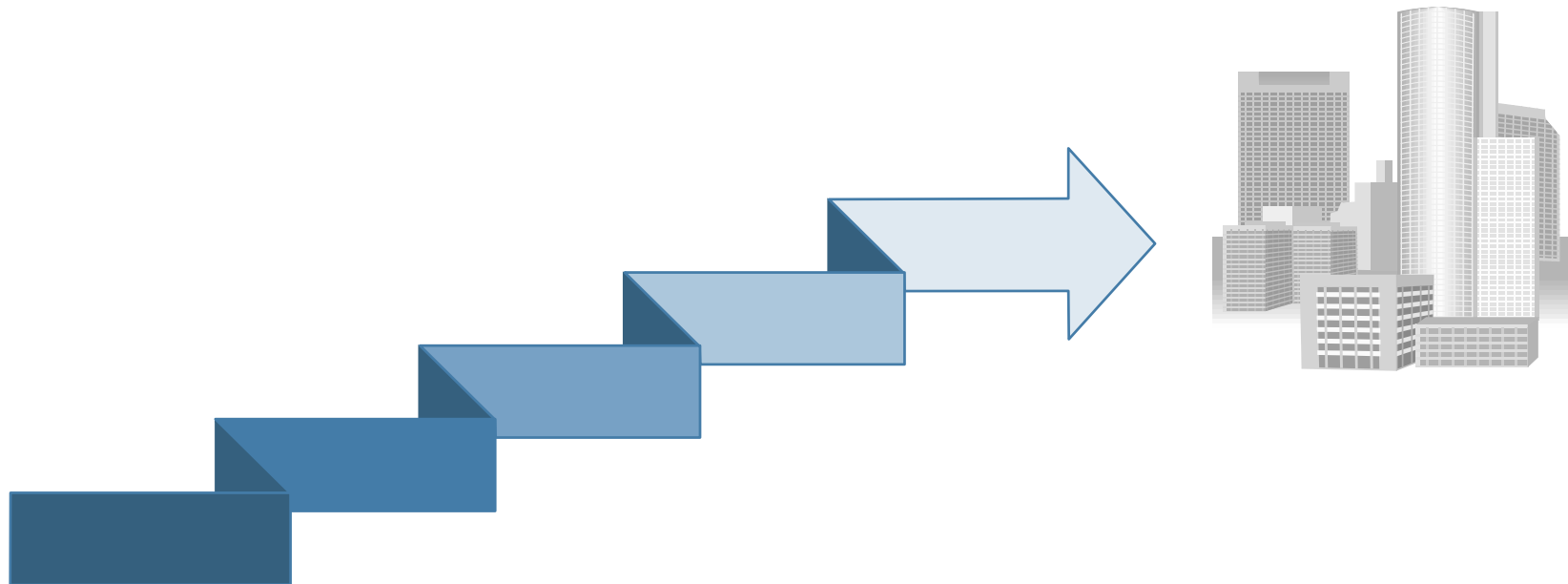


Spezialisierung

# Marktführer dank Spezialisierung

Reinhold Hettich



## Mister Music: Vom Globalanbieter zum Spezialisten



### 1986: Gründung als Ein-Mann-Betrieb

- Umsatz im 1. Geschäftsjahr: knapp 400.000 DM

### Bis 1996: Jährliche Wachstumsraten von 10-20%

- Inzwischen 7 Mitarbeiter
- Angebotsfläche von 110 auf 300 qm vergrößert
- Hoher Warenbestand
- Hoher Fremdkapitalbedarf
- Unbefriedigende Umschlagsquote

## Mister Music: Vom Globalanbieter zum Spezialisten



### 1996: Marktteilung: Blasinstrumente-Abteilung verkauft (Shop in Shop)

- **Konzentration auf „Profi-Shop“  
– Vorteile: Bessere Liquidität,  
geringerer Zeitaufwand (Chefzeit  
von 12h auf 10h pro Tag)**
- **Mehr Energie und Zeit für das Wesentliche**
- **Weniger Verzettelung, weniger „Penner“ im Warenbestand**
- **Schnellerer Umsatzzuwachs, bereits nach 2 Jahren wurde der  
fehlende Blasinstrumente-Umsatz kompensiert**

*Libri.Campus* realisiert vom **BUCHMARKT** **FORUM**

Das ist der wirklich revolutionäre Schritt:  
Einen erheblichen Teil der Umsätze  
auszulagern – und damit eine präziser  
begrenzte Zielgruppe zu bekommen.  
Vereine und Orchester sind die  
Hauptzielgruppe für Blasinstrumente – bei  
Mister Music bleiben Bands und  
Freizeitmusiker.

