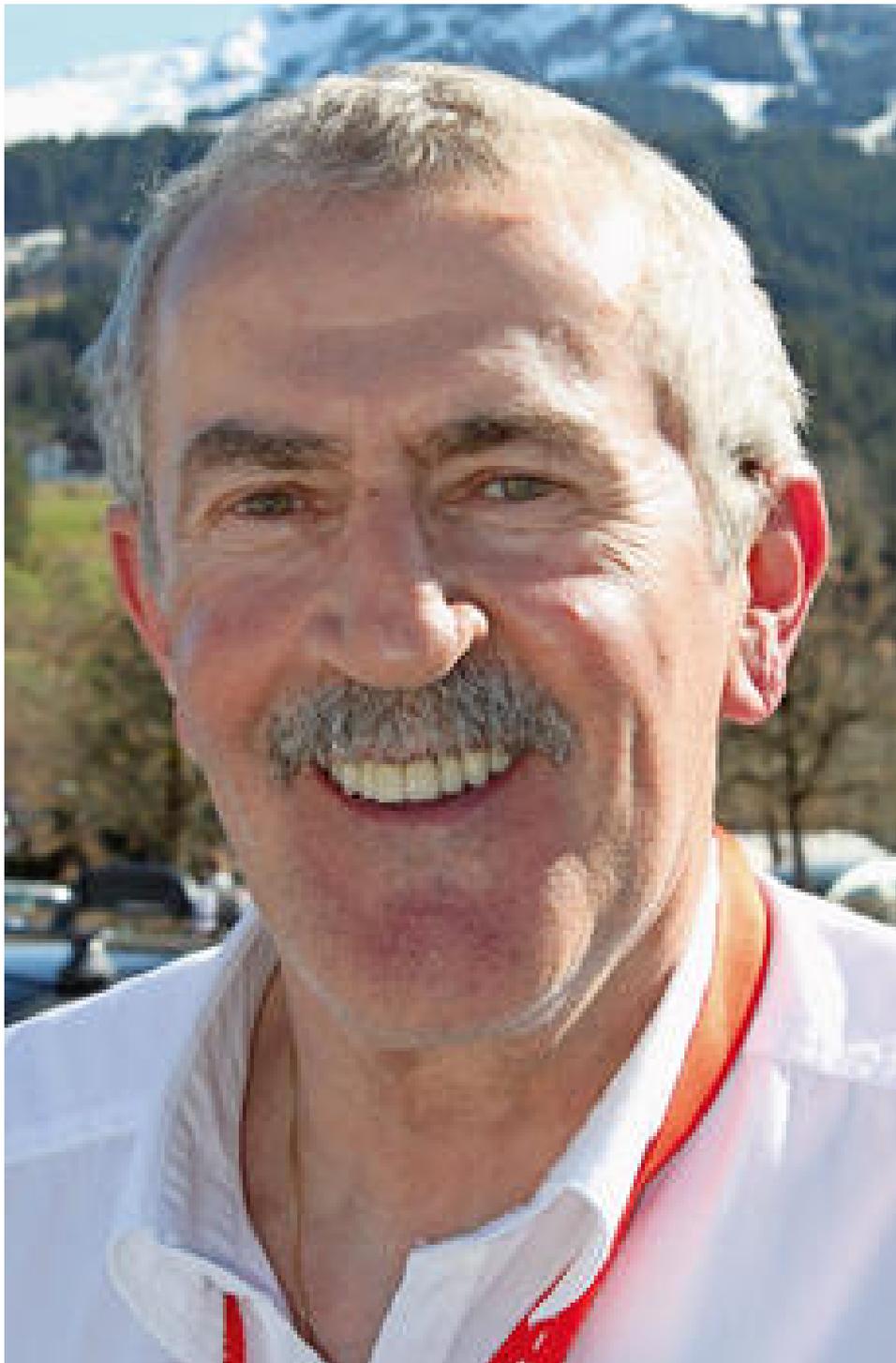


Brief an die Fleischer (8)

Liebe Kolleginnen und Kollegen, ich gehe davon aus, dass es heute noch ca. 1100 aktive Fleischer mit etwa 2000 Verkaufsgeschäften gibt. Das sind Zahlen, um deren Erhaltung es sich zu kämpfen lohnt.



