

Wissen schafft Zukunft.

Die Fahrradbranche im Wandel – ein Blick in die Zukunft

Die 5 größten Herausforderungen und Lösungsansätze

Academy Days, Leipzig im November 2023

Florian Schöps

BBE Handelsberatung GmbH

Briener Straße 45

80333 München

Beraterprofil: Florian Schöps



Florian Schöps

Senior Consultant

Tel +49 89 55118 193

Mobil +49 174 3391527

E-Mail schöps@bbe.de



Akademische Ausbildung

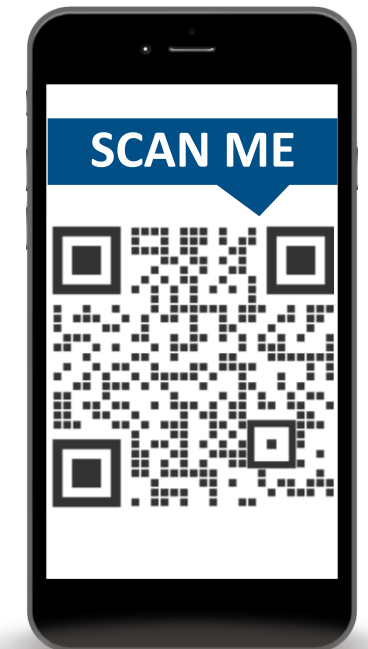
- Studium Sportmanagement (Diplom) an der Universität Leipzig & Universidad Europea de Madrid

Berufserfahrung

- Freelancer Adidas & Mercedes-Benz
- Praktikum FIFA WM 2006 & Mercedes-Benz
- Assistenz der Geschäftsführung INTERSPORT Jena
- Seit 2013 BBE Handelsberatung

Beratungserfahrung

- Betriebswirtschaftliche Beratung & Ertrags-Optimierung
- 10 Erfa-Gruppen – 4x Rad, 6x Sport
- Strategie, Positionierung & Umsetzung
- Qualität & Prozesse
- Marketing & Service
- Mystery Shopping, Kunden-, Mitarbeiter- & Imagebefragungen
- Vorträge und Seminare
- Fokusbranchen Sport & Rad



Unser Profil

>70

Jahre Exzellenz
im Handel

UNSER ANSPRUCH
SEIT 1952



Steigerung der
Wettbewerbsfähigkeit und
Ertragskraft unserer Kunden

UNSERE VISION

Die **1.**
Adresse für Beratung
im Handel

UNSERE KUNDEN



Stationäre Einzelhändler,
Verbundgruppen, Handels-
konzerne, Konsumgüter-
unternehmen und
öffentliche Hand



MÜNCHEN

HAMBURG

BERLIN

STUTTGART

KÖLN

LEIPZIG

ERFURT

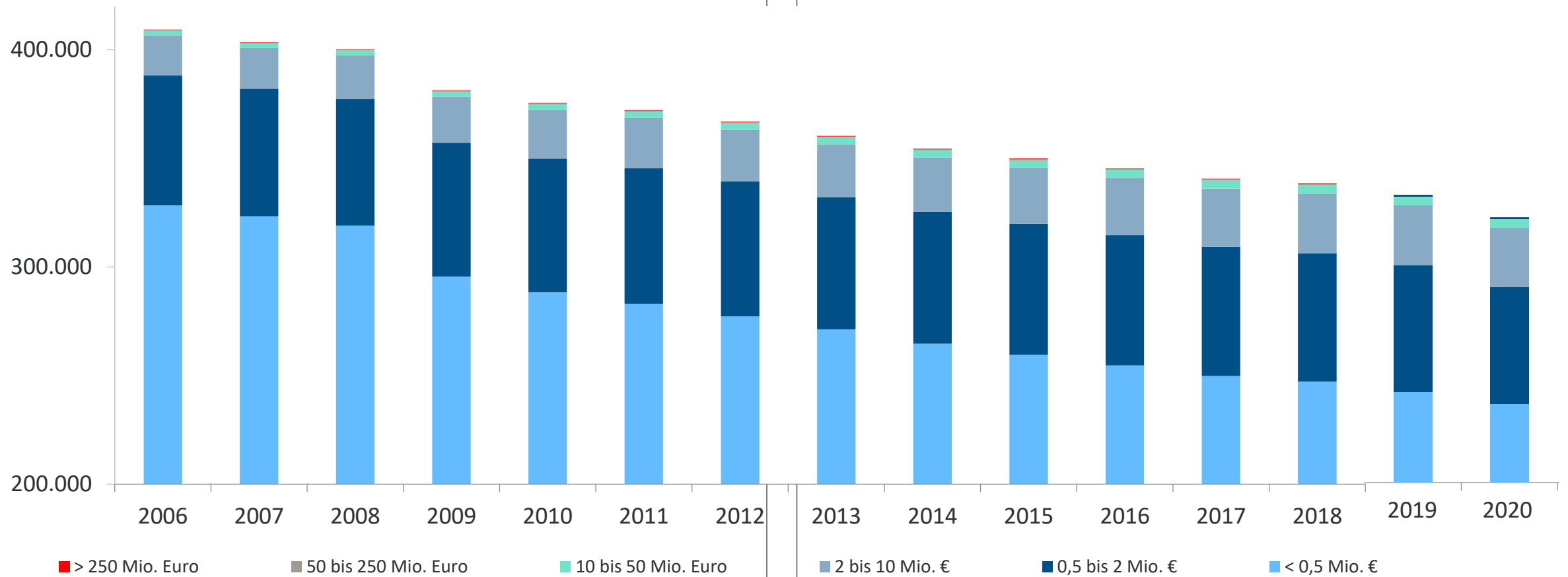
Wissen schafft Zukunft.

Aktuelle Entwicklungen & Trends im Einzelhandel



Anzahl der Unternehmen im Einzelhandel in Deutschland sinkt deutlich

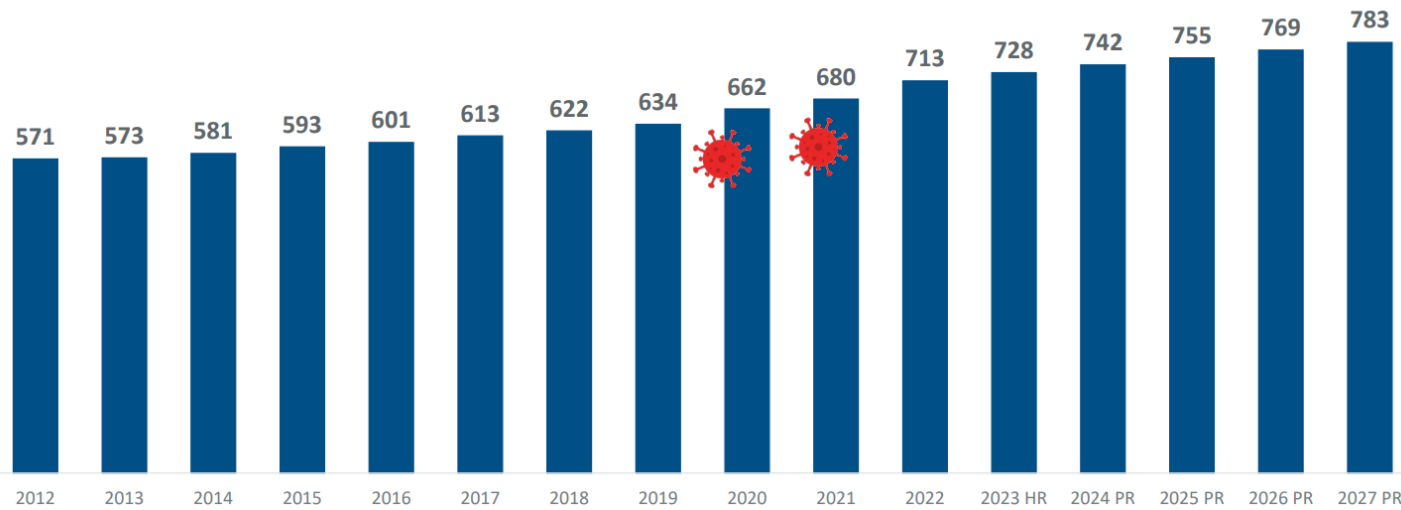
Anzahl Einzelhandels-Unternehmen in Deutschland nach Umsatzgrößenklassen



Quelle: Statistisches Bundesamt

Die gute Nachricht: Der gesamte Einzelhandel wächst, jedoch findet das Wachstum vor allem online statt

Umsatzentwicklung EH ab 2012 und Prognose bis 2027, in Mio. Euro



	2019	2020	2021	2022	2027 P	CAGR (2019-2027)
Marktanteile online (%)	11 %	13 %	15 %	13 %	18 %	/
Umsatz online (Mrd. €)	70,0	86,0	102,0	92,7	141,0	9,2 %
Umsatz stationär (Mrd. €)	564,0	575,6	578,2	620,5	642,4	1,6 %
Umsatz gesamt (Mrd. €)	634,0	661,6	680,2	713,2	783,4	2,7 %



Quelle: IFH Köln Handelsanalyse,

Stationäre Touchpoints für das Onlinegeschäft

Online goes offline



Hersteller werden Händler

Ungefilterter Zugang zum Kunden – Markenpflege, Sales und Leadgenerierung



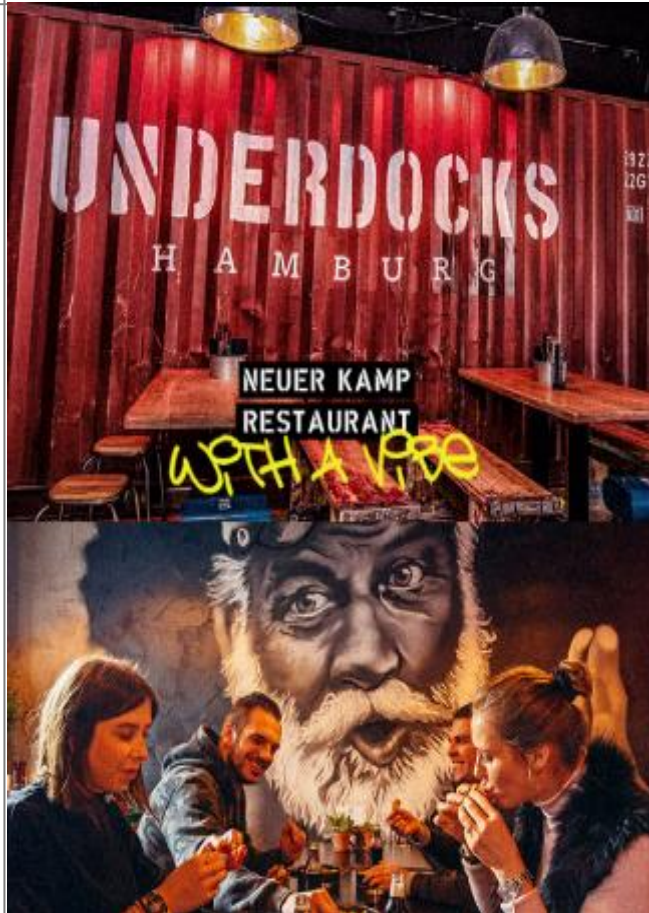
Filialisten experimentieren mit kleineren Formaten

Vor allem in der Innenstadt



Gastronomie findet in noch größerer Vielfalt statt

Erlebnis, Internationalität und neue Ernährungsgewohnheiten



Worüber wir jetzt nicht sprechen



Ware & Produkt



Beratung & Fachwissen



Erscheinungsbild, Ladenbau & Präsentation



Grundvoraussetzungen, die Sie sowieso im Griff haben (sollten)

Worüber wir jetzt nicht sprechen



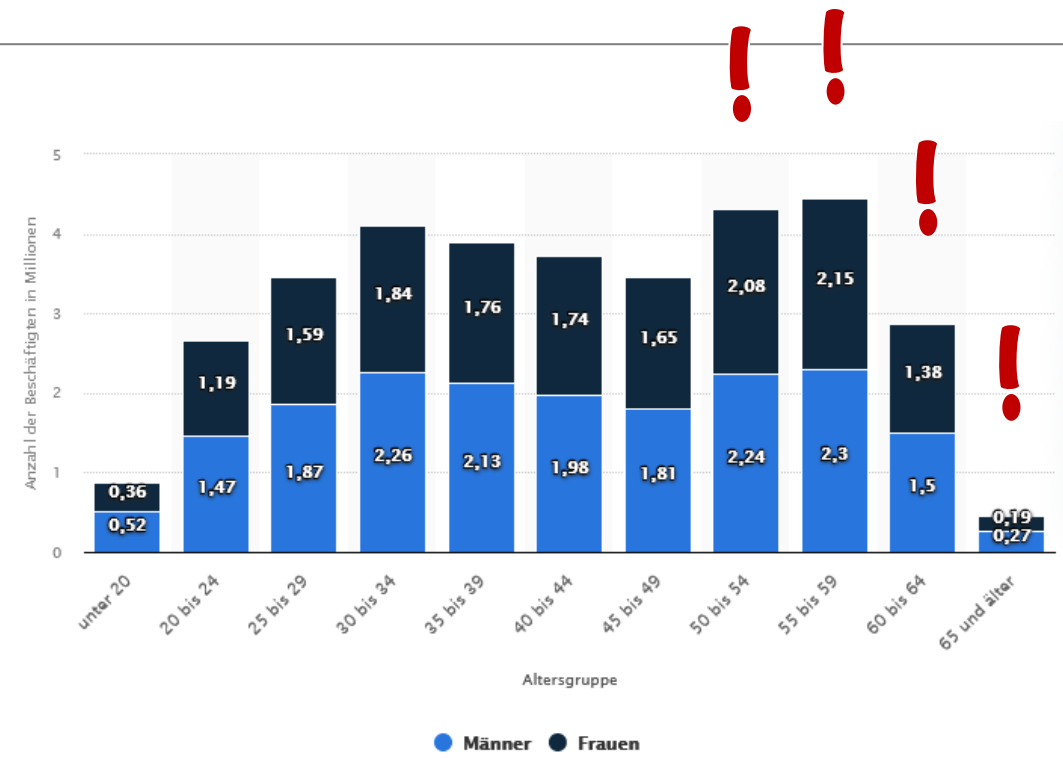
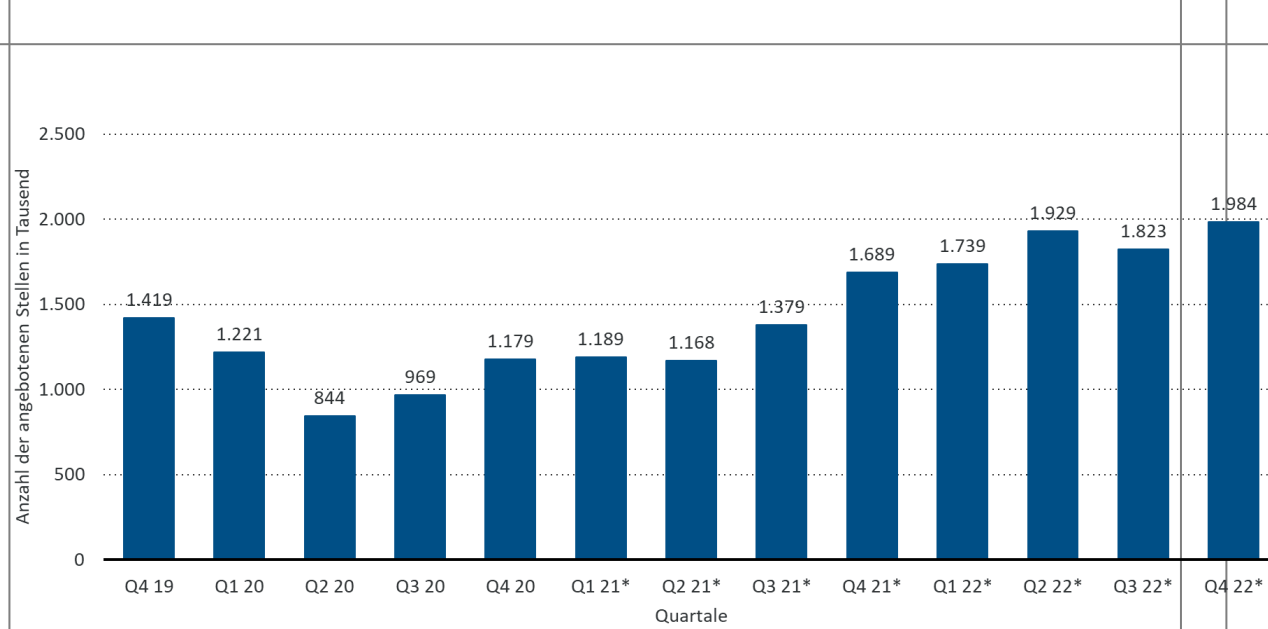
Wissen schafft Zukunft.