## Mister Music: Vom Globalanbieter zum Spezialisten



**1998:** Neubau und Einzug in eigene Räume ca. 800qm mit großem Parkplatz

**2000:** Umsatz weiterhin kräftig gewachsenen – ebenso bei den ausgelagerten Blasinstrumenten

### Mister Music: Vom Globalanbieter zum Spezialisten



**2002: Bau einer weiteren Halle für Werkstatt und Lager der Blasinstrumenten-Abteilung**

- Jetzt rund 1.100 qm Fläche mit inzwischen ca. 15 Mitarbeiter

**2002: Erhöhter Druck seitens aggressiver Internetanbieter:**

- Rückgang der Umsätze in der kompletten Branche (bis zu 30%!)
- Klare Tendenz zu sinkenden Margen



### Mister Music: Vom Globalanbieter zum Spezialisten



#### Maßnahmen:

- Erste Umsetzung von Spezialisierungsgedanken
- Suchen und Definieren einer Haupt- sowie Unterzielgruppe
- Schrittweise Auflösung von Abteilungen, die nicht zu uns passen
- Bildung von freien Ressourcen (Platz, Kapital, Energie, Zeit)
- Systematische Erfassung von Kundenproblemen unserer Hauptzielgruppe

#### Folge:

***Starker Kundenzuwachs, Imagesteigerung, Erhöhung der Akzeptanz, höhere Nachfrage, bessere wirtschaftliche Kennzahlen***



## Mister Music: Vom Globalanbieter zum Spezialisten



### 2004: Der Konzentrationsprozess wird nochmals intensiviert!

- Abgabe der Gitarren- und Bassabteilung sowie Schlagzeug- und Percussionabteilung an die Abteilungsleiter (Franchisesystem)
- Einführung Innovation „Bundesweites Ankaufskonzept“ für ZG Tanz- und Unterhaltungsmusiker

### 2005: Einführung Innovation „Programmiert für den Tanzmusiker“

- Umsatz: Zuwachs im „Profi-Shop“ +35%!

Libri.Campus realisiert vom BUCHMARKT FORUM



Der zweite „Rückschnitt“ der Zielgruppe: Mister Music trennt sich nun auch von den Rockmusikern. Übrig bleiben als Kernzielgruppe die Tanzmusiker.

Durch das Franchisesystem sind die Warengruppen allerdings immer noch im gleichen Haus. Das schafft Synergieeffekte für alle Beteiligten.





# Marktführer dank Spezialisierung

Spezialisierung

Aktuell bei  Second Hand 

[ÜBER UNS](#) | [SCHNÄPPCHEN](#) | [MARKTPLATZ](#) | [HOME](#) | [NEWSLETTER](#) | [KONTAKT](#)  
[TANZMUSIKER](#) | [WORKSHOPS](#)




  
Herzlich Willkommen auf den Internetseiten  
von **Mister Music**

Suche:  >| Benutzernamen:  Passwort:  >|

- Produkte / Shop
- [Beschallung \(PA\)](#)
- [Holzblasinstrumente](#)
- [Blechblasinstrumente](#)
- [Konzertpercussion](#)
- [Drums & Percussions](#)
- [Tastensinstrumente](#)
- [Gitarre & Bass](#)
- [Licht & Show](#)
- [Recording](#)
- [Akkordeon](#)
- [Tanzmusiker-Tools](#)


**News**

SABIAN - APX Special

  
APX kaufen & GRATIS Zugabe sichern!


**Events**

CAJON DAY mit Matthias Philipzen Sa., 31.05.2008

  
CAJON DAY - Sa, 31.05.2008  
Intensiv-Workshops für Jedermann!

**Unser Service - Ihr Nutzen**

170 Kunden urteilen über **Mister Music!**

  
www.mistermusic.de

Hier sind die unzensurierten Ergebnisse aller Rückmeldungen einer Umfrage vom Herbst 2007.

