

Ein gutes ENDE finden

Ausverkauf – Nicht jede Erfolgsstory dauert ewig, manchmal ist es auch Zeit, einen Schlusstrich zu ziehen, so bitter das zuerst auch sein mag. Doch auch dieser Schritt kann erfolgreich gestaltet werden

Ella Nölting ist eine resolute Frau, die durchzieht, was sie sich vorgenommen hat. Das bezeugt ihr Lebenslauf, der von mutigen Kurswechseln dominiert wird. Eine wesentliche berufliche Richtungsänderung stand nach der Jahrtausendwende an. Die gelernte Krankenschwester war damals zu dem Entschluss gekommen, umzusatteln und ein Outdoorgeschäft im westfälischen Büren zu eröffnen. „Das Experiment meines Lebens“, so schmunzelt die Westfälin im Nachhinein über ihren Schritt ins Unternehmertum.

ben, also sollte es auch ein besonderer Standort sein. Der resoluten Westfälin war ein besonderes Gebäude ins Auge gefallen.

Ein altes, denkmalgeschütztes Gebäude, das Haus Bürenschens Fonds, das damals eine verfallene Scheune beherbergte. Sie wurde von der Bürenerin ganz behutsam ausgebaut. Nölting: „Es gab keine fertigen Ladenbausysteme. Nein im Gegenteil, unser Hausschreiner komplettierte jeden Winkel des Geschäftes mit massiven Fichtenregalen.“ Im April 2002 war es dann schließlich so weit, Nölting konnte das Geschäft den Endkunden präsentieren. „Compass Freizeit und Trekkingmode“, so nannte sich das Kind der Geschäftsfrau beim Namen. Es war ein Schritt in Neuland, im Jahr

2002 in einer westfälischen Kleinstadt Outdoorbekleidung anzubieten.

Großes Einzugsgebiet erarbeitet

Büren war nicht Münster, die westfälischen Einwohner mussten sich erst mit dem farbenfrohen, ungewohnten Angebot anfreunden. Doch das Eis schmolz bald, die Westfalen verloren ihre Berührungangst vor funktioneller, farbenfroher Bekleidung schnell. „Im Umkreis von 50 Kilometern erarbeiteten wir uns über die Jahre einen sehr guten Ruf“, erinnert sich Nölting.

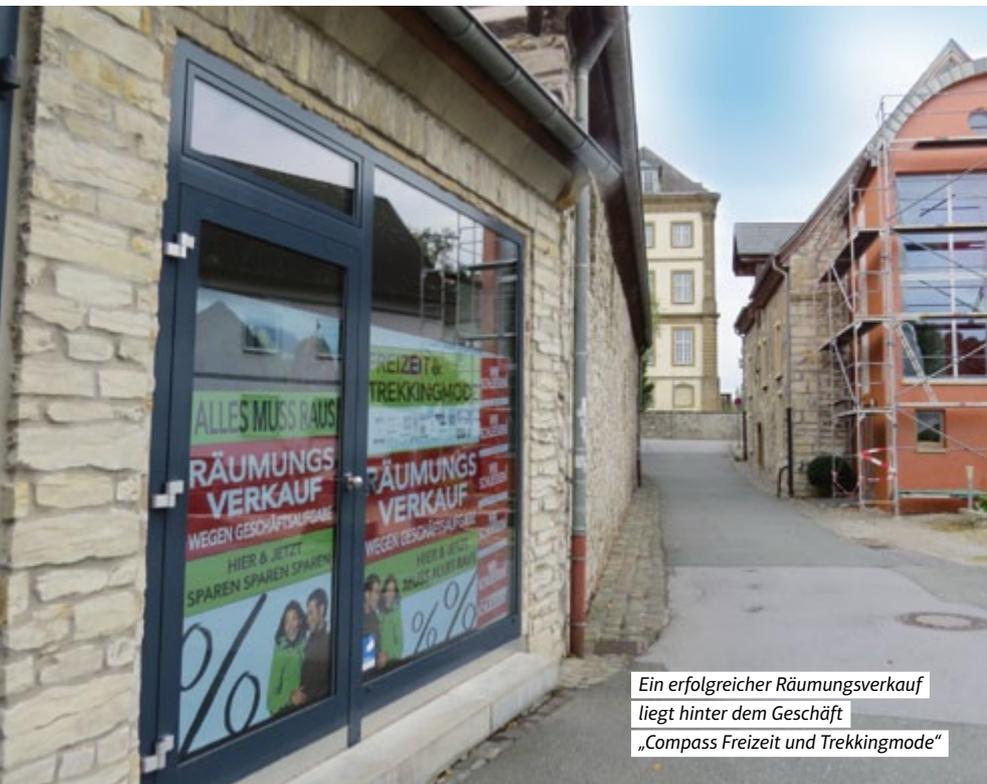
Es war nötig, sich schnell ein attraktives Image zu erarbeiten, denn das Geschäft lag weitgehend abseits der Standard-Laufwege in Büren. Das Geschäft befand sich in einer C-Lage hinter einer hohen Bruchsteinmauer, und das ganze Areal war von der Straße nicht einsehbar. Nölting: „Die Kunden sprachen über uns, und sie fanden uns.“

