Vorbereitungsbogen für Bieter
für eine zu übernehmende Trafik

|  |  |
| --- | --- |
|  | Hinweise zum Ausfüllen des FragebogensBitte füllen Sie, soweit es Ihnen möglich ist, alle Felder bzw. Teile des Fragebogens aus. Überlegen Sie beim Ausfüllen:* Ist mein geplantes Vorgehen meinen zur Verfügung stehenden Ressourcen angemessen?
* Bewegt sich mein geplantes Vorgehen innerhalb der rechtlichen Rahmenbedingungen? (Im Speziellen: Tabakmonopolgesetz 1996 (TabMG), Tabaksteuergesetz 2022 (TabakStG), Tabak- und Nichtraucherinnen- bzw. Nichtraucherschutzgesetz (TNRSG), Nebenartikelkatalog für Tabak-Fachgeschäfte
 |
| Ihr Vorbereitungsbogen im ÜberblickDie Kriterien zur **Ausrichtung** behandeln Vision und Strategie eines Tabakfachgeschäftes. Im Abschnitt zur **Realisierung** liegt der Schwerpunkt auf der konkreten Umsetzung der beschriebenen Ausrichtung. Die **Ergebniskriterien** fokussieren auf die vom Trafikanten oder der Trafikantin erreichten Ergebnisse: aus Sicht und Wahrnehmung wichtiger Interessengruppen und mit Blick auf die die Erreichung der strategischen Ziele (messbare Ziele).Der ausgefüllte Vorbereitungsbogen ist mit dem Angebot einzureichen und dient beim Hearing als Grundlage für die Gesprächsführung.Eine Fachjury bewertet die im Hearing präsentierten Themen und vergibt für das erkennbare Verständnis des Bieters je 15 Punkte für die Schwerpunkte „Wirtschaftlicher Erfolg“ und „Modernes Einkaufserlebnis“ (siehe konkretes Bewertungsschema in den Ausschreibungsbedingungen). |

# Ausrichtung der Trafik

## Der Trafik-Standort

Die Ausrichtung der Trafik wird sich unter anderem an den Stärken und Herausforderungen des Standortes orientieren. Beschreiben Sie die genannten Punkte:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **Frage** | **Antwort** |
| Wie groß ist die Verkaufsfläche? |  |
| Wie groß sind die Lagerfläche und die Nebenräume? |  |
| Wie werden die Kunden die Trafik am häufigsten erreichen (Auto, öffentliche Verkehrsmittel, Rad, fußläufig)? Hat dies Auswirkungen auf das Kaufverhalten der Kunden? |  |
| Stehen Schaufenster zur Verfügung? Wenn ja, wie sollen diese grundsätzlich gestaltet werden? |  |
| Wie viele Automaten an der Trafik sind sinnvoll? |  |
| Ist der Verkaufsraum barrierefrei zu erreichen? Wenn nein, welche Hilfestellungen sind vorgesehen? (Schienen auflegen, Klingel vor dem Eingang …) |  |
| Wie gestaltet sich die Infrastruktur rund um die Trafik? (Lebensmittelgeschäfte, Post, Gastronomie, Ämter…) Was bedeutet das für die Kundenfrequenz? |  |
| Wie werden die Öffnungszeiten gestaltet und warum? |  |

## Produkte und Dienstleistungen der Trafik

Aus den Voraussetzungen, die der Trafikstandort bietet, werden sinnvolle Angebote und Sortimentsschwerpunkte abgeleitet. Ergänzen Sie die wichtigsten Produkte und Dienstleistungen, die das Leistungsangebot Ihrer Trafik darstellen und schätzen Sie ungefähr den Umsatzanteil der jeweiligen Produktgruppe ein. Bei Übernahmestandorten sind die vorgelegten Bilanzen heranzuziehen, bei Neuerrichtungen sind die Prozentsätze einzuschätzen.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **Produkt bzw. Dienstleistung** | **Umsatzanteil in %** |
| Tabakwaren |  |
| New Generation Products |  |
| Raucherzubehör |  |
| Glücksspiel |  |
| Zeitungen/Zeitschriften |  |
| Weitere Nebenartikel (bei Bedarf Zeilen hinzufügen) |  |
|  |  |
|  |  |