Personal gewinnen, Personal binden



Der größte Wettbewerb findet auf dem Personalmarkt statt

Rekord an offenen Stellen und die Babyboomer sind kurz vor Renteneintritt



**Der ohnehin schon leergefegte Personalmarkt wird “noch leerer”.
In unserer Branche wird insbesondere der steigende Werkstattbedarf eine Herausforderung.**

Quellen: Statista 2023

Denken wie eine Arbeitgebermarke

Gutes tun für unsere Mitarbeiter und nach außen schreien

Intern

- Führungskultur
- Betriebsklima & Teamspirit
- Interne Kommunikation
- Organisation & Abläufe
- Personalbindung



Extern

- Image & Kernaussagen
- Personal-Marketing
 - Print
 - Social Media & Website etc
- Auftreten im Geschäft & in der Öffentlichkeit
- Personalgewinnung



Wir entwickeln Menschen

Bei uns gibt's nicht einfach nur einen Arbeitsplatz, sondern einen **Entwicklungsplatz**.
 Wer zu uns ins Team kommt, merkt schnell, dass Bründl Sports etwas anders tickt. Darum suchen wir Menschen, die auch so sind: etwas verrückt, begeistert und alles außer gewöhnlich. Genau diese Menschen suchen wir für unterschiedliche Bereiche. Denn wer dachte, dass bei uns ausschließlich Fachverkäufer für Sportartikel arbeiten, ist nicht mehr am neuesten Stand. **Unsere Welt ist größer** und unser Team vielfältiger. Daher wollen wir dir hier einen kleinen Einblick geben, wie viele **Karriere-Möglichkeiten** es bei Bründl Sports gibt und **warum es sich lohnt**, in unser Team zu kommen.



Mehrwerte zeigen & auffallen

Was macht uns überhaupt attraktiv?

- ✓ Kontakt mit Menschen & gut gelaunten Kunden
- ✓ Emotionale, positiv beladene Produkte & Branche
- ✓ Lifestyle in Kombination mit Technik
- ✓ Echte Typen & viel Leidenschaft
- ✓ Nachhaltigkeit & Mobilität als Trends
- ✓ Sichere und zukunftsfähige Branche
- ✓ Kindheitsträume verkaufen
- ✓ Viel Neues & Spannendes – hoher Innovationsgrad
- ✓ Familiäre Unternehmen mit familiärer Atmosphäre
- ✓ Keine Sonn- und Feiertagsarbeit
- ✓ Keine Nachtschichten
- ✓ Keine körperlich aufzehrende Arbeit
- ✓ Chance vergünstigt an Räder zu kommen
- ✓ Verschiedene Jobs innerhalb eines Betriebs möglich
- ✓ Flache Hierarchien
- ✓ Viel Selbstinitiative & Eigenverantwortung möglich
- ✓ Kein Tag ist wie der andere
- ✓ Tolle Kollegen



Was macht mein Unternehmen attraktiv?

Mehrwerte zeigen & auffallen

Wie kann ich es richtig vermitteln?

**INTERSPORT
PREDIGER**

Unsere Leidenschaft ist dein Sport.

Einzelhandelskauffrau/-mann, Verkäufer/in oder Quereinsteiger gesucht

In Teilzeit, Vollzeit oder als Nebenjob

🕒 Ab sofort

Das möchte ICH:

- ✓ Abwechslungsreichen Alltag
- ✓ Keine Langeweile, weil ich mich für den Sportbereich interessiere
- ✓ Jeden Tag Weihnachten (neue Ware)
- ✓ Neue Ware zuerst sehen
- ✓ Meine persönlichen Erfahrungen mit den Kunden teilen
- ✓ Meine Arbeit beginnt erst nach 8.30 Uhr
- ✓ Entspannte Kunden
- ✓ Am Samstag nur bis 14.00 Uhr
- ✓ Meine Ideen einbringen
- ✓ Meinen Kunden Freude und Spaß für ihre Freizeit verkaufen
- ✓ Beim Einkauf bekomme ich einen Preisvorteil
- ✓ Legere, sportliche Arbeitskleidung

DAS möchte ICH nicht (mehr):

- ✗ Jeden Tag dieselben Aufgaben
- ✗ Immer die gleichen Menschen um mich herum
- ✗ Stupide Büroarbeit mit wenig Kontakt zu anderen Menschen

Möchtest DU deine Chance ergreifen und unser Team unterstützen?

Dann komm vorbei oder schicke uns deine Bewerbung per Mail.

Telefon: 03677 / 67 396
E-Mail: info@sport-prediger.de
Internet: <https://sport-prediger.de/>

BERUFSWUNSCH: „IRGENDWAS MIT TIEREN ...“



WIR SUCHEN FACHVERKÄUFER (M/W/D) • HACKJOB.DE

Mehrwerte aufzeigen & auffallen

Wie kann ich es richtig vermitteln? Auf jeden Fall digital & analog

DEINE VORTEILE

 30 URLAUBSTAGE	 36 STUNDEN WOCHE	 JEDEN 2. SAMSTAG FREI	 ENTSPANNTE ARBEITSZEITEN
 REGELMÄßIGE SCHULUNGEN	 FLACHE HIERARCHIE	 FAMILIÄRES ARBEITEN	 HOHE PERSONALRABATTE
 HOHE VERANTWORTUNG	 DURCHLAUF ALLER ABTEILUNGEN	 KOSTENLOSE PARKPLÄTZE	 KOSTENLOSE GETRÄNKE

Fahrräder sind für dich mehr als nur ein Hobby und du möchtest deine Leidenschaft zum Beruf machen?!

- Chefs, die für ihre Mitarbeiter und deren Ideen immer ein offenes Ohr haben** - Du kannst deinen Arbeitsalltag aktiv mitgestalten.
- Eine leistungsgerechte und pünktliche Entlohnung**, attraktive Bonussysteme sowie zahlreiche Benefits beim Einkauf von Fahrrädern und zugehörigen Teilen
- Moderne Geschäfte & Werkstätten:** Unsere Stores gehören zu den modernsten in ganz Deutschland - und bieten ein warmes, offenes Ambiente, in dem du dich garantiert wohlfühlen wirst!
- Professionelle Einarbeitungen** für Quereinsteiger und erfahrene Hasen, regelmäßige Produktschulungen und Weiterbildungen bei bekannten Herstellern wie Fox, Shimano & Co. - natürlich kostenfrei.
- Werde Teil eines modernen Unternehmens** mit hervorragendem Betriebsklima
- Wohlfühlatmosphäre** dank regelmäßiger Teamevents in einem jungen, dynamischen Team, kostenfreier Kaffee, Getränke und gut ausgestattete Teamküchen
- Ein sicherer Arbeitsplatz** in einer Branche voller Zukunftsperspektiven - auch für Quereinsteiger!
- Regelmäßige Zwei-Tage-Wochenenden** und noch vieles, vieles mehr...

Den Trichter ganz groß machen

Bei einer gemeinsamen Branchenlösung dabei sein

FAHRRAD
BERUFE

JOB-FINDER HANDWERK KOPFWERK MUNDWERK STORIES PARTNER

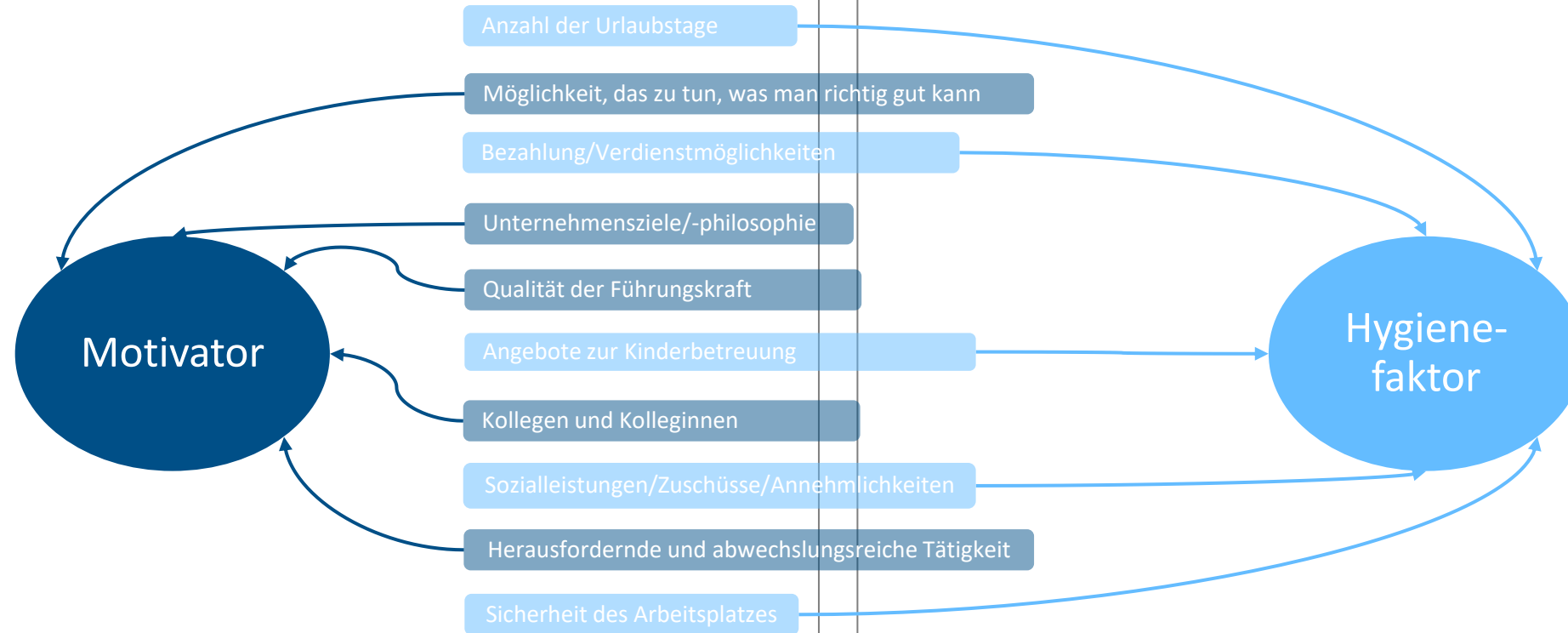
Finde Deine Berufung

Jetzt inserieren ^x
und Jobanzeigen
schalten

STELLENANZEIGE
AUFGEBEN

Wertschätzung ist Wertschöpfung

Motivationsfaktoren fördern – Hygienefaktoren sichern



Stimmige Motivationsfaktoren erleichtern Personalbindung und Personalgewinnung

Wissen schafft Zukunft.