Entgegen allen Skeptikern und Bedenktägern legte „Compass Freizeit und Trekkingmode“ einen Blitzstart hin. „Das erste

Jahr wurde gleich mit Gewinn abgeschlossen, und das steigerte sich über die nächsten Jahre“, blickt die Geschäftsfrau zufrieden zurück. Auf zwei Etagen mit einer Gesamtfläche von 240 Quadratmetern präsentierte Nölting Ware von Fjällräven, Schöffel, Vaude, Jack Wolfskin, Mammut, Sherpa, Royal Robbins, Teva, Meindl, Lowa oder Keen. Zu Beginn assistierten der Chefin zwei Mitarbeiter, die peu à peu auf viereinhalb Stellen aufgestockt wurden.

Schwerer Entschluss

Eine Erfolgsgeschichte mit stetigem Wachstum für Jahre. Doch keine Geschichte für immer ... Wann kam der Bruch bei Ella Nölting, wann fiel der Entschluss, das Geschäft zu schließen? Es war offenbar ein Zusammen-



Ein erfolgreicher Räumungsverkauf liegt hinter dem Geschäft „Compass Freizeit und Trekkingmode“

Ein mutiger, aber richtiger Schritt zum damaligen Zeitpunkt. Nöltings Heimatort Büren hat 25.000 Einwohner, eine Heimstatt für den Mittelstand, auch im Handel. „Büren war damals ein weißer Fleck auf der Landkarte, bei uns im

»Der Abverkauf musste eine Punktlandung werden, es gab keinen Plan B.«

Ort konnte bis zur Eröffnung des Trekkinggeschäfts „Compass Freizeit und Trekkingmode“ niemand Wander- und Reisebekleidung kaufen“, erinnert sich Nölting. Das Umfeld für eine erfolgreiche Geschäftseröffnung war gege-



Ella Nölting

spiel mehrerer Faktoren, persönliche Gründe und Veränderungen in den wirtschaftlichen Rahmenbedingungen.

Nölting: „Mein Mann ging im Jahr 2016 in Pension und ich verließ jeden Tag unsere Wohnung um 9.00 Uhr und kam abends um 20.00 Uhr zurück.“ Die Frage, wie es mit dem Leben weitergehen solle, sei in dieser Zeit aufgetaucht, auch weil kein Nachfolger für das Geschäft vorhanden war. „Wie stellt sich unsere Zukunft dar? Ganz klar, ich wollte weniger arbeiten und mehr Zeit mit meinem Mann verbringen“, gibt die Kauffrau Einblick in die schwierigen Überlegungen der damaligen Zeit. „Aber Unternehmer sein heißt, ständig etwas zu unternehmen, 50 Prozent arbeiten geht nicht.“ So hätte sich das Ehepaar Nölting nach 16 Jahren schweren Herzens dazu durchgerungen, das Geschäft „Compass Freizeit und Trekkingmode“ zu schließen. „Der Entschluss fiel nicht leicht, aber parallel zu unseren Überlegungen gingen auch die Umsätze zurück. E-Commerce heißt der Zeitgeist, und ich konnte in Büren da nicht mithalten“, bekennt die Westfälin freimütig.