[mehr >|](#)

Juni 2008

## Mister Music: Vom Globalanbieter zum Spezialisten



### 2006: Spezialisierung zahlt sich aus!

- **Steigerung der Stammkundenanzahl um 80%**
- **Weniger Produkte**
- **Steigerung der Rendite**
- **Deutlich höherer Lagerumschlag**
- **Geringer Fremdkapitaleinsatz**
- **Höhere Motivation im Team**
- **Beste Kontakte zu Medien und Presse**



## Mister Music: Vom Globalanbieter zum Spezialisten



**2007: Anbau Lager-, Büro- und Präsentationsfläche auf 1.500qm**



- **Insgesamt 20 Mitarbeiter**
- **Ebenso Einführung unseres Nischenproduktes „MM Bass“**
- **Typischer Spezialisierungseffekt**
  - **Erhöht Anziehungskraft, schafft viele neue Kunden in der ZG**
  - **Synergien = Kauf ganzer BOSE Anlagen sowie auch anderer Produkte**
  - **Imagesteigerung, Bekanntheitsgrad, Umsatzzuwächse auch in ruhigen Zeiten**
- **Gruppenumsatz komplett: +15% gegenüber 2005**

## Mister Music: Vom Globalanbieter zum Spezialisten



### Ziele für 2008

- **Ausbau der Marktführerschaft bei Tanz- und Unterhaltungsmusikern**
- **Sensationelle „After-Sale-Services“**
- **Positionierung von Nischenprodukten**
- **Philosophie: Mister Music – der Spezialist für Kundenprobleme!**
- **Orientierung am dringendsten Engpass unserer Zielgruppe.**

Libri.Campus realisiert vom BUCHMARKT  FORUM

Eine klar strukturierte, eng begrenzte Zielgruppe lässt sich genau erforschen: Die Wünsche, Sorgen und Probleme einer homogenen Gruppe erfährt man als Anbieter in konzentrierter Form. Dadurch werden auch Leistungen inspiriert, auf die allgemeine Anbieter erst Jahre später stoßen.

**Diese Orientierung liefert uns die Spannungsbilanz!**

## Spezialisierungsgedanken

- **Spezialisierung bedeutet:** Umdenken vom quantitativen, in die Breite gerichteten zu einem qualitativen, zur Spitze gerichteten Lernen, Denken, Handeln und Investieren.
- **Spezialisierungsrisiko**
- **Positionierung**
- **Diversifikation:** Sind viele Standbeine wirklich sicherer?

**Auf den Nenner gebracht:**

***„Spezialisierungs-Strategien sind der einfachste und wirkungsvollste Weg zu mehr Anziehungskraft, Erfolg und Marktpräsenz. Es gibt keine bessere Antwort auf Verdrängungswettbewerb und Profilierungsprobleme.“***

## Vorteile aus der Sicht des Kunden

- Orientierungshilfe im unüberschaubaren Angebotsmarkt
- Deutlich erkennbares Profil – Der Kunde weiß, woran er ist
- Größter Nutzen (Problemlösungskompetenz)



## Vorteile aus der Sicht des Händlers

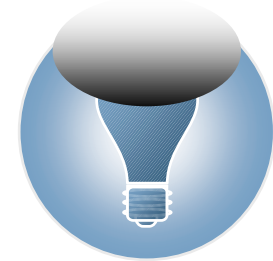
- Klare (Markt)Positionierung
- Macht Energie frei und motiviert
- Einzigartiges Profil
- Weniger Werbeaufwand (der Kunde sucht Sie!)
- Mehr Sicherheit, höheres Selbstwertgefühl
- Image und Marktstellung nehmen zu (Bekanntheitsgrad steigt)
- Multiplikationsmöglichkeiten
- Schaffung von immateriellen Werten
- Druck nimmt ab – man spart Zeit und Geld
- Motivierte Mitarbeiter
- Kaufmännische Faktoren
- Spezialisierung schafft Umsatzspitzen



### Zusammenfassung

**Auf diese 5 Punkte kommt es an:**

- 1. Sich von den Mitbewerbern unterscheiden!**
- 2. Sich auf „seine“ Kernkompetenz fokussieren!**
- 3. Marktlücken bewusst suchen und finden!**
- 4. Eigene Attraktivität erhöhen und kooperieren!**
- 5. Vertrauen Sie auf die Synergie-Effekte der Spezialisierung!**



*Der Pfad der größten Bedürfnis-Befriedigung ist zugleich der Pfad des größten und sichersten Erfolgs!*

## Zusammenfassung

### Maßnahmen:

- 1. Auflösung von unrentablen Bereichen und Abteilungen!**
- 2. Machen Sie Ihre Spezialisierung bekannt**
- 3. Schaffen Sie Kooperationen!**
- 4. Intensivieren Sie den Dialog mit Ihrer Zielgruppe**
- 5. Zeigen Sie Ihrem Kunden, dass Sie mehr möchten als nur verkaufen!**
- 6. Gehen Sie in die Tiefe**
- 7. Teamarbeit: Involvieren Sie von Anfang Ihr Team.**

