



# Wohin gehört der Müsliriegel?

14 Teilnehmer der Süßwarenbranche erwerben im Category Management Workshop von GS1 Germany Grundkenntnisse im Category Management

Zu welcher Warengruppe gehört ein Produkt? Und wie bildet und steuert ein Unternehmen seine Warengruppen umsatzfördernd und aus der Sicht des Kunden? Was gilt es beim Regalaufbau und der Regalaufstellung zu beachten? Mit diesen und anderen Fragen im Gepäck erschienen die Teilnehmer zum Workshop „Category Management“ von GS1 Germany, den SWEETS GLOBAL NETWORK mitorganisiert hat. Im GS1 Germany Knowledge Center des Kölner Dienstleisters für Standards und Prozesse entlang der Value Chain dreht sich diesmal alles rund um die Süßwaren.

Die 14 Mitarbeiter aus Vertrieb und dem Einkauf kleiner und mittelständischer Unternehmen aus Industrie und Handel sind angetreten, um Grundkenntnisse zum Führen von Warengruppen als strategische Geschäftsfelder zu erwerben. Sie wollen Category Management (CM) lernen, also wie sie auf Basis eines gemeinsamen Grundverständnisses partnerschaftlich ein effizientes und kundenorientiertes Sortiment aufbauen.

Dabei haben sie das Ziel fest vor Augen: Verbesserte Abverkaufspoten-

ziale gepaart mit einer stabilen Kundenbindung. Denn Shopper Research Studien haben bereits erwiesen: Je leichter der Käufer, neudeutsch Shopper, das gesuchte Produkt im Regal findet, desto schneller greift er zu. Wird er nicht fündig, wechselt er zu einer anderen Marke oder bricht sogar den gesamten Einkauf in der Filiale ab. Wo also sucht der Shopper zum Beispiel den Müsliriegel oder den Schokoriegel mit Keks? Beim Gebäck, bei der Schokolade oder den Müsliriegel vielleicht sogar im Fitnesssortiment?

Nicht nur in puncto Branche, sondern auch beim Wissensstand ist die Gruppe homogen: Alle starten das Seminar mit geringen CM-Vorkenntnissen. Bevor es an den praktischen Teil geht, der den Umgang mit den CM-Methoden, also auch die Sicht durch die Kundenbrille, übt, wird daher erst Fachwissen vermittelt. Es geht dabei im Kern um den ECR-Acht-Schritte-CM-Prozess. Er ist der rote Faden, der den CM-Prozess strukturiert. Er schafft ein gemeinsames Verständnis der Bearbeitung von Category Management Prozessen. Er ist die Grundlage erfolgreicher CM-Projekte zwischen Handels- und Industriepartnern.

## Erst die Theorie, dann die Praxis – so geht Category Management

„Category Management ist ein Prozess, bei dem Kategorien als strategische Geschäftseinheiten geführt werden, um durch Erhöhung des Kundennutzens Ergebnisverbesserungen zu erzielen“, erklärt Birgit Schröder, Senior-Projektmanagerin Category Management Beratung + Training bei GS1 Germany. Die zertifizierte Category Managerin weiß aus Erfahrung: Hinter dieser trockenen Definition steckt großes Potenzial, nicht nur für Großunternehmen, sondern auch für kleinere und mittelständische Unternehmen.

Damit die Seminarteilnehmer ihr Un-

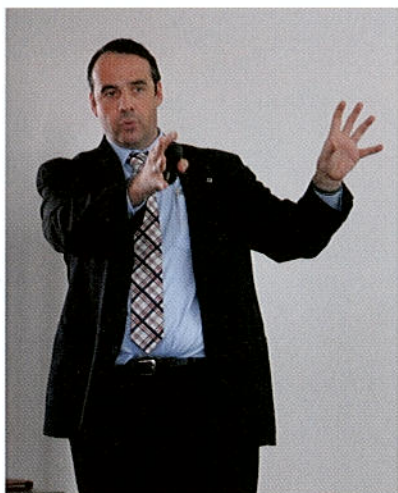


Birgit Schröder, Senior-Projektmanagerin Category Management Beratung + Training bei GS1 Germany

ternehmen dahingehend unterstützen können, müssen sie fit sein für Fragen wie zum Beispiel: Welche unterschiedlichen Bedeutungen haben Kategorien für den Händler? Wie sieht der Kunde die Kategorie? Welche Daten werden zur Kategoriebewertung benötigt? Nach welchen Kriterien werden Artikel ein- oder ausgelistet? Wie setzt die Filiale Category Management erfolgreich um? Und wie sieht das optimale Regal aus Kundensicht aus?

Stichwort Regalierung: Trotz einiger Jahre Berufserfahrung, in der sich die Teilnehmer mit dem Thema Regalaufbau und Regalanordnung schon befasst haben, gibt es auch hier neue Erkenntnisse für die Gruppe. Denn in der Praxis stoßen immer wieder der Wunsch des Händlers, ein möglichst breites Sortiment auf entsprechend ausreichend Regalmetern anzubieten, auf die Bedürfnisse des Kunden nach einer guten Übersicht, genug Bewegungsfreiheit und einer allgemein angenehmen Einkaufsatmosphäre.

Strategisch ausgerichtetes Category Management berücksichtigt und erfüllt die Bedürfnisse beider Seiten.



