

Convenience im Fokus

Wie sich der Getränkefachmarkt der Zukunft entwickelt

Für einige Getränkefachmärkte (GFM) hat die Zukunft bereits begonnen. Sie setzen schon heute erfolgreich auf ein Category Management, das Convenience in den Mittelpunkt des kundenorientierten und -optimierten Einkaufsprozesses stellt. Die GES eG steht ihren Mitgliedern dabei mit Kompetenz und individuell zugeschnittenen Lösungen zur Seite.

Unkompliziert, nah gelegen und umfassend sind Begriffe, die für viele Konsumenten bei der Wahl des Einkaufsortes ausschlaggebend sind. Als potenzieller Nahversorger bedeutet dies, die richtigen Antworten parat zu haben. Category Management ist dabei der Schlüssel zur Optimierung von Sortiment und Verkaufsräumen – und das entscheidende Mittel zum Erfolg beim Kunden. Dazu hat die GES eG für den Getränkefachhandel eigene Konzepte entwickelt, die permanent optimiert und angepasst werden. Ziel: Den Convenience-Markt als Nahversorger der Zukunft schon heute zu etablieren.

Wie kann der Getränkefachhandel erfolgreich den Herausforderungen begegnen und die Loyalität seiner Kunden stärken sowie zukünftige Konsumenten gewinnen? Bei wachsendem Wettbewerb rücken die Produktivität von Sortiment und Fläche sowie der

Einkaufsprozess verstärkt in den Fokus. Das Einkaufsverhalten der Kunden ist nicht nur zu berücksichtigen, sondern aktiv zu lenken.

Category Management ist ein Mittel, um den Weg zum kundennahen Nahversorger zu ebnen. Nachhaltige Warengruppenentwicklung, Berücksichtigung individueller Verbraucherbedürfnisse, standortangepasste Sortimente, Fokus auf Service, Beratung, Qualität und Preis, Warenvielfalt, angenehme Einkaufsatmosphäre usw. sind für eine nachhaltige Kundenzufriedenheit und -bindung notwendig.

Schon heute Lösungen realisieren

Schlüsselthemen und wichtige Trends für den Getränkefachhandel von morgen sind zum Beispiel das sich verändernde Genussverhalten und die zunehmende

Wichtigkeit regionaler Marken sowie gesunder und nachhaltiger Konsum. Dies spiegelt sich im boomenden Bio-Lebensmittelbereich wider. Und auch im Getränkebereich schlägt sich diese Entwicklung nieder, beispielsweise bei Energydrinks, Wellness-Getränken oder den Bio- und Fairtrade-Produkten.

Nahversorgung ist längst kein Zukunftsthema mehr: Steigende Benzin-kosten, veränderte Altersstruktur und zunehmender Kommunikationsbedarf sind nur einige Gründe, warum Nahversorgung bereits heute bedeutend ist. Um als Getränkefachhändler zukunfts-sicher und wettbewerbsfähig zu sein, bedarf es eines fundierten Konzeptes und eines leistungsfähigen Partners, der das Engagement kompetent unterstützt und begleitet.

Die GES eG bietet ihren Mitgliedern schon seit Langem auf sie und ihren Standort zugeschnittene Beratung und praxiserprobte Konzepte an. Gleichzeitig unterstützen erfahrene Mitarbeiter die Mitglieder bei allen relevanten Fragen.

GES eG

Die GES Großeinkaufsring des Süßwaren- und Getränkehandels eG (www.ges-eg.de) ist ein Verbund von derzeit 849 mittelständischen Getränkefachgroßhändlern und filialisierten Getränkemarktbetreibern, Convenience-Fachgroßhändlern und Automatenbetreibern aus dem gesamten Bundesgebiet. Die GES eG fördert seit 1950 die wirtschaftliche Entwicklung des Getränke- und Süßwarenfachhandels.

Für die Direktbezüge der angeschlossenen Fachhändler übernimmt die GES eG die Zahlungsgarantie und Zentralregulierung. Darüber hinaus werden ergänzende und unterstützende Vermarktungs- und Dienstleistungen erbracht, die zur Stärkung des Fachgroßhandels beitragen. Mit mehr als eine Milliarde Euro Umsatz im Jahr 2013 ist die GES eG eine der maßgebenden Organisationen für den deutschen Fachhandel.

