance", die sich gerade jüngere Menschen wünschen, in diesem Gewerbe kaum realisierbar ist. Auch wenn er sein Geschäft mit Spaß und Leidenschaft geführt hat: Mit 67 Jahren, nach 40 Jahren im Geschäft – 20 Jahre als Angestellter, weitere 20 als Inhaber – wollen sich auch Peter Wermeling und seine Frau jetzt endlich einmal Freizeit gönnen.

Unterstützung für die Auflösung hat Juwelier Peter Wermeling bei Unternehmensberater Alexander Schmidt gesucht und gefunden. Er

Juwelier Wermeling räumt nach 40 Jahren das Geschäft im westfälischen Rheine, um in den Ruhestand zu gehen. Unterstützt wird er dabei von Unternehmensberater Alexander Schmidt.

ist, als wir Anfang Januar mit ihm sprechen, mit dem Erfolg sehr zufrieden. Begonnen hatte der Ausverkauf im westfälischen Rheine am 8. August 2022. Am 31.01.2023 schließen endgültig die Türen.

Schon in der ersten Januarwoche ist nur noch die Schaufenster-Ware übrig – im Geschäft selbst finden sich nur noch ein paar Deko-Gegenstände, die noch verkauft werden können. Und dies obwohl Juwelier Wer-

„Wir konnten uns auf das konzentrieren, was wir am besten können – nämlich auf die Kundengespräche und den Verkauf".

PETER WERMELING,
JUWELIER WERMELING, RHEINE

Inmitten der Innenstadt von Rheine war Juwelier Wermeling bis zum Ausverkauf angesiedelt. Die Umgebung lud zum Shoppen und auch zum Verweilen ein.

meling auf Anraten von Alexander Schmidt vor dem Ausverkauf erst noch einmal einkaufte: „Damit ein Räumungsverkauf sich wirklich lohnt, muss auch genügend Ware im Geschäft sein", so Peter Wermeling. Mit den Rest-Beständen alleine hätte der Juwelier bei seine „Abschiedsvorstellung" deutlich weniger Umsatz gemacht.

Gestartet wurde im Sommer mit sehr überschaubaren Rabatten von zehn Prozent – auch dies lockte bereits viele Kunden. Im Oktober wurde etwas mehr Rabatt eingeräumt – im Weihnachtsgeschäft konnten die Kunden Schmuckstucke und Uhren dann um bis zu 30 Prozent günstiger erwerben. Wobei die Höhe der Rabatte gar nicht groß kommuniziert wurde, sondern eher eine interne Guideline war. Die Kundinnen und Kunden überzeugte meist schlicht das Preisschild – mit dem Original- und dem reduzierten Preis. Erst Last-Minute – und nachdem das Weihnachtsgeschäft vorbei war – wurden die letzten Stücke zum halben Preis angeboten.

Nicht nur Marken wie Fope, Capolavoro, Schmuckwerk oder Manuschmuck und Farbedelsteinschmuck von Richard Hans Becker, Elaine Firenze oder A. Odenwald verkauften sich ausgezeichnet: „Ich könnte gar nicht sagen, dass irgend etwas besonders gut lief," sagt Peter Wermeling: „Es ist einfach alles gut weggegangen, sowohl Schmuck als auch Uhren, sowohl im höherpreisigen als auch im günstigeren Bereich".

Die Stammkunden wurden, wie Alexander Schmidt bei jeder Geschäftsaufgabe rät, besonders angesprochen. Gleich zum Beginn des Abverkaufs im August erhielten sie einen ersten Brief – ein zweiter folgte im Vorweihnachtsgeschäft.

Auch um die Werbung, die ebenso auf das Geschäft abgestimmt war, wie die Schaufenster und die Ladengestaltung kümmerte sich der Unternehmensberater natürlich: „Alexander Schmidt hat Radiowerbung empfohlen und geschaltet und auch mit den Zeitungen wegen der Anzeigenpreise verhandelt," so Peter Wermeling. Auch über Facebook wurde der Ausverkauf promotet. Aus Sicht des Juweliers das Wichtigste: „Wir konnten uns auf das konzentrieren, was wir am besten können – nämlich auf die Kundengespräche und den Verkauf". Doch auch dabei erhielten Peter Wermeling, seine Frau und der Goldschmied, den er beschäftigt, professionelle Unterstützung vom Unternehmensberater: zwei stresserprobte Verkäuferinnen begleiteten den Ausverkauf: „Ohne Unterstützung hätten wir das nicht geschafft – weder das Organsiatorische, noch den Verkauf".