Digitalisierung & KI umarmen

```
mirror_mod = modifier_ob.  
set mirror object to mirror  
mirror_mod.mirror_object =
```

```
operation == "MIRROR_X":  
mirror_mod.use_x = True  
mirror_mod.use_y = False  
mirror_mod.use_z = False  
operation == "MIRROR_Y":  
mirror_mod.use_x = False  
mirror_mod.use_y = True  
mirror_mod.use_z = False  
operation == "MIRROR_Z":  
mirror_mod.use_x = False  
mirror_mod.use_y = False  
mirror_mod.use_z = True
```

```
selection at the end -add  
mirror_ob.select= 1  
modifier_ob.select=1  
context.scene.objects.active  
("Selected" + str(modifier_ob.name))  
mirror_ob.select = 0  
= bpy.context.selected_objects  
data.objects[one.name].select  
print("please select exactly one object")
```

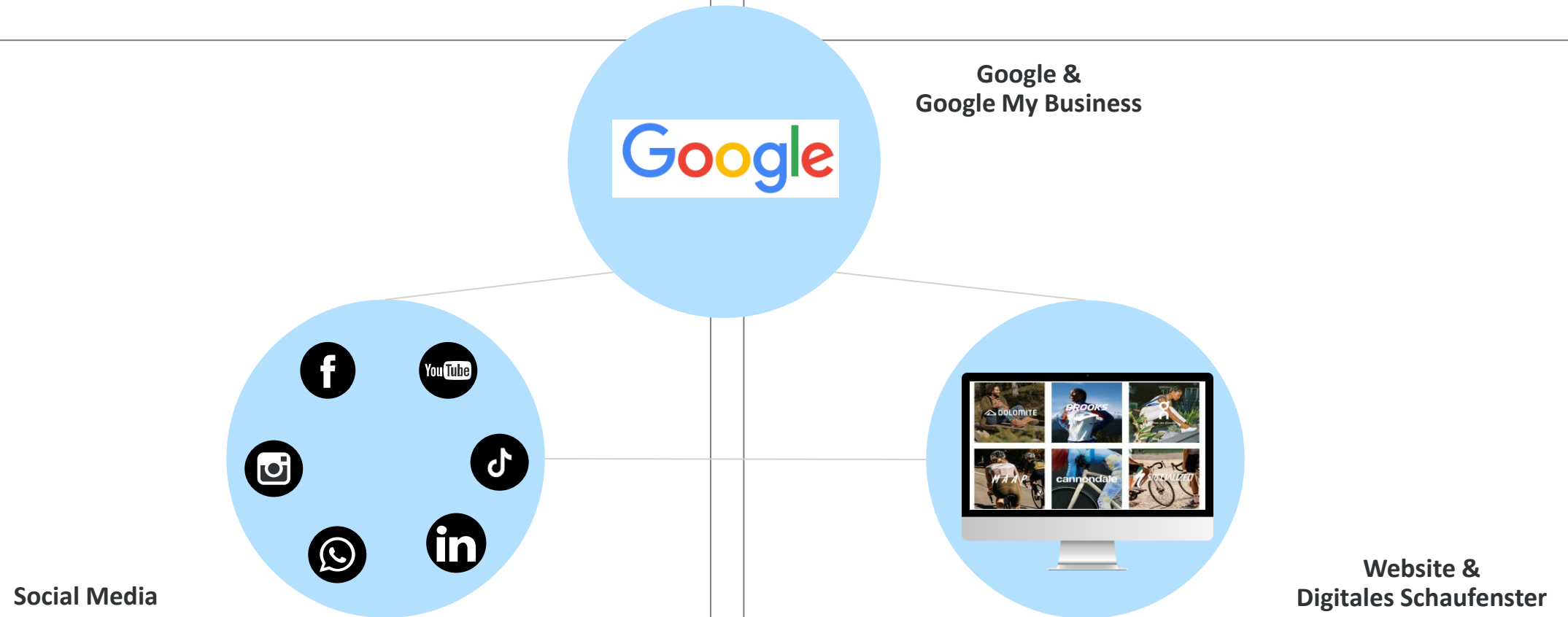
OPERATOR CLASSES -----

```
types.Operator):  
X mirror to the selected  
object.mirror_mirror_x"  
mirror X"
```

```
context):  
context.active_object is not None
```

Digitalisierung zum Kunden hin

Digitale Sichtbarkeit als Grundvoraussetzung



Ist mein Unternehmen mit Laden, Mitarbeitern und Sortiment im Netz sichtbar?

Digitalisierung zur Verbesserung interner Abläufe

Effizienzsteigerung und geringere Fehleranfälligkeit



Effizienzsteigerung durch Skalierbarkeit



Geringere Fehleranfälligkeit



Bessere Entscheidungen auf Basis zeitnaher Daten



Kosteneinsparungen



Augen und Ohren offen halten hinsichtlich technischer Hilfsmittel (Tools, Apps, Wawi, KI etc.)

Digitalisierung zur Verbesserung interner Abläufe

Wie hoch ist Ihr Digitalisierungsrad in Bezug auf diese Themen?

Kasse/FiBu/ Rechnungswesen

- Anbindung Kasse an FiBu
- Rechnungserstellung
- Mahnwesen
- Eingangsrechnungskontrolle
- Datenaustausch mit Steuerbüro
- Anbindung Werkstatt

Warenmanagement

- (Einzel-)Kundenbestellungen
- Reklamationen
- Warenreservierung
- Kundenauswahl
- Einkaufs- und Limitplanung
- Mindestbestandsartikel (NOS)
- Liefertermin-/Rückstandskontrolle
- Preisfindung/Dynamic Pricing
- Werkstatt-Abwicklung in der Wawi
- Anbindung Wawi an Veloconnect

Personalbereich/HR

- Onboarding-Prozess
- Strukturierter Schulungsplan
- Personalakte
- Übersicht Mitarbeiterqualifikation / Schulungsbedarf
- Personaleinsatzplanung (PEP)
- Zeiterfassung
- Kommunikation im Unternehmen

Verwaltung/ Administration

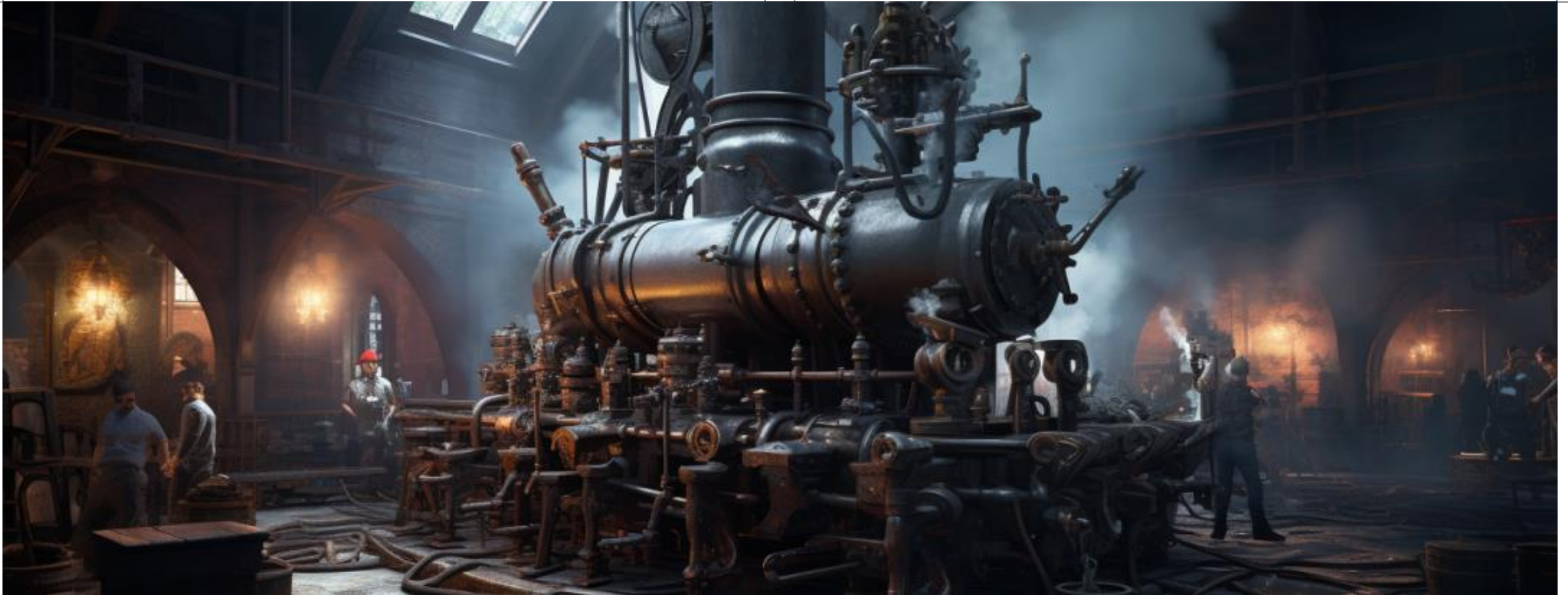
- Datenablage/Dokumenten-Management
- Vertragsverwaltung
- Aufbewahrung Kunden-Einverständniserklärung
- Dokumentation Spielregeln/Prozesse
- Passwort- und Zugangsmanagement
- Aufgabenmanagement/Checklisten
- Selbst-/Zeitmanagement
- Marketingplanung/Kampagnenmanagement
- Buchung stationärer Kundentermine
- Erfassung Kundenfeedback



Wie bin ich diesbezüglich digital aufgestellt?

KI - Der Dampfmaschinen-Moment

Wir sind mittendrin!



Personal-Recruiting

Social Media Kampagne

Und jetzt mache daraus einen kürzeren witzigen Anzeigentext, den wir dann für eine Zeitungsanzeige und für Social Media nutzen können.



Personal-Recruiting

Social Media Kampagne

Bitte füge noch hinzu, dass bei Interesse einfach per Whatsapp geschrieben werden kann.



Stellenanzeige: Werkstattleiter im Fahrradparadies!

Bist du ein Fahrrad-Fanatiker mit organisatorischem Superpower? Liebst du es, in einem Team zu arbeiten, das so eng ist wie dein Lieblings-Fahrradsattel? Dann aufgepasst!

🔧 **Werkstattleiter gesucht!** 🔧

Dein Revier: Unsere topmoderne Fahrradwerkstatt mit einer Crew von 7 (inklusive 2 fantastischen Azubis).

Deine Mission: Fahrräder glücklich machen, Team inspirieren, und dabei nie das breiteste Grinsen verlieren.

Unsere Gänge: Keine Wochenenden, keine Schichten. Überdurchschnittliches Gehalt, das sogar unsere Räder neidisch macht.

Dein Werkzeugkasten: Technik-Talent, Führungs-Know-how, und ein riesiges Herz für den Drahtesel-Lifestyle.

Komm an Bord und werde der Big Boss unseres Bike-Paradieses! Bewirb dich jetzt bei [Kontaktinformationen]. Gemeinsam bringen wir die Reifen zum Quietschen und die Mitarbeiter zum Strahlen! 🚲🔧 #FahrradFam #WerkstattWunder

(P.S. Schick uns keinen Liebesbrief, sondern deinen Lebenslauf!)

Stellenanzeige: Werkstattleiter im Fahrradparadies!

Bist du ein Fahrrad-Fanatiker mit organisatorischem Superpower? Liebst du es, in einem Team zu arbeiten, das so eng ist wie dein Lieblings-Fahrradsattel? Dann aufgepasst!

🔧 **Werkstattleiter gesucht!** 🔧

Dein Revier: Unsere topmoderne Fahrradwerkstatt mit einer Crew von 7 (inklusive 2 fantastischen Azubis).

Deine Mission: Fahrräder glücklich machen, Team inspirieren, und dabei nie das breiteste Grinsen verlieren.

Unsere Gänge: Keine Wochenenden, keine Schichten. Überdurchschnittliches Gehalt, das sogar unsere Räder neidisch macht.

Dein Werkzeugkasten: Technik-Talent, Führungs-Know-how, und ein riesiges Herz für den Drahtesel-Lifestyle.

Komm an Bord und werde der Big Boss unseres Bike-Paradieses! Bewirb dich jetzt bei [Kontaktinformationen] oder schreib uns einfach per WhatsApp. Gemeinsam bringen wir die Reifen zum Quietschen und die Mitarbeiter zum Strahlen! 🚲🔧 #FahrradFam #WerkstattWunder

(P.S. Schick uns keinen Liebesbrief, sondern deinen Lebenslauf!)

Personal-Recruiting

Social Media Kampagne

Stellenanzeige: Werkstattleiter im Fahrradparadies!

Bist du ein Fahrrad-Fanatiker mit organisatorischem Superpower? Liebst du es, in einem Team zu arbeiten, das so eng ist wie dein Lieblings-Fahrradsattel? Dann aufgepasst!

🔧 Werkstattleiter gesucht! 🔧

Dein Revier: Unsere topmoderne Fahrradwerkstatt mit einer Crew von 7 (inklusive 2 fantastischen Azubis).

Deine Mission: Fahrräder glücklich machen, Team inspirieren, und dabei nie das breiteste Grinsen verlieren.

Unsere Gänge: Keine Wochenenden, keine Schichten. Überdurchschnittliches Gehalt, das sogar unsere Räder neidisch macht.

Dein Werkzeugkasten: Technik-Talent, Führungs-Know-how, und ein riesiges Herz für den Drahtesel-Lifestyle.










Komm an Bord und werde der Big Boss unseres Bike-Paradieses! Bewirb dich jetzt bei [Kontaktinformationen] oder schreib uns einfach per WhatsApp. Gemeinsam bringen wir die Reifen zum Quietschen und die Mitarbeiter zum Strahlen! 🚲🔧 #FahrradFam #WerkstattWunder

(P.S. Schick uns keinen Liebesbrief, sondern deinen Lebenslauf!)



KI-Tools, die wir aktuell verwenden



KI-Tools	Kurzbeschreibung	Anwendungsbeispiele
 <u>ChatGPT 4.0</u>	ChatGPT ist ein KI-Modell, das auf der GPT-Architektur basiert und in der Lage ist, menschenähnlichen Text zu generieren. Seit kurzem wurde auch die Bildgenerierung über Dall-E 3 integriert.	Das Verfassen von Texten, wie zum Beispiel für Stellenangebote, Marketing-Kampagnen, Content für den Online-Shop, Produktbeschreibungen usw.
 <u>Bing Chat</u>	KI-gestützter Chatbot (Microsoft), basierend auf Bing-Suchtechnologie der ermöglicht, durch Dialoge Informationen zu suchen und Fragen zu beantworten. (In Microsoft Edge integriert) . Seit kurzem wurde auch die Bildgenerierung über Image Creator integriert.	Mit Bing Chat lassen sich von der E-Mail über die Stellenanzeige bis zur Pressemitteilung verschiedene Textarten verfassen, ähnlich wie ChatGPT.
 <u>DeepL Translator</u>	DeepL ist ein kostenloser maschineller Übersetzer, der auf neuronalen Netzen basiert und Texte zwischen 26 Sprachen zu übersetzen.	Eine gute Wahl für die Übersetzung von anspruchsvolleren Texten, wie zum Beispiel technischen Dokumenten oder wissenschaftlichen Arbeiten.
 <u>DeepL Write</u>	DeepL Write ist ein KI-basierter Schreibassistent, der die schriftliche Kommunikation mit nur einem Klick verbessern kann.	Verbesserung von Grammatik- und Rechtschreibfehlern, aber auch Vorschläge für alternative Formulierungen in Bezug auf Ton, Stil und Wortwahl.
 <u>Midjourney</u>	Midjourney ist ein Text-to-Image-Tool, das mit einer künstlichen Intelligenz (KI) visuelle Kunst, Bilder und Grafiken erstellen kann.	Erstellen eines individuellen Fotos, wie zum Beispiel für Stellenangebote, Marketing-Kampagnen, Mood-Boards usw.
 <u>Dall-E 3</u>	Ein KI-Modell (OpenAI), das in der Lage ist, aus Textbeschreibungen detaillierte und kreative Bilder zu generieren. (Alternativ - Bing Image Creator in Microsoft Edge integriert)	Erstellen von maßgeschneiderten visuellen Inhalten wie Produktbilder oder Werbeillustrationen, die auf die eigene Handelsware abgestimmt sind.
 <u>My Brand New Logo</u>	Ein automatischer Logo-Generator, der einzigartige Firmenlogos in weniger als 60 Sekunden erstellen kann.	Das Erstellen eines Logos, wie zum Beispiel für die Erfa-Gruppe.
 <u>Shorty</u>	Analysiert Texte und berechnet welche Sätze einen hohen/niedrigen Informationsgehalt für den Text haben und kürzt entsprechend.	Für eine Marketing-Kampagne wurden Texte von ChatGPT geschrieben, durch DeepL Write verbessert und dann final mit Shorty gekürzt.
 <u>D-ID</u>	Text-to-Video, um sprechende und interaktive Avatare zu erstellen. Diese können dann mit der eigenen Stimme unterlegt werden.	Zur Eröffnung eines Meetings, für ein Erklärvideo usw.

