

GROSSHANDEL

BRANCHENERFAHRUNG
VORGEHEN
NUTZEN FÜR DEN KUNDEN

comes

„Die Ausgangsfrachten sind überraschend teurer geworden.“

„Der Wirtschaftsprüfer hat im 13. Monatslauf das Jahresergebnis vernichtet.“

„Die Lieferanten wollen ihr Geld haben.“

„Das Wetter war wieder schlecht, die Läger sind voll.“

FAKTEN UND TRENDS

Der deutsche Großhandel gruppiert sich in die unterschiedlichsten Branchen wie z. B. Elektro-, Sanitär-, Möbel-, Lebensmittel-, Sonderposten- und Textilhandel, Heimtextilien, Medizinischer Großhandel, Technischer Großhandel usw. Grundsätzlich sind diese Großhändler Mittler zwischen Industrie und Facheinzelhandel, in der heutigen Zeit mit einem mehr oder weniger starken Importanteil aus Fernost.

Der Verband Großhandel und Außenhandel nennt Zahlen und Fakten: Die knapp 120.000 Unternehmen der Wirtschaftsstufe haben 2012 rund 1,3 Millionen Menschen beschäftigt und einen jährlichen Umsatz von 1,1 Billion Euro erwirtschaftet.

Ein Zukunftsmarkt sind unternehmensnahe Dienstleister, die im Handelsgeschehen immer häufiger spezialisierte Arbeiten übernehmen. Inzwischen sind deutschlandweit mehrere Millionen Arbeitnehmer im unternehmensnahen Dienstleistungssektor beschäftigt.

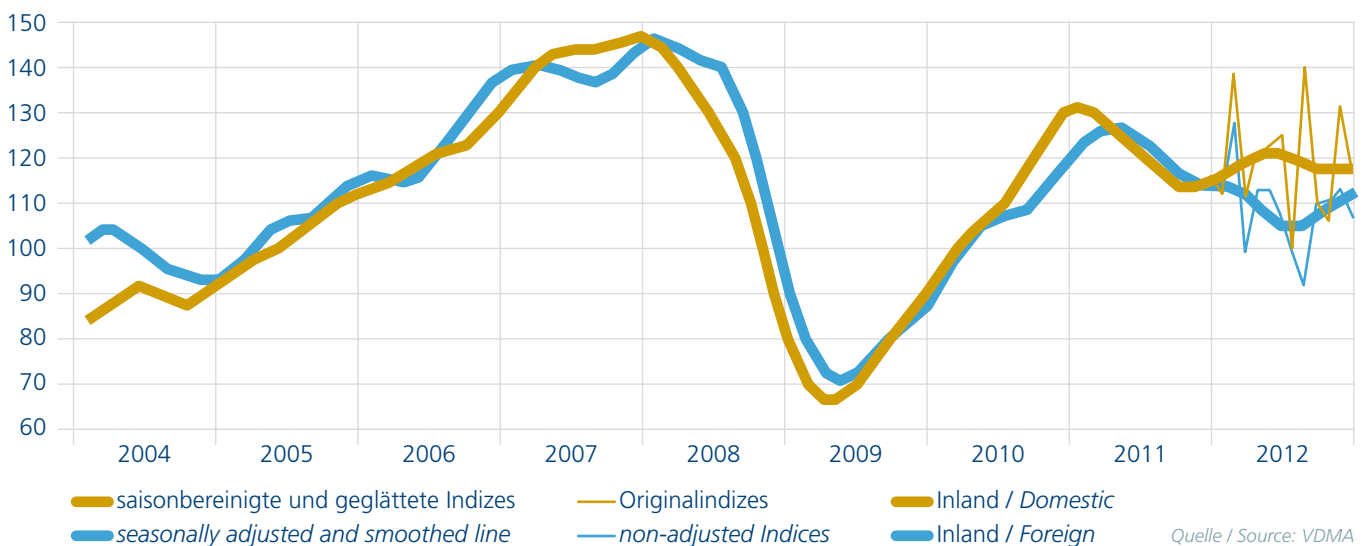
Kernkompetenzen sind:

- Mengenumverteilung
- Lagerhaltung und Logistik, weitere Dienstleistungen
- Sortimentsgestaltung
- Veredelung