Wohin können/sollen wir uns entwickeln?

Eines der Hauptziele für uns Fleischer müsste die Positionierung als klassisches Fleischerfachgeschäft mit den Schwerpunkten Fleisch, Wurst und Feinkost sein. Sobald wir hier Stärke zeigen, sollte die Ausweitung auf andere Geschäftsbereiche wie Imbiss oder Catering problemlos möglich sein. Wie also können wir unsere Kernkompetenzen im Wettstreit mit den Supermärkten und Diskontern stärken und ausbauen? Ich beschäftige mich mit diesen Fragen schon seit mehr als 15 Jahren und habe dafür die Gruppe BONUSFLEISCHER ins Leben gerufen. Gestatten Sie mir, in diesem abschließenden Brief die Arbeitsweise dieser Gruppe zu erläutern. „Konsequentes Kundenmarketing zur Absicherung der Marktposition unserer Fachgeschäfte!“ Das ist unsere Zielsetzung. Die Handelsfirmen zeigen uns mit ihrer geballten Werbekraft und ihren Kundenbindungsprogrammen vor, wie wichtig Bemühungen gerade in diese Richtung sind.

Stammkundenbindung: Gemäß einer Handelsstudie werden mehr als zwei Drittel der dortigen Umsätze mit Stammkunden erzielt. In unseren Geschäften wird dieser Faktor noch deutlich höher sein. Was liegt also näher, als Aufmerksamkeit auf diese Kundengruppe zu richten. Neben erstklassigen Produkten und einer hohen Dienstleistungsqualität können wir uns auf einzigartige Weise von den Mitbewerbern des Handels absetzen. Die BONUS-Kundenkarte gewährt 10% Bonus auf jeden Fleischeinkauf – das ist viel, daher wirkt es auch bei den Kunden. Wenn man die meist niedrigen Fleischanteile in unseren Geschäften berücksichtigt, stellt man fest, dass aus 10% Bonus ganz schnell nur 1,5% Kosten werden. In diesem Verhältnis 10 : 1,5 liegt das Erfolgsgeheimnis der BONUS-Kundenkarte. Wir wissen von den deutlich mehr als 100 Kollegen, die mit dieser Karte arbeiten, dass ihre Kunden diesen Bonusvorteil sehr zu

schätzen wissen.

Neukundengewinnung: Wir brauchen, um unsere Umsätze langfristig halten oder steigern zu können, immer wieder neue Kunden in unseren Geschäften. Das geht nur selten ohne unser Zutun. Eines der wirksamsten Instrumente ist ohne Zweifel das Flugblatt. Wenn es gelingt, die Neugierde auf einzelne Produkte bzw. allgemein auf unsere Geschäfte zu lenken, ist bereits der erste Schritt in Richtung Neukunde gemacht. Der Weg zur Stammkunde wird dann durch unsere Qualität, den guten Service und die Kundenkarte unterstützt.

Bündelung der Kräfte: Als Einzelkämpfer müssen wir oft feststellen, dass es schwierig ist, im Spannungsfeld Kunden - Lieferanten - Ämter und Behörden den eigenen Weg zu finden. Ein Zusammenschluss mit gleichgesinnten Kolleginnen und Kollegen ist zwar kein Allheilmittel, aber es wird vieles einfacher:

- die Kunden werden in Form von gemeinsamen Aktivitäten effizient und kostengünstig angesprochen. Das ist nicht nur erfolgversprechend sondern auch arbeitssparend.
- gegenüber Lieferanten können durch Bündelung der Einkaufskraft zusätzliche Konditionen lukriert werden
- und schlussendlich wird eine große Gruppe auch von Ämtern und Behörden stärker wahrgenommen als Einzelunternehmen.

Alles in allem sind das Vorteile, die es wert sind, über das Thema Zusammenarbeit möglichst vieler Betriebe innerhalb der Fleischerbranche nachzudenken. Wenn Sie ebenfalls mit diesem Gedanken spielen, dann kontaktieren Sie mich unter der e-mail-Adresse **k.wegschaider@speed.at**. Ich freue mich auf Ihre Rückmeldungen.

Mit kollegialen Grüßen, Karl Wegschaider

Besuchen Sie uns auf: fleischundco.at