

# Die Krise als Impulsgeber

**St. Johann** Das Würtinger E-Commerce-Unternehmen RSU profitiert vom Trend hin zum Online-Shopping. Dank Corona hat es nun nicht nur Reifen, sondern auch Güter des täglichen Bedarfs im Angebot. *Von Simon Wagner*

Mit dem Begriff Krisengewinnerin kann Katrin Goller wenig anfangen. Dennoch glaubt die kaufmännische Leiterin des E-Commerce-Unternehmens RSU GmbH mit Hauptsitz in Würtingen, dass sich die Folgen der gegenwärtigen Krise mittel- und langfristig durchaus positiv auf die Geschäftszahlen auswirken könnten. „Der Trend geht ins Internet“, ist sie überzeugt, „und seit Corona hat sich diese Tendenz beschleunigt.“ Im virtuellen Raum des Netzes vertreten ist das St. Johanner Unternehmen seit vielen Jahren und Erfahrungen in der Welt des Online-Handels, die manch Gewerbetreibender in Zeiten geschlossener Geschäfte jetzt erst mühsam aufbauen muss, besitzt es seit 2006.

## Aus dem Kuhstall ins Netz

Damals schickte der Upfänger Simon Reichenecker das Portal reifensuche.de ins Rennen, nachdem der gelernte Kfz-Mechaniker bereits 2002 und mit erst 20 Jahren nebensächlich in einem umgebauten Kuhstall die Welt des Reifenhandels betrat. 2007 folgte bereits das Portal Tyresystems.de, das sich im Laufe der folgenden Jahre zu einem bedeutenden Großhändler in der Reifenbranche gemausert hat. Im Angebot heute sind: Autoreifen, Felgen oder vormontierte Komplettträger – unter der Webadresse rsu.de seit Kurzem aber auch eher Unerwartetes: Lebensmittel, Tiernahrung und Drogerieprodukte.

Die Corona-Krise hat eine Entwicklung vorangetrieben, die bereits 2015 bei der Umbenennung des Unternehmens in RSU GmbH (Reichenecker/Simon/Upfingen) angelegt war. Schon damals im Blick war eine mittel- bis langfristige Erweiterung der Geschäftsfelder. „Und dann kam Corona“, blickt Goller auf den Februar 2020 zurück. Während des ersten Lockdowns, als sich das gesamte



Neben dem Hauptsitz neben der Feuerwehr in Würtingen, verfügt die RSU GmbH über einen zweiten Firmensitz im Kreuzbühlweg. *Foto: Privat*

Land in Schockstarre befand, sei unklar gewesen, wie es nun im Bereich des Kfz-Bedarfs weitergehen würde, erinnert sie sich.

## Konzept aus dem Nichts

Die Suche nach einem zweiten Standbein derweil dauerte in Würtingen nicht lange. „Lebensmittel werden immer gebraucht“, so der damalige Gedanke. Was danach folgte, bezeichnet Goller als „groß“. Innerhalb von drei Wochen wurde aus dem Homeoffice und aus dem Nichts heraus ein Konzept auf die Beine gestellt, ehe das selbstentwickelte Shop-System an das Netz ging. „Das war zunächst gar nicht einfach, weil wir Lieferanten finden und ihnen verklickern mussten, dass wir nicht mehr nur Reifen verkaufen“, sagt Katrin Goller. Inzwischen ist die Liste der Lieferanten auf 50 angewachsen und mit ihnen auch die Angebotspalette. Insbesondere hochwertige Spirituosen, Weine und Tiernahrung funktionieren gut – das Angebot umfasst jedoch auch Artikel wie Backzutaten, Konserven oder Körperpflegemittel – gerne bio-

zertifiziert und möglichst regional. Leichtverderbliches, also frische Produkte, fehlen. Noch.

Die Abwicklung der Onlineeinkäufe folgt dabei, wie beim Geschäft mit den Reifen, dem Prinzip des sogenannten Streckengeschäfts. Heißt: RSU erwirbt Waren von seinen Lieferanten und verkauft sie an seine Kunden weiter, ohne jemals Kontakt mit der Ware gehabt zu haben. Die Hersteller liefern direkt an den Käufer. Für die Kunden von RSU bedeutet dies eine große Warenvielfalt, jedoch nur einen Ansprechpartner. Da die Güter nur einmal

verschickt werden, spart man sich obendrein Porto, Zeit und Ressourcen.

## Noch zartes Pflänzchen

Noch, so betont Goller, sei der neueste Ableger ein junges und zartes Pflänzchen, das noch nicht aktiv beworben werde. Sukzessive werde die Angebotspalette des Online-Supermarkts aber um neue Produktgruppen erweitert. Der Markt, so die Strategie von Geschäftsführer Simon Reichenecker, solle in aller Ruhe organisch und nachhaltig wachsen. Gleichwohl sei es das mittelfris-

tige Ziel, die Angebotspalette immer weiter zu verbreitern. Das Ziel: „Bei uns bekommt man alles, was man sucht.“ RSU als neues Amazon von Alb? Ganz abwegig findet Katrin Goller diese Aussicht nicht. Auch wenn alles noch in den Kinderschuhen stecke, sagt sie: „Man muss ja irgendwann anfangen, um einmal groß zu werden.“ Eine gar nicht mal so kleine Abgrenzung zum global agierenden Handelsgiganten macht sie dennoch. „Wir sind kein anonymes Portal, sondern unser persönlicher Service ist täglich von acht bis 20 Uhr erreichbar.“

Während manches Unternehmen wegen der Corona-Krise das Instrument der Kurzarbeit nutzen oder gar Arbeitnehmer entlassen musste, zeigt sich beim Würtinger Unternehmen ein gegenläufiger Trend. Im Sommer stellte RSU fünf neue Mitarbeiter ein, die sich um die Weiterentwicklung des neuen Online-Shops kümmern. Das Unternehmen mit zusätzlichen Standorten in Ulm und Bretten beschäftigt aktuell insgesamt 131 Mitarbeiter in verschiedensten Bereichen, und es zahlte im November gar eine Prämie an sie aus. Zudem ist die Liste offener Stellen lang.

## Weiter auf Wachstumskurs

Der Schwerpunkt von RSU liegt freilich weiterhin auf dem Verkauf von Reifen. Entgegen der anfänglichen Skepsis litt dieser Online-Zweig kaum unter den Folgen der Pandemie. Zeit und Budgets waren offenbar vorhanden, versucht sich Goller in einer Erklärung. „Wir haben keine Angst, dass es uns noch hart trifft“, sagt sie. Im Gegenteil, angetrieben durch das Online-Geschäft, wachse man stetig weiter. Eine Nachfragedelle erwartet sie höchstens für den Sommer. Wegen des Lockdowns und den Ausgangsbeschränkungen rechnet sie damit, dass Reifen etwas weniger stark abgefahren wurden.