



Schmid Auktionen, Reichartshausen

Seit 25 Jahren Partner für den Handel

Veränderungen können Herausforderungen mit sich bringen, aber auch Chancen eröffnen. Sonderverkäufe im Fachhandel waren früher oft verpönt und galten als unseriös. Schmid Auktionen hat jedoch bewiesen, dass solche Aktionen, etwa bei Geschäftsaufgaben, Umbaumaßnahmen, Generationswechsel oder Jubiläen, erfolgreich und wirtschaftlich rentabel durchgeführt werden können. Jetzt feiert das Unternehmen selbst Jubiläum und blickt auf 25 Jahre als verlässlicher Dienstleistungspartner des Fachhandels zurück.

Wir kommen, wenn Händler Hilfe brauchen“, fasst Michael Schmid, Geschäftsführer von Schmid Auktionen, sein Unternehmenskonzept in einem Satz zusammen. Welchen Umfang diese Hilfe einmal einnehmen würde, hatte der Unternehmer allerdings nicht geahnt, als er sich 1994 mit einer Werbeagentur selbstständig machte: „Ich kam damals aus der Teppichbranche, habe für einen Großhändler gearbeitet und wurde von mehreren Kunden darauf angesprochen, ob ich sie bei der Gestaltung ihrer Anzeigen, Beilagen oder Geschäftspapiere unterstützen könne.“



Michael Schmid hat die Schmid Handelsgesellschaft vor 25 Jahren gegründet.



Seine langjährige Erfahrung im Handel macht Fariborz Jalali zu einem perfekten Partner für Michael Schmid.



Der intensive und konstruktive Austausch mit den Auftraggebern – hier bei Betten Zellekens in Frankfurt – sichert den Erfolg der Aktionen.

Dabei blieb es jedoch nicht: In den folgenden Jahren entwickelte sich der Ein-Mann-Betrieb zu einer Eventagentur. „Als mir 1999 klar war, wohin die Reise gehen sollte, habe ich die Schmid Handelsgesellschaft mbH gegründet“, erinnert sich Michael Schmid. Zunächst arbeitete er noch allein mit freien Mitarbeitern, doch mit dem Erfolg wuchs auch das Unternehmen. Heute besteht Schmid Auktionen aus einem Team von sieben fest angestellten Mitarbeitern, darunter Verkaufsprofis vor Ort, und einer kompetenten Backoffice-Mannschaft in der Firmenzentrale im

baden-württembergischen Reichartshausen. Dazu kommen je nach Bedarf bis zu zehn freie Verkäufer sowie Kassen- und Logistikpersonal. Sie werden beispielsweise aktiv, wenn Räumungsverkäufe wegen Geschäftsaufgaben oder Umbaumaßnahmen anstehen, Jubiläumsverkäufen geplant sind oder Aktionen zum Generations- oder Inhaberwechsel.

„Ein wichtiger Meilenstein in der Unternehmensgeschichte war 2011 der Start einer Kooperation mit meinem jetzigen Partner Fariborz Jalali, der zuvor einige

Geschäfte unter anderem im Bettenfachhandel geführt hatte“, erzählt Michael Schmid weiter. Jalali habe mit seiner Expertise aber nicht nur dafür gesorgt, dass Schmid Auktionen seinen Fokus seit beinahe 15 Jahren maßgeblich auf die Bettenbranche legt. „Mit seiner herzlichen Art baut er ein großartiges Vertrauensverhältnis zu unseren Auftraggebern auf und ist zudem ein exzellenter Verkäufer.“

Den ersten Besuch beim Kunden nehmen die beiden in der Regel gemeinsam wahr. „Das Vorgespräch ist sehr wichtig - ➔



Als Leiter des Backoffice behält Emirhan Cengiz den Überblick über alle aktiven Aktionen.



Marianna Milch kümmert sich in der Firmenzentrale in Reichartshausen um die strategische Marketingplanung.



Head of Sales Alexander Bender übernimmt die Rolle des Projektleiters beim Kunden vor Ort.

HAUSTEX UNTERNEHMENS PORTRÄT



Vertrauen ist für Michael Schmid (l.) die Basis jeder Zusammenarbeit mit einem Fachhändler.

einerseits, um die Grundlage für unser Aktionskonzept zu schaffen, aber auch, um das Eis zu brechen“, erklärt Michael Schmid. Sowohl die Geschäftsinhaber als auch das Personal seien angesichts eines Sonderverkaufs häufig skeptisch. „Dabei ist die Bereitschaft, sich auf die Aktion einzulassen, extrem wichtig für ihren Erfolg.“ Im persönlichen Gespräch ließen sich die Bedenken allerdings schnell ausräumen. „Gemäß unserem Firmenmotto ‚Wir kommen als Fremde und gehen als Freunde‘ gelingt es uns eigentlich immer, alle Beteiligten mit ins Boot zu holen.“

Inhaltlich beginnt der Prozess mit einer detaillierten Erfassung der Firmendaten, Umsätze und Werbeetats. Im besten Fall findet das rund ein Jahr vor der tatsächlichen Verkaufsaktion statt. „Um möglichst rentabel arbeiten zu können, müssen wir uns möglichst frühzeitig ein genaues Bild des Unternehmens und der Erwartungen des Kunden machen“, erklärt der Inhaber. Mithilfe eines auf Basis der 25-jährigen Erfahrung entwickelten internen Punktesystems, das auch Faktoren wie das Alter des Geschäfts, das Umfeld oder die Struktur der Stammkunden berücksichtigt, wird im Anschluss ein erstes Konzept erstellt.

