



**Panther Solutions GmbH**  
Eysseneckstraße 4  
60322 Frankfurt  
Deutschland  
Phone: +49 (0)69/954212971  
Email: [Service@pantherpricing.de](mailto:Service@pantherpricing.de)  
Web: [www.pantherpricing.de](http://www.pantherpricing.de)

# Argumente für den Einsatz von Panther Pricing im Einzelhandel

## Hintergrund Panther Pricing

Die Panther Solutions GmbH hat eine Dynamic Pricing Lösung, für den Einzelhandel entwickelt, welche unter dem Namen Panther Pricing vertrieben wird. Kern der Anwendung ist eine Machine-Learning-Software, die, basierend auf Warenwirtschaftsdaten wie Transaktionen, Lagerbeständen sowie Produktdaten, den Abverkauf von Artikeln modelliert.

Basierend auf diesen Modellen werden Voraussagen des Abverkaufs in Abhängigkeit zur Preisgestaltung getroffen, mit deren Hilfe Händler ihre Erträge und Lagerbestände durch passende und exakte Preisreduzierungen optimieren können.

## Argumente / Erläuterungen der Funktionsweise

- 1) Panther Pricing ermöglicht eine rohertragsoptimierte Erreichung der Lagerbestandsziele
- 2) Hierdurch können die Preisabschriften um 3-6% Punkte verringert und das Unternehmensergebnis 1:1 gesteigert werden.
- 3) Panther Pricing verwendet hierzu automatisierte Algorithmen (Machine Learning), die Wirkungsmuster von Reduzierungen identifizieren und diese so zur optimalen Preisreduzierung verwenden können. Hierdurch wird sichergestellt, dass weder zu hoch (unnötiger Rohertragsverlust) noch zu niedrig (mit der Konsequenz, dass spätere umso höhere Preisabschriften benötigt werden) reduziert wird.
- 4) Zur optimalen Preisreduzierung vollzieht das System 4 wesentliche Aufgaben:
  - i) **Analyse der individuellen Artikelperformance basierend auf den Unternehmensdaten**
  - ii) **Abverkaufsprognose bis Zieldatum unter Berücksichtigung von Warengruppen spezifischen Saisonalitäten basierend auf den eigenen Unternehmensdaten**
    - (1) Einfache Hochrechnungen der aktuellen Artikelperformance bis zu einem definierten Zieldatum sind mittlerweile Standard in vielen Warenwirtschaftssystemen. Das Problem ist darin zu sehen, dass diese die durchaus stark unterschiedlichen Saisonzyklen der einzelnen Warengruppen unberücksichtigt lassen und sich hierdurch extrem starke Fehler in der Prognose großer Bestandsanteile ergeben.

- (2) Die eigenen Unternehmensdaten werden bei Bedarf um ergänzt um spezielle, abweichende Saisonzyklen einzelner Marken oder Modelle identifizieren zu können und diese dann für optimale Prognosen zu verwenden.
- (3) Hierdurch werden die Prognosen deutlich genauer als es alleine auf einer Saisonzyklus Auswertung der eigenen Warenwirtschaftsdaten möglich wäre.

### **iii) Unternehmensindividuelle Erfassung der strategischen Abverkaufs-Zielsetzung**

- (1) Dies bringt Klarheit in die oftmals konträr zueinander stehenden multidimensionalen Zielsetzungen, wodurch eine Überprüfung der Ziele zumeist unmöglich wird.
- (2) Panther Pricing differenziert zwischen Standardartikeln (NOS), bei denen eine permanente Nachorderverfügbarkeit angenommen wird und Saisonartikeln. Beide Artikelkategorien sollen rohertragsoptimiert verkauft werden, wozu ein optimaler Preis unter unterschiedlichen Voraussetzungen anzusetzen ist.
- (3) Saisonartikel unterliegen einem starken Zeitwertverlust und gehen von daher mit einem klar definierten, geringen Lagerbestands-Zielwert zum Saisonende einher. Dieser wird in Form von Ziel Endlagerquote und Zieldatum im System erfasst.
- (4) Parametereinstellungen können mit wenigen Klicks auf Waren-Segment oder Warengruppen-Ebene spezifisch eingestellt werden
- (5) Standardartikel sollten unter Berücksichtigung der individuellen Preiselastizitäten der Artikel mit jenem Preis ausgezeichnet werden, welcher den höchstmöglichen Rohertrag ermöglicht. Hierzu sind Preiselastizitäten zu berücksichtigen, welche unterschiedliche Preis-/ Performance Erfahrungen bedürfen. Diese Erfahrungen sind häufig in den Unternehmen nicht ausreichend genug vorhanden. Panther Pricing zieht hierzu ergänzend diese Informationen aus dem gepoolten Datensatz, um ideale Preisempfehlungen geben zu können.

