



Real feilt am Sortiment

Donnerstag, 18.06.2009

Feintuning an Umfang und Platzierung mit Payback-Daten/ Von Daniel Ochs

LZ|NET. Mit einem Analyse-Tool der Payback-Schwester Emnos feilt der SB-Warenhausbetreiber Real am Sortiment. Die Umsätze steigen "signifikant", so die Zwischenbilanz.

"Wo wir den Emnos Ranger einsetzen, steigen die Umsätze signifikant", so das Zwischenfazit von Karsten Hemmer, Bereichsleiter Strategisches Category Management bei der Real SB-Warenhaus GmbH.

Rollout läuft

Abhängig von der Kategorie würden die Erlöszuwächse oft zwischen 4 und 5 Prozent liegen, sagt Hemmer, der als Projektleiter die Einführung des Analyse-Tools der Payback-Schwester **Emnos** GmbH verantwortet.

Anzeige



Für die Kategorien Süßwaren und Duschgel ist der nationale Rollout bereits erfolgt, "bei Tiefkühlkost sind wir relativ weit".

Neue Planogramme

Nach und nach soll das Category-Management-Team in Düsseldorf auch für alle anderen Kategorien mit Hilfe von Emnos neue Planogramme für den Regalinhalt und -aufbau erstellen. "Dabei geht es nicht um das Aus- oder Einlisten von Produkten", sagt Hemmer. "Der Ranger zeigt unsere Stärken und Schwächen auf."

Je nach Kategorie könne dies bedeuten, dass eine größere Sortimentsbreite und -tiefe und damit mehr Produkte nötig sind. Oder dass mehr Übersicht und damit weniger Produkte nötig sind. Besonders bei Eigenmarken habe der Emnos Ranger geholfen. Schwierig seien dagegen Auswertungen von Gewichtswaren aus der Bedienung.

Basis Payback-Daten

Basis für die Sortimentsoptimierung sind die Informationen aus den zig Millionen Kassivorgängen der **Real**-Märkte, bei denen eine Payback-Karte zum Einsatz gekommen ist. Sie schlummern in einem Data Warehouse von Teradata und werden für die Testphase in den Ranger geladen. Die Möglichkeiten der direkten Anbindung an das Datenlager werden geprüft.

Laut Hemmer deckt der SB-Warenhausbetreiber 65 Prozent des Umsatzes mit dem Loyalitätsprogramm ab. "Die Summe dieser Bons liefert die Entscheidungsdaten für den Emnos Ranger", so der CM-Fachmann. Mit reinen Bondaten wäre die Qualität der Auswertungen nicht so hoch.

Kaufentscheidungen sichtbar

"Der Ranger macht die Kaufentscheidungslogik der Kundengruppen bei Real sichtbar", sagt Dr. Gerhard Hausrucking, Geschäftsführer der Emnos GmbH. Zu den Kunden der **Payback-Schwester** zählen neben der SB-Warenhaussparte der Metro Group der französische Handelsriese Carrefour sowie die britischen Händler Morrisons und Waitrose. Emnos und Real arbeiten bereits seit Sommer 2007 zusammen, das erste

Pilotprojekt für das neue Analyse-Tool Ranger startete vor gut einem Jahr. Vor dem nationalen Rollout eines neuen Planogramms erfolgt stets der Vergleich der Umsatzentwicklung mit einer unveränderten Filiale. Mittlerweile arbeiten knapp 20 Category Manager mit der Emnos-Lösung zur Sortimentsoptimierung.