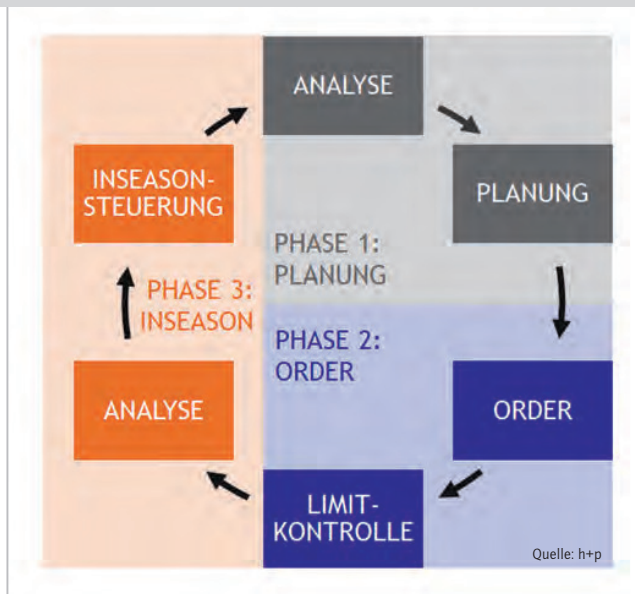


Die drei Saisonphasen: Planung legt die Grundlagen für den Wareneinkauf. Aber in der Saison müssen Bestände und Abverkaufsquoten fortlaufend analysiert und Maßnahmen abgeleitet werden.

# Lohnt sich Planung noch?

Die Unternehmensberatung Hachmeister+Partner antwortet mit einem klaren „Ja“



Der Modemarkt verändert sich mit immer größerer Dynamik. Doch wenn morgen schon alles anders als heute ist: Lohnt sich dann Planung noch? „Ja, gerade jetzt sind aus unserer Sicht professionelle Planung und Steuerung unerlässlich“, sagt Manuel Morwinski, Manager der Bielefelder Unternehmensberatung Hachmeister+Partner (h+p). Der Consultant erklärt: „Die weit verbreiteten Reduzierungswellen sind nicht zuletzt eine Folge von Überbeständen. Der Handel braucht nicht nur begehrlichere Ware, sondern muss auch das Volumen differenzierter planen. Große Relevanz hat darüber hinaus, regelmäßig innerhalb der Saison einen Soll-Ist-Vergleich vorzunehmen. Aufgrund zahlreicher Projekte wissen wir, dass es möglich ist, durch einen klar definierten Planungsprozess und ein konsequentes Controlling schnell zu einer deutlichen Verbesserung im Warenertrag zu kommen.“



Manuel Morwinski, Manager bei Hachmeister+Partner: „Schnelle Verbesserungen im Warenertrag sind möglich.“

Die meisten Handelshäuser nutzen zur Planung die entsprechenden Tools ihres Warenwirtschaftssystems. „Die dort verfügbaren Standards sind zwar in der Regel solide, bieten aber oft nicht die notwendigen Individualisierungs-Möglichkeiten für die Gegebenheiten in den jeweiligen Unternehmen“, bemerkt Manuel Morwinski. Mithilfe des eigenen Programmierer-Teams hat h+p be-

reits einige individuelle Lösungen für Kunden entwickelt und über eine Schnittstelle mit deren Warenwirtschaftssystemen verbunden. Aktuell wird an einer online-basierten händlerübergreifenden Planungs-Software gearbeitet. Aus Sicht von h+p sieht ein optimales Planungs-Tool so aus:

- Es ermöglicht mit praxisgerechten Referenz- und Vorschlagswerten eine einfache und zeiteffiziente Erstplanung. Adäquate Einkaufsvolumina werden zuverlässig abgeleitet. „Die Einkaufslimits müssen stringent berechnet, dann aber auch eingehalten werden. Anfangsbestände müssen möglichst genau hochgerechnet, Nachkauf- und NOS-Limits seriös eingeschätzt und Abschriften mit Bedacht bestimmt werden. Letztere werden sonst schnell zu einer „Self Fullfilling Prophecy“, so die Erfahrung des Beraters, der zudem dafür plädiert, ausreichend Budgetreserven vorzuhalten.
- Es ermittelt Monatsbestände so, dass eine möglichst nachfragegenaue Wareneinstellung erfolgt und zu jeder Zeit Aktualität gegeben ist.
- Es verbindet Top-Down- und Bottom-Up-Ansätze, also zum Beispiel die von der Geschäftsführung aufgestellten Umsatz-

und Ertragsziele, die auf Abteilungen heruntergebrochen werden, mit der von den Flächen bzw. Einkäufern kommenden, häufig als Korrektiv wirkenden Planung.

- Es führt idealerweise die Zeitschienen Saison und Jahr zusammen, um einen Gesamtüberblick zu gewährleisten. Wie viel Ware ist in welchem Monat insgesamt auf der Fläche, inklusive Vorsaison- und Altware? Auf dieser Antwort basierend kann die Planung erfolgen, wie mit dem Warenlager umzugehen ist.
- Es verfügt über ein Inseason-Planungs-Modul. „Abweichungen vom Ziel müssen ständig verfolgt werden. Im Idealfall lassen sich über eine Szenarien-Planung Effekte möglicher Maßnahmen simulieren. So können fundierte Entscheidungen getroffen werden. Durch das permanente Vorausplanen von drei bis vier Monaten, liegt der Fokus somit auf dem Gestalten und nicht auf dem Reagieren und Reparieren“, verdeutlicht Manuel Morwinski.
- Last, but not least kann es flexibel auf händlerindividuelle Planungslogiken, die sich im Zeitverlauf auch ändern können, angepasst werden. SH

Diese und weitere Artikel der BTE KompetenzPartner finden Sie im Internet unter [www.bte-kompetenzpartner.de](http://www.bte-kompetenzpartner.de).