

Case Study: Umsatzsteigerung durch strategische Neuausrichtung

Branche: Inhabergeführter E-Bike-Fachhandel

Ausgangslage – eine typische Situation im Mittelstand

Der geschäftsführende Gesellschafter eines hochwertigen E-Bike-Fachhandels befand sich in einer für viele klein- und mittelständischen Unternehmen typischen Situation:

Das Unternehmen war operativ gut ausgelastet, die Nachfrage stabil, jedoch blieb die wirtschaftliche Entwicklung hinter den tatsächlichen Möglichkeiten zurück. Prozesse waren historisch gewachsen, Verantwortlichkeiten nicht klar definiert und die Zusammenarbeit zwischen Werkstatt und Verkauf wenig abgestimmt.

Das Ergebnis: liegengebliebenes Umsatzpotenzial, fehlende Transparenz für den Unternehmer und eine hohe persönliche Einbindung ins Tagesgeschäft.

Strategischer Ansatz und Rolle von Dirk Fischer

Als externer Strategieberater übernahm Dirk Fischer die Aufgabe, Klarheit, System, Struktur und unternehmerische Steuerbarkeit in das Unternehmen zu bringen. Ziel war es, vorhandene Ressourcen effektiver zu nutzen und eine skalierbare Basis für nachhaltiges Wachstum zu schaffen.

Der Beratungsansatz umfasste:

- Analyse der Organisations-, Prozess- und Verantwortungsstrukturen
- Durchführung eines Strategie-Workshops mit allen Mitarbeitenden
- Identifikation zentraler Umsatz- und Effizienzhebel
- Entwicklung einer klaren Organisations- und Rollenstruktur
- Ableitung konkreter, messbarer Maßnahmen zur Umsatzsteigerung
- Begleitende Trainings zur Sicherstellung der Umsetzung im Tagesgeschäft

Ergebnisse – messbare Wirkung für den Unternehmer

Bereits wenige Monate nach Umsetzung der Maßnahmen zeigten sich deutliche wirtschaftliche Effekte:

- **Umsatzsteigerung von ca. 12–18 %** innerhalb von 9 Monaten
- **Steigerung des durchschnittlichen Auftragswertes um rund 15 %** durch systematische Zusatzverkäufe
- **Erhöhung der Abschlussquote im Verkauf um ca. 10 %**, insbesondere bei Zubehör und Serviceleistungen
- **Reduktion von Reibungsverlusten zwischen Werkstatt und Verkauf um über 20 %**, gemessen an Durchlaufzeiten und internen Abstimmungen

- **Entlastung des Inhabers um ca. 10–12 Stunden pro Woche** durch klare Systeme und Entscheidungsstrukturen

Die Mitarbeitenden agieren heute deutlich kundenorientierter und unternehmerischer. Zusatzverkäufe werden nicht mehr zufällig, sondern strukturiert realisiert. Gleichzeitig wurde die operative Leistungsfähigkeit gesteigert, ohne zusätzliches Personal aufzubauen.

Strategischer Mehrwert

Für den Unternehmer entstand eine belastbare Organisationsstruktur, die Wachstum ermöglicht, ohne die Komplexität unnötig zu erhöhen. Entscheidungen sind transparenter, Prozesse klarer und das Unternehmen insgesamt besser steuerbar.

Diese Case Study verdeutlicht, wie kleine und mittelständische Unternehmen durch eine klare strategische Ausrichtung, Strukturen, Systeme und konsequente Umsetzung **spürbare Umsatz- und Effizienzgewinne** erzielen können – mit vorhandenen Ressourcen.