

Richtig einkaufen: Zwischen Bauchgefühl und Zahlen

Schlüssel zum Erfolg

Warum billig viel zu teuer sein kann (3. und letzter Teil). Von Rupert Fey

Im Einkauf liegt der Gewinn. Die richtige Ware muss in der richtigen Menge am richtigen Tag zur Verfügung stehen. Gute Planung zahlt sich aus. Die wichtigsten Punkte, um Sortimente erfolgreich zwischen Zahlen und Bauchgefühl zu gestalten:

1. Ständig die Abverkäufe im Blick: Das ist die Basis jeder Entscheidung. Neben dem schlichten „Brauchen wir wieder“ oder „Ist noch genug da“ müssen die eigenen, schon gemachten Entscheidungen im Überblick behalten werden. So verbessert sich das Wissen Tag für Tag.

2. Historien aufbauen und nutzen: Vorjahreszahlen mit Notizen zu Qualität, Aktionen und einer eigenen „Manöverkritik“ frischen das Gedächtnis auf und verhindern Fehler im Folgejahr.

3. Nach vorne blicken und Neues riskieren: Zahlen sind nur ein Rückspiegel. Neue Trends und Artikel werden so nicht gefunden. Da hilft nur Testen und Probieren. Geschickt, wer daraus direkt wieder eine Historie fürs nächste Mal aufbaut! Oder ein-

Zur Person

Mit dem Inhaber Rupert Fey entwickelt beyond-flora Strategien und Kommunikation im Grünen Markt. Schwerpunktthemen sind Vermarktung, Organisation und Entwicklung.
www.beyond-flora.com



Treffen Sie den Kundengeschmack?

Foto: Rupert Fey

fach mal ins kalte Wasser springt. Nur so kommen Innovationen und runden Tischen werden zu häufig nur laue Kompromisse „durchgewunken“. Echte Neuheiten brauchen Mut zum Risiko.

4. Kannibalisierung erkennen: Wer einzelne Artikel mit „Tiefpreisen“ fährt, braucht sich nicht zu wundern, wenn im Umfeld dieser Artikel die Mengen einbrechen. Beispiel: Wer *Kalanchoe* im 13er Topf für 1,99 Euro verkauft, wird auch bei Begonien und den *Kalanchoe* im 10er Topf deutlich Mengen verlieren. Einer der häufigsten Fehler sind ungesteuerte Aktionen auf

Rabattbasis. Das Argument, „die Spanne holen wir im Sortiment“ funktioniert nicht, wenn alle zwei Wochen ein zwölfseitiger Flyer mit billigen Angeboten das

Gesamtsortiment runterzieht. Wenn wir im Betriebs-Coaching entsprechende Zahlen auseinandernehmen, kommt es immer wieder zu „Aha-Effekten“. Die Spanne in der Aktion ist

knapp, die Menge zu hoch, die anderen Artikel drumherum laufen nicht (mehr) und erzeugen zusätzliche Abschriften. Der Doppelwopper gegen den Ertrag!

5. Kontakt mit der Ware und der Präsentation halten: Die wertvollsten Erkenntnisse findet man auf der Fläche mit dem Blick des Kunden! Wer sich ein bis zwei Stunden am Samstag in den Laden stellt, lernt mehr als an zwei Tagen am Schreibtisch. Sie beobachten, welche Artikel der Kunde zusammen kauft, wie und wonach er auswählt. Aber auch welche Informationen oder Konzepte er wahrnimmt oder vermisst.

Positionen mit Frauen besetzen

Frauen sind in Einkaufspositionen selten in der Branche zu finden. Dies ist völlig unverständlich, denn die größte Kundengruppe im Gartencenter ist weiblich. Frauen sind schon deshalb näher am Geschmack und den Wünschen der Kunden.

„Überlegen Sie doch mal unvoreingenommen, inwieweit das Einkaufsteam den Geschmack und die Lebenssituation Ihrer Zielgruppe trifft und selber lebt.“

Kleiner Tipp: Überlegen Sie doch mal unvoreingenommen, inwieweit das Einkaufsteam den Geschmack und die Lebenssituation Ihrer Zielgruppe trifft und selber lebt.

