



Der stationäre Handel wandelt sich vom Warenversorger der Nation zum Ort der Inspiration, der Freizeitgestaltung und der Erlebnisse. Das bedeutet, dass auch die Sortimente sich verändern müssen, um den veränderten Kundenwünschen gerecht zu werden. Wir haben ein Arbeitsbuch entwickelt, das stationären Händler\*innen helfen soll, eine qualifizierte Sortimentsanalyse durchzuführen und so das eigene Sortiment bestmöglich auf die eigenen Kund\*innen auszurichten. Damit begleiten wir Händler\*innen auf ihrem Weg zum optimalen Sortiment.

Von dieser ersten Ausgabe sind nun ~~nur noch 15 Stück an unserem Lager~~. Wer also noch eines davon ergattern möchte, sollte sich ranhalten, denn **eine weitere Auflage ist nicht geplant**.

**Update:** Das Buch ist leider vergriffen. Die Inhalte stehen Ihnen auf der Lernplattform innector zur Verfügung.

Das Arbeitsbuch „Sortimentsanalyse im stationären Handel“ führt die Nutzenden mithilfe von über 50 Fragen durch den Analyseprozess. Beginnend mit einer kurzen Beschreibung



dem sich der Laden befindet. Und mit dem fünften Abschnitt folgt dann die **Umgebungsanalyse**, mit der das den Laden direkt umgebende Angebot unter die Lupe genommen wird.

Abschließend wird mit unserem **Quick-Check** die **Sortimentsgestaltung im Laden** und die **Flächennutzung** untersucht.

Sind diese Analyseschritte durchlaufen, liegen viele nützliche Antworten vor, die nun in eine Maßnahmenplanung überführt und mit entsprechenden **Key Performance Indikatoren (KPIs)** versehen werden, um die Zielerreichung und damit Sinnhaftigkeit der getroffenen Maßnahmen später überprüfen zu können.

Alle Fragen können direkt im Arbeitsbuch beantwortet werden. So wird das Buch zum wichtigen Begleiter zu Ihrem optimalen Sortiment und kann immer wieder hervorgeholt werden, um weiter darin zu arbeiten, Ideen und Beobachtungen nachzutragen oder die Analysen regelmäßig zu wiederholen.

Strukturierte Analysen für das eigene Handeln sind immer besser als Bauchgefühl oder „Haben-Wir-Schon-Immer-So-Gemacht“.

*Heike Scholz, Autorin dieses Arbeitsbuchs*

Der Händler muss den Kunden durch seine Produkte inspirieren und überraschen.

*Marina Schimmel, Autorin dieses Arbeitsbuchs*

[Mehr Infos](#)