

→ **Schuhpflegemittel mit garantiertem Deckungsbeitrag**

## 5% Umsatzanteil bei Furnituren muss das Ziel sein

G-LORD UND MELVO VERABSCHIEDEN EIN PROGRAMM ZUR UMSATZFORCIERUNG IM BEREICH DER SCHUHPFLEGEMITTEL UND DEN DAZUGEHÖRIGEN ACCESSOIRES. DABEI ÜBERNIMMT MELVO DIE UMSATZVERANTWORTUNG FÜR G-LORD PARTNER, DIE SICH ABER IHRERSEITS VERBINDLICH ZU BESTIMMTEN MAßNAHMEN UND AKTIVITÄTEN VERPFLICHTEN. VON DIESER EXKLUSIVEN STRATEGISCHEN PARTNERSCHAFT, BEI DER MELVO DEN FACHHÄNDLERN EINEN UMSATZ IN HÖHE VON 5% VOM GESAMTUMSATZ GARANTIERT, KÖNNEN ALLE HÄNDLER NUR PROFITIEREN.

Furnituren sind erfahrungsgemäß oft nur Randsortiment. Diese Produkte werden beim Schuhverkauf meist nicht aktiv angeboten. An der Kasse ist oft keine Zeit, da kassiert werden muss. Außerdem ist das Sortiment sehr umfassend und wird nicht richtig verstanden. Überdies unterstützten Anbieter den Abverkauf häufig nur unzureichend.

"Es reicht hier nicht mehr nur in den Fachhandel hinein zu verkaufen, entscheidend ist, was abverkauft wird. Hier müssen wir die Lieferanten mit in die Verantwortung nehmen" betont Geschäftsführer Thomas Schulte-Huermann. Schuhfachgeschäfte, die sich intensiv um Furnituren kümmern, erzielen damit einen Umsatzanteil von 5% und mehr.

In intensiven Verhandlungen mit der Industrie ist es gelungen, G-Lord

Fachhändlern einen Weg zu bereiten, der zu einer deutlichen Umsatzforcierung im Bereich der Schuhpflegemittel führen soll. Dieses Konzept wird es G-Lord Fachhändlern ermöglichen, in enger Zusammenarbeit mit melvo als strategischem Partner, ebenfalls diesen Umsatzanteil zu erreichen. Hierbei wird der Lieferant mit in die Pflicht genommen. Sollte der Fachhändler den angestrebten Umsatzanteil von 5% nicht erreichen, sagt melvo eine entsprechende Ausgleichszahlung zu.

Natürlich muss auch der Händler etwas für das gemeinsame Ziel tun. Er verpflichtet sich zu vorher abgestimmten Maßnahmen und weist nach, diese entsprechend umgesetzt zu haben.

Bei Interesse sprechen Sie bitte Ihren G-Lord Kundenberater an.



## Impressum

G-Lord Marketing und Service  
Verbund GmbH

Volker Kappel  
Von-Hünefeld-Straße 3  
50829 Köln

Telefon 0221 / 297 908-500  
Telefax 0221 / 297 908-599  
www.g-lord.de

WKZ für Tragetaschenaktion

## Taschenorder

Aktuell findet die vierte G-Lord Tragetaschenaktion mit Herstellermarken. Neu dabei sind **Meisi** und **Dr. Brinkmann**. Für jedes gewählte Logo erhält der Fachhändler einen Werbekostenzuschuss. Die Abrechnung erfolgt erneut über die Zentralregulierung. Die Auslieferung der Taschen erfolgt Ende April 2008.

Test im Herbst 2007

## XXL-Aktion

Bei 6 beteiligten G-Lord Fachhändlern wurden in der XXL-Aktion im Herbst 2007 insgesamt 261 Paar Schuhe der Marken Seibel, FretzMen, Pölking, Jomos, Manz, und Sioux verkauft. Am erfolgreichsten waren dabei die aktivsten Händler, die die Aktion stark beworben und zuvor Kundenadressen gesammelt hatten.

