

# FACILITY MANAGEMENT FÜR RETAILER



**IN DEUTSCHLAND EXPANDIEREN DIE HANDELSGESELLSCHAFTEN UND GRÜNDEN NEUE FILIALEN. GRÜNDE LIEGEN EINERSEITS IM VERDRÄNGUNGSWETTBEWERB UND ANDERERSEITS IN DER POSITIVEN EINSCHÄTZUNG DER MARKTENTWICKLUNG.**

Die Wiederbelebung des Arbeitsmarktes setzt nach der Umsatzsteuererhöhung wieder positive Signale in Richtung Kaufkraftentwicklung. Im Bereich der Facility Management- bzw. FM-Leistungen können die Handelsgesellschaften Antworten auf hohen Kostendruck finden. Ein Instrument zur Steuerung der Kosten besteht im Filialplan und hier im Bereich der relevanten FM-Kosten.

## HANDLUNGSAKTIVITÄTEN

Bei der Hebung von Einsparpotenzialen im Facility Management lassen sich zwei grobe Handlungsalternativen zur Senkung der Kosten aufzeigen:

- Einerseits können im Bereich der Faktorpreise, z.B. für Flächen-, Energie- und Reinigungspreise, Verhandlungserfolge erreicht werden. Hier sind durch Zentralisation des Vertragsmanagements Win-Win-Situationen mit Auftragnehmern erreichbar, indem die Erfolge aus Kostendegressions- und Lernkurveneffekten auf Vertragspartner aufgeteilt werden. Am Markt sind deutliche Tendenzen zur horizontalen Diversifikation erkennbar, z.B. in der Gründung von eigenen Immobilienservicegesellschaften.
- Andererseits sind durch Monitoring der Faktorverbräuche am Bedarf Einsparungen im Umgang mit Ressourcen auf Filialebene möglich. Beispielsweise können durch Flächenreduktion, Senkung der Energieeinheiten oder Senkung des Instandhaltungsanfalls – ohne Ein-



schränkungen auf den Bedarf – Kosten der Filialen gesenkt werden. Oft liegen die Ansatzpunkte von Ressourceneinsparungen auch in der technischen Gebäudeausstattung der Filialen. Aufgezeigt werden können mengenmäßige Einsparpotenziale z. B. durch den Erfahrungsaustausch von Heiztechnikern und Filialleitern über den Umgang mit Ressourcen auf Filialebene. Hier können Zielkorridore als „Sollwerte“ definiert und den Ist-Werten gegenübergestellt werden. Zudem können branchenspezifische Benchmarks in den Prozessen zu Vergleichszwecken herangezogen werden.

## VORAUSSETZUNGEN FÜR DIE HEBUNG DER EINSPARPOTENZIALE

Damit Einsparpotenziale ausfindig gemacht werden und die pro Filiale eingesetzten Ressourcen und deren Preise gesenkt werden können, ist eine Transparenz der Kennzahlen auf Filialebene Voraussetzung. Hierzu werden alle relevanten Facility Management-Ressourcen und deren

Kosten innerhalb eines Filialplans abgebildet. Wichtig dabei sind die Leistung der relevanten Ressourcen in Menge und Preis je Betrachtungszeitraum sowie die Summe der relevanten FM-Kosten pro Ressource und pro Filiale. Die Kennzahlen, die verglichen werden sollen, werden innerhalb der nach Größen- und/oder Ausstattungskluster gruppierten Filialen über den Betrachtungszeitraum ermittelt: in einzelnen FM-Positionen, in Zwischensummen und in Summen als Plan- und Ist-Werte. Der Filialplan dient der Ursachenforschung und gibt den Einstieg in die Beantwortung der Frage: „Wo müssen wir suchen, um Kosten zu senken?“

## KRITERIEN FÜR DIE QUALITÄT DES FILIALPLANS

Der Filialplan sollte bestimmte Qualitätskriterien erfüllen, um FM-Kosten wirklich senken zu können:

1. Die Vollständigkeit der FM-Kosten auf Positionsebene, pro Filiale und pro Periode ist die grundlegende Voraussetzung für Interpretation und Vergleichbarkeit



**FACILITY MANAGEMENT.**  
**UNSER KNOW-HOW – IHRE SAP®-LÖSUNG.**

Eröffnen Sie Ihrem Unternehmen neue Perspektiven – mit effizienten Lösungen für das kaufmännische Facility Management. Nutzen Sie auch die Einsparpotentiale, die der Einkauf von Dienstleistungen für das technische Gebäudemanagement bietet. Sprechen Sie mit uns:  
**Tel.: (030) 5017 2184** oder besuchen Sie uns im Internet unter [www.wincor-nixdorf.com](http://www.wincor-nixdorf.com)

**EXPERIENCE MEETS VISION.**

**WINCOR**  

---

**NIXDORF**

- der Kosten und Verbräuche. Hier sind in vielen Fällen die kalkulatorischen Kosten zur Vergleichbarkeit zu berücksichtigen.
2. Die Darstellungsform sollte ein schnelles Nachvollziehen der relevanten Tatbestände wie z.B. Kosten- oder Ressourcenanstiege ermöglichen.
  3. Kontinuität in der Struktur des Filialplans steigert die Transparenz und Einfachheit im Umgang mit dem Filialplan.
  4. Wenig Spielraum in der Interpretation der Ergebnisse des Filialplans ist ein wichtiges Qualitätsmerkmal, welches bereits bei den abhängigen Geschäftsvorfällen beginnt. Beispielsweise kann die Vergleichbarkeit nur erreicht werden, wenn die Definition der Konten und deren relevanten Buchungsvorgänge über alle Filialen gleich und eindeutig ist. Hier unterstützt eine Kontierungshilfe die manuellen Buchungen.
  5. Die organisatorische Einbettung des Steuerungsinstrumentes „Filialplan“ ist eine Voraussetzung, um z.B. die Mitarbeiter der Filiale in die Erarbeitung

operativer Handlungsempfehlungen einzubinden.

6. Der Aufwand zur Erstellung des Filialplans sollte im Verhältnis zur Wertschöpfung stehen. Hierbei unterstützen z. B. geeignete IT-Prozesse.

#### AUSWIRKUNGEN DES EINSATZES DES FILIALPLANS ALS STEUERUNGSMITTEL

Durch die Nutzung des Filialplans können die Händler entscheidende Wettbewerbsvorteile gegenüber dem Mitbewerber erzielen. Die gewonnene Transparenz ermöglicht, dass die Senkung der Kostenstrukturen im Facility Management einen stärkeren Einzug in die Verhandlungen der Filialisten mit Geschäftspartnern erhält. Folgende positive Auswirkungen können erzielt werden:

- Stärkung der Verhandlungsposition des Händlers, wenn es um Faktorpreise geht
- Anbieter von modernen Energie- und Dienstleistungskonzepten finden im Angebot von Handelsflächen ihren Platz
- Preise für Facility Management-

Leistungen werden innerhalb des Filialplans permanent auf den Prüfstand gestellt

- FM-Vertragsabschlüssen unter Berücksichtigung vorweggenommener Erfolge steht ein geeignetes Instrument des Monitorings zur Verfügung

Der Filialplan als Steuerungsinstrument birgt also erhebliche Einsparpotenziale für Retailer im Bereich des Facility Managements.

Ein Beitrag von Lars Böttcher,  
Wincor Nixdorf Retail Consulting GmbH