## Schritte zur Organisation des Aufbaues der Trafik

Nach der Analyse des Standortes und den dort geplanten Produkten und Dienstleistungen geht es nun an die Planung der konkreten nächsten Schritte. Bitte ergänzen Sie die Meilensteine zur Umsetzung und beschreiben Sie kurz, was Sie bei jedem Schritt umsetzen werden:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **Meilenstein** | **To Do** |
| Mitarbeiter-Akquise oder Planung der Personaleinsatzpläne für bestehende Mitarbeiter\*innen |  |
| Trafik-Kennzeichnung außen am Geschäft. Wenn Kennzeichnung vorhanden: Einschätzung, ob diese optimal platziert ist und noch in gutem Zustand. |  |
| Verträge (Miete, Internet, Automaten, Strom, Lotto, …) |  |
| Ladenbau bei Neuerrichtungen, eventuelle Adaptionen bei Übernahmen. |  |
| Lieferantengespräche und Bestellungen |  |
| Genehmigungen (Luftsteuer, Sportwetten …) |  |
|  |  |

# Realisierung

## Nachhaltige Beziehungen aufbauen

Um nachhaltigen Erfolg sicherzustellen, ist es unerlässlich, vertrauensvolle Beziehungen zu allen Interessengruppen aufzubauen. Beschreiben Sie in der jeweiligen Zeile, wie Sie dies für die jeweilige Gruppe umsetzen möchten. Arbeiten Sie mit messbaren Zielen.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **Interessengruppe** | **Nachhaltige Gestaltung der Beziehung** |
| Mitarbeiter |  |
| Kunden |  |
| Lieferanten |  |
| Interessensvertreter |  |
| MVG |  |

## Nachhaltigen wirtschaftlichen Erfolg sicherstellen

Zur Sicherstellung des wirtschaftlichen Erfolges müssen Umsätze geplant, Kosten gemanagt und Daten und Informationen wirksam eingesetzt werden. Beantworten Sie folgende Fragen:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **Frage** | **Antwort** |
| Welche Gesamt-Umsatz-Erwartung wird der Kostenplanung zugrunde gelegt (aufgeteilt in Monopol-Umsatz und Nicht-Monopol-Umsatz)? |  |
| Mit welchen Investitionssummen (einmalige Kosten) wird kalkuliert? Denken Sie dabei an Ladenbau, Kassensystem, Lotto-Lizenz, Alarmanlage, Kassensoftware… |  |
| Wie werden sich laufende monatliche Kosten zusammensetzen? Denken Sie an Personalkosten, Raumkosten, Abgaben und Kreditraten… |  |
| Wie helfen die folgenden Kennzahlen, die Trafik wirtschaftlich erfolgreich zu führen und wie können Sie die jeweilige Kennzahl beeinflussen?Mit welchem Wert gehen Sie jeweils in die Planung?\* Umsatz pro Kunde,\* Deckungsbeitrag 1 + 2 gesamt und pro Warengruppe\* Personalkostenanteil am Umsatz\* Lagerdrehung |  |

# Ergebnisse

Um Erfolge der Trafik zu messen, werden Leistungsindikatoren aus verschiedenen Bereichen analysiert. Beschreiben Sie, wie Sie Fortschritte und Zielerreichungen in den jeweiligen Bereichen messen können und wie Sie mit den erzielten Ergebnissen bzw. mit deren Abweichungen umgehen werden. Nennen Sie konkret messbare Ziele und konkrete Maßnahmen zur Ergebnisverbesserung.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **Bereich** | **Messbarkeit? Konsequenzen?**  |
| Kundenzufriedenheit |  |
| Anzahl der Kunden pro Tag |  |
| Mitarbeiterzufriedenheit |  |
| Umsetzungsqualität Jugendschutz |  |
| Wirtschaftlicher Erfolg der Trafik |  |