

Bachelorarbeit

Anja Bettzieche

Regaloptimierung im Handel mit Spaceman

Theoretische Grundlagen und
praktische Beispiele



Bachelor + Master
Publishing

Anja Bettzieche

Regaloptimierung im Handel mit Spaceman: theoretische Grundlagen und praktische Beispiele

Originaltitel der Abschlussarbeit: Spaceman als Konzept der Regaloptimierung im Handel - theoretische Grundlagen und praktische Beispiele

ISBN: 978-3-86341-596-9

Druck Bachelor + Master Publishing, ein Imprint der Diplomica® Verlag GmbH, Hamburg, 2011

Zugl. Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg, Halle, Deutschland, Bachelorarbeit, Juli 2010

Dieses Werk ist urheberrechtlich geschützt. Die dadurch begründeten Rechte, insbesondere die der Übersetzung, des Nachdrucks, des Vortrags, der Entnahme von Abbildungen und Tabellen, der Funksendung, der Mikroverfilmung oder der Vervielfältigung auf anderen Wegen und der Speicherung in Datenverarbeitungsanlagen, bleiben, auch bei nur auszugsweiser Verwertung, vorbehalten. Eine Vervielfältigung dieses Werkes oder von Teilen dieses Werkes ist auch im Einzelfall nur in den Grenzen der gesetzlichen Bestimmungen des Urheberrechtsgesetzes der Bundesrepublik Deutschland in der jeweils geltenden Fassung zulässig. Sie ist grundsätzlich vergütungspflichtig. Zuwiderhandlungen unterliegen den Strafbestimmungen des Urheberrechtes.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Die Informationen in diesem Werk wurden mit Sorgfalt erarbeitet. Dennoch können Fehler nicht vollständig ausgeschlossen werden, und die Diplomarbeiten Agentur, die Autoren oder Übersetzer übernehmen keine juristische Verantwortung oder irgendeine Haftung für evtl. verbliebene fehlerhafte Angaben und deren Folgen.

© Bachelor + Master Publishing, ein Imprint der Diplomica® Verlag GmbH, Hamburg, 2011

<http://www.diplom.de>, Hamburg 2011
Printed in Germany

Zusammenfassung

In den vergangenen Jahren hat die Problematik der Produktplatzierung im Einzelhandel kontinuierlich an Bedeutung gewonnen.^a Drei Gründe lassen sich dafür benennen:

1. Die Konsumenten haben die Möglichkeit, aus einer Vielzahl von Einkaufsstätten frei zu wählen.^b Da die Geschäfte im Allgemeinen von den Kunden als austauschbar empfunden werden, müssen sich Händler durch ein individuelles Konzept, besonders in den Bereichen Ladengestaltung und Warenplatzierung, von der Konkurrenz abheben.^c
2. Ein Großteil der Kaufentscheidungen erfolgt erst direkt im Geschäft.^d Daraus ergibt sich für den stationären Einzelhandel, dass verkaufsfördernde Maßnahmen auf die in Punkt eins genannten Bereiche ausgerichtet werden sollten.^e
3. Jedes Jahr versuchen unzählige Produktneuheiten, sich auf dem Markt zu etablieren.^f Sowohl Händlern als auch Kunden müssen diese Artikel interessant erscheinen, damit sie ihren Weg ins Regal bzw. in den Einkaufskorb finden.^g

Regaloptimierungssysteme wie Spaceman Suite schaffen Ordnung und Übersichtlichkeit im Warenträger.^h Dadurch können Produkte kundenorientierter und absatzfördernder platziert werden.ⁱ

Die wesentlichen Vorteile können wie folgt zusammengefasst werden:

- Eine zentrale bzw. skalierbare Verwaltung wichtiger Informationen garantiert deren Vollständigkeit.^j Eine genaue Übersichtlichkeit ist somit für den kompletten Datenbestand gesichert.^k
- Effektives Dateimanagement spart Zeit.^l Detaillierte Auswertungen sind viel einfacher realisierbar.^m Außerdem können neue Strategien schneller entwickelt und umgesetzt werden.ⁿ

^a Vgl. Schröder/Möller/Zimmermann 2007, S. 156.

^b Vgl. Schröder/Möller/Zimmermann 2007, S. 156.

^c Vgl. Schröder/Möller/Zimmermann 2007, S. 156.

