

Benchmarking

Potenziale erkennen – Umsätze steigern

Entspricht Ihr Umsatzpotenzial dem durchschnittlichen Presseumsatz vergleichbarer Geschäfte?

Wie viel Potenzial steckt in Ihrem Geschäft? Welchen Wochenumsatz erzielen Läden in ähnlicher Lage? Wie viele Titel und Bordmeter sind nötig, um das Absatzpotenzial auszuschöpfen? Fragen wie diese lassen sich nicht aus dem Bauch heraus beantworten. Dazu braucht es jahrelange Erfahrung und die richtige Rechenformel.

Es gibt Faktoren, von denen der Presseumsatz Ihres Geschäftes abhängt und die Sie nicht oder nur schwer beeinflussen können, z.B. Standort, Verkehrsanbindung, Kunden und Kaufkraft. Andere Faktoren sehr wohl: Dazu gehören die Warenpräsentation, die Zahl der Präsenztitel und die Bordmeter. Diese veränderlichen Größen sind entscheidend, wenn Sie wissen wollen, welches Umsatzpotenzial in Ihrem Geschäft steckt.

Um realistische Umsatzziele zu formulieren, brauchen Sie das Know-how Ihres Grossisten: Denn er verfügt über die Betriebskennzahlen vieler

Kunden. Dazu gehören zunächst einmal die Geschäftsart und die Kundenfrequenz sowie der tatsächlich erzielte Presseumsatz. Für Maßnahmen zur Umsatzsteigerung sind auch die Zahl der Präsenztitel und der Bordmeter bedeutend.

Der richtige Maßstab

Zunächst einmal wird der durchschnittliche Presseumsatz Ihrer Geschäftsart, Ihr Umsatzpotenzial ermittelt. Dazu braucht es den richtigen Maßstab: Der Umsatz eines *Pressefachgeschäftes* wird also mit anderen *Pressefachgeschäften* verglichen und ein *Kioskbetreiber* vergleicht sich mit anderen *kleinen Verkaufsstellen*.

Je nachdem, welches Verfahren der Grossist für die Berechnung des Umsatzpotenzials anwendet, wird der Umsatz z.B. zur Kundenfrequenz oder zur belegten Verkaufsfläche in Beziehung gesetzt.



Presse so weit das Auge reicht: Bringen mehr Titel auch mehr Umsatz?

Für die Berechnung werden die Daten der Händler selbstverständlich anonymisiert, d.h. es werden nicht die Umsätze von Herrn Meier und Frau Müller verglichen, sondern Pressegeschäft X und Y.

Sie schöpfen Ihr Umsatzpotenzial aus, wenn Ihr Geschäft mindestens ebenso viel Umsatz erwirtschaftet, wie der Durchschnitt aller vergleichbaren Geschäfte in Ihrer Region.

Analysebeispiel – Teil 1

Ein Pressehändler mit einer Frequenz von 1.600-3.000 Kunden erwirtschaftet mit Presse einen Wochenumsatz von 690 Euro. Die Vergleichsgruppe nimmt mit ebenso vielen Titeln im Schnitt 220 Euro mehr ein. Das Umsatzpotenzial liegt also bei 910 Euro – der Händler schöpft es bisher nicht aus!

Wächst der Umsatz mit der Titelzahl?

Erzielen Sie trotz gleicher Lage und Größe des Geschäfts weniger Umsatz als vergleichbare Händler, bietet sich eine Optimierung Ihres Pressesortiments an. Zusammen mit dem Grossisten können sie die Zusammensetzung und Präsentation ihres Pressesortiments auf Ihr Umsatzziel ausrichten.

Jetzt kommen die Zahl der Präsenztitel und der Bordmeter ins Spiel. Der Grund dafür liegt auf der Hand: Stehen viele Titel in einem Regal eng geschuppt beisammen, verschwimmen die Zeitschriften in den Augen des Kunden zu einem bunten Farbenmeer, gesuchte Titel werden nicht gefunden und die Chance auf Impulskäufe sinkt. Denn: Nicht jeder Kunde sucht geduldig im Regal nach dem gewünschten, nur wenige fragen nach.

