

## Zoofachtrend/ Ausgabe 3 vom Juni 2024.

### Die wichtigsten Kennzahlen im Fachhandel



Von Hans Günter Lemke

Für den Fachverkäufer, die Fachverkäuferin in einem Zoofachgeschäft, wie auch für den Partner im Außendienst, ist es mittlerweile ein "Muss", zumindest einige immer wichtiger werdende Leistungskennziffern des Handels zu kennen oder diese auch positiv in das Verkaufsgespräch mit einzusetzen.

Besonders in den letzten 2-3 Jahren hat sich im Handel jedoch vieles getan, schaut man sich nur einmal die verschiedenen Warenwirtschaftssysteme der großen Handelsfilialisten an. Auch im Zoofachhandel arbeiten größere Unternehmen immer mehr mit ausgefeilten Techniken.

Weiterhin bedeutet es für den Verkäufer und die Verkäuferin, dass die Führungskräfte in den Märkten wie z.B. der Marktleiter (Marktleiterin) immer besser informiert sind und sich auch verstärkt mit Kennziffern auseinandersetzen müssen.

Diese Entwicklung war auch notwendig, da die genauen Handelskennziffern oftmals eine bessere Aussagekraft über Sortimente oder neue Produkte haben, als nur die kurzfristige Umsatzsteigerung.

Es ist heutzutage fast überhaupt kein Problem mehr, sofort über EDV-Systeme Aktionsverkäufe abzufragen, Nettospalten einzelner Artikel abzurufen oder auch die Flächenproduktivität eines Regals im Markt auszurechnen.

Der Schwachpunkt liegt bei den Mitarbeitenden im Handel und in der Industrie in erster Linie in der Errechnung der verschiedenen Kennziffern.

Denn so weit sind selbst die besten Rechner noch nicht, sofort am Bildschirm aufzuzeigen, aus welchen Rechenschritten sich die Zahlen genau zusammensetzen.

Es ist heutzutage schon eine Kunst für sich, erst einmal die verschiedenen Begriffe zu unterscheiden. Diese muss ein professioneller Verkäufer oder eine professionelle Verkäuferin, egal ob er im Geschäft tätig ist oder für einen Hersteller seine Produkte anbieten und platzieren muss, kennen, um in der Sprache des Gegenübers zu argumentieren. Denn nicht immer sind die Begriffe aus der Industrie identisch mit denen im Handel.

Schon eine einfache Kennzahl wie "Stücknutzen" wird häufig unterschiedlich interpretiert. Da hört man Begriffe wie "Bruttonutzen", "Stückertrag", "Produktertrag"

usw. Meistens ist zwar ein und dasselbe gemeint- der Verkäufer und die Verkäuferin vor Ort muss dies allerdings erst wissen oder im Gespräch erfragen. Auf der anderen Seite gibt es jedoch auch Kennzahlen, wobei das Personal im Betrieb vorher wissen sollte, was der Hersteller meint, wenn dieser von einer Spanne „spricht“. Hier muss jeder wissen, von welcher Spanne geredet wird, Netto- Brutto- oder Aufschlag. Die handelspezifischen Begriffe sollten immer beiden Seiten bekannt sein, damit auf gleicher Ebene diskutiert werden kann. Wichtig häufig zur Bewertung neuer Produkte oder Sortimente im Tierfachhandel. Denn es gibt ja leider immer noch keine „Gummiregale“, so dass immer genau überlegt und gerechnet werden sollte, welche neuen Artikel sich für eine Platzierung „lohnen“ könnten.

Die am meisten verwendete Kennzahl im Handel ist die **Nettospanne** in Prozent, die sich auch dem Stücknutzen im Verhältnis zum Verkaufspreis beides ohne Mehrwertsteuer ergibt. Hier spielt eine entscheidende Rolle, welche Vorkonditionen der Handelskunde von der Industrie erhält. Diese Konditionen sind den Mitarbeitenden in den Märkten nicht immer bekannt. Jedoch auch ohne den "letzten Prozentpunkt" bleibt die Nettospanne eine gute Richtzahl, um einzelne Artikel oder Sortimente zu bewerten. Auch werden heute die Märkte mit Jahresplanspannen belegt, so dass die Führungskraft im Markt diese Kennzahl immer wieder als Richtzahl einsetzen kann.

Eine weitere wichtige Kennziffer ist der **Umschlag**, der sich aus dem Absatz in Stück dividiert durch den durchschnittlichen Bestand in Stück errechnet. Viele Unternehmen haben heute Umschlagszahlen in ihren "Renner- und Pennerlisten", um langsamdrehende, bzw. schnelldrehende Artikel aufzudecken. Der Stücknutzen ist eine wichtige Bewertungszahl für neue Produkte und Platzoptimierungen im Regal oder einfach zur Bewertung eines Artikels gegenüber eines anderen des Mitbewerbers bei gleichem Verkaufspreis. Der Stücknutzen ergibt sich aus dem Verkaufspreis minus Einkaufs- oder Listenpreis.