→ 70 komfortschuorientierte Fachhändler starten mit einem neuem Marktführerschaftskonzept

# Die Zukunft des Komfortschuhfachhandels

G-LORD KUNDEN INVESTIEREN 200.000 EURO ZUR ERARBEITUNG EINES MARKTFÜHRERSCHAFTSKONZEPTES, UND VERABSCHIEDEN EIN ZUSÄTZLICHES BUDGET IN FORM EINER MONATLICHEN UMLAGE ZUR IMPLEMENTIERUNG DER NOTWENDIGEN MAßNAHMEN IN DEN NÄCHSTEN JAHREN.

Die Krankenkassen werden sich zunehmend aus der Leistungsvergütung zurückziehen. Die eigenen Leistungen müssen daher zukünftig aktiv verkauft werden. Die Fachgruppe Orthopädie und Komfort erteilte der G-Lord Verbundgruppe den Auftrag zur Erarbeitung eines innovativen Marktführerschaftskonzeptes für den Komfort- und Orthopädie-schuhfachhandel.



*Ein gemeinsames Key Visual dient zur prägnanten Positionierung, wahrt andererseits die Individualität der Fachhändler*

Ziel ist die Schaffung eines einzigartigen und erfolgreichen Vermarktungskonzeptes. Insbesondere eine gemeinsame und prägnante Positionierung der teilnehmenden Händler sowie eine intensive Zusammenarbeit der Gruppe in allen relevanten Tätigkeitsfeldern bilden die Herausforderungen und Aufgaben der kommenden Jahre. Durch die Nutzung der Synergien innerhalb der Fachgruppe soll eine überregionale Positionierung

aufgebaut werden, wobei gemeinsame Qualitätsstandards Kundenvertrauen schaffen. Der jeweilige Name des Fachhändlers und seine Individualität sollen konsequent zur Marke, im Rahmen des Geschäftskonzeptes der Gruppe, ausgebaut werden.

Der Wareneinkauf und das -angebot sollen durch entsprechende Gruppenab-sprachen mit den Lieferanten optimiert werden. Dabei geht es unter anderem um Systemrabatte, Ausschöpfung von Staffelpabbatten, verbesserte Belieferung von Saisonware und vieles mehr. Durch ein Corporate Identity und einen professionellen Marketingplan soll die Kundenbindung verbessert, Stammkunden reaktiviert, die Umsätze pro Kunden erhöht und die Neukundengewinnung optimiert werden. Hierzu wird ein umfassendes Gesamtkonzept erarbeitet. Durch die Zusammenarbeit mit führenden Architekten erhält die Gruppe Anregungen für die Gestaltung der Fassade, der Außenpräsentation, der Schaufenstergestaltung, des gesamten Innenraumes (Einrichtung, Materialien und Beleuchtung) bis zur professionellen Warenpräsentation.

Durch Schulungen sollen die Mitarbeiter zu echten Beratern entwickelt und die



Mitarbeitermotivation deutlich gesteigert werden. Systematische Weiterbildungsangebote schaffen höhere Leistungen und Mitarbeiterzufriedenheit.

## BASIS DER NEU-POSITIONIERUNG

Ziel ist die Einzigartigkeit des Unternehmens im Vergleich zum Wettbewerb heraus zu arbeiten, den Kundennutzen sichtbar und erlebbar zu machen. Dies dient:

- zur Steigerung des Bekanntheitsgrades und des Images und
- des Erfolges der teilnehmenden Fachhändler.
- der Nutzung von Gruppensynergien.
- dem Ausbau von Handwerks- und Serviceangeboten.
- der Schaffung einer attraktiven Lieferanten-Verhandlungsplattform.
- der Entwicklung von Vermarktungsmodulen für die verschiedenen Themenbereiche Sport, Wandern, Kinder, Senioren, Best Ager etc.