Alexander Berger



Der Dipl. Betriebswirt/BA (GB) war von 2004 bis 2012 Prokurist bei der GES eG, darüber hinaus Berater/Seminarleiter bei Beneke Co. Consulting, Praxismanager und stv. Geschäftsführer. Heute ist er Vorstand der GES eG und SchokoRing eG und verantwortlich für die Bereiche Süßwaren/Convenience, Bier sowie Vertrieb und Mitgliedermanagement. Darüber hinaus ist er Geschäftsführer der GDS Nord-West GmbH.

Zukunft braucht Nahversorgung

Um die Kundenwahl hinsichtlich des Einkaufsortes zu steuern, sind Sortimentsportfolio, Standortanalyse, Vermarktungskonzept, Bestellsysteme, Warenbelieferung entscheidende Erfolgsfaktoren. GES-Mitglieder können auf eigens konzipierte Werkzeuge und Konzepte zurückgreifen. Denn der Fachhandel differenziert sich nicht zuletzt durch Warengruppenpräsentationen und Sortimentskompetenz gegenüber den Wettbewerbern.

Wirksame Category Management Tools – ob für Preis, Platzierung, Aktionen oder Sortiment – sind erfolgreiche Hebel, um beim Kunden zu punkten. Messbar wird dies am Umsatz- und Ertragsergebnis und der Loyalität der Kunden.

Neben dem bereits erfolgreich etablierten Category Management für den Bereich Spirituosen und Süßwaren arbeitet die GES eG auch für andere Warengruppen an entsprechenden Umsetzungen. Unter anderem beispielsweise für die Warengruppe „Bier“. Denn besonders die umsatzstarken Segmente sind für den GFM von zentraler Bedeutung.

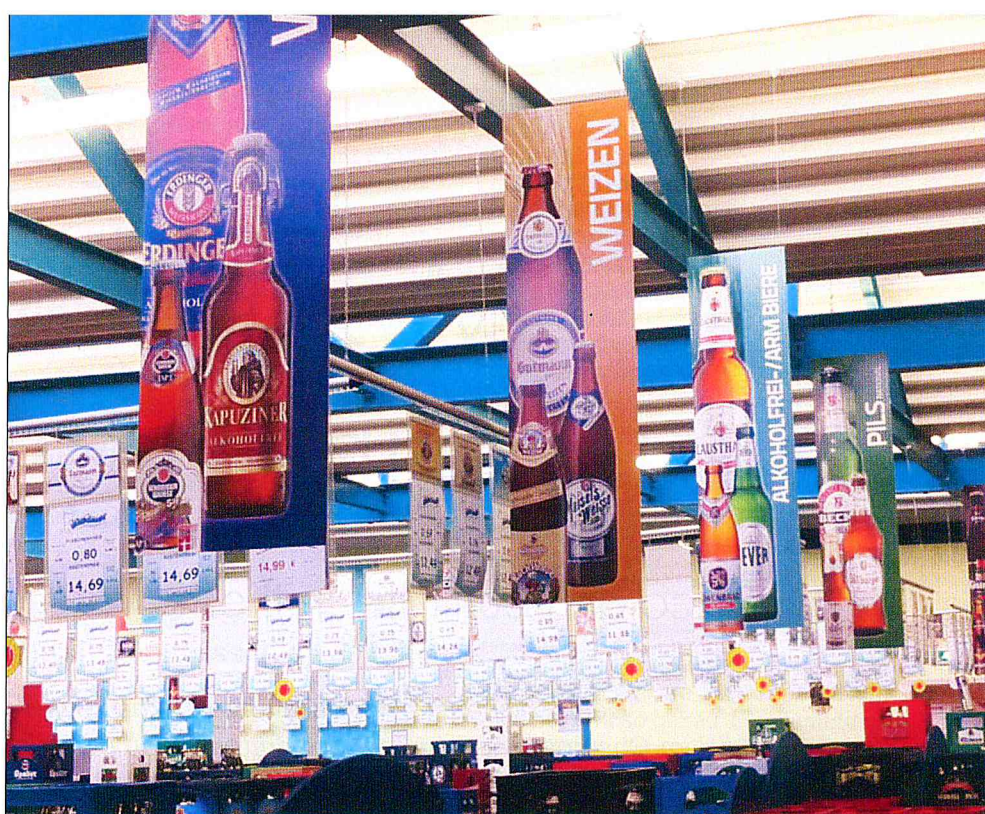
Laut Nielsen stehen Bierkäufer für überdurchschnittliche Gesamtausgaben pro Einkauf: Hintergrund ist die hohe Komplexität der Warengruppe mit einer enormen Auswahl für die Kunden, die sich zum Beispiel bei der Sortimentsvielfalt in der jeweiligen Regionalität des Angebotes wiederfindet. So besteht für den GFM die Aufgabe, das lokal optimale Sortiment verbraucherorientiert einzukaufen, zu präsentieren und zu vermarkten. Weitere Chancen bietet der Ausbau der aussichts- und ertragreichen Kategorie „Spezialbiere“.