Verlinkte Plattform für den Handel

Lehmann: Mein Shop – dein Shop

Ihren BtoB-Onlineshop relaunche die Baumschule Lehmann und wurde damit TASPO Awards Finalist 2016. „Mein Shop - dein Shop“ erlaubt es, das Gartencenter-Angebot über eine Verlinkung zur Webseite der Baumschule virtuell zu erweitern. Der Bezug zur Baumschule Lehmann ist für den Endkunden nicht sichtbar. Er stöbert im Gartencenter virtuell im Sortiment des Lieferanten, die Maske ist aber die seines Gartencenters. Die auf das Gartencenter angepasste Lehmann-Plattform kann am PoS als Beratungs- und Bestellplattform genutzt werden. Der Kunde hat auf diese Weise eine größere Auswahl, kann das gewünschte Gehölz in einer bestimmten Größe bestellen, und das Gartencenter kommt mit Hilfe des Lieferanten zu einem bequemen Click&Collect Service. Die Ware wird ans Gartencenter geliefert, der Kunde holt sie sich zu einem bestimmten Zeitpunkt ab. „Wir haben da bereits viele positive Rückmeldungen erhalten“, freut sich Prokurist Hakan König. „Ab Januar werden die ersten Rechner in verschiedenen Gartencentern aufgestellt.“

Baumschule Lehmann in Bokholt-Hanredder hat sich mit ihrem Sortiment auf Fachgartencenter und Gartenbauschulen in ganz Deutschland spezialisiert. Das Angebot umfasst etwa 2.500 Artikel an Laubgehölzen, Obst, Rosen, Koniferen, Gräsern, Bambus, Stauden und Schlingpflanzen sowie Zierstämmen und Formgehölzen in zwei bis 15 Liter Containern. „Da wir fast jedes Gehölz in jeder Größe vorrätig haben, finden unsere Kunden immer attraktive oder knospig blühende Ware passend zur Jahreszeit“, erklärt König. „Die Pflanzen werden in Sachen Topf, Erde, Stäben ansprechend aufbereitet, sodass der Kunde die Ware verkaufsfertig präsentieren kann, ohne nochmals Hand anlegen zu müssen.“ (ck)



BtoB-Onlineshop mit Beratungs- und Bestellplattform für den PoS: Baumschule Lehmann auf der Garten- und Zooevent. Foto: Veth

TASPO GARTENMARKT Neuheiten-Guide

Neue THOMASAN® Premium-Produkte 2016: Bio-Linie, Rindenmulch mit Stickstoff, Pinie extrafein 4-8 mm.

Die Vogteiler Erdenwerk GmbH produziert seit 1993 Premium-Erden für den Profi- und Hobbygartenbau. Hochwertige nachwachsende Rohstoffe, auch in Bio-Qualität, werden schon seit Jahren hergestellt und eingesetzt.

Wir erweitern unser Sortiment dem Markt entsprechend stetig. Unsere neuen Produkte 2016 im Bereich Erden sind unsere Bio Kräuterverde, Bio Tomaten- und Gemüseerde und Bio Aussaaterde die mit dem Siegel „Grünstempel®“ gekennzeichnet sind, einer Öko-Kontrollstelle die nach EU-Öko-Verordnung zertifiziert.

Im Bereich Dekore gibt es neu den THOMASAN Rindenmulch 0-20 mit Stickstoff und das THOMASAN Pinien Dekor extrafein 4-8 für Friedhof und kleinere Rabatten.

Für den Friedhofsgärtner bieten wir jetzt ein THOMASAN Piniendekor 2-8 im 70 L Sack an.

Selbstverständlich produzieren wir auch Artikel torf reduziert wie die Qualitätsmarke Tommi®.

Eine computergesteuerte Mischanlage sorgt für die genaue Einhaltung der Rezepturen. Jede produzierte Charge wird über ein unabhängiges Labor geprüft. Wir verarbeiten Nadelholzrinde zu Rindenmulch und RAL-gütegesicherten Rindenhumus. Unseren gütegesicherten Substratkompost erhalten wir vom Kompostwerk aus unserem Unternehmensverband.

Vogteiler Erdenwerk GmbH
www.erdenwerk.de · kontakt@erdenwerk.de

für Kräuter, Blumen & mehr

GreenRACK

- „Urban Gardening“ zu jeder Jahreszeit
- flexibel platzierbar im Innen- und Außenbereich
- mit passenden Zubehörprodukten

• kompakter Bausatz inkl. Pflanztasche und Montagematerial

• Zusatzumsatz auf kleinster Fläche

• verkaufstarke Paletten-Präsentation mit Top-Seller GreenBOX

design yousell
WAGNER
www.wagner-system.de

Außergewöhnliche Nistkästen aus Lärchenholz

Unsere neuen Nistkästen im Handmade Design werden aus heimischem Lärchenholz in Europa gefertigt. Das Material überzeugt durch besondere Maserung und hohe Witterungsbeständigkeit ohne jegliche Behandlung! Spezielle Reinigungsklappen und Bohrungen ermöglichen leichte Reinigung, Entwässerung und Belüftung. Mit einem praktischen Verkaufsdiskret bietet die Weidenprofi GmbH auch gleich die passende Präsentationsmöglichkeit.

Verkaufsdiskret für Händler

WEIDENPROFI
www.weidenprofi.de