### Fachgruppentagungen 2008

## Orthopädie

11. - 12.02.2008, Lingen (Nord)  
13. - 14.02.2008, Memmingen (Süd)  
14. - 15.02.3008, Nürnberg (Süd)

### Fachgruppentagungen 2008

## Family & Fashion

21.01.2008, Oelde (Family Nord)  
09 - 10.06.2008, Dissen (Family Süd)  
18. - 19.02.2008, Potsdam (Fashion)  
26. - 27.02.2008, Sindelfingen (Kids)

→ **Stilgruppen-Workshop wird 2008 wiederholt**

## Näher ran an den Kunden

ERFOLGREICH SIND HÄNDLER, DIE SICH AN TRENDORIENTIERTEN STILWELTEN AUSRICHTEN, IHRE WARENTHEMEN IN DIESE STILWELTEN EINORDNEN UND RICHTIG GEWICHTEN. IN 4 INTERAKTIVEN G-LORD WORKSHOPS VERMITTELTE UNTERNEHMENSBERATER DR. MARCUS CREMER IM JAHR 2007 FACHHÄNDLERN, WIE SIE MIT STILGRUPPEN STATT MIT ZIELGRUPPEN HANDELN. AUFGRUND DER GROßEN NACHFRAGE WIRD DIESER WORKSHOP VOM 26. BIS 27. FEBRUAR 2008 ERNEUT ANGEBOTEN.

Das traditionelle Denken in Zielgruppen hat ausgedient. Alter, Einkommen, Geschlecht, Familienstand und andere Merkmale helfen dem Fachhändler in der Ausrichtung der Geschäftspolitik und insbesondere der Sortimente nicht mehr ausreichend. Kunden verhalten sich gegenüber Einkaufsorten, Geschäften und Marken immer weniger konstant und

men das Konsumverhalten. Der Kunde von heute kauft wechselhaft, situativ und mit Bedacht auf seinen eigenen Lebensstil. Bekleidungsstile sind eher alterslos. Die jungen Alten, die sogenannten best ager, symbolisieren ein Beispiel neuer Stilwelten mit neuen Umsatzchancen im Schuhfachhandel.

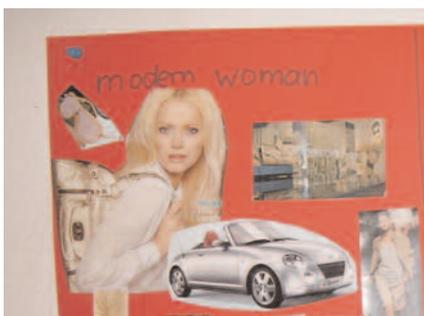
Um Fachhändler auf die veränderten Anforderungen des Marktes vorzubereiten, fanden im Jahr 2007 Workshops statt, in denen das Denken in Lebensstilen und Life-Style-Themen sowie die emotionale Kundenansprache im Mittelpunkt standen. In den zweitägigen Workshops, unter der Leitung von Dr. Marcus Cremer, Geschäftsführer und Gesellschafter der fashionovation Unternehmensberatung, trainieren die Händler die Ausrichtung der eigenen Geschäftspolitik an Stilwelten, die als Leitlinie für Markengewichtung und Sortimentserstellung dienen können. Sie lernen die Verhaltensweisen von Kunden, die unterschiedlichen Stilwelten



Dr. Marcus Cremer

zuzuordnen sind, zu erkennen und bekommen Tipps für die Umsetzung im Verkauf, bei der Einkaufs- und Limitplanung sowie in der Beratung durch das Verkaufspersonal.

Bei den Händlern fanden die Veranstaltung so großen Anklang, dass sie am 26. und 27.02.2008 erneut stattfinden wird.



Collagen helfen Stilgruppen zu erkennen

loyal. Morgens Aldi, nachmittags Shopping in Boutiquen. Wechselnde Lebensarten, Stimmungen und Stilikonen aus den Medien als Modelleitbilder bestimm-

→ **Kauf ohne Risiko**

## Kinderschuhe

"Und wenn die Füße noch wachsen? Da komme ich lieber in nächsten Monat noch mal." Ein Gedanke, der viele Mütter beim 'frühen' Kinderschuhkauf - unmittelbar zum Saisonstart - vielfach zögern lässt. Nehmen Sie Ihren Kunden diese, meist unbegründete Angst! Informationen und kostenloses Material zur der bereits 2007 erfolgreichen Aktion "Kauf ohne Risiko" bekommen Sie unter 0221 - 297 908-530.



