

## 1.3 Limitplanung

Kirsten Reinhardt

# Welches Outfit sucht die Kundin wo und wann?

Die optimierte Limitplanung steht bei 83 Prozent der Modefacheinzelhändler im Fokus des Interesses – so lautet ein Ergebnis der Handelspanel-Umfrage des TM-Fashion-TRENDMAGAZINS. Kein Wunder: Geht es doch um die Sicherung der Liquidität.

Aber wir wissen aus Erfahrung, dass viele Einzelhändler keine konsequente Limitplanung betreiben“, weiß Oliver Frim von der TUB Unternehmensberatung aus Köln. Er empfiehlt die rollierende Jahresplanung – monatlich, mindestens Quartalsweise – bei der die Bestände und Flächen immer wieder der aktuellen Situation angepasst werden. Grob lässt sich Limitplanung in zwei Arten der Planung unterteilen: Eine Sortimentsplanung auf saisonaler Ebene sowie eine monatliche Lieferanten- oder Flächenplanung, ohne die Seasons zu berücksichtigen. Oliver Frim kennt die Limitplanungstools der Warenwirtschaftssysteme, aber: „Der Einzelhändler hält die meisten Anwendungen für zu kompliziert.“ Daher nutzt er am PC ein selbst erstelltes Limitplanungstool in Form einer Excel-Datei, die immer wieder auf die individuellen Erfordernisse angepasst werden kann.

Es liegt die Idee zugrunde, als Planungsbasis sowohl die zu planenden Umsätze als auch die Endbestände zur Saison bzw. zum Ende des Monats zu planen. Diese Bestände sollten in Abhängigkeit zum Umsatz optimiert werden. Bei den monatlichen Planungen werden sowohl die Größe der Fläche pro Lieferant als auch die einzelnen Warenträger in die Ermittlung einbezogen. Es werden drei Werte ermittelt, die durchgehend eine entsprechende Bestückung für die klar definierte qm-Fläche gewährleisten:

- ein **minimales Fassungsvermögen**, z.B. für Monate mit wenig Umsatz wie Februar oder zum Saisonanfang, wenn die neue

Ware ansprechend und luftig präsentiert werden soll,

- ein **optimales Fassungsvermögen**, nicht überfüllt. Es resultiert aus Top-Kennzahlen beispielsweise der LUG und der erzielten Spanne,
- ein **maximales Fassungsvermögen** ist zu empfehlen, wenn ein besonders hoher Umsatzmonat, eine Jubiläumsaktion oder ein Räumungsverkauf wegen Umbau durchgeführt wird.

Nach den Erfahrungen von Oliver Frim sind in der DOB folgende Durchschnittsbestückungen erfolgreich:

- bei vertikalen Lieferanten wie Cecil, Esprit & Co. liegt das optimale Verhältnis bei 25 Teilen je qm, da die permanente Lieferung eine hohe LUG ermöglicht,
- bei Mode im Niedrigpreisbereich ist das Optimum bei 29–30 Teilen je qm erreicht,
- in der mittelmodischen DOB, wie bei den Marken der Gerry Weber-Gruppe, liegt das optimale Verhältnis bei 25–28 Teilen je qm,
- im Premium-Bereich ist die Bestückung bei 17–18 Teilen je qm optimal.

## Preisänderungen einplanen

Im ersten Schritt werden die monatlichen Umsatzanteile festgelegt. „Diese sollten aufgrund eigener Erfahrungen und Kennzahlen geplant werden und nicht etwa, wie es oftmals vertikale Systemlieferanten wollen“, empfiehlt der Berater. Im nächsten Schritt werden die Preisänderungen geplant. Diese werden mit eingekauft und sollten je nach Stilgruppe zwischen

8 bis 12 Prozent vom geplanten Umsatz, auf Jahresbasis gesehen, liegen. Es werden im realen Verkauf oftmals höhere Preisänderungen von Nöten sein, doch sollten diese durch Abbau von Altware und damit Lagerabbau erreicht werden.

Nun beginnt die Planung des monatlichen Endlagers. Die Planung kann nur sehr individuell

erfolgen, da zum einen das definierte Lagerintervall (das Lager sollte zwischen dem minimalen und maximalen Fassungsvermögen liegen) eingehalten, zum anderen ein eventueller Lagerabbau oder –aufbau betrieben werden muss. Bei der Planung zeigt sich gleichzeitig, ob die Flächengröße zu groß, zu klein oder optimal gewählt wurde. Dies spiegelt sich unter anderem in der Lagerumschlaggeschwindigkeit (LUG) mit den Faktoren Umsatz und Bestand wieder. Ist die LUG zu klein, weil der Umsatz nicht erreicht wird und der Bestand zu hoch ist,



Oliver Frim  
von der Kölner TUB

dann sollte die Fläche verkleinert werden. Auch das Gegenteil kann der Fall sein, die LUG ist unverhältnismäßig hoch, es ist also immer zu wenig Ware auf der Fläche und es wird Umsatz verschenkt.

Nach der Umsatz- und Bestandsplanung wird der Wareneinkauf errechnet. Wichtig: Bis zu diesem Zeitpunkt wurde die Planung ausschließlich zu Verkaufspreisen erstellt. Nach

der Berechnung des Wareneinkaufs zu Verkaufspreisen wird mit Hilfe der Wareneingangsspanne der monatliche Warenbedarf im Einkaufspreis ermittelt. „Dies ist das Grundgerüst der Planung, die natürlich verschiedenste Varianten haben kann.“ Oliver Frim erklärt weiter: „Es können komplette Multilabelflächen genauso wie Sortimente mit unserer Art der Planung berechnet werden. Die Planung kann noch tiefer gehen, bis zu Stückzahlen pro Lieferant pro Monat pro Warengruppe.“

## Beispiel: Limitkontrolle EK-Preise

SK, S	Januar	Februar	März	April	Mai	Juni	Total
WEK Gesamt	1.654	5.916	6.957	4.192	4.121	3.040	55.901
Fashion	1.488	5.324	6.262	3.772	3.709	2.736	50.310
Vororder	1.488	4.792	5.009	2.641	2.225	1.642	39.907
Nachorder	0	532	1.252	1.132	1.484	1.094	10.404
NOS	165	992	696	419	412	304	5.590
Liefertermin	20.12 bis 20.1	20.1 bis 31.1	20.2 bis 28.2	20.3 bis 31.3	20.4 bis 30.4	20.5 bis 31.5	
Saison Verkaufsmoat	F/S	F/S	F/S	F/S	F/S	F/S	
Liefertermin	20.12 bis 20.1	20.1 bis 31.1	20.2 bis 28.2	20.3 bis 31.3	20.4 bis 30.4	20.5 bis 31.5	
Saison Verkaufsmoat	F/S	F/S	F/S	F/S	F/S	F/S	
Liefertermin	20.6 bis 30.6	20.7 bis 31.7	20.8 bis 31.8	20.9 bis 30.9	20.10 bis 31.10	20.11 bis 30.11	
Saison Verkaufsmoat	H/W	H/W	H/W	H/W	H/W	H/W	
Lieferanten							
A Plan							
A Ist							
B Plan							
B Ist							
Total							