Info für Kunden und Mitarbeiter

Ein zusätzliches Kommunikationsinstrument entwickelte die Zwischenhandels-gesellschaft SchokoRing eG in Form von Premiumbroschüren für spezifische Warengruppen wie Whisky, Weinbrand oder Wodka. Die Broschüre dient den Kunden und Mitarbeitern, um sich über Produkte und Warengruppen zu informieren.

Nahversorger, die Kunden ansprechen

Der Getränkefachmarkt als convenience-orientierter Nahversorger wird zum ersten Anlaufpunkt des Konsumenten. Er ist Vertrauenspartner und Problemlöser in der unmittelbaren Nachbarschaft: Hier fühlt der Kunde sich zu Hause.



Beispiel eines von der GES-Marketingabteilung entwickelten Kundenleitsystems

Faktoren für solch ein erfolgreich umgesetztes Convenience-Konzept sind insbesondere Sortiment, Standort, Atmosphäre und Zeit.

Das Category Management der GES eG unterstützt die Fachhändler bedarfsorientierte Sortimente zu entwickeln, die den Kunden ansprechen, zielorientiert auf dessen Bedürfnisse einzugehen und insgesamt ein positives Kundenumfeld für den Kaufanreiz zu schaffen. Dazu gehören Fragen wie die Definition von Sortimenten, Warengruppen, Kategorien – oder warum Regalplatzierung so wichtig ist.

Die daraus erwachsenden Vorteile liegen in einer überprüfbaren Umsatzsteigerung, höheren Kundenzufriedenheit, steigenden Sortimentskompetenz oder der Erhöhung des Bonwertes pro Kunde. Dazu zählt auch der Ausbau von bis dato eher vernachlässigten Warengruppen wie z. B. Süßwaren.

Der Faktor Ladengestaltung ist ein wichtiger Baustein im Category Management – und Kern des Themas Convenience-Einkaufserlebnis. Wohlfühlen ist für Kunden eine elementare Voraussetzung, um ein Geschäft als „Nahversorger des Vertrauens“ zu akzeptieren. Gezielte Maßnahmen zeigen oft sofortige Wirkung: großzügigere Raumaufteilung, breite Gänge, neues Beleuchtungskonzept, strategische Umplatzierung und Neusortierung von Waren und Sortimenten.

Zeit ist heute beim Einkauf für Konsumenten ein oft alles entscheidender Faktor. Nur wer mit der Zeit seiner Kunden effizient umgeht, wird mit Loyalität belohnt. Für den Getränkefachhändler

besteht also die Möglichkeit den Kunden an sich zu binden, indem er sein Sortiment entsprechend präsentiert. Die Potenziale jedes Getränkefachmarktes sind zu erkennen, zu analysieren und nachhaltig zu nutzen. Platzierungsregeln sind der Grundstein. In Kürze veröffentlicht die GES eG hierzu eine Themenbroschüre, die Analyseformulare und Erklärungen zu jeweiligen Fachthemen beinhaltet.

Resümee

Die Ansprüche der Verbraucher wachsen und wandeln sich stetig. Mit Category Management kann der Getränkefachmarkt als erfolgreicher Nahversorger schon heute die Weichen für die Zukunft stellen. Eine Zukunft, die sowohl den eigenen Ansprüchen wie denen der Verbraucher gerecht wird. Im Wettbewerbsvergleich setzt der stationäre Lebensmittelhandel den Maßstab. Dort nehmen die Kernkategorien des Getränkefachhandels einen immer größeren Platz ein – Sortimente werden ausgebaut.

Wie differenziert sich der Getränkefachmarkt? Was führt dazu, dass der Endverbraucher dem klassischen Getränkefachhandel weiterhin Bedeutung beimisst? Diesen Fragen muss sich der Getränkefachgroßhandel stellen. Die GES eG fördert die wirtschaftliche Entwicklung ihrer Mitglieder mit einem umfangreichen Portfolio an Vermarktungs- und Dienstleistungen. Im regen Austausch mit ihren Mitgliedern arbeitet die GES eG am Ziel, die Vision des erfolgreichen Nahversorgers von morgen bereits heute zu verwirklichen. □