Jetzt werden sich Peter Wermeling und seine Frau Brigit erst einmal erholen und ihre freie Zeit genießen. Denn der Ausverkauf war trotz aller Unterstützung eine besonders anstrengende Zeit. Nicht nur, weil am Montag, den sich die beiden seit zehn Jahren als freien Tag gönnten, wieder geöffnet war. Sondern vor allem deshalb, weil die Werbung und die großteils sparsamen Rabatte, für eine enorme Kundenfrequenz sorgten. Der Erfolg des Räumungsverkaufs war diese Mühe aber wert. Und von der wenigen verbliebenen Schaufensterware, die Anfang Januar noch übrig war, sollte in den letzten drei Wochen des Ausverkaufs auch noch das meiste weggehen. So wurde in Rheine reiner Tisch gemacht.

JUWELIER PATRICK SCHELL STARTET DURCH

RÄUMUNG FÜR DEN NEUANFANG

HOCHWERTIGERE POSITIONIERUNG.
Juwelier und Goldschmied Patrick Schell in Achern im Schwarzwald räumt Geschäft und Lager für den Umbau. Unterstützt wird er dabei von Unternehmensberater Alexander Schmidt.

© Juwelier Schell/Alexander Schmidt

Juwelier Patrick Schell räumt sein Geschäft in Achern im Schwarzwald, um nach dem Umbau neu durchzustarten. Hohe Rabatte gab es dabei nur für die letzten Restposten.

„Wir haben mit dem Räumungsverkauf im September begonnen und bereits im Dezember, also zwei Monate vor dessen Ende, unser Umsatzziel erreicht."

PATRICK SCHELL,
JUWELIER UND GOLDSCHMIEDE SCHELL IN ACHERN

Wir haben noch nie so viele Trauringe verkauft, wie in der Zeit des Räumungsverkaufs", berichtet Patrick Schell. Das bestätigt das Konzept hinter den Umbauplänen, die er mit Ladenbau Hemann umsetzt. Es umfasst unter anderem eine Trauring-Lounge mit Bar, um sich noch stärker als Ring-Experte in diesem Bereich zu profilieren und den Kunden ein Shopping-Erlebnis zu bieten, das dem Kauf dieses Ringes fürs Leben gerecht wird. Der Trauringverkauf ist aber nur ein Beispiel dafür, wie gut der Ausverkauf lief. Der künftigen Trauring-Lounge weichen muss die bisher sichtbare, in den Laden integrierte Goldschmiede. Auch wenn andere Juweliere durch den Blick in die Werkstatt heute gerne Kompetenz zeigen, hat sich dieses Konzept für Patrick Schell nicht bewährt – oder besser gesagt: Es hat sich zu gut bewährt: „Wir fertigen Schmuckstücke selbst an und wir bieten unseren Kunden auch weiterhin gerne unseren Service und die Reparaturleistungen," so der Juwelier: „Aber die Präsenz der Goldschmiede im Geschäft hat dazu geführt, dass die Serviceleistungen einfach zu stark von Kunden genutzt wurden, die nicht bei uns gekauft hatten." Nicht nur die eigene Kollektion „Cuckoowelen" (vom Namen her angelehnt an den Cuckoo, den für die Schwarzwälder Uhren namensgebenden Kuckuck) wird natürlich weiterhin im Schwerpunkt in der eigenen Goldschmiede – nur eben hinter den Kulissen – und in Pforzheim produziert. Denn mit dieser Heimatkollektion hat Patrick Schell eine Erfolgsgeschichte geschrieben, für die er auch auf der INHORGENTA ausgezeichnet wurde und die sich auch in der Phase der Räumung gut verkaufte. In der Pandemie hat er überdies erfolgreich den eigenen Webshop cuckoowelen.de gestartet.

Patrick Schell hatte das Juwelier-Geschäft mit Goldschmiede 1998 von seinen Eltern übernommen, ist also quasi mit dem Geschäft groß geworden. 2006 dann der erste große Meilenstein: Der Umzug vom Weinort Kappelrodeck in die naheliegende Kreisstadt Achern. Der zweite Meilenstein, die Neueröffnung am 4. März 2023, wird mit dem Totalräumungsverkauf eingeleitet, der im September 2022 startete und fast abgeschlossen ist:

„Das Businesskonzept von Alexander Schmidt ist beeindruckend – und es funktioniert", betont Patrick Schell. Einer der Kernpunkte war, nicht mit großen Rabatten heranzugehen. Bereits mit einem eher bescheidenen Abzug wurde sehr gut verkauft: „Wir haben mit dem Räumungsverkauf im September begonnen und bereits im Dezember, also zwei Monate vor dessen Ende, unser Umsatzziel erreicht." Einziger kleiner Wehrmutstropfen beim Räumungsverkauf: Das Weihnachtsgeschäft 2022 verzeichnete im Vergleich zum Vorjahr – ganz im Gegensatz zu den Räumungsmonaten davor – nur ein geringes Wachstum. Vielleicht zum Teil auch, weil sich manche Kunden angesichts des Ausverkaufs bereits zuvor bei Patrick Schell mit Weihnachtsgeschenken eingedeckt hatten, vor allem aber, weil pünktlich zur Vorweihnachtszeit eine wichtige Zufahrtsstraße halbseitig gesperrt wurde: „Das hat aber alle Geschäfte der Umgebung getroffen", so der Juwelier.

