

ZOOFACH

DAS UMSATZMAGAZIN FÜR DEN ZOOFACHHANDEL

2.2024

Trend

PREIS: UNBEZAHLBAR — 75309 • ISSN 1864-8215 • 18. Jahrgang

COACHING

So wichtig: Warenwissen
in der Argumentation

AKTUELL

News & Trends

SPEZIAL: WELPEN UND KITTEN

SO WICHTIG IST DIE
RICHTIGE ERNÄHRUNG!

VERKAUFEN

Ressourcen richtig einsetzen
und erfolgreicher werden!



INTERZOO 2024

Das können Sie erwarten

SETZEN SIE IHRE RESSOURCEN KLUG EIN?

Von Martin Limbeck

Wahrscheinlich fragen Sie sich jetzt, warum Sie sich über Ressourcen Gedanken machen sollten. Ganz einfach: Weil sie begrenzt sind. Dementsprechend sollten Sie darauf achten, sie nicht zu vergeuden – oder ungenutzt zu lassen. Und nein, damit sind nicht die Art von Ressourcen gemeint, über die immer wieder in den Medien diskutiert wird. Natürlich sind Erdöl, Gas, Holz oder mineralische, metallische und weitere fossile Rohstoffe wichtig. Doch sie haben erst mal keinen direkten Einfluss darauf, ob Ihre Zoofachhandlung Erfolg hat oder nicht. In diesem Beitrag erfahren Sie, welche vier Ressourcen entscheidenden Einfluss auf Ihren Unternehmenserfolg haben – und wie Sie sie bestmöglich nutzen.

Wertschöpfung durch konstruktive und produktive Arbeit

Natürlich spielen in der aktuellen Zeit die gestiegenen Kosten für Heizung und Strom schon eine Rolle, schließlich wollen Sie Ihre Kunden nicht im Dunkeln stehen lassen – im wahrsten Sinne des Wortes. Frische Produkte brauchen Kühlung, Aquarien und Terrarien Strom und die richtige Temperatur. Doch die Ressourcen, die ich in den Fokus Ihrer Aufmerksamkeit rücken möchte, sind die folgenden Vier: Zeit, Geld, Mitarbeiter und Wissen.

Der Umgang mit diesen Ressourcen ist für Sie als Unternehmer deswegen so spannend, weil sich darin das Prin-

zip der Wertschöpfung zeigt: Wer konstruktiv und produktiv arbeitet und in seinem Zoofachhandel klug wirtschaftet, dessen Ressourcen nehmen kontinuierlich zu. Mal abgesehen von der Zeit, die bei uns allen weniger wird. Lassen Sie uns daher direkt damit starten.

Nutzen Sie Ihre Zeit effizient?

Wenn es um die Frage geht, welche Ressource die wichtigste ist, antworten mir viele Unternehmer ohne zu zögern, dass es Geld sei. Verständlich, schließlich können Sie ohne die nötigen finanziellen Mittel nicht in Vorleistung gehen, den Laden einrichten, neue Produkte einkaufen, Ihre Mitarbeiter bezahlen und so weiter. Doch in meinen Augen ist Zeit trotzdem die wichtigere Ressour-





ce. Warum? Weil Sie davon nicht genug haben können. Egal, wie sehr Sie sich anstrengen – sie wird kontinuierlich weniger. Und auch die Zeit eines Arbeitstags ist begrenzt. Selbst wenn Sie Superman oder Wonder Woman sind, hat Ihr Tag 24 Stunden. Umso wichtiger ist es daher, dass Sie Ihre Zeit sinnvoll nutzen. Und darüber sollten Sie jetzt mal genauer nachdenken.

»Ich berate Kunden, mache Nachbestellungen, fülle Regale auf, wenn Not am Mann ist. Ich komme kaum dazu, mal fünf Minuten Pause zu machen.« Könnte diese Aussage von Ihnen stammen? Ständig beschäftigt zu sein bedeutet jedoch nicht, dass Sie deswegen automatisch produktiv sind. Natürlich sind diese Aufgaben gerade dringend. Doch sind Sie wirklich der Einzige, der sich darum küm-

Anzeige

Vertrieb. Macht. Zukunft.

LIMBECK. GROUP

www.limbeckgroup.com

mern kann? Oder könnte das nicht auch einer der Mitarbeiter übernehmen?