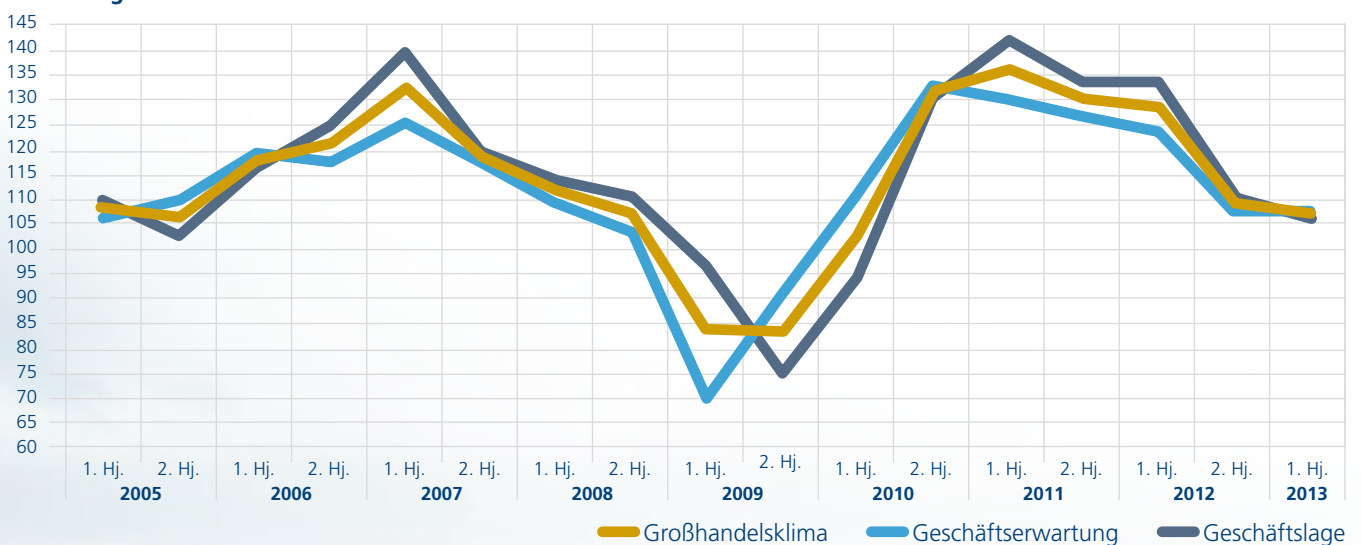
Jede dieser vier Kernkompetenzen bietet je nach Branche unterschiedliche Chancen und Risiken.

Auftragseingang im deutschen Maschinenbau / Incoming orders in German mechanical engineering

preis- und saisonbereinigte Indizes, glatte Komponente, Basis Umsatz 2010 = 100 / Volume Index Turnover 2010 = 100



Entwicklung des Großhandelsklima-Indikators



Das Konjunkturbarometer des deutschen Großhandels folgt der Auftragseingangsentwicklung der produzierenden Industrie in hohem Maße.

UNSERE KERNFRAGEN AN DAS UNTERNEHMEN



Kunden und Produkte

- Entwicklung der Alt- und Neukundenstrukturen; Kundenfluktuation?
- Alleinstellungsmerkmale bei den Produkten? Nur allgemeine Handels- oder auch Exklusivprodukte (Private Label)? Guter Sortimentsmix? Neue Produkte?
- Verhandlungsstarker, kompetenter Vertrieb/Key-Account-Manager oder regionaler Außendienst?



Kalkulation, Controlling

- Aktuelle Preislisten?
- Nur Margenbetrachtung oder auch Deckungsbeitragsrechnung nach Branchen bzw. Warengruppe?
- Kundenrentabilität: Berücksichtigung der Bezugsnebenkosten, WKZ, Kosten der Warenabgabe und Weiterverarbeitung, Lagerhaltung/Belieferung?



Bestandsmanagement, EDV

- Lagerbestandskontrolle, Renner-/Penner-Auswertungen und Maßnahmen, geringe Risikobestände?
- Unterjährig mitlaufende Inventur und mitlaufende Rohertragsverfolgung?
- Warenwirtschaftssystem abgestimmt mit der Finanzbuchhaltung?



