

# HORN Richtlinienkatalog für Lieferanten

zur Maximierung der schnellen und effizienten vertrieblichen  
Vermarktung Ihrer Produktpalette



	1. valide Daten	2. Einlagerung	3. Laden-Präsentation	4. Werbung durch HORN	5. Marketing (SEA)	6. vertriebsfördernde Maßnahmen
KOSTEN	Ohne Berechnung		Präsentationsmiete	Gebühr nach Aufwand	WKZ	Schulungspauschale
ZIEL	<ul style="list-style-type: none"> <li>ERP- Einspielung</li> <li>WebShop- Einspielung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Einlagerung ausgewählter Artikel aus Ihrer Produktpalette</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Bestückung von Regalfläche/ Ausstellungsfläche</li> <li>etwa 20-30% der gesamten Ladenfläche stehen zur Verfügung</li> <li>exklusiven Präsentationsplatz sichern!</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>wählen Sie, wo Sie sich präsentieren wollen!</li> </ul> <ol style="list-style-type: none"> <li>Newsletter</li> <li>Slider auf Shop</li> <li>News der Homepage</li> <li>Shoppage</li> <li>Flyer (Print)</li> <li>Sponsorenlinks</li> </ol>		<ul style="list-style-type: none"> <li>Schulungspauschale Mitarbeiter, extern (Anfahrt, Verpflegung, Hotel)</li> <li>Schulungspauschale Mitarbeiter, intern (Raum, Verpflegung, Arbeitszeit)</li> <li>Kundenschulung</li> </ul> <p><b>extern*:</b> 400,- €/Mitarbeiter, 200,- €/Azubi</p> <p><b>intern*:</b> 59,- €/Std./ Mitarbeiter/Azubi</p> <p><b>*netto ohne Umsatzsteuer</b></p>
VORAUSSETZUNG	Datenlieferung Standard BMEcat	Kooperationsvertrag				

**Folgende Richtlinien haben mit sofortiger Wirkung Bestand:**

- Anteilige Berechnung der Reparatur/Aufbereitung von Artikel-Stammdaten für WebShop, ERP und Logistik.
- Unterzeichnung des Lieferantenvertrages. Eine Abänderung der Vertragsregeln führt zur Berechnung der anfallenden Verwaltungskosten.
- 1x im Jahr Planung von Verkaufsaktionen / Mitarbeiter- und Kundenschulungen / Cashback Systeme / WKZ / Einkaufspreisen im Jahresgespräch vor dem Beginn des Planungsjahres, damit wir die Strategie für Sie zum neuen Jahr anpassen können. Andernfalls würden wir unseren Kunden unklare Vorschläge unterbreiten, da wir die Bedingungen nicht im Vorfeld kennen. Ohne Verhandlung gehen wir ab dem 15. Dezember von den gleichen Bedingungen/ Zustimmungen im folgenden Jahr wie im abgelaufenen Jahr aus.
- Wir wollen unser Ziel auf jeden Fall erreichen. Da Belohnungssysteme sehr individuell sind, können wir kein digitales Überwachungssystem dafür erstellen. Die Überwachung durch eigenes Controlling können wir nicht leisten. Wir erwarten alle 3 Monate eine schriftliche Gewinn/ Umsatzwarnung. Sollten die Quartals-Warnungen nicht nachweislich durch die Bestätigung unseres strategischen Einkaufs, in Person Herrn Thomas Preis, eingetroffen sein, behandeln Sie unseren tatsächlich erzielten Umsatz wie den in der schriftlichen Vereinbarung zu erzielenden maximalen Zielumsatz. Die bestätigte Meldung an uns garantiert, dass wir unser Ziel nicht aus den Augen verlieren.
- Sortimentsfestlegung des Warengruppenmanagers. Die Festlegung der Daten für ein überschaubares Teilsortiment ist kostenfrei.
- Rückgabe von Restanten (Ladenhütern, MHD abgelaufen, etc.) nach spätestens 12 Monaten Lagerdauer ohne Verluste für HORN. Alle Möglichkeiten der Planung mit uns liegen vor. Kein Händler kann in digitalen, maximal transparenten Märkten das Risiko von Markenartikeln und deren Marktpreisentwicklung übernehmen.
- Showroom – Vermietung der Regale im Ladengeschäft inkl. Pflege/Diebstahlschutz/Beratung. Wir fordern hierbei Mystery-Shopping und Präsentation der Ergebnisse, damit wir besser werden können.
- Alle Show-Artikel im Ladengeschäft sind kostenfrei zu liefern und werden bei Serienwechsel unverpackt, unfrei zurückgesendet oder entsorgt. Wir kümmern uns um die Präsentation/ Beratung.
- Sie entscheiden, ob ihr Marken-Artikel verkauft wird:
  1. Online mit WebShop-, eBusiness- und Logistikteam. Die werbetaugliche Präsentation übernehmen in dem Fall Sie und HORN die Logistik- und Abrechnungssysteme. Keine Präsentation im Showroom.
  2. Online mit WebShop-, eBusiness- und Logistikteam, jährlich finanziertem Showroom- Bereich, Fach-Beratung im Thekenbereich, Präsentationspflege sowie über unser Fachaußen- und Innendienstteam.