Ich rate Ihnen dazu, mal genau unter die Lupe zu nehmen, was Sie täglich tun. Schreiben Sie jede Aufgabe auf. Und dann schauen Sie sich diese Liste am Abend an und fragen sich für jedes To-do: »Sorgt meine Tätigkeit dafür, dass das Unternehmen vorankommt? Wird auf diese Weise Umsatz generiert?« Wenn Sie mit Nein antworten, ist die Sache klar: Diese Aufgabe sollten Sie unbedingt in Zukunft delegieren. So schaffen Sie sich neue Zeitfenster, in denen Sie wirklich an Ihrem Unternehmen arbeiten können. Beispielsweise, indem Sie sich Gedanken ums Marketing machen, um mehr Sichtbarkeit in Ihrer Stadt und damit mehr Kunden zu gewinnen.

Nicht jede Ausgabe ist sinnvoll

Die zweitwichtigste Ressource ist Geld. Und auch das Thema, über das viele Unternehmer stolpern. Warum? Weil viele Menschen nicht gelernt haben, mit Geld umzugehen. Geld ins Unternehmen zu investieren, ist in meinen Augen immer sinnvoll. Zum Beispiel, um Ihre Mitarbeiter weiterzubilden. Und weitere Teammitglieder einzustellen, damit Ihre Kunden auch zu Stoßzeiten nicht warten brauchen und professionell beraten werden. Doch viele Unternehmer tun genau das nicht – und investieren stattdessen lieber in sich selbst, um es mal etwas überspitzt zu formulieren.

Natürlich spricht nichts dagegen, sich auch mal etwas zu gönnen, wenn es gut läuft. Doch ich erlebe immer wieder Unternehmer, die sich zu weit aus dem Fenster lehnen und über ihren Verhältnissen leben. Solange die Verkäufe

stimmen, ist alles gut. Doch was ist, wenn der Umsatz stagniert? Dann können dir Auto-Leasing, die Miete für die neue Wohnung in Toplage und Co. schnell auf die Füße fallen. Das gleiche gilt auch für diverse private Anschaffungen, die dann großzügig als Betriebsausgabe geltend gemacht werden. Kann man machen, keine Frage. Doch eine Ausgabe ist es trotzdem, das Geld ist weg. Und bringt das Ihre Zoofachhandlung weiter?

Haben Sie die richtigen Mitarbeiter?

Dass Mitarbeiter eine wertvolle Ressource sind, ist klar. Vor allem gute Mitarbeiter, die heute gar nicht mehr leicht zu finden sind. Entscheidend ist jedoch, dass Sie nicht überstürzt handeln und einfach irgendwelche Leute einstellen. Nehmen Sie sich die Zeit, Bewerbungen ausführlich zu lesen, mehrfach mit Kandidaten zu sprechen – und verlassen Sie sich dabei nicht nur auf Ihr Bauchgefühl. Gerade im Zoofachhandel ist es in meinen Augen unerlässlich, dass Ihre Mitarbeiter gerne mit Menschen arbeiten, kommunikativ sind, Verkaufs-Know-how mitbringen – und natürlich tierlieb sind. Sie brauchen Leute, die wirklich etwas von der Arbeit ver-



AdobeStock/LIGHTFIELD STUDIOS, Pavel

stehen, die sie in Ihrem Betrieb machen sollen.

Ich kann verstehen, dass Sie vielleicht manchmal geneigt sind, ein Auge zuzudrücken. Ich habe im Laufe der Jahre auch schon den ein oder anderen Mitarbeiter gehabt, der eher ein Sozialprojekt war, als dass er zum Erfolg des Unternehmens beigetragen hat. Auf Dauer kostet Sie das jedoch nur Zeit und Energie. Was Sie stattdessen brauchen, sind Mitarbeiter, die verstehen, worum es geht. Damit meine ich nicht, dass sie in der Lage sind, ihre Aufgaben auszuführen. Das sollte selbstverständlich



Martin Limbeck

Martin Limbeck ist Gründer der Limbeck® Group, Mehrfachunternehmer, Investor, Wirtschaftssenator (EWS), Mitglied des BVMW Bundeswirtschaftssenats und einer der führenden Experten für Sales und Sales Leadership in Europa. Neben seiner Unternehmertätigkeit hält Martin Limbeck Vorträge und engagiert sich als Botschafter von Kinderlachen e.V. für kranke und hilfsbedürftige Kinder in Deutschland. Sein Wissen aus 30 Jahren Unternehmertum gibt er in seiner Mastermind-Gruppe „Gipfelstürmer“ (<https://gipfelstuermer-mastermind.de>) weiter. Mehr auf <https://martinlimbeck.de>