Einkauf

- Starker, kompetenter Einkauf?
- Deckelung von Währungsrisiken?
- Limitplanung (Budgetierung des Einkaufsvolumens entsprechend der verfügbaren Liquidität)?



Lager, Logistik

- Effiziente Kommissionierung?
- Geringe Anzahl von Teillieferungen? Gutes Reklamationsmanagement?
- Geringe Logistikkosten (regelmäßige Neuverhandlungen)?

COMES-BERATUNGSLEISTUNGEN FÜR HANDELSUNTERNEHMEN

Neben den klassischen Inhalten der Beratung – wie Aufnahme des gesellschaftsrechtlichen Umfeldes und der Organisation sowie einer Bilanzanalyse – konzentrieren sich die Berater der comes auf die branchenspezifische Beratung zur Unternehmensneuausrichtung. Dabei liegt bei uns ein besonderer Fokus auf konkreten, umsetzbaren Vorschlägen, auf der anschließenden Maßnahmenumsetzung und auf der Begleitung des Unternehmens nach der Analysephase und der Berichtspräsentation.

Neuausrichtung eines Handelsunternehmens

Im Mittelpunkt steht hier zunächst die Analyse der Kunden- und Warengruppendeckungsbeiträge und der Warenbestände (Lagerumschlagshäufigkeit). Hierzu analysieren wir:

Kundenaufträge zusammengefasst nach Branchen

- Umsatz- und Roherträge sowie Deckungsbeiträge (Skonti, Boni, WKZ, Listinggebühren, Regalpflege, Delkredere, Veredelung usw.)
- Kundenentwicklung (Altkunden, Neukunden, Fluktuation)
- Zahlungsziele
- Verändertes Kaufverhalten, Kundenstrukturen

Wettbewerbssituation, Substitutionsgefahr

- Positionierung im Wettbewerbsumfeld nach den Kriterien Innovation, Kundenorientierung und Kostenführerschaft
- Risikobewertung des Marktumfeldes

Warengruppen und Lieferanten

- Umsatz- und Roherträge
- Warenumschlag, Bestandsrisiken (Renner/Penner)
- Zahlungsziele der Lieferanten
- Lieferrisiken (Lieferdauer, saisonale Abhängigkeit, Single-Source, Rohstoffe)

Nach der Chancen- und Risikobetrachtung der Märkte analysieren wir in Gruppenarbeit mit Mitarbeitern die Stärken und Schwächen in der gesamten Kundenbetreuung und der Auftragsabwicklung und leiten Maßnahmen ab.

Typische Ergebnisse sind:

- Ertragssteigerung der strategischen Geschäftsfelder, Maßnahmen zum Marketing, zur Akquisition und zur Kundenbetreuung
- Einkaufsoptimierung unter den Gesichtspunkten: Bestands- und Liquiditätsrisiken verringern, Verbesserung der Einkaufskonditionen
- Optimierung der internen Logistik (Lagerhaltung, Kommissionierung) und externen Logistik (Belieferung, Haupt- und Feinverteilung)
- Verbesserung der Reklamationsbearbeitung

Dabei unterlegen wir die Maßnahmen mit entsprechenden Controllingauswertungen zur Messbarkeit des Erfolges.



comes
UNTERNEHMENSBERATUNG

IHR COMES-TEAM



comes Unternehmensberatung Hamburg

Tel.: 040/73 67 68-0
Fax: 040/73 67 68-10
hamburg@comes.de
Ansprechpartner: Christoph Kraemer

comes Unternehmensberatung Bremen

Tel.: 0421/22 22 788-0
Fax: 0421/22 22 788-20
bremen@comes.de
Ansprechpartner: Wolfgang Uhlen

comes Unternehmensberatung Berlin

Tel.: 030/89 04 89-60
Fax: 030/89 04 89-70
berlin@comes.de
Ansprechpartner: Bernd Janker

comes Unternehmensberatung Oldenburg

Tel.: 0441/35 09 17-90
Fax: 0441/35 09 17-92
oldenburg@comes.de
Ansprechpartner: Dr. Bernhard Becker

Referenzen zum Großhandel finden Sie unter www.comes.de