Wissen schafft Zukunft.

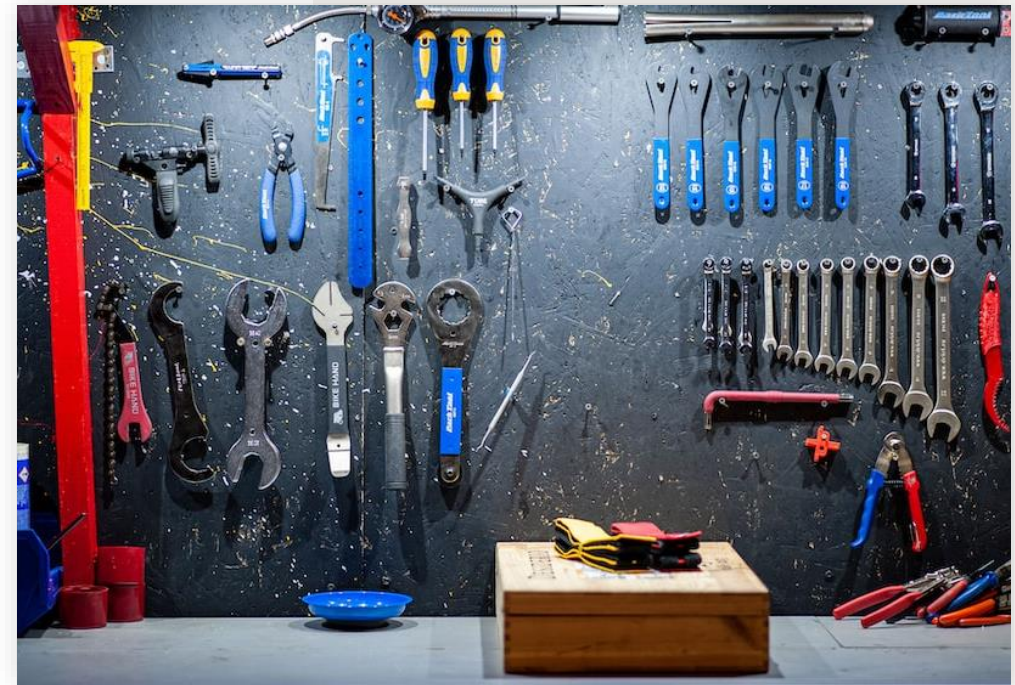
Klares Service-Profil erarbeiten & kommunizieren



Die Service-Branche schlechthin

Werkstatt & Service als Herz und Differenzierungsmerkmal des Radhandels

- *Serviceleistungen sind (häufig immaterielle) Mehrwerte, die neben dem reinen Verkauf der Ware den Erwerb des Produktes bzw. das Produkt selbst aufwerten oder deren Einsatz verbessern.*
- Wo Waren zunehmend austauschbarer werden, kommt den Faktoren Mitarbeiterqualität und Service eine höhere Bedeutung zu – diese führen zu Begeisterung über Emotionen
- Mit der Werkstatt hat die Radbranche ein riesiges „Service-Pfund“ in der Hand
- Entscheidend ist, dass begeisternde Service-Mehrwerte, die auch richtig kommuniziert werden



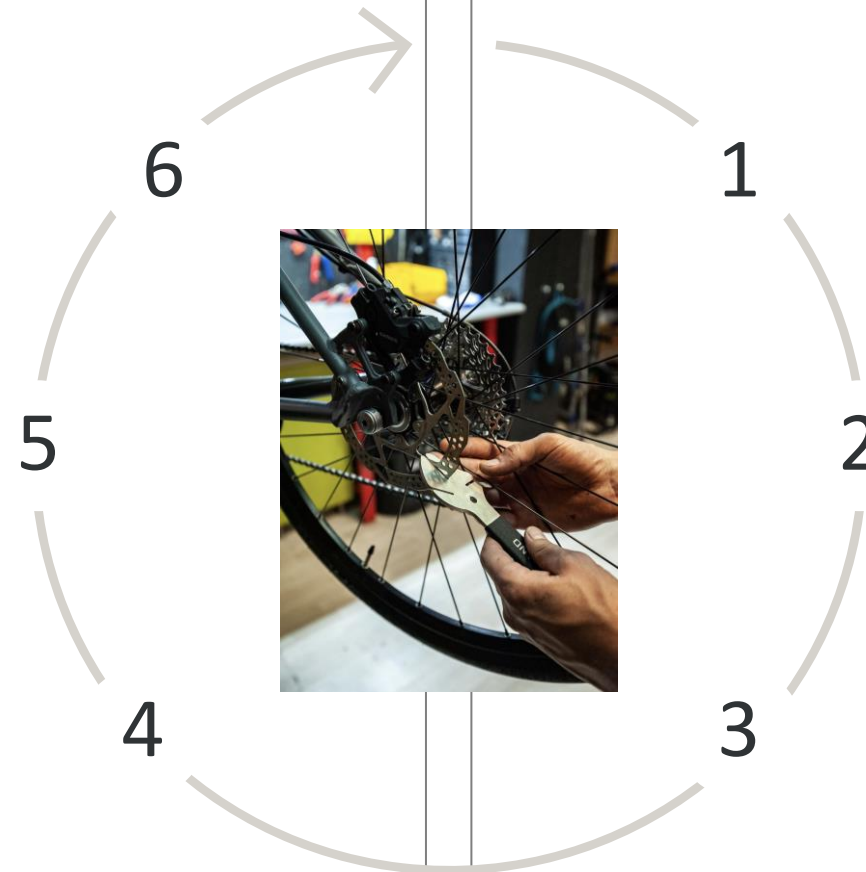
Um sich vom Wettbewerb abzusetzen, benötigen wir klar profilierte und gut kommunizierte Services

Systematische Entwicklung einer Service-Strategie

6 Service konsequent leben & auditieren

5 Service kommunizieren & viral „aussenden“

4 Kommunikationskonzept erarbeiten



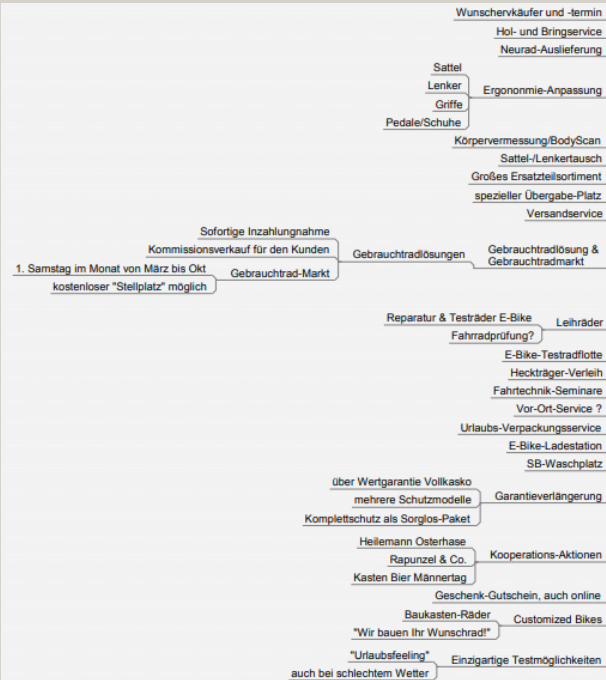
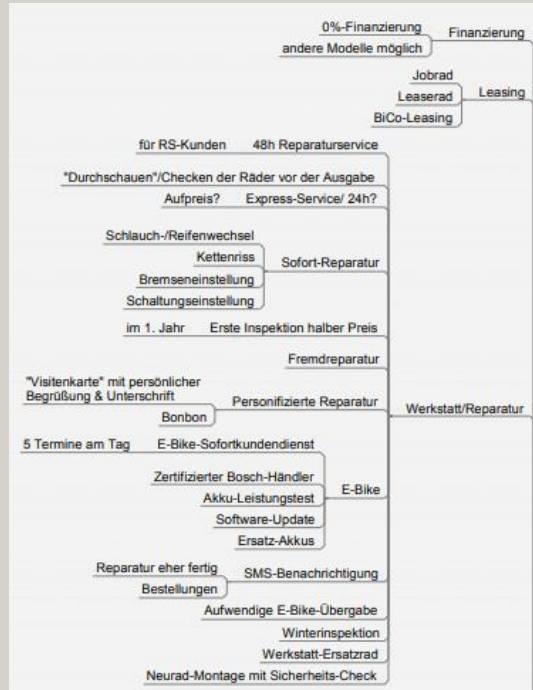
1 Bestandsaufnahme und Ideensammlung (neuer) Serviceleistungen

2 Serviceleistungen bewerten und gewichten

3 Ausformulierung Text & Bildsprache

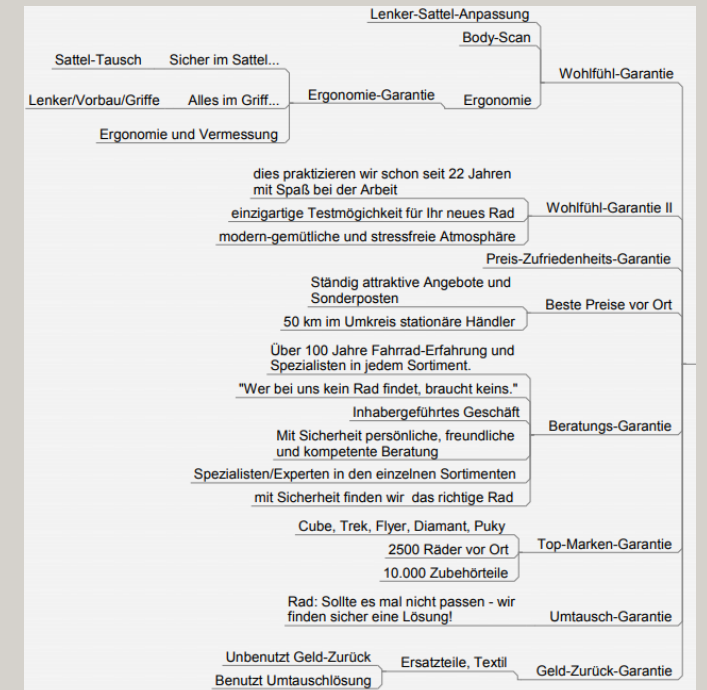
Bestandsaufnahme und Ideensammlung

Services & Werkstatt



Silent Services

- Ausreichende Sitzgelegenheiten/ "schöne" Sitzecke
- Putzservice/Fahrrad "streicheln"
- Langjährige Berufserfahrung der Mitarbeiter/Erfahrungsaustausch mit Kunden zum Thema Rad
- Verladeservice/"Rein-ins-Auto-Stopf-Service"
- Handtaschen-Regal
- Kaffee, Getränke Getränkeautomat
- "Mitgiftsel"
- Kinder-Geschenke Puky-Malbuch
- begleitete E-Bike-Testfahrten
- Hundetankstelle
- Kinderecke & Spielplatz
- Entschuldigungs-Geschenke Ritter Sport
- Luft-Tankstelle
- Frische Landluft & Erlebnis mit Tieren
- Parkmöglichkeiten
- W-Lan



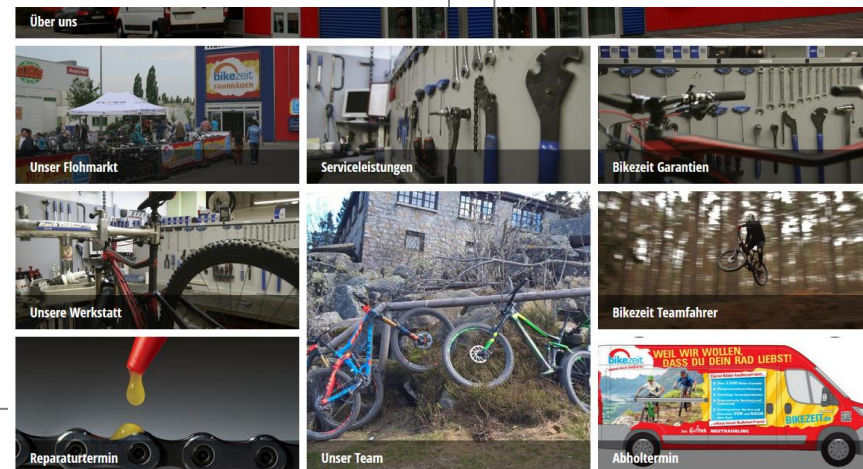
Garantien



Starten Sie mit einem Brainstorming – Sie bieten mehr als sie glauben!

