

# B

## 1. Organisation

### 1.1 Sortimentsplanung

Kirsten Reinhardt

## So planen Sie eine Fläche!

Wer richtig plant und die wichtigsten Kennzahlen immer vor Augen hat, wird Erfolg haben. Davon ist Karsten Torner von der TUB Unternehmensberatung aus Köln überzeugt. Er empfiehlt in der Beratung ein 5-Phasenkonzept, das auf dem Prinzip der Flächenkonzeption nach Stilgruppen aufbaut.

Am Anfang jeder Planung steht die Marktpotenzialanalyse. Jeder Unternehmer muss sich regelmäßig die Fragen stellen: Bin ich in meinen Sortimenten gut aufgestellt? Ist ein weiteres, erfolgversprechendes Sortiment am meinem Standort unterbewertet? Wo kann ich wachsen? Denn eins ist doch klar: „Heute braucht ein Einzelhändler eine erzielte Spanne von mindestens 54. Das bedeutet 3 plus, x Prozent Betriebsergebnis (bei 35 Prozent Kosten). Torner weiß: „Derzeit ist eines der ertragsreichsten Sortimente die 'moderne Klassik', da sind erzielte Spannen von über 60 plus, x durchaus möglich, da verdient man Geld.“ Die besten Renditen weisen in diesem Bereich derzeit Gerry

Weber Edition, Rabe, Brax und Selection von s. Oliver auf. Ein zukünftiges Trendthema erwartet er in der einzelteiligen Sportswear. Das bedeutet beispielsweise für Kombi-Flächen, dass Sie ihre Programme einzelteiler aufbauen und präsentieren müssen.

Grundsätzlich sollte ein Flächenkonzept pro Stilgruppe definiert werden. Beispiel: Wer eine Premium-Fläche neu installieren will, muss mindestens eine Fläche von 150 qm, besser 200 qm einplanen – „weniger ist konzeptionell nicht zielführend und lohnt den Aufwand nicht“, weiß Torner. Grundsätzlich sollten Flächeneffizienzrechnungen und die Benchmark-Kennzahlen als Basis dienen (siehe Abbildung rechts).

**Eine Formel für den optimalen Bedarf**  
Als nächste Planungsphase folgt das Bestandsmanagement, das monatlich, mindestens aber quartalsweise durchgeführt werden sollte. Wenn die Flächengröße definiert ist, d.h. in qm und mit Anzahl der Warenträger und deren Bestückung, beginnt die Berechnung der Bestandsgröße für den Einkauf. Beispiel: Für eine Premium-Fläche von 200 qm à 17 Teilen je qm errechnet sich ein Bestand von 3.400 Teilen. Bei einem Durchschnittspreis von 75 Euro ist das ein Warenbestand von 255.000 Euro VK im Jahr. Aber



Juhasz, Bad Reichenhall



Obermeier, Krumbach (vorher)/Inachherl

die Realität im Handel sieht anders aus: „Die Flächen sind häufig viel zu voll und das bindet viel zu viel Kapital, so dass die Händler nicht mehr kurzfristig auf Trends reagieren können“, weiß der Berater und kritisiert: „Vor allem die Systemlieferanten drücken zu viel Ware auf die Flächen. Abschriften in Höhe von 18 Prozent und mehr wie bei hochrisikoreichen Sortimenten sind die Folge.“

#### A-Marken sind Pflicht

Mit dem Lieferantenkonzept geht der Einzelhändler in die Feinplanung. Welche A-Marken und welche Ergänzungslieferanten brauche ich für die Fläche? Gibt es eventuell Platzschutz am Standort? „Wenn Sie die wichtigsten A-Marken nicht bekommen können, dann lassen Sie die Idee einer neuen Stilgruppenfläche lieber fallen“, meint Karsten Torner und empfiehlt: „Sie benötigen für eine Fläche etwa drei bis vier A-Lieferanten, bei denen das größte Volumen

geordert wird. Daneben benötigen Sie weitere drei bis vier Ergänzungslieferanten aus der Kategorie 'Forschung und Entwicklung'. Im optimalen Fall können sich daraus A-Lieferanten entwickeln.“

Und zu guter Letzt: Was ist ein Plan ohne Kontrolle? „Genau das wird sehr häufig vergessen.“ Beispielsweise ist ein A-Lieferant nicht automatisch ein Garant für eine gute Rendite – im Premium-Bereich ist das häufig ein Problem. „Rechnen Sie, denn einen Lieferanten ohne gute Rendite-Aussicht kann sich niemand in der Krise leisten.“ Aber auch in Richtung der Bekleidungslieferanten besteht mehr Bedarf an effektiver Kontrolle.“ Der Berater versteht unter einer guten Partnerschaft, dass ein Lieferant die Verkaufserfolge abfragt und nachprüft und mögliche Fehler in der nächsten Kollektion korrigiert. „Aber leider fehlt oftmals die Betreuung unter der Saison.“

#### Die Top Benchmark-Kennzahlen in der DOB

Durchschnittliche DOB-Flächen...	Teile je qm	LUG	Erzielbare Spanne
Vertikale	23	6	54
Young Fashion	25 – 30	5	56
Moderne Klassik	20	4	59
Klassik	20	3,5	58
Modern Women	17 – 20	3	54
Premium	15 – 17	3	55