### **iv) Ermittlung der idealen Preisreduzierung zur Zielerreichung**

- (1) Automatisierte Durchführung eines Prognose und Zielabgleichs sowie Berechnung des idealen Preises zur Zielerreichung
- (2) Hierfür werden zunächst aus den unternehmenseigenen Daten die Preiselastizitäten automatisiert herausgelesen – diese Muster werden mit jenen des Marktes verglichen, um, wenn vorhanden, systemische Abweichungen zu identifizieren und im Rahmen der Preisempfehlungen zu berücksichtigen
- (3) Die Wirkungen von Reduzierungen auf den individuellen Abverkauf eines Artikels sind stark abhängig vom Zeitpunkt innerhalb der Saison. Desweiteren stehen die Wirkungen von Reduzierungen maßgeblich in Abhängigkeit zu der Warengruppe, der Marke, dem Modell, und der Größe, des zu reduzierenden Artikels. Diesem Umstand muss Rechnung getragen werden, um ideale Preisempfehlungen geben zu können, um somit eine größtmögliche Zielerreichung im Abverkauf zu gewährleisten.
- (4) Je nach Umsatzgröße bieten die unternehmenseigenen Datenvolumen zumeist kein geeignetes Potential, um genau diese Unterschiede statistisch auszuwerten und



somit die Preisreduzierung zu idealisieren.

- (5) Genau hier setzt das Konzept von Panther Pricing an. Durch die Hinzunahme der gepoolten Big Data Auswertungen, als Ergänzung zu den unternehmensindividuellen Preiselastizitäten, wird es möglich für die Reduzierungsempfehlungen, spezifische Erkenntnisse der Artikel-Merkmale Warengruppe, Marke, Modell, Größe, in den Preisempfehlungen zu berücksichtigen.
- 5) Neben der deutlichen Rohertragssteigerung, profitiert das Unternehmen üblicherweise von einer deutlich besseren End-Bestands-Zielerreichung, was mit höheren Umsätzen sowie einer Verringerung des durchschnittlichen Lagerbestands einhergeht und sich somit positiv auf die Liquiditätslage des Unternehmens auswirkt.
- 6) Die Impulse auf die Umsatzsteigerung liegen bei + 5-10 %
- 7) Die  $\emptyset$  Reduzierung des Lagerbestands liegt bei 10-30%

## Einwände / Gegenargumentationen:

### Einwand A

**„Wir erreichen unsere Endlager-Zielbestände und brauchen kein anderes System“**

Das Endlager Ziel zu erreichen sollte alleine kein strategisches Ziel sein, sondern es sollte immer um einen rohertragsoptimalen Abverkauf gehen.

Letztlich ist die wichtige zu beantwortende Frage: **„Wie hoch ist die notwendige Reduzierung, um meine Bestandsziel zu erreichen?“ – und genau da kommt der Ansatz von Panther Pricing ins Spiel, um hier die richtige Antwort artikelspezifisch liefern zu können.**

Wenn Ihre Reduzierungen auf pauschalierten Altersansätzen oder individueller Bauchentscheidung je Modell Marke, oder gar Segment beruht (oder eine Kombination dieser), wird bei Ihnen vermeintlich zu viel zu stark reduziert, so dass sie zwar Ihre Bestandsbereinigung wunderbar erreichen, Sie aber auch maßgeblich Rohertrag auf dem Weg dorthin haben liegen lassen. Der wichtige erste Schritt ist hierbei die Erkenntnis und das Bewusstsein, dafür, dass sich genau an dieser Stelle ungenutztes Ertragspotential heben lässt. Über einen Abgleich Ihrer Reduzierungen und unserer Preisvorschläge könnten wir Ihnen einfach aufzeigen, wie groß dieses Potential bei Ihnen ist und Ihnen helfen dieses Ergebnispotential zu realisieren.