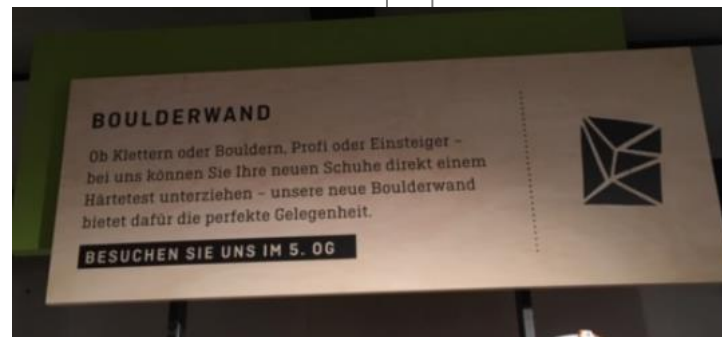
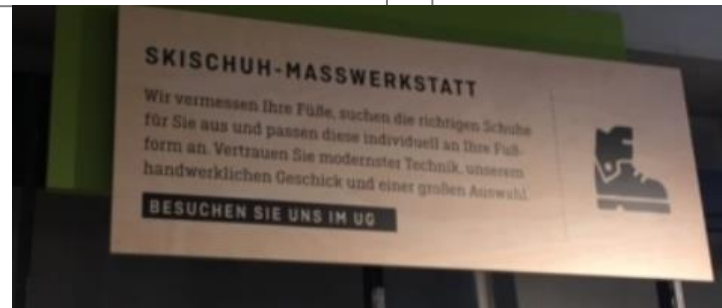
Service kommunizieren

Klares Kommunikationskonzept - im Laden, Online & in der Werbung



Service kommunizieren

Klares Kommunikationskonzept - im Laden, Online & in der Werbung



Online-Terminbuchung - Exklusiv für Gipfelstürmer



LAUFSCHUHE
Professionelle Laufanalyse
bei uns im Sporthaus



BERGSCHUHE
Deine optimale Schuhwahl
für Deine Unternehmung



GPS- & UHREN
Lasse Dich zum Thema
Elektronik bei uns beraten



BIKE
Entdecke unseren
Bikeservice am Marienplatz

Jetzt Termin buchen



Service kommunizieren

Preise kommunizieren – was nichts kostet ist nichts wert!



preisliste bootfitting

innenschuhe nach mass

Thermoverformbarer Innenschuh ab 170,-
 Geschäumter Innenschuh ab 300,-

anpassung innenschuh und zunge

Thermoverformung inklusive Klebepads 25,-

anpassung schale

Thermoverformung im Ofen 25,-
 Schalenausweitung Einzelstelle 10,-
 Schalenausweitung per Holzleisten 45,-
 Fischer Vacuum 50,-
 Fräsen (pro Stelle) 10,-
 Schnalle auswechseln (zzgl. Material) 10,-

STUNDENSATZ 40,-

SPORTHaus KOHLEN

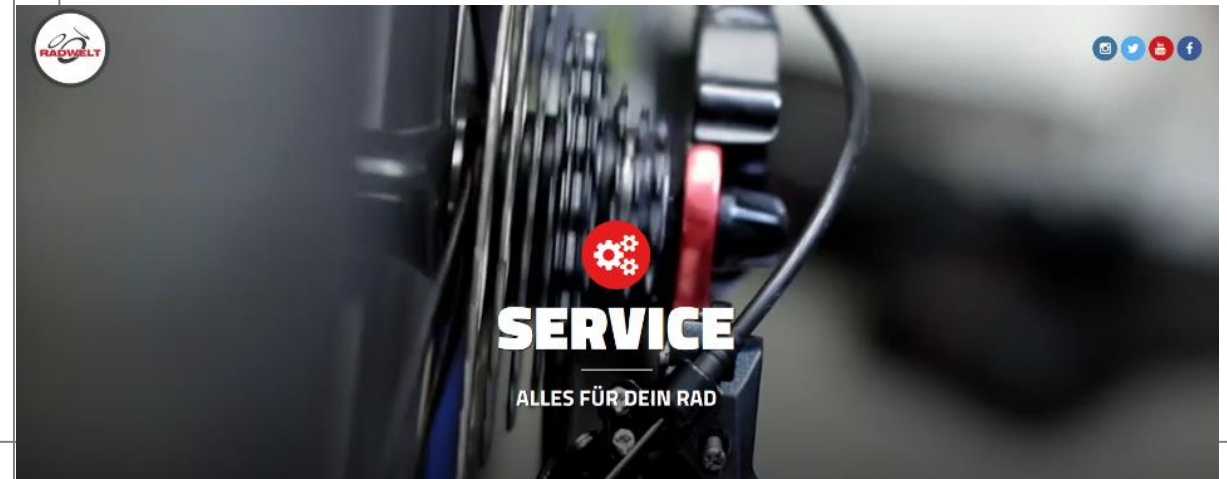
Service kommunizieren

Service & Handwerk bebildern – neue Technologien machen es einfach



Wissenswertes zur Tourenskischuh-Anpassung

- **Abholung:** In der Regel können die Tourenskischuhe am nächsten Tag der Anpassung abgeholt werden.
- **Kosten:** Bei Kauf in unserem Geschäft: Anpassung kostenlos
Außerhalb gekaufte Schuh kosten:
Innenschuh anpassen: € 20
Vakuum anpassen: € 100
- **Termin:** Eine Terminvereinbarung verhindert Wartezeiten!
- **Zeitaufwand:** Die Anpassung dauert rund 1 Stunde.



Service kommunizieren

Garantien für ein risikoloses Einkaufen und das Gefühl der Sicherheit



Sorgen Sie für Cappuccino-Effekte

Oft sind es die vermeintlichen Kleinigkeiten, die begeistern

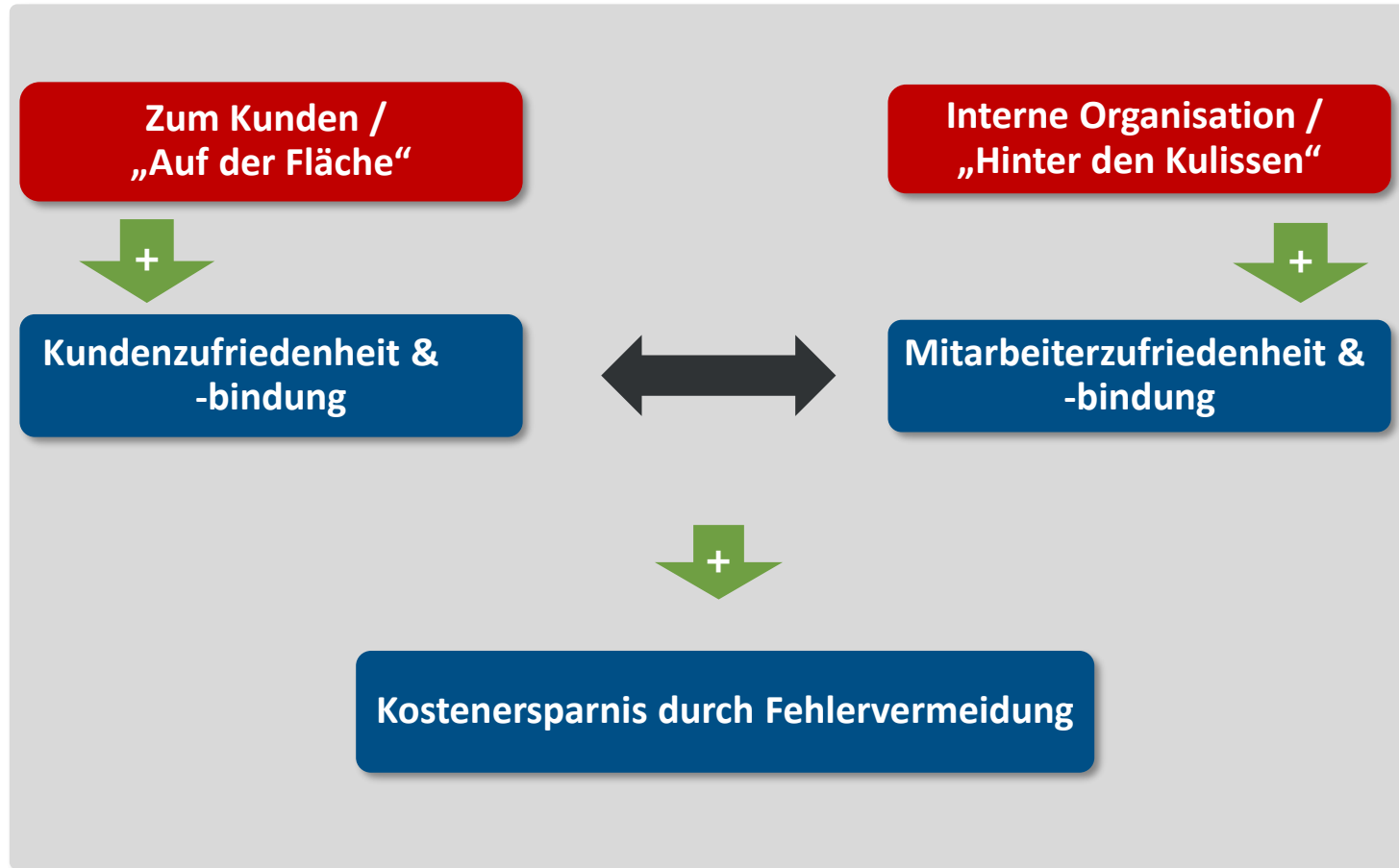


Wissen schafft Zukunft.

In Prozessen denken & effiziente Organisation



Warum bessere Prozesse?



Wie klar sind Ihre Prozesse?

Klare Urlaubsregelung

**Eindeutiger
Verkaufsprozess**

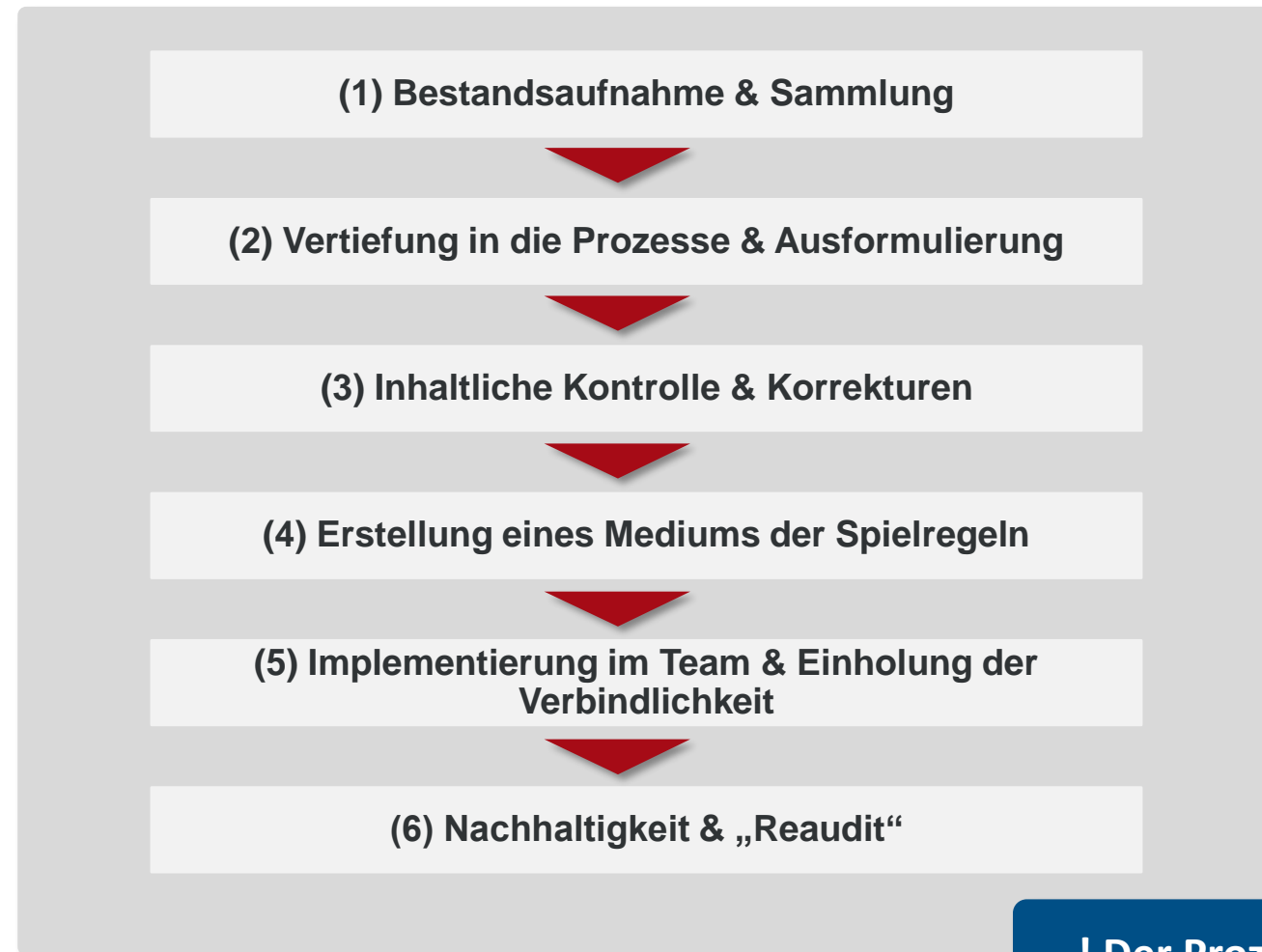
**Klare Ablauf „Morgen- &
Abendroutine“**

**Klarer Bestellprozess von
Werkstatt-Teilen**

**Regelung bezüglich
Smartphone-Nutzung**

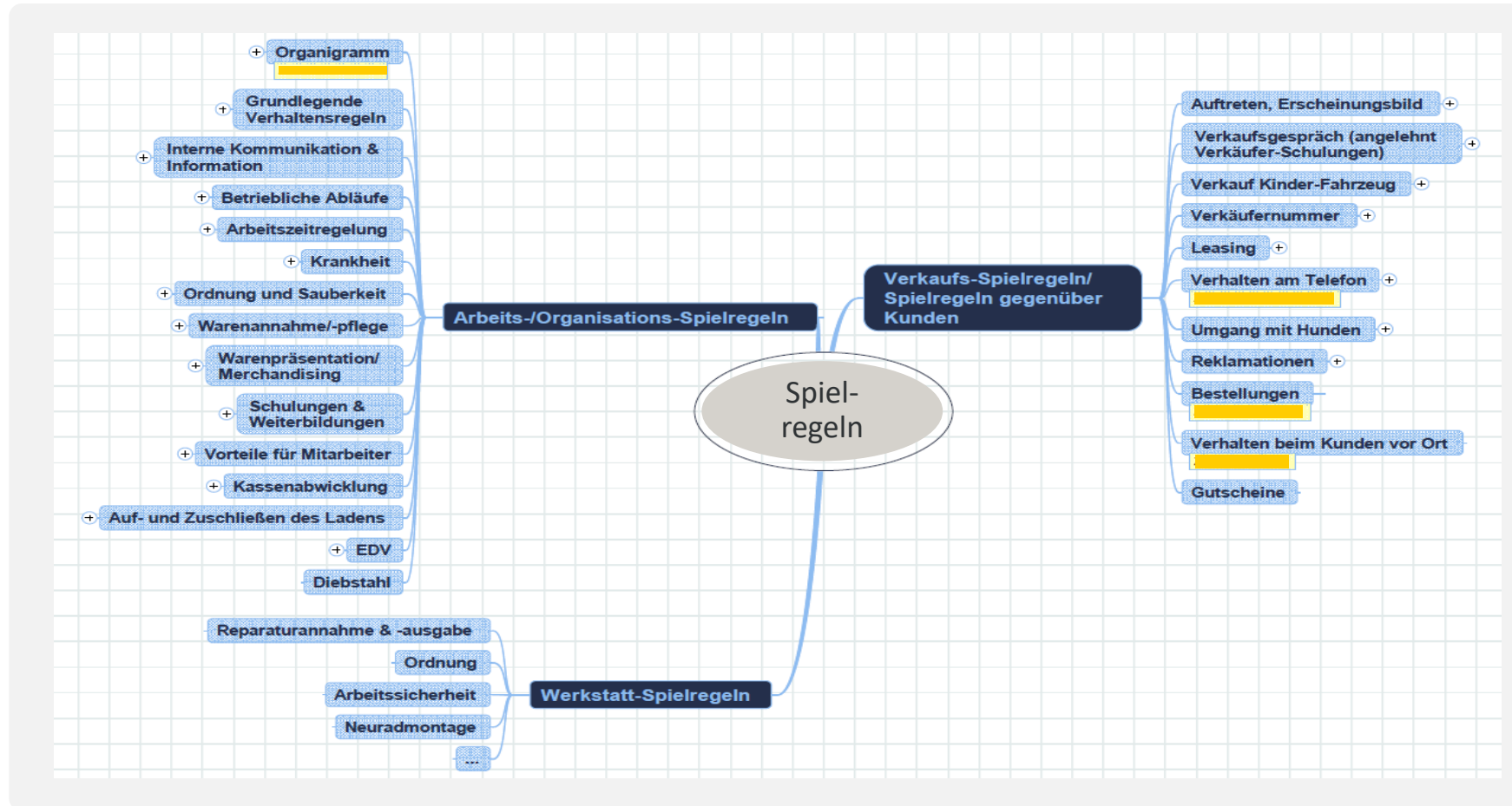
**Einfacher & klarer
Reklamationsablauf**