### KAUF OHNE RISIKO!!!

Wenn Sie sich jetzt zum Kauf eines Kinder-Sandale entschließen, gehen Sie kein Risiko auf

**Bis zum 06. MAI 2007 tauschen wir nicht passende Kinder-Sandalen gerne um.**

Bitte bewahren Sie Ihren Kassenschein auf und bringen ihn zum Umtausch mit. Einzige Voraussetzung: Die Sandalen dürfen nicht getragen sein.



→ G-Lord Fachhändler sammelten für bedürftige Heimkinder

## "Aktion Sternschnuppe" war ein voller Erfolg

NACH DEN AKTIONEN UNTER DEM MOTTO "SCHUHE FÜR PAKISTAN", IN DEN JAHREN 2005 UND 2006, WAR IM DEZEMBER 2007 "STERNSCHNUPPE" DIE WEIHNACHTSAKTION ZAHLREICHER ENGAGIERTER G-LORD FACHHÄNDLER.

Weihnachten, das ist Familienzeit, das sind strahlende, glückliche Kinderaugen. Doch nicht alle Kinder haben das Glück, Weihnachten mit Eltern und Geschwistern zu verbringen, von Geschenken ganz zu schweigen. Viele werden diese Feiertage, wie auch viele Jahre ihres jungen Lebens, in einem Kinderheim verbringen. Diese Kinder wollten G-Lord Fachhändler, mit Hilfe möglichst vieler Kunden, bei der "Aktion Sternschnuppe" beschenken.

Im Potsdamer Schuhhaus Baar hatten 63 Kinder aus dem Kinderheim Eva Laube in Babelsberg die Möglichkeit, ihren Weihnachtswunsch auf eine Wunschkugel zu schreiben oder zu malen. "Hier finden sich alle Dinge, die



Der Wunschbaum in Schuhhaus Imminger

**Aktion Sternschnuppe**  
Schenken Sie Kindern ein Lächeln!



**Herzenswünsche werden wahr.**

Suchen Sie sich eine Kugel aus und erfüllen Sie einem Kind seinen Herzenswunsch!

kleine und große Kinder mögen: Brettspiele, Kinderbücher, Jugendromane, Puppen, Baukästen, Hörspiele, Kuscheltiere und vieles mehr," berichtet Fachhändler Guido Baar. Wer ein Kind beschenken wollte, suchte sich im Schuhhaus einen Wunschzettel aus und besorgte das gewünschte Geschenk. Besonders erfreulich war, dass bereits nach 14 Tagen alle Wünsche einen Spender fanden.

### Erfüllte Kinderwünsche: von Potsdam bis Oberstdorf

Bei Orthopädie Schuhtechnik Vieth in Volkmarshausen ist man mit dem Verlauf der Aktion, an der sich 40 Kinder aus dem nahe gelegenen Sophienheim beteiligten, ebenfalls hoch zufrieden. Am 19. Dezember war dann in der Filiale in Bad Arolsen der Termin für die große

Bescherung. Neben der Heimleitung nahmen stellvertretend für das ganze Kinderheim 15 Heimkinder sowie die lokalen Pressevertreter an der Übergabe durch Markus Vieth teil.

Begeistert von der Aktion zeigte sich Klaus Imminger vom Orthopädienschuhhaus Imminger in Oberstdorf. "Die Aktion ist, neben der guten Sache an sich, ein immenser Imagegewinn für mein Fachgeschäft", freut sich Klaus Imminger. "Wir haben 64 Geschenk-wünsche erhalten, die allesamt erfüllt werden konnten. Zusätzlich kam noch Geld für eine Organisation, die Kinder betreut, zusammen."

"Ich bin dem G-Lord Team dankbar, dass es diese Aktion möglich gemacht hat und kann jedem Kollegen die Aktion für 2008 nur wärmstens empfehlen."

