

„Eine klare Vision ist unentbehrlich“

Unternehmensberater und Wachstumsexperte
Prof. Dr. Guido Quelle rät dazu, mutig zu agieren

mb: Wie können mittelständische Fashionhändler trotz der eher konsumhemmenden Rahmenbedingungen erfolgreich sein?

Prof. Quelle: Die größte Sicherheit können sie durch eigenes Handeln schaffen. Wer erfolgreich sein möchte, konzentriert sich auf das Gestaltbare. Es ist zwingend geboten, möglichst vieles von dem Beeinflussbaren auf das eigene Spielfeld zu holen. Die Modebranche ist ein People Business: Der Fokus liegt auf menschlicher Interaktion – der Beziehung zu den Kunden. Verkaufen fängt nicht beim Produkt an. Das Produkt muss natürlich stimmen, aber was macht den Unterschied? Wann kommt der Kunde gerne? Was möchte er erleben? Mit welchem Gefühl verlässt er das Geschäft? Der Einzelhändler muss seine Zielgruppe kennen und nicht nur wissen, was der Kunde will, sondern herausfinden, was er wirklich braucht. Und sich darüber hinaus fragen: Welche Angebote können das Geschäftsmodell heute und auch in der Zukunft gut ergänzen? Die äußeren Rahmenbedingungen sind für alle Einzelhändler gleich, trotzdem performen einige besser als andere.



Prof. Dr. Guido Quelle, Mandat Managementberatung, Dortmund

Eine klare Vision, die auch die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter begeistert, und eine Strategie dorthin sind unentbehrlich.

mb: Sollten Modehändler jetzt vorsichtig agieren oder mutig investieren?

Prof. Quelle: Mutig investieren – und strategisch agieren, natürlich. Wer in der Krise investiert, kann sie besser bewältigen als die Problembewunderer. Jede Krise ist auch eine Chance: Viele Händler müssen sich neu erfinden. Eine klare Strategie und eine ebenso klare Prioritätensetzung tragen maßgeblich dazu bei, einen Wachstumskurs einzuschlagen.

mb: Welches sind die größten Hindernisse und Hürden, die man bewältigen muss?

Prof. Quelle: Immer vorausgesetzt, dass das Produkt stimmt – und wir wissen aus unserer Beratungspraxis, dass das Produkt im Fashionhandel oft sehr gut ist –, sind die größten Hindernisse Gewohnheiten und mangelnder Mut. Ein eklatanter Wachstumsverhinderer ist das Motto 'Weitermachen wie bisher'. Wer immer das Gleiche tut, aber andere Ergebnisse erwartet, wird höchstwahrscheinlich enttäuscht. Wer erfolgreich ist, sucht Lösungen – wer nicht erfolgreich ist, findet Gründe, warum etwas nicht geht. Einfach 'mal machen', mutig nach vorn, nicht nur verteidigen, sollte die Devise sein. Wir müssen verändern und ausprobieren. Mutig vorangehen ist angesagt: Wollen Sie ein Spiel gewinnen, dann kommen Sie aufs Feld. Seien Sie sich der Unsicherheit bewusst. Sie sind nicht vor Fehlentscheidungen geübt, aber gar nicht oder zu langsam zu agieren, wäre der größte Fehler. Bleiben Sie immer in Bewegung, das raten wir unseren Klienten, und dies führt, richtig gemacht, zu Wachstum. AA



impressum

Verlag und Redaktion

ITE Institut des Deutschen
Textileinzelhandels GmbH
Geschäftsführung: Rolf Pangels
Postfach 101865, 50458 Köln
Fax: 0221/921509-10

Chefredaktion

Axel Augustin (AA)
Telefon: 0221/921509-32

www.bte.de
www.bte-marketingberater.de
marketingberater@bte.de

Redaktion

Ulrike Ascheberg-Klever (UAK)
Telefon: 0172/9044705
DOB, Bodywear, Mode mit Funktion

Axel Augustin (AA)
Telefon: 0221/921509-32
Haus- und Heimtextilien

Stefanie Hütz (SH)
Telefon: 0171/5338105
HAKA, Maßkonfektion,
Ökologie/Fair Trade, Storedesign

Ulrike Lach (UL)
Telefon: 0221/921509-55
Sportswear, KIKO, Accessoires,
Visual Merchandising, Werbung

Bruno Reiferscheid (BR)
Telefon: 0221/3109995
Handelstechnik, Logistik

Freie Mitarbeit

Dr. Claudia Schulz (CS)

Anzeigenservice

Eva Geese
anzeigen@bte.de
Telefon: 0221/921509-71

Anzeigenpreisliste:
Nr. 50/Januar 2025

Genderdisclaimer

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit verzichtet die Redaktion des marketing beraters auf die gleichzeitige Verwendung der Sprachformen männlich, weiblich und divers (m/w/d). Sämtliche Personenbezeichnungen gelten gleichermaßen für alle Geschlechter.

Layout

Harry Bessler-Herrmann,
artemission, Köln

Druck

rewi druckhaus
Reiner Winters GmbH
Wiesenstraße 11, 57537 Wissen/Sieg

Abonnement

Erscheint viermal jährlich
Inland 34,00 EUR (inkl. Versandkosten)
Ausland 38,00 EUR (inkl. Versandkosten)
Einzelverkaufspreis 8,50 EUR

Der Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e.V. angeschlossen.



ISSN 0171-838X

Nachdruck nur
mit Genehmigung
des Verlags.