Buchtipp

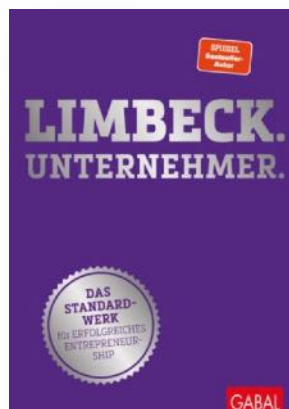
Martin Limbeck

Limbeck. Unternehmer.

ISBN 978-3-96739-153-4

€ 49,00 (D)

GABAL Verlag, 2023



sein. Sondern, dass sie in der Lage sind, auch um die Ecke zu denken, den Kunden in den Mittelpunkt ihres Handels zu stellen – und selbstständig Entscheidungen zu treffen.

Ein Kunde kommt beispielsweise in Ihren Laden und beklagt sich, dass das als besonders stabil beworbene Hundespielzeug bereits nach einem Tag kaputt ist? Anstatt darauf zu beharren, dass da nichts zu machen sei oder zu sagen, dass der Chef das entscheiden muss, bieten sie dem Kunden beispielsweise eine Geldrückgabe an und schenken seinem Hund einen Kauknochen als kleine Aufmerksamkeit.

Solche Mitarbeiter, die Kunden in den Fokus stellen, sind enorm wertvoll. Und es ist auch keine Frage des Alters – ziehen Sie auch ruhig Bewerber in Betracht, die schon älter sind, dafür jedoch entsprechende Erfahrung und Know-how mitbringen!

Wissen und Weiterbildung sind in jeder Branche eine wertvolle Ressource



»Eine Investition in Wissen bringt immer noch die besten Zinsen«, hat schon Benjamin Franklin erkannt. Ich bin seit über 30 Jahren Unternehmer – und in dieser Zeit hat sich enorm viel verändert. Wenn ich das alles bloß mit verschränkten Armen beobachtet hätte, wäre mein Business heute sicher weg vom Fenster. Ich kann daher nur an Sie appellieren: Bilden Sie sich und Ihre Mitarbeiter weiter! Suchen Sie nach Möglichkeiten, neues Wissen und neue technische Möglichkeiten für die Weiterentwicklung Ihres Unternehmens einzusetzen.

Ich denke hier zum Beispiel an künstliche Intelligenz: Tools wie Chat GPT können Sie dabei unterstützen, neue Ideen für Ihr Content Marketing zu entwickeln – sei es für Ihre Facebook-Seite, Blogartikel oder den Newsletter, den Sie regelmäßig an Ihre Bestandskunden senden. Ein Chat-Bot auf Ihrer Website kann Kunden helfen, Herausforderungen auch jenseits der Öffnungszeiten Ihres Zoofachhandels zu lösen. Und auch das Verkaufen verändert sich: Besuchen Sie und Ihre Mitarbeiter regelmäßig Schulungen, um sich auf diesem Gebiet upzudaten und beispielsweise Ihre Skills in Sachen Bedarfsanalyse auf den neusten Stand zu bringen? Auch Produktschulungen sind wichtig, damit Ihr Team zum Beispiel in der Lage ist, Kunden alle Fragen zum neuen, app-gesteuerten Futterautomaten zu beantworten.

Entscheidend für den Umgang mit der Ressource Wissen ist, dass Sie neugierig bleiben. Und niemals davon ausgehen, schon alles zu kennen und zu können.

Sparsam und effizient mit Ressourcen umgehen

Zeit, Geld, Mitarbeiter und Wissen – diese vier sind aus meiner Erfahrung die wichtigsten Ressourcen, auf die es ankommt. Sie sind allesamt auf ihre Weise begrenzt und es ist Ihre Aufgabe als Unternehmer, sie sorgfältig zu pflegen, um sie auch effektiv nutzen zu können und Ihre Zoofachhandlung zum Erfolg zu führen.

Mehr zum Thema Unternehmer-Mindset und weitere konkrete Tipps, wie Sie mehr schaffen, ohne geschafft zu sein, finden Sie auch in dem Buch „Limbeck. Unternehmer.“. ■