Schmid Auktionen gehört zu den zwei Prozent der deutschen Unternehmen, die für eine außergewöhnlich gute Bonität seit Jahren das Bonitätszertifikat der Creditreform erhalten.

von der wir überzeugt sind, sie umsetzen zu können – vorausgesetzt, wir können unser Waren- und Marketingkonzept wie geplant durchsetzen“, so der Verkaufsexperte weiter.

Grundsätzlich kann der Auftraggeber zwischen zwei Abrechnungsmodellen wählen. Bei der Sofortlösung hat er kein wirtschaftliches Risiko. Schmid Auktionen kauft seinen Warenbestand zu einem festen Marktpreis zuzüglich einer Nutzungsentschädigung für das Ladenlokal und den Firmennamen. Mit diesem Betrag kann der Händler fix planen, egal wie der Sonderverkauf läuft. Die Aktion wird in diesem Fall von Schmid Auktionen komplett in Eigenregie durchgeführt.

Daraus geht unter anderem hervor, wie die Aktion gestaltet werden soll, mit welchem Warenbestand geplant wird, wie viele Verkäufer eingesetzt werden sollen und mit welchen Werbekosten zu rechnen ist. „Am Ende steht dann die Summe,

„Bei der zweiten Variante arbeiten wir sozusagen auf Provisionsbasis“, ergänzt der Geschäftsführer. „Das bedeutet, dass wir den Sonderverkauf planen und organisieren – aber unser Partner hat immer das letzte Wort. Erfahrungsgemäß kommt der





Kundenkontakte knüpft und pflegt das Team von Schmid Auktionen auch am eigenen Stand auf zahlreichen Branchenmessen.

Händler bei diesem Abrechnungsmodell auf einen höheren Erlös. Dafür trägt er das wirtschaftliche Risiko und muss sich dem Trubel während der Aktion bis zum Schluss aussetzen.“

Sobald der Sonderverkauf beginnt, wird gründlich die Werbetrommel in Form von PR-Texten, Anzeigen, Beilagen in der örtlichen Presse und Social Media gerührt. Dafür wird speziell für jeden Kunden aus einer Vielzahl möglicher Marketingkonzepte das für ihn passende Niveau, von recht einfach bis sehr edel und hochwertig festgelegt, welches anschließend vom Schmid-Team umgesetzt wird.

Die Verkaufsaktion startet schließlich mit mehreren Stammkunden-Tagen. Diese werden in einem gesonderten Anschreiben über die Aktion informiert. „Vor allem wenn es nicht um Räumungs-, sondern um Sonderverkäufe aus einem bestimmten Anlass geht, ist es wichtig, dafür zu sorgen, dass die Stammkunden ihre Wertschätzung für das Unternehmen nicht verlieren“, so der Experte.

Im Anschluss wird unter Hochdruck verkauft – in der Regel bis der Laden komplett leer ist. Die Verkäufer seien genau für diese Situation geschult, verspricht Michael Schmid. „Dabei arbeiten sie aber immer sauber und seriös mit Respekt und dem nötigen Fingerspitzengefühl. Bei jeder Aktion achten wir ganz genau

darauf, dass wir keine verbrannte Erde hinterlassen.“ Immerhin gehe es häufig um nicht weniger als das Lebenswerk der Geschäftsinhaber.

Während der Laufzeit der gesamten Aktion steht dem Händler vor Ort ein Projektleiter als direkter Ansprechpartner zur Verfügung, um beispielsweise Fragen zu Werbung, Personal oder Logistik zu klären. „Kommunikation ist ein wichtiger Teil unserer Arbeit“, erklärt Schmid, „denn am Ende geht es vor allem um Vertrauen.“

Wie gut Schmid Auktionen sich mit dieser Arbeitsweise in den vergangenen Jahren in der Bettenbranche etabliert hat, zeigt die Vielzahl positiver Referenzen, darunter namhafte Händler wie Betten Zellekens in Frankfurt, die mit dem Unternehmen den Räumungsverkauf wegen Standortschließung durchgeführt haben.

„Mussten wir früher oft Kaltakquisen durchführen, rufen die Interessenten heute bei uns an. Darüber hinaus sind wir mittlerweile ein fester Bestandteil des Dienstleistungsspektrums verschiedener Verbände in der Branche“, freut sich Michael Schmid. Weit über 500 Sonderverkäufe habe er in seiner Unternehmensgeschichte bereits durchgeführt, jedes Jahr kämen zwischen zwölf und 15 dazu. „Die Zahl hängt von der Größe der Aktionen ab. Außerdem planen wir nie mehr

als zwei Verkäufe parallel, um die Qualität unserer Serviceleistung zu garantieren.“

Die Gründe, warum Schmid Auktionen engagiert wird, haben sich in den vergangenen Jahren nicht verändert, wohl aber ihre Gewichtung. „Leider steigt die Zahl unserer Einsätze wegen Geschäftsaufgaben kontinuierlich“, sagt der Chef. Das liege nicht nur an der aktuellen Krisenzeit, sondern vor allem auch am fehlenden Nachwuchs. „Das ist sehr schade und tut uns für unseren Partner natürlich sehr leid. Da können am letzten Tag schon mal die Tränen fließen.“ Aber Michael Schmid weiß auch, dass seine Aktionen dazu beitragen, das Beste aus der schwierigen Situation zu machen: „Wir können unseren Kunden gleich auf mehreren Ebenen helfen: Wir verschaffen Ihnen einen wirtschaftlichen Erfolg und bilden die Brücke zu einem vielversprechenden Neustart oder einem respektablen Abschluss ihres Geschäfts.“ □

Schmid Handelsgesellschaft in Kürze:

Schmid Handelsgesellschaft mbH
 Neue Industriestraße 8
 74934 Reichartshausen
 Tel.: 06262 – 88099-00
 E-Mail: info@schmid-auktionen.de
 Internet: www.schmid-auktionen.de
 Geschäftsführer: Michael Schmid