

NACH SCHNELLDREHERN SUCHEN UND BILDER INSZENIEREN

# Nischen erkennen und optisch aufbereiten



Produkte mit einem Bezug zu Blumen und Pflanzen lassen sich gut verarbeiten – Lagerbildung wird vermieden.

Daniel Schnödt ist Berater und Coach für den Einzelhandel, unter anderem für die grüne Branche. Strategien und Marketingkonzepte entwickelt er auf der Basis von Marktanalysen. Bei seinen Lösungsvorschlägen spielen Verkaufsraumgestaltung, Warenpräsentation und Verkaufsförderung eine wichtige Rolle – und damit die Zusammenstellung des Sortiments. Was dabei zu beachten ist, verrät Daniel Schnödt in diesem Interview.

”

Herr Schnödt, welche Fehler kommen bei der Sortimentszusammenstellung in der Praxis am häufigsten vor?

Beim Einkauf wird zu wenig darauf geachtet, wie die einzelnen Produkte später im Laden präsentiert werden können. Ohne Gemeinsamkeiten der Produkte entsteht ein diffuses Bild. Da ist kein Blickfang, es fehlt an Orientierung für den Kunden. Außerdem werden Schnelldreher und ihre Präsentation oft zu wenig berücksichtigt. Umsatz und Gewinn werden meistens mit wenigen, manchmal auch unscheinbaren Artikeln generiert.

► **Lässt sich das diffuse Bild nicht durch die Warenpräsentation lösen?**

Die Warenpräsentation kann Fehler, die bei der Sortimentszusammensetzung gemacht werden, nicht komplett ausbügeln. Der Grundstein für erfolgreiches Verkaufen wird beim Einkauf gelegt. Im Verkauf muss die Warenpräsentation dann unterstützend wirken.

► **Was ist das Wesentliche beim Einkauf?**

Man muss in Bildern einkaufen. Man nimmt sich bestimmte Themen vor und sucht gezielt nach Produkten, die dazu passen. Entscheidend ist, dass Schnelldreher dabei sind, also Produkte, die sich in hohen Stückzahlen verkaufen lassen.

## Schnelldreher in den Verkauf integrieren

► **Was sind solche Schnelldreher?**

Das hängt von der Zielgruppe ab. Man sollte nicht nur kleine Mengen von vielen unterschiedlichen Produkten kaufen. Es muss etwas dabei sein, womit man viele Kunden begeistern kann. Dazu muss man seine Kunden kennen. Und man muss sich beim Einkauf beschränken. Das Suchen nach geeigneten Produkten dauert manchmal lange, aber lohnt sich. Die Produkte werden dann wiederkehrend in den Verkauf integriert und bestimmen für eine gewisse Zeit das Bild des Geschäfts.



### IN ALLER KÜRZE

Der Grundstein für erfolgreiches Verkaufen wird beim Einkauf gelegt, sagt Daniel Schnödt. Er empfiehlt, in Bildern einzukaufen, sodass eine thematische Warenpräsentation leicht fällt. Unerlässlich sind Schnelldreher mit guten Handelsspannen. Von umfangreichen Zusatzsortimenten rät Schnödt ab.

► **Können Sie ein Beispiel nennen?**

Es gibt kein Patentrezept, aber ich will mal an einer Rosentasse aufzeigen, wie das funktionieren kann. Ich bin überzeugt, dass ich 200 oder 300 Rosentassen verkaufen kann. Das geht aber nicht ohne Unterstützung. Ich muss den Schnelldreher in ein Thema einbauen, ich brauche einen Träger, der das Thema kommuniziert. Das kann zum Beispiel ein Service im Rosendesign sein. Kaum jemand wird das Service kaufen, aber ohne einen solchen Träger läuft der Verkauf nicht.

► **Direkt nach dem Einkaufen ist es meistens ja noch leicht, nach Themen zu ordnen, aber wenn erst einmal eine gewisse Menge verkauft ist, hat man zwangsläufig ein Sammelsurium an Produkten. Was macht man dann?**

Man muss Restmengen sofort verarbeiten. Das Problem ist, dass man im Alltag meistens gar nicht merkt, wie sich die ursprüngliche Ordnung langsam auflöst. Man ist in den Verkauf involviert und weiß genau, wo was steht. Und merkt nicht, dass das Bild immer diffuser wird. Der Kunde aber ist von all den unterschiedlichen Eindrücken, die sich ihm bieten, überfordert.