6 Steps zu nachhaltigen Unternehmensspielregeln



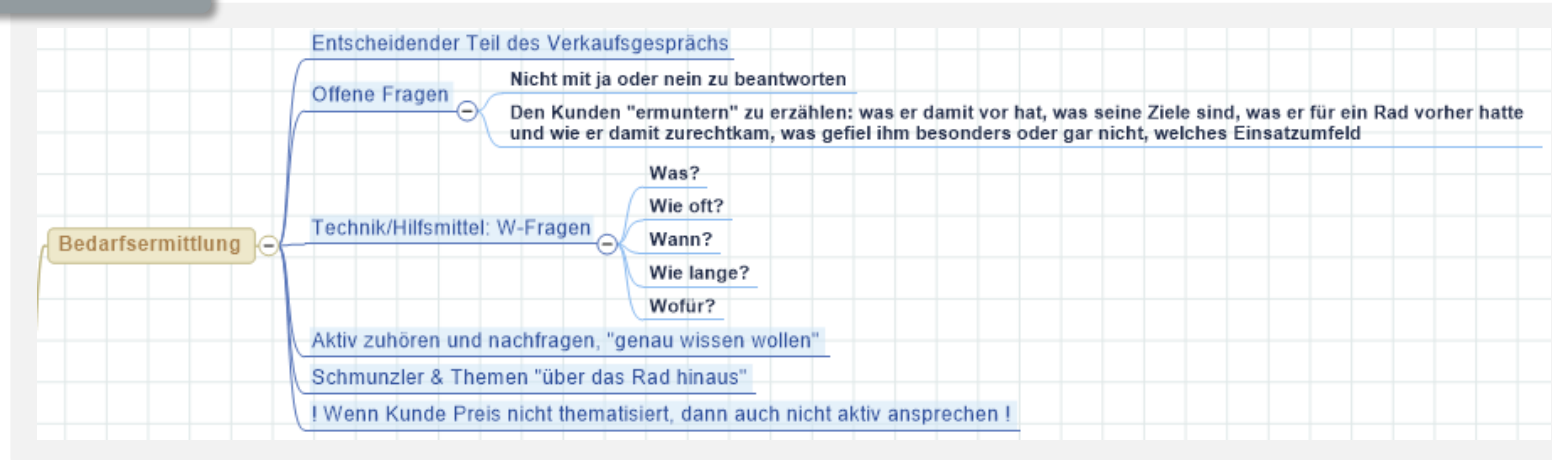
! Der Prozess an sich ist das Ziel !

Bestandsaufnahme & Sammlung



Vertiefung & genaue Ausformulierung

Bsp. Bedarfsermittlung



Bedarfsermittlung

- Wir ermitteln **mit W-Fragen** und **offenen Fragen** den Bedarf des Kunden:
 - o **Was** sind Ihre Ziele
 - o **Was** haben Sie mit dem Rad vor ...
 - o **Was** ist das Einsatzumfeld ...
 - o **Was** soll das Rad unbedingt haben ...
- Das Ziel ist es **Vertrauen** zum Kunden **aufzubauen** und diesem das Gefühl zu geben, verstanden zu werden. Wir **hören aktiv zu** und **fassen** am Ende der Bedarfsermittlung die gesammelten Informationen **zusammen**, um uns so noch einmal Feedback vom Kunden einzuholen.
- Wir **„tasten“** uns **an** die **Preisvorstellungen** des Kunden heran, erfragen diese aber nicht konkret.
- Zusätzlich fragen wir den Kunden, ob dieser das gewünschte Rad auch **leasen bzw. finanzieren** möchte.
- Wenn es die Situation zulässt, bauen wir auch **„Schmunzler“** ins Gespräch ein, um eine angenehme Atmosphäre zu erzeugen.

Vertiefung & genaue Ausformulierung

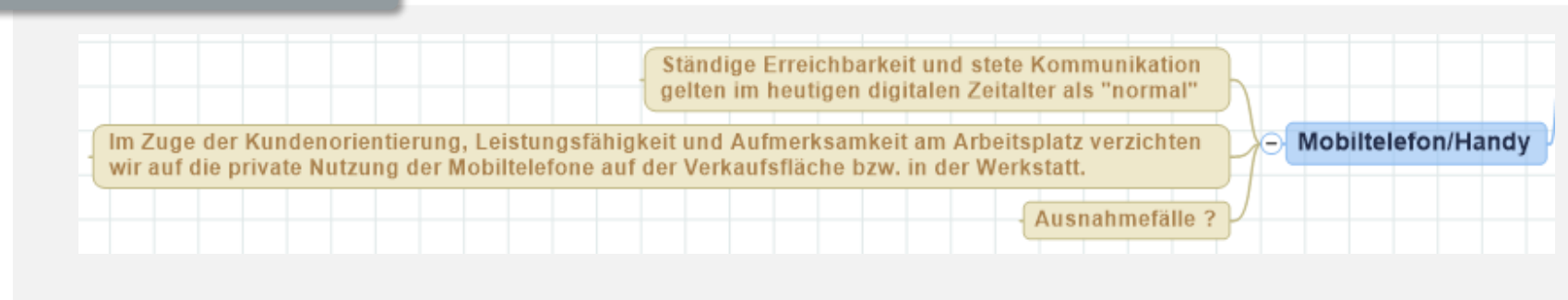
Bsp. Telefon – Umgang auf der Fläche

1.6 Verhalten am Telefon

- **Jeder Anrufer hat ein Anliegen** und wir sehen diesen Anruf als Chance, ähnlich wie im persönlichen Verkaufsgespräch, den Kunden zu überzeugen.
- Über verbindliche Aussagen, freundliches Verhalten, deutliche Aussprache und gezielte Informationen versuchen wir den **Kunden von einem Besuch zu überzeugen**.
- Dabei ist es wichtig, dass jedes **Mobiltelefon** auf der Fläche und in der Werkstatt **zugeordnet** und entsprechend **besetzt ist**. Sollte ein Mobiltelefon aufgrund eines freien Tages oder von Urlaub nicht besetzt sein, ist dies von einem anderen Mitarbeiter zu übernehmen.
- **Externe Anrufe** können wir während des Verkaufsgesprächs **grundsätzlich annehmen**. Allerdings sollten wir folgendes beachten:
 - o **Nicht während einer entscheidenden Phase** des Verkaufsgesprächs, wie z.B. während der Bedarfsermittlung oder des Kaufabschlusses
 - o Wir **fragen den Kunden**: „Entschuldigen Sie, dürfte ich kurz rangehen?“
- Externe Anrufe nehmen wir mit einem „**Lächeln am Telefon**“ und mit der Begrüßungsformel „**Schöps Bike, Name, Grüß Gott/Hallo**“ entgegen.
- Ist es notwendig den Kunden weiter zu verbinden, **warten wir bis der Kollege abnimmt** und teilen ihm in kurzen Worten das Anliegen und den Namen des Kunden mit.
- Kann die Anfrage nicht sofort beantwortet werden, **bieten wir aktiv einen Rückruf an**. Hierbei ist Verbindlichkeit oberstes Gebot. „**Können Sie später nochmal anrufen?**“ **ist dringend zu vermeiden**.
- Für **Rückrufe** nutzen wir das **Intranet** mit den Informationen:
 - o Name des Anrufers
 - o Thema
 - o Telefonnummer(n) und/oder E-Mail des Anrufers
 - o Erreichbarkeit des Anrufers (Uhrzeit Zeitfenster, Arbeit oder Privat)
- Sollten wir nicht ans Telefon gehen und das Telefon klingelt mehrfach, schalten wir es während des Verkaufsgesprächs auf stumm.
- **Vermeidbare interne Anrufe** gilt es insbesondere in **frequenzstarken Zeiten** zu **unterlassen**.
- Eine **Verabschiedungsformel** könnte lauten: „Herr/Frau *Meier*, vielen Dank für Ihren Anruf. Auf Wiedersehen/Bis bald/Schönen Tag noch.“

Vertiefung & genaue Ausformulierung

Bsp. Smartphone-Nutzung



3.14 Smartphone und private Kommunikation

Wir wissen, dass mobile Kommunikation und schnelle Informationen im digitalen Zeitalter allgegenwärtig sind. Uns ist bewusst, dass eine hundertprozentige Trennung zwischen privaten und betrieblichen Belangen nicht immer möglich ist. Um möglichen Interessenskonflikten entgegenzuwirken, werden folgende Regelungen vereinbart:

- Generell ist die **Nutzung** von Smartphones bzw. Mobiltelefonen auf der Verkaufsfläche, der Werkstatt und in der Neurad-Montage während der Arbeitszeit **strikt verboten**. Um erst gar nicht „in Versuchung zu kommen“ wird zur **Lagerung** der Geräte **im persönlichen Spind** geraten. Eine Missachtung wird arbeitsrechtliche Konsequenzen nach sich ziehen.
- Ausnahmen klären wir zwingend vorher mit den jeweiligen AL. Diese sind z.B.:
 - o betrieblich zur Verfügung gestellte Geräte
 - o dringende Notwendigkeit der Erreichbarkeit, z.B. in wichtigen familiären Angelegenheiten.
- Wir reduzieren private Telefongespräche über Firmen-Telefone auf ein notwendiges Minimum.
- Es ist uns untersagt die Rechner und den betrieblichen Internetzugang für private Zwecke zu nutzen.

Transport der Spielregeln – Welches Medium?

WILLNER
FAHRRADZENTRUM

FIRMENHANDBUCH
Mitarbeiter-Handbuch Willner Fahrradzentrum

eBIKE ZENTRUM WILLNER

Inhalt

- Herzlich Willkommen im Willner Fahrradzentrum! 4
- Willner Fahrradzentrum Historie 6
- Unser Einkaufsverband ZEG – eine strategische Partnerschaft 7
- Unsere Philosophie – „Ab dem ersten Meter für Sie da“ 8
- 1. Spielregeln gegenüber Kunden 9
 - 1.1. Adressen und Erreichbarkeitsbild gegenüber Kunden 10
 - Anrede – Du oder Sie? 10
 - Gepflegtes Äußeres 11
 - Der Kunde geht vor 11
 - Aufhalten gegenüber Kindern 11
 - Verhalten gegenüber Mitbewerbern 11
 - 1.2. Verkaufsgespräch 12
 - Wartung und Begrüßung 12
 - Kontaktaufnahme 12
 - Bedarfsmittlung 13
 - Produktvorstellung 13
 - Einwandbehandlung 13
 - Kaufabschluss 14
 - Rabattgespräche 14
 - Ergänzungverkäufe 15
 - Zusätzlichen Fahrrad-Versicherungen und Finanzierungen 16
 - Service und Garantien einbinden 17
 - Verabschiedung und Kasse 18
 - 1.3. Verkauf Kinderfahrzeug 19
 - 1.4. Verkäufernummer 19
 - 1.5. Dienstleistungs 19
 - 1.6. Verhalten am Telefon 20
 - 1.7. Bestellungen 21
 - 1.8. Gutscheine 21
 - 1.9. Umgang mit Kunden 22
 - 1.10. Reklamationen und Umtausch 22
- 2. Spielregeln in der Werkstatt 23
 - Wer wir sind und was wir tun! 24
 - 2.1. Reparaturauftrag 31
 - 2.2. Kundenbestellungen in der Werkstatt 31
 - 2.3. Organisation und Ordnung in der Werkstatt 33
 - 2.4. Arbeitszeit 33
 - 2.5. Umweltschutz und Recycling 34
 - 2.6. Aus- und Weiterbildung 35
 - 2.7. Verhalten beim Kunden vor Ort 35
 - 2.8. Nützlich Lieferlagen 36
 - 2.9. Neuaufmontage 36

Sport Haindl GmbH
Qualitätshandbuch für Mitarbeiter im Verkauf

INTERSPORT HAINDL
Bahnhofstr. 21 · 82131 Gauting · Telefon 0 89 8 50 15 81
Bahnhöfer 22 · 82152 Planegg · Tel. 0 89 8 59 85 81
Röhmerstr. 13 · 82025 Garching · Tel. 0 81 95 64 00
www.intersport-haindl.de

