
Prechtl's Peak

Weg mit der Gießkanne!



Rotpreisen auf allen Kanälen konfrontiert. Getrieben von Herstellern sowie Sale-Praktiken meist vertikaler Mode-Konzepte gerät der Sportfachhandel zu einer Zeit in Bedrängnis, in der eigentlich noch gute Vollpreisgeschäfte möglich wären. Was also tun in diesen heißen Rotpreis-Zeiten?

Das einfachste, aber denkbar schlechteste Vorgehen: Ebenfalls mit Pauschalrabatten einsteigen – und so bares Geld verbrennen! Mindestens genauso daneben: Keinerlei Reduzierungen durchführen, um die ohnehin schwierige Spannungssituation nicht weiter zu strapazieren. Derartige Gewaltakte zum Saisonende zahlen sich einfach nicht aus. Da der Kunde gedanklich auf Sale eingestellt ist, kommt man zwar um Reduzierungen nicht herum – diese aber bitte mit Strategie:

Arbeiten Sie intensiv mit der Ware und analysieren Sie artikelgenau! Welche

Teile/Farben/Themen/ haben aufgrund des Saisonzeitpunkts keine lange Abverkaufszeit mehr oder haben sich als »Penner« herausgestellt? Reduzieren Sie diese für den Kunden merklich! Denn: Die erste Reduzierung ist bekanntlich die günstigste. Mit diesen punktuellen Reduzierungen bereinigen Sie Ihr Sortiment. Und: Durch konsequentes Herausstellen der reduzierten Themen generieren Sie Frequenz! Bewahren Sie auf der anderen Seite Ruhe bei Artikeln, die »stark« sind, aber aufgrund von Saisonzeitpunkt und/oder der Wetersituation von Ihrem Fachpersonal noch gut regulär verkauft werden können.

So haben Sie die Chance auch im Sommer ertragreichen Umsatz zu machen!

In diesem Sinne wünsche ich Ihnen erfolgreiche Sommermonate ohne Gießkannen-Sale!

Ihr Philipp P. Prechtl

So manch einer assoziiert damit im Sommer eine spritzige Erfrischung oder das abendlichen Blumengießen. Ihnen als Sportfachhändler schießt mit Sicherheit ein anderes Bild in den Kopf – die »Gießkanne« als Sinnbild für breite und scheinbar unkontrollierte Reduzierungen zum Saisonende.

Die Endverbraucher werden auch dieses Jahr frühzeitig mit einer Flut von