### Einwand B

**„Wir kennen unsere Kunden besser als Sie und Ihr System es jemals könnten (unsere Kunden sind speziell und gepoolte Daten wären nicht passend) „**

Die Kombination der Auswertung Ihrer Unternehmensdaten ergänzt um die Erkenntnisse des Datenpools ermöglichen es uns genau hier anzusetzen und dem speziellem Kundenverhalten Ihrer Kunden entsprechend die Preisvorschläge zu generieren.

Kaufverhalten der Kunden lässt sich 1:1 aus Ihren Daten ablesen. Letztlich stecken in Ihren Daten alle Preiselastizitäten basierend auf den Kaufneigungen Ihrer Kunden drin. Diese lesen wir automatisiert



aus. Diese Informations-Grundlage ist deutlich exakter und in aller Regel schon deutlich granularer (Unterschiede nach Warengruppen und Marken) als die Ebene der angewandten Erfahrungswerte.

Grundsätzlich stellt sich auch immer die Frage, in welcher Form Erfahrungswerte quantifiziert wurden, und auf welcher Ebene diese so erstellte Datengrundlage vorliegt, um für die Reduzierungen verwendet werden zu können. Unsere Erfahrungen aus unserer Beratungstätigkeit zeigen, dass diese Erfahrungen üblicherweise **nicht** in quantifizierte Entscheidungsgrundlagen überführt werden, und somit auch nicht strukturiert erfasst und einer permanenten Erfolgskontrolle oder systemischen Anpassung unterzogen werden können.

Zusätzlich werden nun weitere gepoolte Informationen hinzugezogen, um die Preisvorschläge hinsichtlich Adäquanz weiter zu optimieren. Dieser Schritt trägt maßgeblich zu einer Gesamtoptimierung bei. **Die Basis Reduzierungsvorschläge würden aber immer das Kaufverhalten Ihrer Kunden sein, worauf die zusätzlichen Detailinformationen aufgesetzt würden.**

### Einwand C

**„Unser ERP-System/ Warenwirtschaft generiert bereits Preisvorschläge mit denen wir sehr glücklich sind und die sich bewährt haben“**

Das ist ja schon mal sehr gut, dass Ihr Warenwirtschaftssystem an dieser Stelle Abverkaufsunterstützende Empfehlungen generiert und Sie hier entsprechende Erfahrungen im Umgang mit auf Algorithmen basierenden Preisempfehlungen haben.

Wir kennen aus unserer langjährigen Beratungstätigkeit im Einzelhandel die meisten gängigen Warenwirtschaftssysteme und sind vertraut mit deren Prognose- und Preisempfehlungs-Mechanismen zur Abverkaufs-Unterstützung. Die Unzulänglichkeiten dieser Systeme hinsichtlich idealer Informationen war letztlich einer der Gründe, warum sich das Team um Herrn Streitbürger entschieden hat das Dynamic Pricing System Panther Pricing aufzusetzen. Heute arbeiten wir mit diversen namhaften ERP-System Anbietern daran, die Panther Pricing Lösung als Plugin in deren Systeme einzubinden, da wir in der Regel einen deutlich überlegenen Gesamtansatz verfolgen.

Genau an dieser Stelle ist es extrem wichtig sich im Detail mit der Grundlage der Preisempfehlungen zu befassen. Auf welcher Basis werden diese generiert? Sind die Annahmen korrekt? Und auf welche Zielsetzungen sind diese Empfehlungen ausgerichtet? Die in diesem Kontext hervorzuhebenden Alleinstellungsmerkmale von Panther Pricing sind die folgenden Aspekte:

1. **Klarheit in der Zielstellung des Reduzierungssystems** – Fragen Sie nach dieser Klarheit im Ziel – wenn das Ziel nicht **absolut klar definiert** ist (Zielendlagerbestand je Artikel zu einem festgelegten Zeitpunkt), dann handelt es sich in jedem Fall um pauschalierte Reduzierungs-Ansätze (Vorschläge) – diese pauschalierten Ansätze sind ebenso problematisch von ihrer Wirkung, wie es Reduzierungen nach Bauchgefühl sind und bieten gleichermaßen ein riesiges Rothertrags-Optimierungspotential.
2. Auf welcher **Basis** werden die zu **reduzierenden Artikel identifiziert**? Hierzu Bedarf es entsprechender **Abverkaufs-Prognosen, diese sind allerdings nur valide, wenn Warengruppen-spezifische Abverkaufs-Saisonzyklen berücksichtigt werden** – dies ist in der



Regel nicht der Fall. Bei Identifikation der Artikel nach Altersstruktur / Lagerdauer handelt es sich in jedem Fall um eine pauschalierten Reduzierungsansatz – dieser wäre noch schlechter.  
**Panther Pricing bietet hier einen idealen Ansatz zur optimalen Bestandsprognose**

3. Eine gute **Preisreduzierungsempfehlung impliziert eine Annahme hinsichtlich der erwarteten Wirkung der Reduzierung. Genau hier spielt Panther Pricing seine Überlegenheit gegenüber allen anderen Systemen aus**
  - a. üblicherweise existiert hierzu in WAWI-Systemen keine Information – somit kann die Empfehlung nur auf „starrten Reduzierungsstrukturen basieren“ dies ist fatal und führt zu sehr vielen Fehlern!
  - b. Durch Pooling der Daten sind wir in der Lage Intelligente Machine Learning Algorithmen anzuwenden (hierfür bedarf es großer Datenmengen)
  - c. Hierdurch sind wir in der Lage die Wirkungen von Preisreduzierungen extrem granular bis runter auf das Modell differenziert zu ermitteln und dieses Wissen für unsere Preisempfehlungen anzuwenden
  - d. die Unternehmenseigenen Daten sind nicht umfangreich genug um eine vergleichbare Granulierung zu ermöglichen
  
4. **Das System ist aus der Praxis heraus mit Einzelhändlern entwickelt worden und daher extrem auf einfache Systemanbindung / Bedienung und Benutzerführung ausgelegt**
  - a. Nur wenige Parametereinstellungen werden benötigt um optimale Preisvorschläge zu generieren, die auf jedes Unternehmen individuell abgestimmt sind
  - b. Die gesamte Bedienung und Nutzerführung ist einfach und intuitiv strukturiert
  - c. Nach einer kleinen Einführung kann sofort unmittelbar mit unserem System gearbeitet werden
  
5. **Die Anbindung an das Panther Pricing System ist kein großes Integrationsprojekt, sondern eine einfache Anbindung**
  - a. Um unseren Kunden ideale Preisvorschläge generieren zu können benötigen wir Transaktions-Protokoll Daten ergänzt um aktuelle Bestandsdaten
  - b. Um den technischen Gegebenheiten unserer Kunden gerecht werden, bieten wir unterschiedliche Möglichkeiten des Datenaustausch an.  
  
Der Datenaustausch kann folgendermaßen technisch realisiert werden:
    - i. Datei-Upload in geschützter Web-Umgebung
    - ii. API Schnittstelle zur ERP Software
    - iii. Individuell konfigurierte Schnittstelle
  - c. Die Ergebnisse (generierte Preisreduzierungsvorschläge) können Online im Web System einfach und strukturiert geprüft und ggfs. nachbearbeitet werden und anschließend:



- i. Über eine Schnittstelle an die Warenwirtschaft zurückgegeben werden
  - ii. Als pae. Datei exportiert werden (Datenformat welches üblicherweise von MDE Geräten verwendet wird – hier machen wir uns bereits existierende Import Funktionen von Warenwirtschaftssystemen zu Nutze – Verwendung der bestehenden Preisänderungsfunktion mittels MDE Gerät)
  - iii. Als Excel Datei oder csv exportiert werden – einfache Weiterbearbeitung und Verteilung im Unternehmen (z.B. Weiterleitung an die Filialleiter)
- d. Die Ergebnisse werden idealerweise im Web System bearbeitet (dies ist jedoch auch lokal in dem Excel Export noch möglich).

