

„Du musst säen, wenn du ernten willst“



Foto: privat

„Zeit zum Umdenken und planen! Wer nichts ändert, wird wieder Ähnliches ernten oder bekommen.“

Rupert Fey, beyond-flora

Ein leeres Blatt liegt gerade vor mir. Vor Ihnen ein neues Jahr, auch leer und unbeschrieben. In den letzten Wochen haben wir mit Kunden schon viel für 2021 geplant und vorbereitet. Es gab auch Widerstände: „Was soll ich planen, auch 2020 ist alles anders gekommen“, sagt der Kunde mit Produktion. Das stimmt mich nachdenklich, wo er doch genau weiß, dass es ohne Planung nicht geht. Wer im Sommer keine Frühjahrsartikel bestellt und im Winter nicht topft, kann dann auch nicht verkaufen. Auf der einen Seite ist Planung also in der Branche ein fester Bestandteil. Aber wenn es Richtung Strategie, Entwicklung und Ausbau geht, ist es ungewohnt.

Zeit zum Umdenken und Planen! Wer nichts ändert, wird wieder Ähnliches ernten oder bekommen. 2020 hat wachgerüttelt und viel in Bewegung gebracht. Jetzt gilt es zu analysieren und aufzubauen auf diesen Erkenntnissen. Genau wie in der Produktion Entscheidungen getroffen werden: Was läuft gut, wo gibt es gute Preise, was gelingt mir, was nicht? Wo habe ich Vorteile, wo Nachteile? Das ist alles nicht neu, viele machen es aber (leider) nicht.

Und ganz wichtig für 2021: Wie haben die Kunden sich verändert? Egal, ob im Geschäft oder online. Große Kundengruppen orientieren sich neu, es wird nicht mehr wie „früher“. Wer im stationären Handel aktiv ist, braucht mehr denn je das Einkaufserlebnis und die Beratung als Unterscheidung zum Online-Handel. Wichtiger wird auch Verfügbarkeit, regionale Nähe und Nachhaltigkeit. Aber auch hier gilt: Das entsteht nicht ohne Weiteres. Es muss ausgebaut, gelebt und kommuniziert werden. Schon allein deshalb, weil auch der Wettbewerb Schritte macht und Neues plant.

All diese Erkenntnisse warten auf die konzentrierte Umsetzung. Und dafür lohnt es sich zu arbeiten und zu planen. Nach meiner festen Überzeugung wächst in den nächsten Jahren aus den oft improvisierten Ideen neues Geschäft. Aber nur, wer jetzt den Boden richtig bestellt, kann dann auch ernten. Das alles gilt auch, wenn Ihre Erkenntnis ist „Weniger ist mehr“. Selbst für kleinere Öffnungszeiten und die Aufgabe eines Sortimentsbereiches oder einer Dienstleistung bedarf es eines klaren Ziels, etwas Planung und einer guten Kommunikation nach außen. Der Kunde oben geht in jedem Fall mit einem guten Plan ins neue Jahr. Das schafft Sicherheit, Ruhe im Team und im eigenen Kopf. Auch wenn es wieder hektisch wird. Ja sogar, wenn es wieder zu Einschränkungen kommt oder diese bleiben. Selbst wenn nicht jede Idee zur „Ernte“ kommt, hat sich die Mühe gelohnt. Weil wir sicher sind, das ohne Säen in keinem Fall mit einer guten Ernte zu rechnen ist.

Ihre **Meinung** ist gefragt!

Wie klar sind Ihre Ziele für 2021? Welche Erkenntnisse aus dem turbulenten Jahr 2020 setzen Sie konzentriert um? Wir freuen uns über Ihre Meinung:

✉ andrea.eggerts@haymarket.de

🌐 gundv.de

📘 facebook.com/gestaltenundverkaufen