Beide Varianten verursachen unterschiedliche Kosten.

Gut ausgebildete Fachkräfte mit Produktkenntnissen werden nur dann mehr, wenn HORN zukunftsfähige Arbeitsplätze und entsprechende Weiterbildung bietet.

Unser Kunde bezahlt die Mitarbeiter von HORN über den Preis ihrer Marken-Produkte.

Marken-Produkte, die nicht mehr den notwendigen Deckungsbeitrag erwirtschaften, können wir jedoch nur online als WebShop-Artikel verkaufen.

Das kommunizieren wir auch unseren Kunden so, um nur die Wertschöpfung zu fördern, die HORN den notwendigen Deckungsbeitrag für persönliche Kundenberatung im Außendienst und im Telefonverkauf, bei der Erstellung individueller, schriftlicher Angebote, bei der professionellen Angebotsverfolgung sowie in der Innen- und Außendienstbetreuung generiert.

#### Die Verkaufsmodelle fordern unterschiedliche Kosten im Handel:

1.0 Die Bereitstellung von Produkten und Dienstleistungenauf unseren Plattformen erzeugt monatliche Pflege-, Entwicklungs- und Lizenzkosten.

1.1 Eine individuelle Auftragserfassung inkl. Fachberatung im Innendienst erzeugt durchschnittliche Kosten pro Auftrag von ca. 20,- Euro (je nach Umfang, Beratungsdauer, Lager- oder Sonder- /Bestellartikel, Kalkulation-/Lieferzeitermittlung).

1.2 Eine individuelle Bedienung an einer Ladentheke mit Pflege des Showrooms erzeugt durchschnittliche Kosten pro Kunden von ca. 20,- Euro (je nach Umfang, Beratungsdauer, Lager- oder Sonder- /Bestellartikel, Kalkulation-/Lieferzeitermittlung).

1.3 Ein individuell, schriftlich kalkuliertes Angebot erzeugt durchschnittliche Kosten pro Angebot von ca. 20,- Euro (je nach Umfang, Beratungsdauer, Lager- oder Sonder-/Bestellartikel, Kalkulation-/Lieferzeitermittlung).

1.4 Ein Außendienstbesuch (Mitarbeiter, Fahrzeug, Telefon, EDV, ...) erzeugt Kosten zwischen 75,- und 250,- Euro (je nach Gesprächsdauer/Entfernung zum Kunden/Vor- und Nachgesprächsbearbeitung).

Die Punkte 1.2 bis 1.4 bieten viel Potential, aber auch erhebliches Risiko in einer digitalisierten Welt, da durch den transparenten Preis des Produktes der Deckungsbeitrag sinkt und der Kostendruck steigt. Dies dürfte bei allen Handelshäusern weltweit in etwa die gleiche ökonomische Herausforderung darstellen. Ob B2C- oder B2B-Handel.

Diese Aufstellung dient dazu, Ihnen die anfallenden Prozesskosten der Firma HORN transparent darzulegen.