Analysebeispiel – Teil 2

Die Suche nach möglichen Gründen zeigt, dass die 425 Präsenztitel des Händlers auf sechs Regalmeter und 30 Bordmeter verteilt sind. Die Folge: Der Schuppungsgrad beträgt nur 7,1 cm. Die Vergleichsgruppe dagegen verfügt im Schnitt über sechs Bordmeter mehr: Hier verteilen sich im Schnitt 429 Titel auf 36,2 Bordmeter und 4,4 Regalmeter. Der durchschnittliche Schuppungsgrad beträgt 9,9 cm.

Vergleiche verschiedener Händler zeigen, dass ein Zusammenhang zwischen der Zahl der Präsenztitel und dem Presse-Umsatz besteht. Für jedes Geschäft lässt sich eine optimale Sortiments-tiefe errechnen. Dafür wird der durchschnittliche Umsatz einer Geschäftsart mit der Zahl der Präsenztitel verglichen. Setzt man die Zahlen aus dem Analysebeispiel ein, liest sich das Ergebnis dieses Vergleiches so: Einzelhändler mit einer durchschnittlichen Titelanzahl von 429 Zeitschriften erreichen gewöhnlich einen Presse-Umsatz in Höhe von 910 Euro.

Analysebeispiel – Teil 3

Unser Beispielhändler erzielt mit seinem 425 Titel-Sortiment nur einen unterdurchschnittlichen Presseumsatz. Der Grossist schlägt daher eine Regalaufrüstung um ca. 18 Bordmeter vor. Mit zusätzlichen Borden könnte der Händler 175 zusätzliche Titel ins Regal bringen und diese zugleich großzügiger geschuppt präsentieren.

Lässt sich die Qualität der Präsentation messen?

Schönheit, so ein Sprichwort, liegt im Auge des Betrachters - Präsentationsqualität nicht. Auch hierfür gibt es eine Rechenformel. Die Regalaufrüstung um 18 Bordmeter, die der Grossist im Beispiel vorgeschlagen hat, ist kein Fantasiewert. Ihr liegt der Erfahrungswert zugrunde, dass mit 10 bis 15 Titeln pro Bordmeter die Verkaufsaussichten am größten sind.

Die Vergleichsgruppe im Analysebeispiel generiert mit einem 429 Titel-Sortiment einen Wochenumsatz von 910 Euro – dies ist die Zielmarke unseres Beispielhändler – das Benchmark. Bei einer angestrebten Regalauslastung bzw. Kontaktstrecke von 13 Titeln pro Bordmeter bräuchte der Händler allein für sein derzeit bestehendes Sortiment drei zusätzliche Bordmeter. Um auf dieses Ergebnis zu kommen, wird die Titelzahl durch die gewünschte Kontaktstrecke geteilt. Hochgerechnet auf die Länge des Regals sind mit relativ kleinen Anpassungen 18 zusätzliche Bordmeter möglich. Damit würde der Händler nach dem Umbau über 48 Bordmeter verfügen: Genügend Platz für die vom Grossisten vorgeschlagenen 175 zusätzlichen Zeitschriften.

Der Beispielhändler weiß nun, welches Potenzial in seinem Geschäft steckt. Um sein Umsatzziel zu erreichen, muss er jetzt selbst aktiv werden. (jf)

Für den Presseverkauf sind zehn bis 15 Titel pro Bordmeter optimal

Wenn auch Sie wissen wollen, wo Sie stehen, sprechen Sie Ihren GROSS-Außendienst/ Kundendienst an.

Durch Gestaltung zum Erfolg

BALKE

SHOP-DESIGN GmbH

LADENBAU

Großer Markt 16, 19348 Perleberg
 Telefon Nord-Ost: 03876-302904, Telefon Süd-West: 0911-638459

www.balke-shop-design.de