Thorsten Pollmüller, Leiter Category Management Beratung + Training bei GS1 Germany



Auf die Regale, fertig, los – Nach der intensiven Theoriephase tut praktische Arbeit gut

Ebenso interessant finden die Hersteller und Händler das Thema „Kundenfluss im Shop“, also welche Wege der Großteil der Kunden durch das Geschäft geht. Das untersuchen zum Beispiel sogenannte Kundenlaufstudien. Die Analysen zeigen, wo es viel Laufkundschaft auf der Fläche gibt und welche Reihen und Ecken dagegen eher verwaist sind.

### Alles, was Recht ist

Beim Thema Kartellrecht und CM gelangen die Teilnehmer auf ihnen nahezu unbekanntes Terrain. Orientierung für ein sicheres Vorankommen gibt ihnen der Vortrag von Thorsten Pollmüller, Leiter Category Management Beratung + Training bei GS1 Germany. Er begleitet das Thema Kartellrecht und CM intensiv, besonders seit dem Vorjahr. 2010 hat der Austausch preisensibler Informationen und der Verdacht illegaler Preisabsprachen in der Konsumgüterbranche hohe Wellen geschlagen.

Wie aber lässt sich am Markt agieren, ohne mit dem Kartellrecht in Konflikt zu geraten? Gerade dabei benötigen kleine und mittlere Unternehmen häufig Unterstützung. GS1 Germany verfolgt die kartellrechtliche Diskussion sehr genau und hat klare Empfehlungen für Category-Management-Prozesse entwickelt, auf deren Basis die Akteure ihre Kooperationen aufbauen und eindeutig von wettbewerbswidrigen Preisabsprachen abgrenzen können. Ganz bewusst gehen die Empfehlungen nicht an die Grenze des Machbaren, sondern bleiben sozusagen in

der Mitte der Straße – damit erst gar keine rechtlichen Unsicherheiten entstehen. Zudem sind sich die Experten in Industrie und Handel einig, dass die Zusammenarbeit auf unterschiedlichen Vertriebsstufen im Zweifel durch einen Unternehmensjuristen oder einen Anwalt begleitet werden sollte. Wer auf das notwendige Know-how zurückgreifen kann und bewusst mit dem Thema Kartellrecht umgeht, kann mit Sicherheit von Category Management profitieren.

Birgit Schröder teilt für die praktischen Übungen des Workshops Gruppen ein, die die Kategorie-Struktur für Schokowaren anhand einer Mapping-

Übung erarbeiten sollen. Dazu verteilt sie Fotos verschiedenster Schokoladenprodukte, die von den Teilnehmern in Cluster eingeteilt und benannt werden sollen. Die Herausforderung liegt hier darin, sich in die Position des Shoppers vor dem Schokoladenregal zu versetzen.

### Die Übung klingt einfach, ist aber kein Zuckerschlecken

An diesem Punkt greifen die Teilnehmer wieder ihre mitgebrachten Fragen auf: Wohin mit dem Müsliriegel mit Schokoladenüberzug, dem Schokoriegel mit Keks und dem Schaumkuss? Um einiges an Fachwissen reicher, betrachten sie die süßen Sachen mit anderen Augen und überlegen, wo im Laden und an welchem Regalplatz der Kunde sie erwartet und in welches Preissegment sie gehören.

Dabei stellen die Workshop-Teilnehmer fest: Die Übung klingt einfach, ist aber kein Zuckerschlecken. Doch mit dem anschaulich vermittelten, fundierten Fachwissen fällt es ihnen jetzt schon leichter, Warengruppen zu bilden und zu platzieren. Nach Abschluss des Seminars sind sie sich einig: Sie haben systematisch Category Management Grundlagen erworben und können nun CM-Potenziale beurteilen und mit erfahrenen Category Managern neue Lösungen entwickeln.

## Die Netzwerker von GS1 Germany

Mit elektronischen Kommunikationsstandards, einheitlichen Identifikations- und modernen Prozessstandards sorgt das Kölner Unternehmen für eine bessere Verständigung und optimierte Abläufe in der Wirtschaft – branchenübergreifend und weltweit: GS1 Germany gehört zum internationalen Netzwerk „Global Standards One“ (GS1) und ist eine der größten von mehr als 100 GS1-Länderorganisationen. Unter anderem ist das Not-for-Profit-Unternehmen in Deutschland für das weltweit überschneidungsfreie Artikelnummernsystem GTIN (Global Trade Item Number) zuständig – die Grundlage des Barcodes.

Darüber hinaus fördert GS1 Ger-

many die Anwendung neuer Technologien zur vollautomatischen Identifikation von Objekten (EPC/RFID) und bietet Lösungen für mehr Kundenorientierung (ECR – Efficient Consumer Response). Ausbildung und Fachberatung in Sachen Category Management bündelt GS1 Germany im Kompetenzzentrum CMBT. Hier sind „Category Management Beratung und Training“ (CMBT) Name und Programm zugleich. Das Angebot des Kompetenzzentrums reicht vom Basis-Seminar über den Lehrgang zum zertifizierten Category Manager bis hin zur professionellen, objektiven Beratung und Begleitung bei der CM-Implementierung.

[www.gs1-germany.de](http://www.gs1-germany.de)