



Fotos: Outdoor Hartwig

Aus dem Tagebuch eines Gartenmöblers

Outdoor hartwig bietet die Lösung zur Maximierung der Flächenproduktivität

Wer kennt ihn nicht? Den alljährlichen Spießrutenlauf um die richtigen Artikel und Werbeanstöße im Gartenmöbel-Sortiment. Tagelang wird gesucht, abgewogen und verhandelt, bis schließlich ein hoffentlich guter Sortimentsmix für die nächste Saison erstellt wird. Dann kommt das, wovor es jedem Kenner graut: Fotos müssen her, am liebsten natürlich gute Fotos. Da die meisten Artikel jedoch aus Fernost kommen und viele Importeure nicht mit aufwendigem Fotomaterial bestückt sind, bleiben nur die Varianten, selbst in die Tasche zu greifen und aufwendig zu fotografieren und zu lithografieren oder sich mit dem eher mäßigen, vorhandenen Bildmaterial zufriedenzugeben. Notfalls bildet man den Artikel einfach in Briefmarkengröße im Prospekt ab. Im Frühjahr schließlich die Probleme mit der Warenversorgung, speziell aus Asien. Es könnte einem vorkommen, dass viel zu spät gelieferte Prospektware heute als Kavaliersdelikt gilt, was mit tollen Angeboten für die darauffolgende Saison zu kaschieren versucht wird. Dabei bleiben die Wünsche und Bedürfnisse unser aller Endverbraucher nicht selten auf der



Nico Hartwig

Strecke. Oder die Artikel fallen aufgrund des Verhandlungsgeschicks des Einkäufers einfach etwas kleiner, schmaler oder leichter aus. Dann die Präsentationsphase auf der Fläche. Es wird gerückt und gedrückt. Kissen werden von der Dekoabteilung zugeordnet. Doch dieses ist nach dem ersten Zustrom der Verbraucher schnell Makulatur. Und niemand weiß so richtig, wie was stand. Kissen liegen lose auf Klappsesseln und nicht häufig in vielen unterschiedlichen Dessins auf nur einer Gruppe. Jeder kennt diesen Zustand und den damit verbundenen Frust. Es kann aber auch anders gehen. Nico Hartwig hat mit seiner Firma Outdoor seit vielen Jahren ein Team von Experten um sich

geschart, die aus den verschiedensten spezialisierten Teilbereichen die erfolgsversprechenden Impulse geben. Das Leistungsspektrum ist so umfangreich, dass eine reguläre Handelsstruktur gleich welcher Größe es für einen so kleinen Sortimentsbereich wie Gartenmöbel kaum rentabel erbringen kann:

- Erstellung von einem umsatzstarken Sortiment mit vielen deckungsbeitragsgesicherten Exklusivmodellen,
- Preisverhandlung mit allen Lieferanten zur Renditeoptimierung und eine nachfrageoptimierte VKP-Empfehlung für die jeweils unterschiedlichen Monate der Saison,
- Verkaufstarke Prospekte die über einen Baukasten den unterschiedlichen Vertriebsformen angepasst werden können und Möglichkeiten zur Individualisierung und eigenen Verkaufspreisgestaltung geben,
- Ausführliche Schulungen und Workshops für das Verkaufs- und Leitungspersonal am Firmensitz im Münsterland, vor allem unter abschlussfördernden und reklimationsreduzierenden Aspekten,
- Erstellung eines Workbooks, sodass die Mitarbeiter alle not-

wendigen Details zu den Artikeln jederzeit im Griff haben und auch Wochen später noch nachlesen können,

- Erstellung von verkaufsfördernden Tischaufstellern zur Erhöhung der Zusatzverkäufe,
- Formulierung von echten Nutzenargumenten für den Endverbraucher, die eine hohe Abschlussquote auch mit durchschnittlichem Verkaufspersonal und Aushilfen ermöglicht,
- Gestaltung von Setcards, mit denen die Verkaufsfläche auch nach vielen Wochen noch aussieht wie am ersten Tag,
- Checklisten zur routinierten Kontrolle der Verkaufsfläche.

Damit nichts schiefgeht, werden alle Ideen, Produkte und Neuerungen im eigenen Test-Laden in Rheine geprüft und entwickelt. „Gartenmöbel. Kassenfertig.“ Mit diesem Slogan und einer Idee zur Problemlösung ist Nico Hartwig vor vielen Jahren gestartet. Heute übernimmt er mit seinen Mitarbeitern große Teile des Backoffices der einzelnen Teilnehmer, die sich so mehr auf den eigentlichen Vertrieb und die Steuerung vor Ort konzentrieren können. Weitere Informationen erhalten Sie unter mail@outdoor-konzept.de. **Me**