## **Zeitspannen für Restvermarktungen planen**

Um wieder Ordnung zu schaffen, bieten sich Farbthemen an. Darüber hinaus sind Pflanzenveredelungen und Pflanzschalen gut zur Verwertung geeignet. Grundsätzlich sollte man Restmengen preislich nicht zu stark und zu schnell reduzieren. Man sollte sie lieber aus dem Laden nehmen, sammeln und bestimmte Zeitspannen für Restvermarktungen planen.

► **Sie sagten, die Ordnung löst sich auf. Was kann man dagegen machen?**

Unordnung schleicht sich zwangsläufig ein, das ist ganz normal. Um das zu merken, braucht man Abstand. Dafür muss man sich Zeit nehmen. Aber es kostet schließlich auch Zeit, sich mit Unordnung zu beschäftigen. Hilfreich ist es, wenn man im Laden alle Ecken abschafft, die zum Abstellen irgendwelcher Dinge einladen. Das wirkt sehr disziplinierend.

► **Noch mal zurück zu den Schnelldrehern? An welche Preiskategorie denken Sie dabei?**

Was man mal so mitnimmt, ist eine schöne und passende Redensart. Je nach Image und Qualitätsorientierung können diese Preiskategorien unterschiedlich ausfallen. In der Regel orientiert man sich aber an Preisschwellen im unteren Segment. Ein Schmetterlingsstecker für 10 Cent im EK kann mit 99 Cent im VK ein Schnäppchen sein. Schon beim Einkaufen muss man abschätzen, was ein Artikel wert ist. Man sollte auch Mitarbeiter und Freunde nach ihrer Einschätzung fragen.

## **Versuche mit kleinen Mengen bieten sich an**

► **Was mache ich, wenn sich ein Schnelldreher als Ladenhüter entpuppt?**

Grundsätzlich kann man sich solche Fehler heute kaum mehr erlauben. Versuche mit kleinen Mengen bieten sich deshalb an. Aber letztlich ist es eine Frage der Präsentation, wie sich Artikel verkaufen. Ich sage immer: Wer große Mengen einkauft, wird zum Marketingexperten, denn dann muss man etwas mit dem Produkt machen, um es verkaufen zu können.

► **Noch eine generelle Frage: Viele Floristen haben ihr Sortiment in den letzten Jahren ausgeweitet. Eine Vielzahl von Accessoires hat Einzug gehalten, außerdem Kosmetik, Wellness-Produkte oder Bücher. Was halten Sie davon? Ehrlich? Bei Hartwaren und Accessoires kann man sicherlich anhand der Umsatzstatistik erkennen, ob noch Potenzial besteht. Darüber hinaus, zum Beispiel bei Büchern, muss man ganz eindeutig eine Nischenkompetenz entwickeln.**

## **Die Gefahr ist groß, dass man Geld kaputt macht**

Produkte, die überall zu haben sind, bringen niemanden mehr weiter. Die Großen ergreifen ihre Chancen schnell und die Kleinen haben die Risiken! Natürlich kann man mit Boutique- und Geschenkartikeln den Umsatz leicht steigern, aber die Gefahr ist groß, dass man Geld kaputt macht. Schnell wachsen die Lager an, jeden Monat ein bisschen mehr. Nur wenn die Artikel gut zu Blumen und Pflanzen passen

und gut zu verarbeiten sind, dann geht die Ware auch gut weg.

► **Wie lautet Ihre Empfehlung für die Zukunft?**

Heute versuchen wir, Nischen zu erkennen und optisch aufzubereiten. Boutiquesortimenten kehren wir am besten den Rücken, da die Preise erodieren und sich schnell Restmengen ansammeln. Risiko und Wettbewerb sind viel zu groß.

## **Boutiquesortimenten den Rücken kehren**

Die Chancen für kleine Betriebe liegen eindeutig in Tradition, Qualität und Individualität. Der Kunde sucht nach Überraschung und das schafft man nicht mit Zusatzsortimenten. Meine Empfehlung: Back to the roots – Besinnung auf florale Kunst und TipTop-Qualität. ■



**Zur Person**  
**DANIEL SCHNÖDT**



*Daniel Schnödt, Eichholz, berät Unternehmen aus Einzelhandel, Gastronomie und Hotellerie. Seine Beratungstätigkeiten werden unter anderem vom Arbeitsministerium, von der KfW und über Länderprogramme mit 40 bis 50 % gefördert. Kurzberatungen dauern zwei Tage inklusive Beratungsbericht, Konzeptplanung, Aktions- und Werbeplanung und/oder Ladenlayout-Planung und -Realisierung. Nähere Infos über Schnödts Firma Teamsco und die finanziellen Fördermöglichkeiten unter [www.teamsco.de](http://www.teamsco.de)*