^d Vgl. Schröder/Möller/Zimmermann 2007, S. 156.

^e Vgl. Schröder/Möller/Zimmermann 2007, S. 156.

^f Vgl. Schröder/Möller/Zimmermann 2007, S. 156.

^g Vgl. Schröder/Möller/Zimmermann 2007, S. 156.

^h Vgl. URL: <http://www.metro-link.com>.

ⁱ Vgl. URL: <http://www.metro-link.com>.

^j Vgl. URL: <http://de.nielsen.com>.

^k Vgl. URL: <http://de.nielsen.com>.

^l Vgl. URL: <http://de.nielsen.com>.

^m Vgl. URL: <http://de.nielsen.com>.

ⁿ Vgl. URL: <http://de.nielsen.com>.

- Dynamische Verbindungen zwischen Planogramm und Geschäft ermöglichen höchste Datenintegrität und präzise Analyseergebnisse.^a
- Der unternehmensweite Zugriff auf entscheidende, zentrale Daten gewährleistet die Wahl von optimalen Entscheidungen.^b

Allerdings weisen alle Systeme auch Schwachstellen auf.^c So müssen beispielsweise Optimierungsdurchläufe mehrfach wiederholt werden, um ein bestmögliches Ergebnis der Produktplatzierung zu ermitteln.^d Das größte Problem für die operative Sortimentsplanung ist jedoch in einem anderen Bereich zu sehen.^e Durch die Optimierungssoftware erfolgt lediglich ein Vorschlag für die Platzierung der Waren.^f So können selbst Produkte, die eine negative Leistungskennzahl aufweisen, prinzipiell nicht aus dem Sortiment entfernt werden.^g

Nach Abwägung der Vor- und Nachteile ergibt sich folgendes Ergebnis: Systeme wie Spaceman Suite werden in der Praxis überwiegend nur für die Erstellung von Planogrammen genutzt.^h

^a Vgl. URL: <http://de.nielsen.com>.

^b Vgl. URL: <http://de.nielsen.com>.

^c Vgl. Syring 2004, S. 112.

^d Vgl. Syring 2004, S. 112.

^e Vgl. Syring 2004, S. 112.

^f Vgl. Syring 2004, S. 112.

^g Vgl. Syring 2004, S. 112.

^h Vgl. Syring 2004, S. 113.

Inhaltsverzeichnis

Übersichtsverzeichnis	8
Abkürzungsverzeichnis.....	9
Anhangsverzeichnis	10
1. Einleitung.....	11
2. Theoretische Grundlagen des ECR-Konzeptes.....	13
2.1 Begriffsklärung und Zielsetzung.....	13
2.2 Die Basisstrategien.....	14
2.3 Das Efficient Store Assortment.....	15
3. Die ideale Warenplatzierung durch Regaloptimierung	17
3.1 Category und Space Management.....	17
3.2 Die Platzierungsarten	18
3.3 Die Regalwertigkeiten.....	19
3.4 Die horizontale und vertikale Platzierung.....	20
3.5 Die Phasen der Regaloptimierung.....	22
4. Die Optimierungssoftware Spaceman Suite	27
4.1 Das Unternehmen Nielsen	27
4.2 Die Softwaremodule	27
5. Die praktische Umsetzung der Regaloptimierung.....	31
5.1 Fallbeispiel Spaceman.....	31
5.2 Praxisbeispiel Metro Group	32
5.3 Beispiel-Planogramme	35
6. Fazit	37
Anhang.....	39
Literaturverzeichnis	63

Übersichtsverzeichnis

Übersicht 1: Das ECR-Konzept	13
Übersicht 2: Die ECR-Basisstrategien	14
Übersicht 3: Phasen des Category Management-Planungsprozesses	17
Übersicht 4: Die Platzierungsarten	18
Übersicht 5: Phasen des Regaloptimierungsprozesses	22
Übersicht 6: Module der Software Spaceman Suite	27
Übersicht 7: Zusätzliche Funktionen von Spaceman Stock Planner	28
Übersicht 8: Vorteile von Spaceman Professional	29

Abkürzungsverzeichnis

DPR	Direkte Produktrentabilität
ECR	Efficient Consumer Response
POS	Point-of-Sale
RMS	Regal-Management-System