Neben der richtigen Bestellmenge und dem Lagerhöchstbestand ist es für den Kaufmann wichtig, den **durchschnittlichen Lagerbestand** zu kennen. Wert und Menge der vorhandenen Waren werden als Lagerbestand bezeichnet. Lagerbestand bedeutet, dass das Geld (Kapital) des Kaufmanns in Form von Waren gebunden – für ihn also nicht verfügbar ist. Der Nachteil einer zu großen Lagerhaltung liegt in den zu hohen Kosten. Ein hoher Lagerbestand bindet entsprechend hohe finanzielle Mittel des Kaufmanns, wodurch diesem Zinsverluste entstehen. Weiterhin ist für die Pflege und Kontrolle des Lagerbestands Arbeit zu leisten, die zusätzliche Personalkosten verursachen. Auch die allgemeinen Kosten, (Heizung, Kühlung, Mietkosten, etc.) steigen bei zu großer Lagerhaltung entsprechend an. Der Händler ist daher bestrebt, die gelagerte Ware möglichst schnell mit einem zusätzlichen Nutzen wieder in Kapital zu verwandeln. Die Anzahl der Bestandsaufnahmen kann aber beliebig erhöht werden

Die **Flächenproduktivität** gibt den Umsatz an, der bezogen auf die Verkaufsfläche innerhalb eines definierten Zeitraums erzielt wurde. Die betriebswirtschaftliche Kennzahl hängt stark von der Branche und der Größe des Geschäfts ab. Die relevante Bezugsgröße ist der Bruttoumsatz inklusive der gesetzlichen Mehrwertsteuer. Die Flächenproduktivität kann flexibel ermittelt werden.

Die Flächenproduktivität kann für ein gesamtes Geschäft oder für einzelne Teilbereiche (z.B. Hundenahrung oder Nagerzubehör) ermittelt werden (wenn die an der Kasse oder im Warenwirtschaftssystem erhobenen Daten diese Aufteilung auf Warengruppen zulassen). Die Flächenproduktivität steht für „Flächenleistung“. Die Flächenproduktivität ist eine Kennzahl, die insbesondere im gewerblichen Einzelhandel eine wichtige Rolle spielt. Auch die Controlling Abteilungen der Unternehmen interessieren sich für diese Kennzahl besonders. Durch die gewonnenen Erkenntnisse können Artikel oder auch Sortimente besser an Bedarf und an die Wünsche der Kundschaft angepasst werden. Die Grundformel lautet: Jahresumsatz Brutto- Umsatz dividiert durch die Gesamtverkaufsfläche = Umsatz pro 1 qm Diese reicht jedoch für eine genaue Berechnung nicht aus.

Da Sortimente oder auch Betriebe unterschiedliche Regale und Gangbreiten haben, muss die Fläche, wo das Sortiment platziert ist, genau berechnet werden.

Die **Inventurdifferenz** (ID): Auch die ID ist eine sehr wichtige Kennzahl. Die Inventur (von lateinisch invenire „etwas finden“ oder „auf etwas stoßen“, lateinisch inventarium „Gesamtheit des Gefundenen“). Eine Inventurdifferenz liegt vor, wenn der bei der Inventur gezählte Bestand (Ist-Bestand) von dem in der Buchhaltung ermittelten Bestand (Soll-Bestand) abweicht. Die Grundformel lautet:

$$\frac{\text{Inventurdifferenz zu EK- Preisen}}{\text{Umsatz zu EK- Preisen}} \times 100$$

**Der Einstandspreis** (auch Bezugspreis oder Beschaffungspreis genannt) ist der Preis eines Gutes, abzüglich sämtlicher Preisabschläge (wie zum Beispiel Rabatte und Skonto) und zuzüglich der Kosten, die für den Transport des Gutes anfallen (zum Beispiel Porto und Versandversicherung). Unter dem Einstandspreis darf in Deutschland nicht verkauft werden. Dieser muss anhand von bekannten Daten erst ermittelt werden.

## Hier die wichtigsten Kennzahlen zur Errechnung im Überblick:

NettoNettoEinkaufspreis=  
Listenpreis - Rabatte - Skonto  
(Kalkulationen grundsätzlich mit dem  
Netto-Netto-Preis bis zur 3. Stelle in dem Komma)

Stücknutzen (incl. MwSt.) =  
Verkaufspreis – Einkaufspreis(Listenpreis)

Rohrertrag (incl. MwSt.)= Stücknutzen x Menge

Kalkulationsaufschlag in %=  
Stücknutzen x 100 : Einkaufspreis  
Oder Verkaufspreis : Einkaufspreis – 1 x 100

Bruttospanne in %=  
Stücknutzen x 100 : Verkaufspreis  
Oder Quickformel:  
Einkaufspreis : Verkaufspreis – 1 x 100

Kalkulationsfaktor=  
Verkaufspreis : Einkaufspreis  
oder Kalkulationsaufschlag + 1

Nettoverkaufspreis=  
Verkaufspreis : 1,19 (bei 19% MwSt.)

Nettospanne=  
Nettoertrag x 100 : Nettoverkaufspreis

Umsatz pro QM Verkaufsfläche=  
Jahresumsatz zu VK-Wert : Verkaufsfläche in qm  
Berechnung der Verkaufsfläche:  
Regallänge X (Regaltiefe + halbe Gangbreite)

Der durchschnittliche Lagerbestand =  
Anfangsbestand + Endbestand : 2  
= Durchschnittlicher Lagerbestand

Beispiel: 50.000 € + 10.000 € : 2 = 30.000 €

Infos zu Schulungen zum Thema unter: [www.lemke-training.de](http://www.lemke-training.de)