

Zankapfel Outletcenter

Der BTE hat vor wenigen Tagen öffentlich an die Modeindustrie appelliert, keine aktuelle Ware in die Outlets zu geben und die Halbjahresfrist bis zum Verkauf im Outlet einzuhalten. Wie Sie sich als Händler gegen FOCs wappnen können.

[Redacted text block]

[Redacted text block]

'mi' hat die Expertin und Beraterin **Sandra Volz (Fashion Coaching Consulting, Karlsruhe)** befragt, wie Händler mit dem Problem umgehen sollten. Volz sagt, es mache als Händler wenig Sinn, in der Nähe eines Factory Outlet Centers dieselben Marken anzubieten. Die Handelsexpertin rät, immer wieder neue Themen,

neue Ideen zu entwickeln, statt sich auf eine Prozentschlacht einzulassen. „Als Mittelständler kann man die Preiskriege gegen die Größeren nur verlieren. Mittelständische Händler müssen auf der Leistungsseite gewinnen. Besser sind gezielte Aktionen mit bestimmten Marken, oder Warengruppen, also glaubwürdige Aktionen, die zeitlich limitiert sind. Bei einer höheren Überhangsquote kann auch selbst temporär ein Outlet betrieben werden, z. B. über die Anmietung eines Leerstandes mit einem Abverkauf über zwei mal

drei Tage. Bei hohem Warendruck kann auch 'drei Teile für den Preis von zwei' ein erfolgversprechendes Thema sein. Zu empfehlen ist auch ein intensiverer Kontakt mit den Herstellern, um Ware zu tauschen oder evtl. auch zurückzugeben.“

Volz empfiehlt, das Sortiment (Marken oder Bestandteile) anzupassen: „Ich bin ein Fan von Accessoires, von Direktverkauf, evtl. auch Zukauf von Eigenmarken, dies ist jedoch



Bekanntheit, Image und Vertrauen gegenüber dem Konsumenten darstellen. Eine weitere Alternative wäre ein Concept-Store-Charakter, mit Waren aus anderen Bereichen. Leider ist man in den Zukäufen fremder Produkte aber

oft warenfremd, das Risiko der Unrentabilität somit gegeben.“

[Redacted text block]

mengen- und größenabhängig. Das birgt eine höhere Marge, eine Alleinstellung und kurzfristigeren modischen und damit auch optischen Wechsel für den Konsumenten. Mehr Sicherheit bekommt man auch durch den kurzfristigen Einkauf in der Saison, wo man zu den Herstellermarken schon Erfahrungswerte hat. Allgemein würde ich einen Anteil von eigenen Produkten, Zukauf von max. ca. 30 % empfehlen, da natürlich die Herstellermarken schon

[Redacted text block]