PRESSEMITTEILUNG - 4/2016

Bremen, 13. April 2016

Mit klarer Position zum Erfolg

Als Einzelhandelsunternehmen in der Textilbranche erfolgreich zu sein, erfordert eine gute Strategie. Schon der erste Schritt zur klaren Positionierung birgt Chancen, auch im Fall einer Insolvenz.

Die Bremer Modefirma Zero geriet in diesen Tagen in Schieflage. Ein Erklärungsansatz dafür ist der harte Kampf im Textileinzelhandel. Dennoch gibt es erfolgreiche Unternehmen, die sich in diesem Markt behaupten. Das sind nicht immer große Handelsketten, sondern auch kleine Einzelhändler. Sie alle haben etwas gemeinsam: Eine klare Strategie.

Was kann ein Händler wie Zero von diesen Marktführern lernen? „Eine gute Strategie beginnt mit einer eindeutigen und klaren Positionsbestimmung“, so Dr. Heiko Stutzke und Wiebke Brüssel vom Strategiebüro Bremen. Diese muss dann konsequent „gelebt“ werden.

Zentrales Element für den Erfolg ist dabei zunächst die Fokussierung auf Kundengruppen und Produkte, die genau darauf zugeschnitten sind. Für die Frage „Warum sollte ich als Kunde gerade bei diesem Anbieter kaufen?“ muss es eine klare Antwort geben. Im zweiten Schritt folgt dann die betriebswirtschaftliche Betrachtung.

„Im Normalfall entwickeln wir Positionierung und Strategie in Teamarbeit mit unseren Kunden. Aber auch mit Blick auf Onlineauftritte und Läden können wir oft schon Ansätze finden und Potenziale erkennen“, so Wiebke Brüssel. Dabei geht es dann darum, nicht die Online-Marktführer zu kopieren, sondern einen eigenen Weg zu finden. Das kann eine sinnvolle Verknüpfung von einem sehr guten, individuellen und persönlichen Service mit einem Online-Angebot sein. „Wir stellen dann zum Beispiel die Frage, was Online-Anbieter nicht können. Nicht ohne Grund bieten manche, die im Internet angefangen haben, inzwischen ihre Produkte auch in Läden an. Es gibt also auch Vorteile beim stationären Textilhandel gegenüber dem Online-Verkauf“, so die Strategieexperten. Diese Stärken zu erkennen und daraus ein unverwechselbares Angebot zu machen, ist der erste Schritt zum Erfolg.

An dieser Stelle entstehen schon erste Vermarktungsideen. Es kann sich zum Beispiel anbieten, Paketangebote zu entwickeln. Dabei können gerade kleinere Händler gut zusammenarbeiten. Outfits des Textilanbieters werden durch Accessoires und Lederwaren anderer Händler ergänzt. Eine Online-

Plattform sorgt dafür, dass Fehlendes schnell nach Hause geliefert wird. „Aber da sind wir schon bei der Maßnahmenplanung. Und die kommt erst am Ende der erfolgreichen Strategieentwicklung“, ergänzt Heiko Stutzke.

Pressekontakt: Wiebke Brüssel und Dr. Heiko H. Stutzke, Strategiebüro Bremen GbR.
Tel. 0421-69 20 99 68 - mail@strategiebuero-bremen.de - www.strategiebuero-bremen.de
Seit 2013 beraten Wiebke Brüssel und Dr. Heiko H. Stutzke mit dem Strategiebüro Bremen Unternehmen und Organisationen, die sich strategisch ausrichten oder komplexe Anforderungen erfolgreich bearbeiten wollen.