Vorbereitungsbogen für Bieter  
für eine neu zu errichtende Trafik

|  |  |
| --- | --- |
|  | Hinweise zum Ausfüllen des Fragebogens  Bitte 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 Überblick  Die 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.  Der ausgefüllte Vorbereitungsbogen ist mit dem Angebot spätestens aber 48 Stunden vor dem festgesetzten Hearing Termin 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 5 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)? |  |
| Stehen Schaufenster zur Verfügung? |  |
| 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…) |  |
| Wie werden die Öffnungszeiten gestaltet? |  |

## 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.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **Produkt bzw. Dienstleistung** | **Umsatzanteil** |
| 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** |
| Analyse, ob Mitarbeiterstand passt – ansonsten Aquise |  |
| Analyse: ausreichende Kennzeichnung der Trafik außen vorhanden, ansonsten Planung der Verbesserung |  |
| Planung: Welche Verträge (Miete, Internet, Automaten, Strom, Lotto, …)müssen neu abgeschlossen werden? |  |
| Analyse Ladenbau: muss oder soll etwas verändert werden? |  |
| Lieferantengespräche und Bestellungen |  |
| Analyse: Müssen Genehmigungen (Luftsteuer, Sportwetten …) neu eingeholt werden? |  |
|  |  |

# 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.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **Interessengruppe** | **Nachhaltige Gestaltung der Beziehung** |
| Mitarbeiter |  |
| Kunden |  |
| Lieferant |  |
| 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, Automatenkauf … |  |
| Wie werden sich laufende monatliche Kosten zusammensetzen? Denken Sie an Personalkosten, Raumkosten, Abgaben und Leasingraten, … |  |
| Wie helfen die folgenden Kennzahlen, die Trafik wirtschaftlich erfolgreich zu führen: Umsatz pro Kunde, Deckungsbeitrag 1 + 2 gesamt und pro Warengruppe, Umsatz pro Quadratmeter – und mit welchen Werten wird die Planung aufgesetzt? |  |

# 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.

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