



# Räumungs-Verkauf

Foto: © Peter Kerkhoff - stock.adobe.com

## Räumungsverkauf – aber richtig!

**Wenn das Geschäft aufgegeben und der Betrieb aufgelöst wird, heißt es auch beim Räumungsverkauf, einen klaren Kopf zu bewahren.**

Damit ein Totalräumungsverkauf erfolgreich ist, sollten Preispolitik, Aufbau der Ware und Wareneinkauf sehr genau geplant und kalkuliert sein. Eine gute Organisation des Ablaufs entscheidet oftmals über den Erfolg oder Misserfolg eines Räumungsverkaufs. Textilbetriebswirt Ralf Heimsch berät Unternehmen seit vielen Jahren bei der Planung und Durchführung von Räumungsverkäufen. Sein Credo: Nicht draufzahlen, sondern Totalräumungsverkauf mit Gewinn. Heimsch: „Damit dieses Ziel auch wirklich erreicht wird, weise ich meine Kunden im persönlichen Vorgespräch immer auf die wichtige Planung des Ablaufs hin. Denn nicht selten werden vermeidbare Fehler gemacht, die dann richtig ins Geld gehen.“ Welche privaten Ziele werden verfolgt? Welche Mitarbeiterlösung wird angestrebt? Müssen noch Verträge aufgelöst werden und liegen alle Planzahlen vor? Alle Fragen müssen im Vorfeld geklärt werden. Heimsch: „Mit meiner langen Erfahrung bei Räumungsverkäufen kann ich hier zielgerichtet helfen und Probleme lösen.“ So wissen zum Beispiel viele

Geschäftsinhaber nicht, dass sie bei einem Räumungsverkauf eine ganze Reihe von (rechtlichen) Vorgaben unbedingt beachten müssen. Dies betrifft u. a. die Genehmigungspflicht, die zeitliche Begrenzung von Totalräumungsverkäufen oder die eindeutige Kennzeichnung von Rabatten. Heimsch: „Außerdem muss vor dem Start eine detaillierte Sortimentsanalyse durchgeführt und die Präsentation der Ware geplant werden. Hochwertige Artikel müssen sichtbar platziert werden.“ Von entscheidender Bedeutung für den Erfolg eines Räumungsverkaufs ist zudem die Werbung. Dies betrifft nicht nur die Außen- und Innenwerbung, sondern auch Plakate, Flyer oder Anzeigen. Hinweise auf der Website und Berichte für die örtlichen Medien runden die wichtige Öffentlichkeitsarbeit ab. Heimsch: „Wichtig ist die fortwährende Spannung beim Räumungsverkauf. Die Neugier muss den Kunden alle 3–4 Tage immer wieder in das Geschäft ziehen. Spannung und die richtige Dramaturgie sind das A und O eines erfolgreichen Räumungsverkaufs. Der Kunde muss emotional angesprochen werden.“

**Kontakt: Heimsch Handelsberatung und Coaching, E-Mail: [info@heimsch-landsberg.de](mailto:info@heimsch-landsberg.de), Tel.: 08261 9095076.**

[www.heimsch-landsberg.de](http://www.heimsch-landsberg.de)