

„STÄRKUNG DER INDIVIDUELLEN Wettbewerbsposition“



Will die individuellen Wettbewerbspositionen der Mitglieder verbessern: IAS-Gründer Jürgen Leisten.

Mancher mag den Bedarf an einer weiteren Einkaufsgemeinschaft als eher klein, vielleicht sogar als schlicht nicht vorhanden empfinden. Zwar soll es, so schätzt man, etwa 800 bis 900 Hörakustik-Fachgeschäfte in Deutschland geben, die keiner Einkaufs-

Am ersten April dieses Jahres nahm die Individual Akustiker Service GmbH ihren Betrieb auf. Neben dem klassischen Einkauf will die Gemeinschaft mit individuell abgestimmten Ideen und Werkzeugen inhabergeführten Fachgeschäften dabei behilflich sein, ihr Potenzial auszuschöpfen. Um sicher zu gehen, dass die eigenen Ideen ihre Wirkung nicht verfehlen, testet die Gemeinschaft diese vorab in dem Konzept-Fachgeschäft eines Mitglieds.

Von **Dennis Kraus**
mail@audioinfos.de
Fotos: IAS

gemeinschaft angehören. Um die könnte man folglich buhlen. Jedoch geht man gemeinhin davon aus, dass die Inhaber dieser Geschäfte wohl keinen Wert darauf legen, einer Gemeinschaft beizutreten. Diese Einschätzung teilt durchaus auch Jürgen Leisten. Und doch hat er zum ersten April dieses Jahres aus eigenen Stücken und, wie er betont, ohne „ominöse Geldgeber“ eine Einkaufsgemeinschaft ins Leben gerufen. Individual Akustiker Service (IAS) hat er sie getauft, beheimatet ist sie in Kevelaer am Niederrhein.

„Inhabergeführte Fachgeschäfte brauchen zur weiteren Verbesserung ihrer Wettbewerbsposition mehr als nur bessere Einkaufskonditionen, standardisierte Verkaufsförderungsaktionen oder Private-Label-Lösungen“, meint Jürgen Leisten. Mit diesem *Mehr* will er nun Akustiker von einer kostenlosen Mitgliedschaft überzeugen. So bietet die IAS „ein Maximum an individueller Unterstützung in jedem relevanten Bereich“. Dazu gehört, erklärt Jürgen Leisten, eine „einzigartige Kombination von Maßnahmen, Werkzeugen und Expertenwissen,



▲
Vorab getestete Konzepte und diverse individuelle Leistungen – Individual Akustiker Service will mehr bieten als den klassischen Einkauf.

die die Stärkung der individuellen Wettbewerbsposition des jeweiligen Mitglieds zum Ziel hat“.

Damit diese Maßnahmen nicht nur auf dem Papier oder in einer Power-Point-Präsentation gut klingen, werden sie in einem sogenannten Konzept-Fachgeschäft vorab auf den Prüfstand gestellt. Betrieben wird dieses Geschäft, die „Hörwelt“ in der Fußgängerzone von Duisburg-Neudorf, von Thomas Stefan Müller, einem der ersten Mitglieder der IAS. Der Standort ist „intensivem Wettbewerb auch mit Großfilialisten ausgesetzt“ und taugt daher sehr gut dafür, die Wirksamkeit der Konzepte zu testen, heißt es von Seiten der Gemeinschaft. Wer sich für eine der Maßnahmen der neuen Gemeinschaft interessiert, kann diese in Duisburg selbst erleben – und prüfen. Die Ergebnisse der Tests freilich werden den Mitgliedern zur Verfügung gestellt. Weitere Konzept-Fachgeschäfte sollen noch folgen.

Neben den in der „Hörwelt“ getesteten Konzepten beinhaltet das Portfolio der IAS weitere, exklusive Angebote. Darunter findet sich etwa der sogenannte Mercator-Hörtest. Der Name ist angelehnt an Gerhard Mercator, der im 16. Jahrhundert von Duisburg aus großen Ruhm und Erfolg mit seiner Arbeit als Geograph und Kartograph erlangt hatte. Der Mercator-Hörtest soll denn auch, neben der Ton- und Spracherkennung, die Orientierung, also die Richtungs-erkennung mit einbringen.



“ Anders als in anderen Branchen, bei denen man sich fragen muss, ob darin wirklich noch ein Mehrwert für den Menschen liegt, ist dies bei uns unumstritten. ”

Ein weiteres Angebot, das man als IAS-Mitglied nutzen kann, ist das „Hör-Yoga“, mit dem man Kunden „ganz individuell“ zum Produkt bringen, sie also an ihre Hörgeräte gewöhnen möchte. Erreicht werden soll dies durch „passgenaue individuelle Übungen“. Und auch ein sogenanntes „INDI-Signet“ kann man als IAS-Mitglied verwenden. Damit soll man, heißt es auf der Website

der Gemeinschaft, seinen Kunden erkenntlich machen, dass man „nur dort individuell programmierbare und individuell anpassbare Qualitätsprodukte“ bekommen kann. So soll der Unterschied zu Over-the-Counter-Produkten verdeutlicht werden. Dazu kommen noch Möglichkeiten wie die Übernahme der Zentralregulierung und Delkredere sowie „wirklich exklusive Produkte nur für die Mitglieder der IAS“.

Auch einen Gebietsschutz bietet die Gemeinschaft. „Da unsere Verkaufsförderungsaktivitäten ebenso individuell wie wirkungsvoll sind und den Markt im Einzugsgebiet der Mitglieder möglichst ausschöpfen, braucht es Exklusivität“, erklärt Jürgen Leisten. Daher bietet die Gemeinschaft einem Mitglied

mit einem Einzugsgebiet von bis zu 100.000 Einwohnern entsprechende Exklusivität – so diese denn gewünscht ist. Diese und weitere Informationen über die Vorteile einer Mitgliedschaft erläutert einem Jürgen Leisten auch gerne in einem persönlichen Gespräch vor Ort. Wegen der „starken Nachfrage sollte man allerdings mit etwas Vorlaufzeit rechnen“, sagt er. Interesse an einer Mitgliedschaft bei der IAS ist am Markt also offenbar vorhanden.

Über Kenntnisse zur hiesigen Hörbranche verfügt Jürgen Leisten ohnehin. So war er in den 1990er-Jahren für Danavox und GN ReSound als Verkaufs- und Marketingleiter tätig. Später arbeitete er in führender Position für ein Dialog-Marketing-Unternehmen, 2008 kehrte er in die Hörbranche zurück und arbeitete als Leiter Verkauf und Marketing für Geers. 2012 schließlich wurde er CEO der Neuroth Hörcenter AG. Nun bietet er inhabergeführten Fachgeschäften mit dem Individual Akustiker Service seine Unterstützung an. „Anders als in anderen Branchen, bei denen man sich fragen muss, ob darin wirklich noch ein Mehrwert für den Menschen liegt, ist dies bei uns unumstritten“, erklärt Jürgen Leisten seine Sympathien für die Hörbranche. „Trotzdem“, knüpft er an, „gibt es noch viel zu tun und so viel Aufklärungsarbeit zu leisten.“ So ist sein Ziel, die Wettbewerbsposition der inhabergeführten Fachgeschäfte weiter zu stärken. „Ich sehe hier die besten Voraussetzungen für höchstmögliche Kundenzufriedenheit und damit ein gesundes, nachhaltiges Wachstum der Branche durch die Erschließung weiterer Käuferschichten.“

Weitere Informationen findet man auf www.individualakustiker.de |