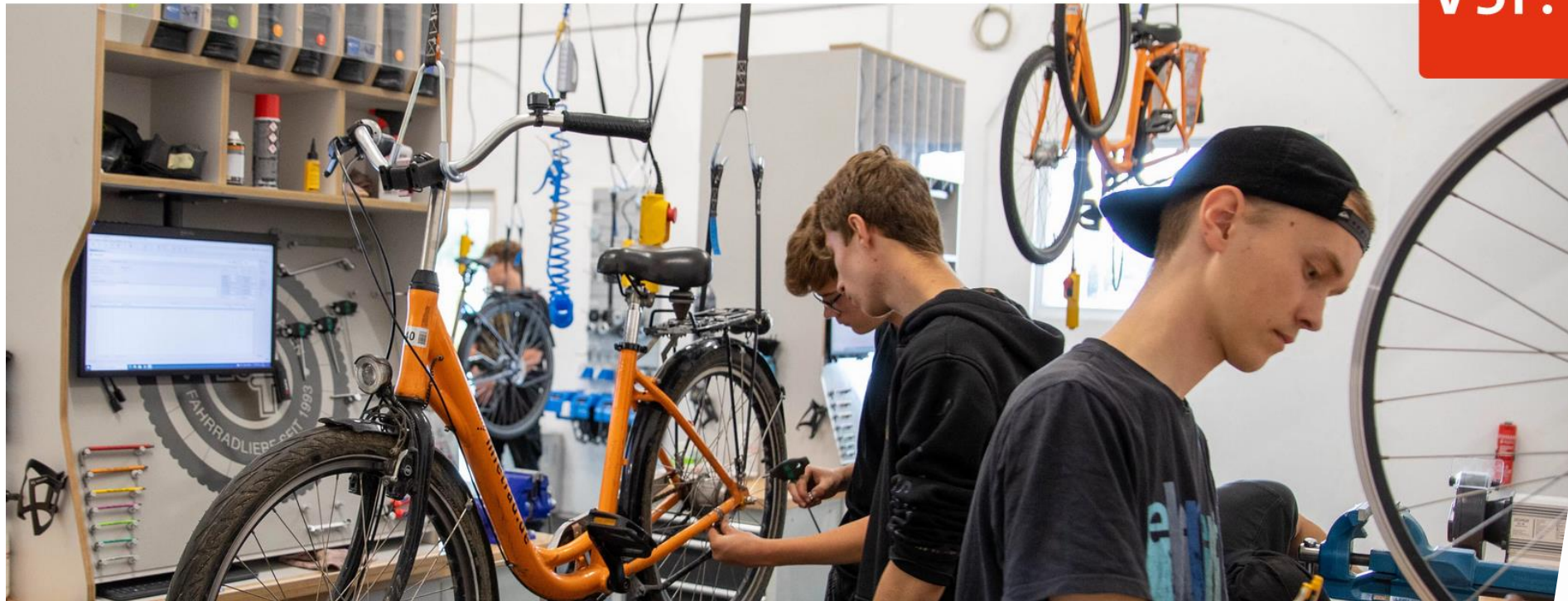
Aus Liebe zum Sport

Inhaltsverzeichnis

1.1. Bereich Warenpflege	5
1.1.1. Ordnung, Sauberkeit, Lagerpflege	5
1.1.2. Kontrolle von Qualität, Mengen, Etikettierung	5
1.1.3. NCS-Artikel und Grundsortiment-Vorschlag & Bestandskontrolle	6
1.1.4. Sortimentsinformation – Renner & Piener	6
1.2. Bereich Verkauf	7
1.2.1. Trend- und Warenkenntnis	7
1.2.2. Sortiments- und Größenkenntnis	7
1.2.3. Kundenwahrnehmung – Raumdeckung – Begrüßung	8
1.2.4. Präsent sein	8
1.2.5. Bedarfsmittlung	9
1.2.6. Waren- und situationsbezogene Ansprache	9
1.2.7. Small Talk mit Kunden	10
1.2.8. Warenvorlage	11
1.2.9. Reservierungen	11
1.2.10. Auswählen	11
1.2.11. Service	12
1.2.12. Filialumlagerungen als Kundenbestellung	12
1.2.13. Anprobe und Kaufsicherung	13
1.2.14. Zusatzverkauf	13
1.2.15. Ergänzungsverkauf	14
1.2.16. Kontaktabschluss	14
1.2.17. Mehrfachberatung	15
1.2.18. Stammkundenkarte „ActiveCare“	15
1.2.19. Reklamationbearbeitung	16
1.2.20. Umtausch	17
1.2.21. Einwandbehandlung	18
1.2.22. Vermeidung von Diebstahl und Verhalten bei Diebstahl	18
1.2.23. Verhalten an der Kasse	19
1.2.24. Abteilungsübergreifendes Denken und Handeln	20
1.2.25. Verkauf von Einzelteilen	20
1.2.26. Einzelbestellungen	20
1.2.27. Bedienung nach Ladenschluss	21
1.2.28. Rabatte, Zugaben	21
1.2.29. Internet-Preisvergleich	21

Sport Haindl GmbH *Qualitätshandbuch für Mitarbeiter im Verkauf* *7*

Allride-Werkstatt – als erster Step ideal



VSF. all-ride
zertifiziert

**BESTE
WERKSTÄTTEN**

Höchste Qualität in Service
und Handwerk

Wissen schafft Zukunft.

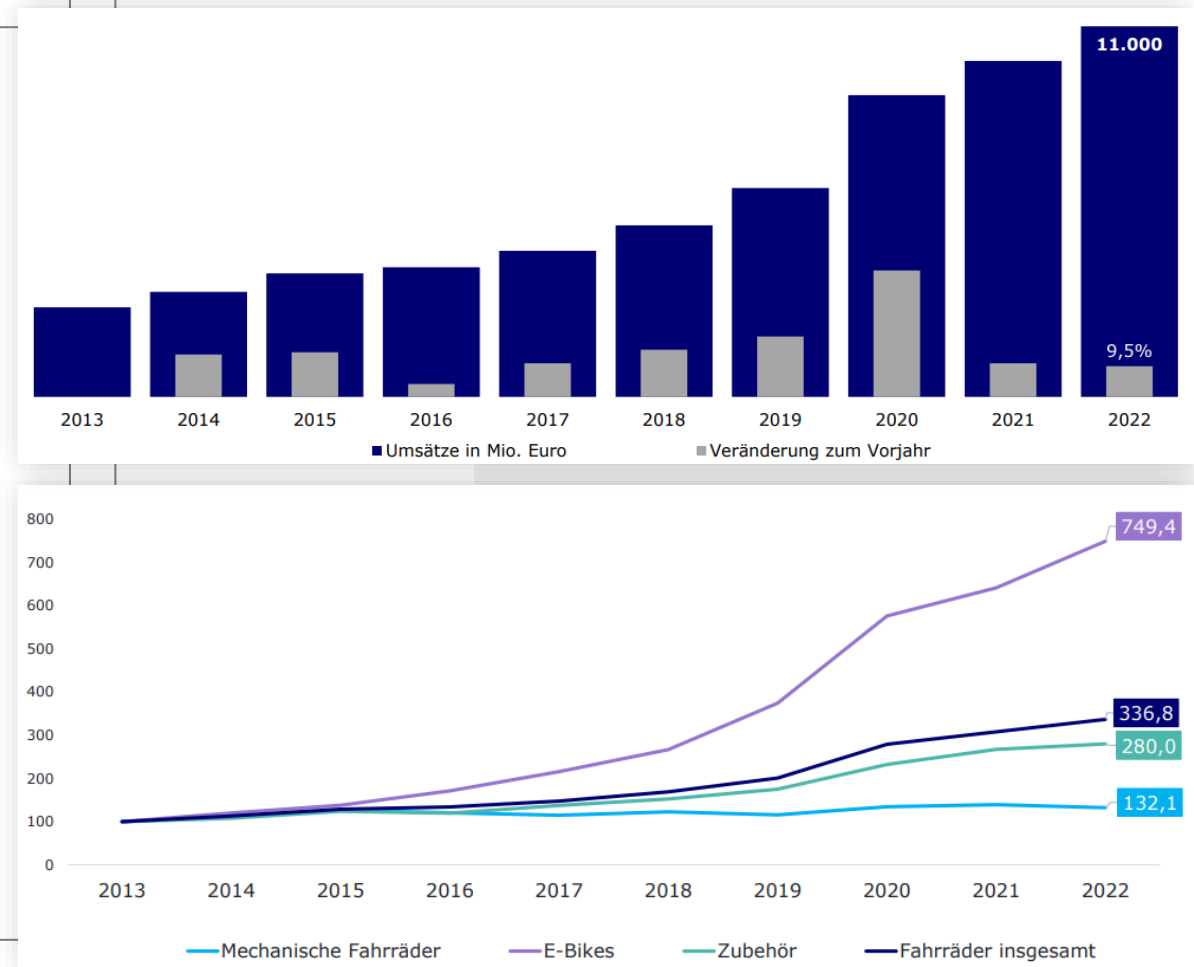
Die eigene Positionierung regelmäßig hinterfragen



Die dynamischste Branche im Handel

Wachstumsdynamik der letzten 10 Jahre Gesamtmarkt & Teilmärkte

- Jährliche Wachstumsdynamik (CAGR) in den letzten Jahren von durchschnittlich 14,4 %
- E-Bikes mit einer CAGR von 25,1 % der klare Wachstumstreiber
- Zubehör innerhalb von 10 Jahren fast verdreifacht

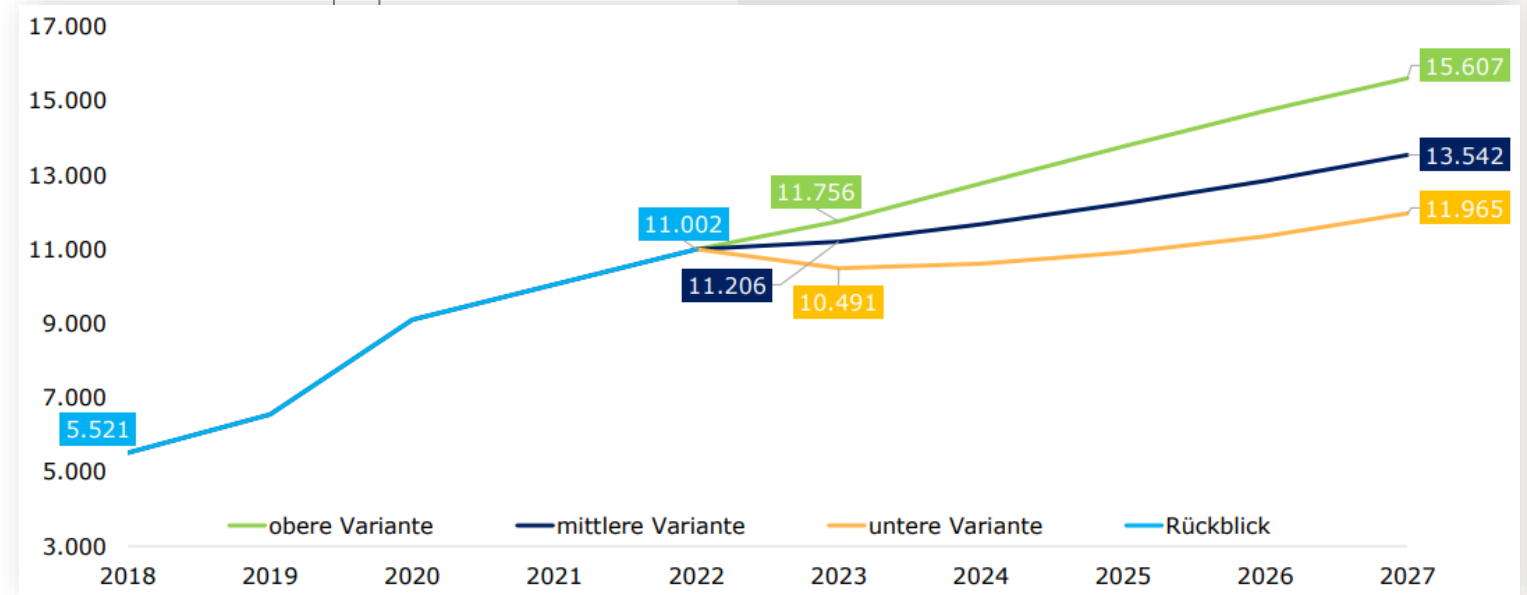


Quelle: IFH Branchenbericht 2023, IFH Köln

Die dynamischste Branche im Handel

Prognoseszenarien 2023 - 2027

- Die Prognosen liegen zwischen 3% und 8% jährliche Wachstumsrate (CAGR)
- Fachmärkte, sprich in der Regel größere Formate, haben in den letzten Jahren deutlich stärker dazugewonnen als kleinere Formate (Fachhändler)



Trends & Chancen

Viele Chancen, viel Rückenwind

1 Nachhaltige Mobilität & Infrastruktur

Ausbau Radwegenetz & Radschnellwege

Changing Cities / 15 min Stadt

Rad zukünftig verstärkt als Fortbewegungsmittel Nr. 1 & als Auto-Ersatz



2 Fitness, Gesundheit & Freizeit

Neue Ausprägungen der Freizeitgestaltung

Sport & Fitness als Megatrend

Best Ager wollen fit sein & haben Zeit



3 Innovationen, neue Produkte & E-Bike

Kurze Innovationszyklen

Neue Produktgruppen

Akzeptanz & Freude am E-Bike nimmt stetig zu



4 Dienstrad-Leasing

Dienstrad-Leasing steckt noch in den Kinderschuhen

Als Mitarbeiter-Benefit immer wichtiger

Die wichtigen strategischen Fragen

Elevator-Pitch – Nutzen erklärt vom EG bis in den 3. Stock

Wo stehe ich?

- Markt- & Wettbewerbssicht
- Konsumentensicht
- Expertensicht

Wie positioniere ich mich?

- Wer ist meine Zielgruppe?
- Wie kann ich mich vom Wettbewerb unterscheiden?
- **Welchen Nutzen und Werte biete ich? Warum sollen die Kunden ausgerechnet zu mir kommen?**

Wo will ich hin?

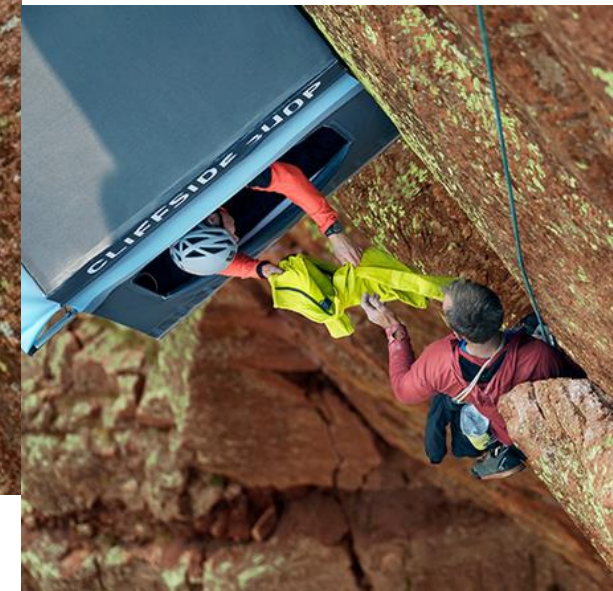
- Festlegung eines klaren Profils – Was sind die die entscheidenden Erfolgsfaktoren?
- Priorisieren von Handlungsfeldern & Definieren von konkreten Unternehmenszielen

Wie erreiche ich das?

- Nachhaltige und konsequente Umsetzung mittels klaren Aktivitätenplans



Das wäre eine klare Positionierung



- Cliffsides Store von 37.5, Hersteller von Thermo-Bekleidung, in Colorada

Fazit & die entscheidenden Fragen

1.

Was sind die Vorteile meiner Branche und mir als Arbeitgeber? Kommuniziere ich diese?

Bekommen meine Mitarbeiter genügend Wertschätzung?

2.

Bin ich digital sichtbar und sind meine wichtigsten Prozesse digitalisiert?

Vereinfache ich mir meinen Alltag durch KI?

3.

Funktionieren meine Prozesse weitestgehend und sind diese niedergeschrieben?

4.

Wie gut bin ich am Markt hinsichtlich Service profiliert?

Kommuniziere ich überhaupt meine Service-Stärken aus?