Die Vorteile, dass der Räumungsverkauf bei Patrick Schell der Startschuss für den Neubeginn nach Umbau ist (und nicht, wie so oft, eine Geschäftsaufgabe), sind enorm: „Wir konnten mit den Marken, auf die wir künftig stärker setzen werden, auch unsere Lager auffüllen und sie entweder mit geringem Rabatt gut verkaufen, oder im Geschäft in einem abgegrenzten zu den regulären Preisen anbieten". Auch die Lieferanten seien ihnen zum Teil entgegengekommen, und hätten Abverkaufsware zu günstigen Konditionen bereitgestellt. Die Kontakte von Alexander Schmidt zu den Großhändlern hätten hierbei geholfen.

Werblich wurde die gesamte Klaviatur gespielt: von Plakat über Print bis Radio. „Wir haben noch nie soviel in Werbung investiert wie zum Räumungsverkauf", sagt Patrick Schell: „Aber es hat sich gelohnt!" Nicht nur die Kommunikationsplanung und Gestaltung übernahm die Unternehmensberatung. Patrick Schell betont auch: „Alexander Schmidt hat mit seiner Erfahrung bei den Werbepartnern sehr gute Konditionen ausgehandelt. Wichtig auch: Die Werbemaßnahmen zum Räumungsverkauf verpuffen nach der Räumung nicht, wie es bei einer Geschäftsschließung der Fall wäre, sondern wirken langfristig: Über sie wurden auch neue Kunden auf den Juwelier aufmerksam, von denen hoffentlich viele wiederkommen, wenn das Geschäft am 4. März in neuem Glanz erstrahlt. Die Neugier der Neukunden ist jedenfalls geweckt.

Dennoch sei der Räumungsverkauf natürlich auch mit Arbeit verbunden gewesen. Nicht nur wegen der Neuauszeichnung, wenn die Rabatte etwas großzügiger wurden, sondern auch dadurch, dass dauernd umdekoriert werden musste. Wer erfolgreich den Umsatz ankurbelt, muss eben ständig die Lücken auffüllen, die die verkauften Schmuckstücke hinterlassen. Wichtig war Patrick Schell dabei die Verkaufsunterstützung: Zum einen durch eine Verkäuferin, die Alexander Schmidt mitbrachte „und die unser Personal auf die Dinge schulte, die beim Räumungsverkauf besonders zu beachten sind", wie der Juwelier betont: „Zum anderen durch Alexander Schmidt selbst, der ein großartiger Motivator ist, wenn er vor Ort mit dem Verkaufspersonal spricht".

Patrick Schell, Juwelier und Goldschmiede Schell, Achern

Mit der künftigen Positionierung liegt Patrick Schell voll im Trend zum Höher- und Hochwertigen, der sich aus seiner Sicht allerdings nicht erst in der Krise, sondern bereits zuvor abgezeichnet hatte. Patrick Schell ist von dieser Strategie überzeugt, und kann sie sich, auch deshalb leisten, weil er, auch durch die Entwicklung in diese Richtung, relativ gut durch die Pandemie gekommen sei: „Wir konnten schon vor der Räumung in den Einkauf investieren – gerade bei den Marken, die wir behalten werden." Dazu gehören bei den Uhren Junghans, Tissot sowie Sternglas und Jacques Lemans, beim Schmuck bleiben zum Beispiel Niessing, Bernd Wolf, Al Coro, Ernstes Design und Wilhelm Müller. In beiden Sparten – Schmuck und Uhren – verabschiedet sich Patrick Schell von günstigeren Trendmarken und setzt fast ausschließlich auf die Fachhandelsmarken, die die Branche in Blickpunkt Juwelier regelmäßig unter „Die Besten" wählt. Und natürlich auf die eigene Kollektion „Cuckoowelen".

Viele leere Vitrinen zeigen, wie erfolgreich der Räumungsverkauf war, für den sich Patrick Schell die professionelle Unterstützung durch Unternehmensberater Alexander Schmidt gesichert hatte.

vielen
DANK

Wir sind stolz als einziges Unternehmen
zum 5. Mal in Folge
in der Kategorie Unternehmensberater
sowie in die Kategorie
Aktions- und Räumungsverkäufe
ausgezeichnet worden sein.

Rufen Sie uns an,
lernen wir uns unverbindlich kennen.

+49 (0) 178 329 0228

info@schmidt-aktionsverkauf.de • www.schmidt-aktionsverkauf.de

ALLE BILDER SIND EIGENTUM DER lu.ma agentur. BERICHTE SIND ORIGINALBERICHTE DER GZ UND DER FACHZEITSCHRIFT BLICKPUNKT JUWELIER. DAS KOPIEREN UND VERVIELFAELTIGEN IST NICHT GESTATTET. DIE RECHTE LIEGEN BEI DER LUMA AGENTUR BILDER 123 RF UND PIXABAY