



FOTO: BERTOLD FABRICIUS

Expansionsmanager Erik Strömberg hilft der Depot-Kette bei der Suche nach neuen Standorten

## Experten in Sachen Wachstum

Expansionsmanager helfen Einzelhändlern, die schlechten Zeiten zu nutzen

Umsatzeinbrüche, Gewinnrückgänge, Rettungspakete und Konjunkturprogramme – die weltweite Finanz- und Wirtschaftskrise erschüttert auch Hamburgs Unternehmen. Doch nicht alle. Es gibt Firmen, die machen derzeit gute Geschäfte: Baumärkte, Kleinwagenhändler, Versandhäuser und Wohnaccessoirläden beispielsweise. Einige erfolgreiche Einzelhandelsunternehmen verdanken ihr Wachstum einem Hamburger Experten: Auf der Visitenkarte von Erik Strömberg steht „Expansionsmanager“. Sein Auftragsbuch ist trotz der Krise randvoll.

„Die besten Unternehmen werden in der Krise groß.“ Erik Strömberg weiß, wovon er spricht. 15 Jahre war er selbstständig und beriet Firmen wie SportScheck und Otto bei der Entwicklung und Umsetzung ihrer Expansionsstrategien, bevor er für zehn Jahre bei der spanischen Inditex-Gruppe anheuerte. Dort stellte der gebürtige Norweger die richtigen Weichen für den Roll-Out der Textilkette Zara, als diese 1999 den Sprung auf den deutschen

und 2006 auf den osteuropäischen Markt wagte. Die aktuelle Lage der Konjunktur spiele bei einem Expansionsprojekt keine große Rolle: „Auch Hennes & Mauritz ist mitten in der Einzelhandelskrise Anfang der 80er-Jahre zum Einzelhandelsriesen geworden.“ Viel wichtiger seien das richtige Konzept, der Standort, das Design des Ladens und die Präsentation der Produkte. Seit Kurzem arbeitet Erik Strömberg wieder selbstständig.

Derzeit berät der Expansionsexperte mehrere Filial-Unternehmen, darunter einen Herrenausstatter, einen Coffeeshop und die Gries Deco Company, der die Handelskette Depot gehört. In deren rund 150 Geschäften und Shop-in-Shops in Deutschland, Österreich und der Schweiz – allein fünf davon in Hamburg – werden Wohnaccessoires, Geschenkartikel und Kleinmöbel verkauft. Depot-Chef Christian Gries hat die klare Order ausgegeben: wachsen! Im vergangenen Jahr wurden rund 25 neue Filialen eröffnet, jährlich sollen weitere 30 hinzukommen. Erik Strömberg analy-

siert gemeinsam mit Christian Gries Standorte und wählt Geschäftsflächen aus.

Für Depot-Home-Shops wie den in der Spitalerstraße sucht er 800 bis 1000 Quadratmeter große Läden. Die Schaufenster sollen groß, mindestens acht Meter breit sein. Um an die besten Adressen zu kommen, arbeitet Strömberg eng mit Vermietern, Projektentwicklern, Shopping-Center-Betreiber und Maklern zusammen. Er erstellt für seine Mandanten Kostenanalysen und Ertragskalkulationen und koordiniert Baumaßnahmen.

Ladenflächen allein garantieren noch keinen Erfolg. Strömberg: „Die Produkte müssen zum Gebäude passen. Ich kann nicht elegante Accessoires in einem heruntergekommenen Haus anbieten.“ Messen lassen muss sich der Händler auch mit Konkurrenten ähnlicher Güte wie Habitat und Butlers. „Wer expandieren will, muss einen hohen Wiedererkennungswert haben“, sagt der Experte. Strömberg beschäftigt drei Mitarbeiter. 2009 will er weitere einstellen. ho