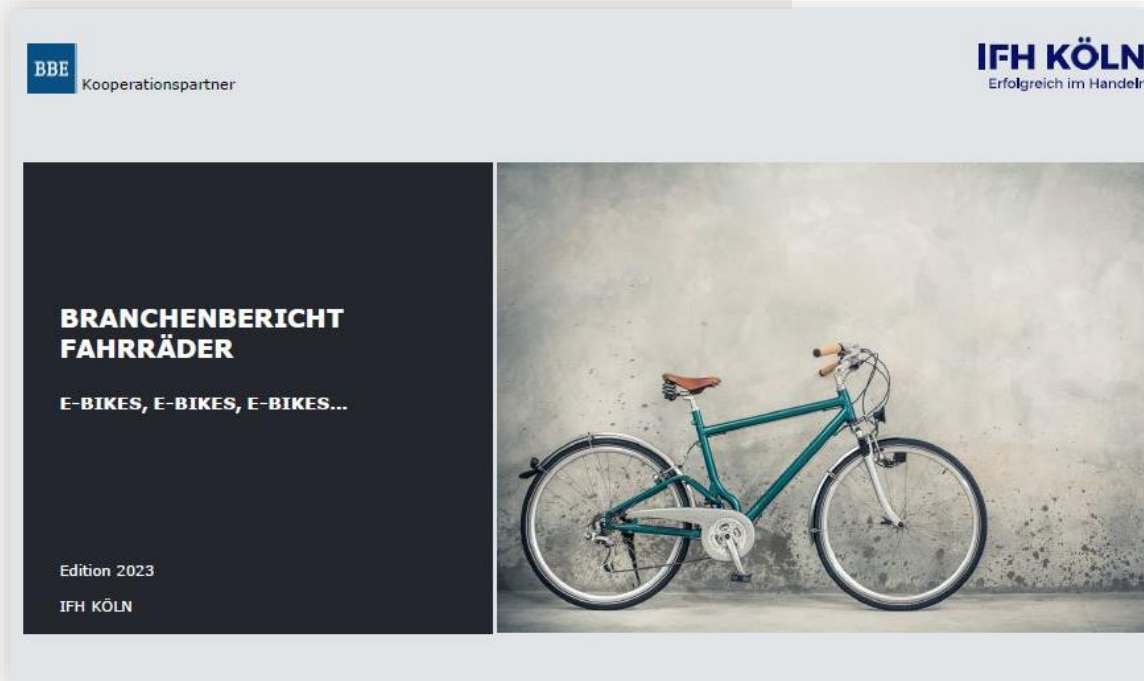
5.

Warum soll der Kunde ausgerechnet zu mir kommen?

Was ist mein Nutzen?

Bei mehr Interesse an Zahlen

Branchenbericht Fahrräder - Eine Kooperationsstudie mit dem IFH Köln



Inhalte:

- der Entwicklung des Gesamtmarktes 2013-2022
 - Einordnung der Konsumgütermärkte
 - Ausgabeverhalten durch Preissteigerungen
 - Entwicklung des Gesamtmarktvolumens
 - Entwicklung der Verbraucherpreise für Fahrräder
 - Entwicklung der Teilmärkte
 - Entwicklung der Vertriebsstruktur 2013-2022
 - Entwicklung der Vertriebswege
 - Analyse der Teilmärkte und der Warengruppen 2013-2022
 - Prognosen und Szenarien bis 2027
- Erhältlich unter: <https://www.ifhkoeln.de/shop/>

**30 % Academy-Days-
Aktionsrabatt mit „V.S.F30“**



Wissen schafft Zukunft.

Out of Line – Ein Exkurs

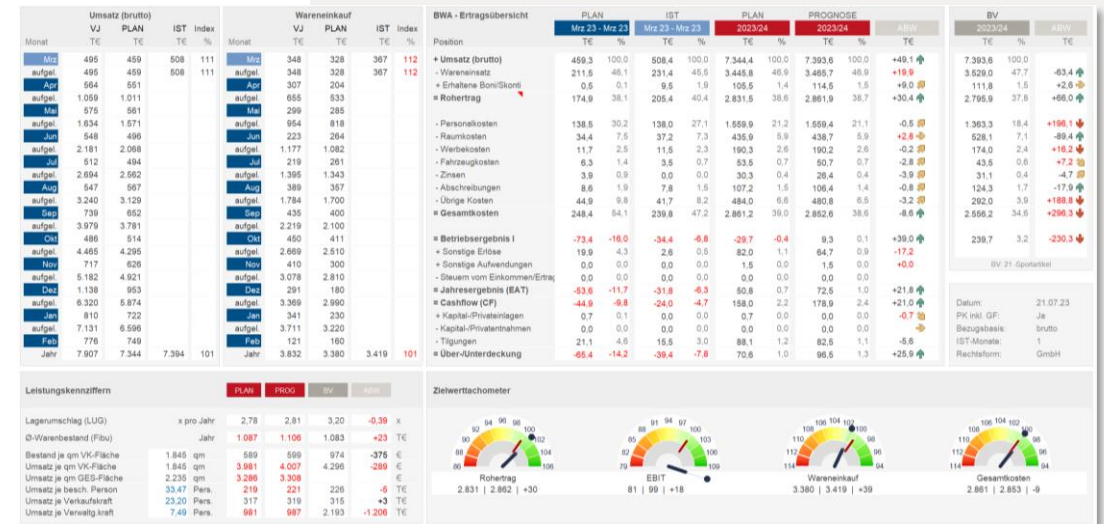
Die Zahlen im Griff
haben



Der BBE Chefplan

Das bewährte Planungs- & Controlling-Tool für den Einzelhandel

- Planung und **Steuerung des Ergebnisses** unter Berücksichtigung aller Ertragsfaktoren im Handel
- Fundierte **Grundlage von Entscheidungen** und alle wesentlichen Kennzahlen für Inhaber/GF und Bank
- Einfache **Navigation** und Bedienbarkeit durch bekannte **Excel-Oberfläche** und automatisierter **DATEV-Import**
- Detaillierte **Mitarbeiterplanung** mit Gehalt, Arbeitszeit, Funktion, Ein- und Austritt etc.
- Integrierte **Liquiditätsplanung** mit Eingabe von Einkaufszahlungen, Valuten und Wechsel
- Umfangreiche **handelsspezifische KPIs** wie LUG, Spanne, Personal- und Flächenleistung uvm.
- Filial-Planungen** mit bis zu 10 Filialen möglich und Zusammenfassung im **Konsolidierungs-Tool**.



Leistungskennziffern	PLAN	PROG	BV	ABW	
Lagerumschlag (LUG)	x pro Jahr	2,78	2,81	3,20	-0,39 X
Ø-Warenbestand (Fibu)	Jahr	1,087	1,108	1,083	+23 T€
Bestand je qm VK-Fläche	1.845 qm	589	599	974	-375 €
Umsatz je qm VK-Fläche	1.845 qm	3.981	4.007	4.296	-289 €
Umsatz je qm GES-Fläche	2.235 qm	3.286	3.308		€
Umsatz je besch. Person	33,47 Pers.	219	221	226	-5 T€
Umsatz je Verkaufskraft	23,20 Pers.	317	319	315	+3 T€
Umsatz je Verwalt.kraft	7,49 Pers.	981	987	2.193	-1.206 T€

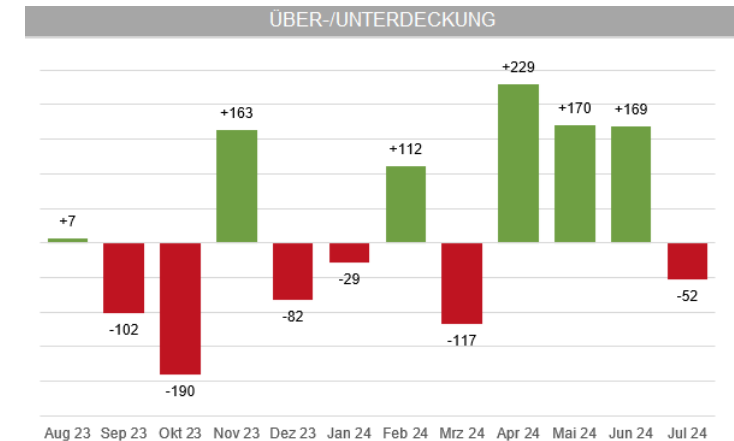
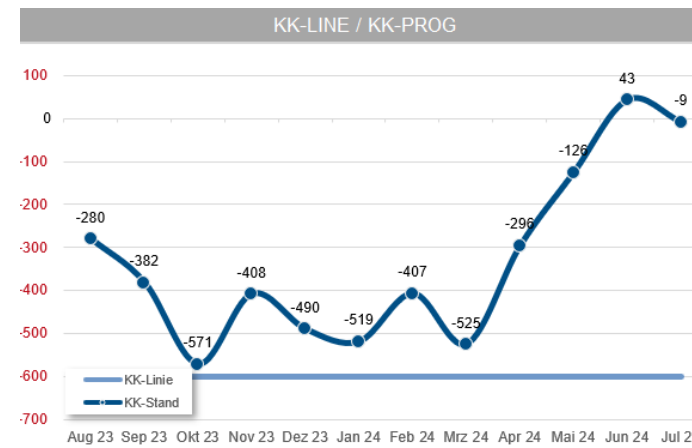
Ertragspositionen	2022/23	PLAN 2023/24	PROGNOSE 2023/24	PLAN 2023/24	IST 2023/24	ABWEICHUNG
+ Umsatz (brutto)	7.906,9	100,0	7.344,4	100,0	459,3	+49,1
+ Stationär (brutto)	6.011,8	83,6	6.096,9	97,2	6.714,3	+92,7
+ Online (brutto)	1.295,1	16,4	647,6	8,8	679,2	+31,7
- Wareneinsatz (WWS)	3.708,7	46,9	3.409,0	46,4	3.428,7	-46,6
= Bruttogewinn	4.198,2	53,1	3.935,4	53,6	3.964,9	-55,0
- MaSt-Inkasso	1.262,4	16,0	1.172,6	16,0	1.180,5	-16,0
+ Erhaltene Boni/Skonti	116,4	1,5	105,5	1,4	114,5	0,5
- Kalkulationskorrektur (WWS/Fibu)	-34,2	-0,4	36,7	0,5	37,0	0,5
= Rohertrag	3.088,3	39,0	2.831,5	38,6	2.861,9	-38,7
- Personalkosten	1.639,0	20,7	1.559,9	21,2	1.559,4	-21,1
- Raumkosten	423,5	5,4	435,9	5,9	438,7	-5,9
- Werbekosten	290,6	3,7	190,3	2,6	190,2	2,6
- Fahrzeugkosten	53,5	0,7	53,5	0,7	50,7	0,7
- Zinsen	7,1	0,1	30,3	0,4	26,4	0,4
- Abschreibungen	107,2	1,4	107,2	1,5	106,4	1,4
- Übrige Kosten	728,5	9,2	484,0	6,6	480,8	6,5
= Gesamtkosten	3.249,4	41,1	2.861,2	39,0	2.852,6	-38,6
= Betriebsergebnis I	-163,0	-2,1	-29,7	-0,4	9,3	0,1
+ Sonstige Erlöse	106,0	1,3	82,0	1,1	64,7	0,9
- Sonstige Aufwendungen	1,5	0,0	1,5	0,0	1,5	0,0
= Betriebsergebnis II (EBT)	-58,6	-0,7	50,8	0,7	72,5	1,0
- Steuern vom Einkommen/Ertrag	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
= Jahresergebnis (EAT)	-58,6	-0,7	50,8	0,7	72,5	1,0

BBE Liquiditätsplan

Liquiditätsplanung mit hoher Usability

Liquiditätsplan	Summe	Aug 23	Sep 23	Okt 23	Nov 23	Dez 23	Jan 24	Feb 24	Mrz 24	Apr 24	Mai 24	Jun 24	Jul 24
	€	€	€	€	€	€	€	€	€	€	€	€	€
Umsatz (Brutto)	4.692,8	486,1	432,6	309,7	280,8	262,7	261,8	374,9	493,9	528,1	501,3	477,2	283,8
Sonstige Erlöse/Erträge													
Liquiditätshilfen													
Kreditaufnahmen					350,0				-350,0				
Sonstige Einnahmen/Korrekturen													
Summe Einnahmen	4.692,8	486,1	432,6	309,7	630,8	262,7	261,8	374,9	143,9	528,1	501,3	477,2	283,8
MwSt-Zahllast	235,6	14,0	-3,0	41,1	15,9	-11,4	-14,1	-3,7	5,7	29,5	50,4	59,6	51,5
Einkaufszahlungen	3.173,0	395,5	444,2	380,8	368,9	286,5	226,1	190,4	178,5	154,7	178,5	166,6	202,3
Personalkosten (Ausgaben)	323,5	25,5	25,5	25,5	25,5	25,5	25,5	25,5	29,0	29,0	29,0	29,0	29,0
Raumkosten (Ausgaben)	168,0	14,0	14,0	14,0	14,0	14,0	14,0	14,0	14,0	14,0	14,0	14,0	14,0
Werbekosten (Ausgaben)	109,5	9,0	7,5	7,0	7,0	6,0	6,0	6,0	12,0	12,0	14,0	13,0	10,0
Übrige Kosten (Ausgaben)	175,0	12,5	37,5	12,5	12,5	12,5	12,5	12,5	12,5	12,5	12,5	12,5	12,5
Zinsen (Ausgaben)	47,0	3,0	3,0	4,0	5,0	6,0	6,0	5,0	4,0	3,0	3,0	3,0	2,0
Tilgungen	55,0	1,6	1,6	10,6	1,6	1,6	10,6	1,6	1,6	10,6	1,6	1,6	10,6
Steuern	54,2	0,2			8,0			8,0		30,0	8,0		
Entnahmen (KORR)	74,0	4,0	4,0	4,0	9,0	4,0	4,0	4,0	4,0	4,0	20,0	9,0	4,0
Sonstige Ausgaben/Korrekturen													
Summe Ausgaben	4.414,9	479,3	534,3	499,5	467,3	344,7	290,6	263,3	261,3	299,3	330,9	308,3	335,9
Über-/Unterdeckung	+277,9	+6,8	-101,7	-189,8	+163,5	-82,0	-28,8	+111,5	-117,4	+228,8	+170,4	+168,9	-52,1
KK-Linie (alle Banken)	-600,0	-600,0	-600,0	-600,0	-600,0	-600,0	-600,0	-600,0	-600,0	-600,0	-600,0	-600,0	-600,0
KK-Stand (alle Banken)	-286,7	-279,9	-381,6	-571,5	-408,0	-490,0	-518,8	-407,3	-524,7	-295,9	-125,6	+43,3	-8,8
Kasse, Geldkonten (alle Banken)	+12,3	+12,3	+12,3	+12,3	+12,3	+12,3	+12,3	+12,3	+12,3	+12,3	+12,3	+12,3	+12,3
Liquide Mittel	+325,6	+332,4	+230,7	+40,8	+204,3	+122,3	+93,5	+205,0	+87,6	+316,4	+486,7	+655,6	+603,5

- Professionell planen und frühzeitig Liquiditätsengpässe erkennen
- Anschauliche und leicht verständliche Darstellungen



Wissen schafft Zukunft.

Danke für Ihre Aufmerksamkeit und viel Erfolg für die Zukunft!