Hilfe zurate ziehen

Der schwere Entschluss war gefasst, unumstößlich. Nun ging Nölting das letzte Projekt ihres Geschäfts pragmatisch an. „Nachdem der Entschluss feststand, das der Compass geschlossen wird, mussten wir die Frage angehen, wie wir das anstellen“, blickt sie zurück. „Unser Ziel war selbstverständlich, mit Gewinn aus dem Abverkauf zu gehen.“ Ein Darlehen, die laufende Ware, Miete, Löhne, das Finanzamt, alles müsse ja schließlich bis zum Schluss bezahlt werden. Das seien Kosten, die man nicht unterschätzen dürfe. Nölting: „Der Abverkauf musste eine Punktlandung werden, es gab keinen Plan B.“

»Dabei fällt dem Kunden gar nicht auf, dass die Reduzierungen deutlich niedriger als im normalen Sale sind.«

Deswegen beschloss Nölting, jemanden an Bord zu nehmen, der Erfahrung in Abverkauf und Schließung von Geschäften hatte. „Ich wollte mein Schicksal nicht alleine in die Hand nehmen, ich wollte einen Profi an meiner Seite.“ Und auch beim letzten Schritt in der Historie eines Ladens zahlen sich Kontakte, Beziehungen, ein gutes Netzwerk aus. Durch eine Bekannte, die zwei Jahre zuvor ihr Geschäft an der Grenze zu Niedersachsen geschlossen hatte, war Nölting in Kontakt mit der Firma Schmidt-Aktionsverkauf gekommen. Nach kurzer Recherche auf der Website des Unternehmens lud die Geschäftsfrau Inhaber Alexander Schmidt zum Gespräch ein. Gleichzeitig habe Nölting Räumungsverkäufe intensiv beobachtet, die nicht von professionellen Dienstleistern begleitet worden seien.

Die Chemie zwischen ihr und Schmidt habe bereits beim ersten Telefonat gestimmt. Der Dienstleister bat die Geschäftsfrau im Zuge mehrerer Gespräche um die wichtigsten Eckdaten beim geplanten Abverkauf und lieferte dann einen Kostenvoranschlag. Daraufhin folgte ein Termin vor Ort. Bei einer Tasse Kaffee habe Schmidt seine Firma und das Konzept und die Vorgehensweise vorgestellt. Dabei sei wirklich ein Vertrauensverhältnis entstanden.

Hochwertig abverkaufen

„In meinem Geschäft, in dem über die Jahre hochwertige Ware verkauft wurde, sollte nichts verramscht werden“, hatte Nölting als Marschroute vorgegeben. Diese Philosophie sei bei Alexander Schmidt auf offene Ohren gestoßen. Sein oberstes Prinzip sei, das Geschäft so zu lassen, wie die Kundschaft es seit Jahren kenne, und auch im Schlussverkauf dem Käufer das Gefühl zu geben, hochwertig gekauft zu haben.

„Dabei fällt dem Kunden gar nicht auf, dass die Reduzierungen deutlich niedriger als im normalen Sale sind“, erinnert sich die Geschäftsfrau. Die Menschen hätten unglaublich gekauft. Am ersten Tag des Ausverkaufs hätte der Laden das Zwanzigfache eines normalen Samstags eingenommen.

Was waren die ersten Schritte nach Beginn der Zusammenarbeit mit Alexander Schmidt? Er habe zunächst bei den ortsüblichen Tageszeitungen sehr gute Konditionen für Anzeigen herausgehandelt. Generell habe er die flankierende Werbekampagne, im Geschäft, an der Fassade, an den Einfahrtsstraßen zusammen mit einer Werbeagentur bis ins kleinste Detail geplant. Auch beim Thema Social Media sei er hilfreich zur Seite gestanden und habe eine nörgelige Kundin nach einem Posting wieder einfangen können. ▶

WOHLFARTH

Produkte für gute Geschäfte





Modell Livorno

www.mw-wohlfarth.de
Telefon + 49 (0) 62 82 -14 72
74731 Walldürn
Besuchen Sie unsere Hausausstellung.



