

Das neue ABC des Buchhandels

A

Sortiment: Breit und tief, „alles“ = ca. 50.000 Titel u. mehr; hoher Grad an Verfügbarkeit

Flächenbedarf groß: Ab 600 qm aufwärts
Präsentation: 50 : 50
Frontal/Rücken

USP = „INSTANT SHOPPING“

Service-Bedarf: Niedrig
LUG ca. 7
BS-Anteil 10%

Personal-Kompetenz: Quick-Selling, hohe Distributions- und Präsentations-Kompetenz

Zielgruppen: Entsprechen dem Werbekonzept „Streuwerbung“ via Massenmedien

B

Sortiment: Klein - begrenzt auf das Notwendigste. Hoher Bestellanteil. Flächenbed. ca. 80m²

Präsentation: 40 : 60
Frontal/Rücken

USP = Bequemlichkeit durch Kauf vor Ort

Service-Bedarf: hoch
LUG ca. 4

Personal-Kompetenz: Bibliographie-Kompetenz, beste Marktkennntnisse

Zielgruppen: Viele Kunden mit hoher Buchhandelserfahrung; daneben Gelegenheits-

C

Competenz-Typ: Intelligente Warenbündel, ab ca. 300 qm.

Präsentation: 40 : 60
Frontal/Rücken

USP = Wert-Identität und Professionalität

Service-Bedarf: hoch

Kompetenz: Sozial anschiemgsam; hohe Ziel-gruppen-Identität

Spezialisten auf hohem Niveau

Compact-Typ: Schmal und tief, ca. 200 qm

20:80

USP = Verfügbarkeit, Abholstation

LUG ca. 4, Service-Bedarf niedrig

Kompetenz: Genaue Markt- + Lagerkenntn. Zielgruppen:

Populäres Publikum

PSM

Zum vorigen Bild:

Das „neue ABC“ des Buchhandels ist der Versuch, mit dem früher undifferenzierten Bild der allgemeinen Buchhandlung aufzuräumen. Es gibt im Grunde keine allgemeine Buchhandlung - es gibt diverse recht verschiedene.

Das Tableau auf der vorigen Seite beschreibt die vier Basis-Betriebstypen anhand einiger

weniger Merkmale. Sie unterscheiden sich zum Beispiel hinsichtlich

- der Ladenfläche und der damit nutzbaren Präsentation
- der Titelvielfalt
- der betriebswirtschaftlichen Kennzahlen wie Lagerumschlagsgeschwindigkeit oder Bestellanteil

- der Qualität der Handelsleistung (Service, Beratung, Präsentation) etc.

Mehr zum Thema finden Sie in dem Artikel „4 Typen mit Profil“, ebenfalls im Downloadbereich der Website

www.psm-consult.de

PSM