Team- und Lagebesprechung
mit Alexander Schmidt
(sitzend in der Mitte)

Wertvolle Unterstützung

Was war die wertvollste Unterstützung von Alexander Schmidt im Abverkaufsprozess? Ella Nölting muss nicht lange überlegen: „Die wertvollste Unterstützung war seine mentale Unterstützung, sein hoffnungsvoller Optimismus: Wir schaffen das.“ Des Weiteren habe er ihr zur Entlastung einen professionellen Verkäufer zur Seite gestellt, denn alleine mit ihren Mitarbeitern hätte sie das Kundenaufkommen und den Abverkauf nicht bewältigen können. Der Ab-

»Alleine an diesen Tagen haben wir ein Drittel des geplanten Umsatzes getätigt.«

verkauf war schlussendlich für die Monate Oktober, November und Dezember geplant. „An den ersten drei Tagen hatten wir sogenannte VIP-Tage, hier haben wir unsere Kunden angeschrieben und über den Räumungsverkauf informiert“, erläutert die Westfälin. Der Brief sei von Herrn Schmidt sehr liebevoll formuliert worden und hätte so manchen Kunden wehmütig gestimmt. „Alleine an diesen Tagen haben wir ein Drittel des geplanten Umsatzes getätigt“, blickt Nölting zurück.

Am dritten Tag sei dann die erste Zeitungsannonce in drei Tageszeitungen geschaltet worden, um alle Menschen zu erreichen. Hiermit sei das Signal für alle Schnäppchenjäger gegeben worden, die dann ab der darauffolgenden Woche das Geschäft gestürmt hätten. Nach dieser weiteren Woche hätte der Laden mit sehr guter Kalkulation die Hälfte des geplanten Umsatzes erreicht. Das meiste davon sei nur mit einem Rabatt von zehn Prozent veräußert worden. Nölting: „Ich hätte niemals geglaubt, dass das funktioniert.“

Punktlandung nach drei Monaten

Der Abverkauf habe sich über knapp drei Monate hingezogen. Das sei so geplant gewesen, damit die gute Kalkulation langfristig aufrechterhalten werden konnte, was auch aufgegangen sei. Nölting: „Am 20. Dezember hatte ich fast keine Ware mehr. 13 Paar kleine Kinderschuhe, 8 Damenhosen in Größe 46 und 48 und fünf Damenblusen.“ Das Ziel sei erreicht gewesen, Nölting konnte den Warenrest in zwei großen Einkaufstaschen aus dem Laden tragen. Es sei eine Punktlandung gewesen. Die von Alexander Schmidt vorhergesagten Planzahlen seien sogar deutlich überschritten worden.

Rückblickend sei sie sehr zufrieden und glücklich mit dem Abverkaufsprozess gewesen, denn die Marge sei sehr gut gewesen, nur so konnte das errechnete Ziel deutlich überschritten werden. „Die Marge war nur so gut, weil Herr Schmidt die Ware nicht sofort mit hohen Prozentsätzen verhöckert hat, sondern behutsam über die Wochen eine Steigerung anstrebte, und parallel dazu wirkten seine zugespitzten Anzeigen in den Medien.“

Ein Händler solle beim Abverkauf keinesfalls denken, dass er diesen Prozess beherrsche. Das sei ein Denkfehler, der teure Konsequenzen nach sich ziehen könne, hebt die Westfälin hervor.

Ein Händler sei ein Händler, er habe den Beruf des Aktionsverkäufers nicht ansatzweise gelernt. Darum sollte der Händler diese Tätigkeit einem Profi wie Alexander Schmidt überlassen, nur so könne er sein Ziel erreichen. „Der Händler braucht in dieser Phase seine ganze Energie für den Kunden und hat keine Zeit, sich um Werbung und Anzeigen zu kümmern“, betont die Managerin.

Der Geschäftsinhaber solle beim Räumungsverkauf auch nicht den Fehler machen, den Laden komplett umzubauen, sodass ein ganz anderes Bild entstehe. Nölting: „Das erinnerte mich an Ein-Euro-Shops. Für mich kam eine solche Räumung auf keinen Fall infrage. Es gebe nur eine Regel beim Abverkauf, die ein Händler unbedingt beachten müsse: So viel Geld wie möglich aus dem Warenbestand machen, mithilfe eines kompetenten Beraters.“

Ast