→ Kooperation im Bereich der Zentralregulierung wird fortgesetzt

## Vertrag mit RSB verlängert

DER G-LORD VERBUND UND DIE RSB RETAIL+SERVICE BANK VERLÄNGERN IHRE ERFOLGREICHE KOOPERATION IM BEREICH DER ZENTRALREGULIERUNG UM FÜNF JAHRE. DARAUF HATTEN SICH BEIDE UNTERNEHMEN ZUM JAHRESWECHSEL GEEINIGT.

Mit der unterzeichneten Verlängerung der Kooperationsvereinbarung zwischen dem G-Lord Verbund und der RSB-Bank wird die im Januar 2005 begonnene Zusammenarbeit im Bereich der Zentralregulierung um weitere fünf Jahre bis Ende 2012 verlängert.



"Die RSB-Bank war uns in den vergangenen Jahren stets ein zuverlässiger Partner," betont Dr. Karsten Niehus, Geschäftsführer bei G-Lord, "darum haben wir uns trotz anderweitiger Alternativen entschieden, die Zusammenarbeit mit der RSB-Bank fortzuführen und auf ein langfristiges Fundament zu stel-

len. Damit schaffen wir eine solide Grundlage für unser weiteres Wachstum."

Das Delkreder Risiko wird somit auch künftig für alle G-Lord Fachhandelspartner vollumfänglich von der Kornwestheimer Bank übernommen. Doppelzahlungsrisiken sind ausgeschlossen. Die zuverlässige, uneingeschränkte und nachhaltige Übernahme des Ausfallrisikos ist für jeden Fachhändler und Hersteller eine der wesentlichen, wenn nicht sogar die entscheidende Grundlage für die Zusammenarbeit mit einer Verbundgruppe.

Das G-Lord Zentralregulierungsvolumen betrug im Jahr 2007 40 Mill. Euro. Für das nächste Jahr stehen die Ziele bei 60 Mill. Euro Umsatz, 560 Vertragskunden und 460 ZR-Kunden.

→ Der Eintritt zur GDS ist auch in diesem Jahr für G-Lord Kunden kostenlos

## Freikarten für die GDS

DIE GDS IST FÜR VIELE KUNDEN EIN WESENTLICHER BAUSTEIN FÜR EINE ERFOLGREICHE DISPOSITION. ÜBERDIES BIETET SIE EINE GELEGENHEIT, UM IN ENTSPANNTER ATMOSPHERE MIT DER GESCHÄFTSFÜHRUNG UND DEM KUNDENBETREUER IHRER VERBUNDGRUPPE ZU DISKUTIEREN.

Wir laden Sie daher herzlich ein, uns vom 14. bis 16. März 2008 auf unserem Stand in der **Halle 12 / Standnummer A71** zu besuchen. Der Eintritt zur GDS ist auch in diesem Jahr für G-Lord Kunden kostenlos! Gutscheine für den kostenlosen Messeintritt können Sie per Fax unter 0221/297908-599 bei G-Lord bestellen. Die Gutscheine können Sie im Eingangsbereich der Messe gegen eine kostenfreie Dauereintrittskarte eintauschen.

Sowohl die Gutscheine als auch die Eintrittskarten ermöglichen Ihnen die kostenlose Benutzung aller öffentlichen Düsseldorfer Verkehrsmittel an den Tagen der Messe.

Sollten Ihnen kurzfristig, auch noch am Messetag, Eintrittskarten fehlen, holt Sie Ihr Kundenbetreuer natürlich gerne am Eingang Nord der Messe mit Freikarten ab. Ein Anruf genügt!

→ Aktuelles

## Kurz notiert

**Neu in der G-Lord ZR** - Die ergonomisch geformten und zum größten Teil mit austauschbaren Fußbetten ausgestatteten Schuhe von Naot können ab sofort über Theresia Muck zentralreguliert werden.



**Warenträger zu verkaufen** - Im Kundenauftrag sind Teile einer Ladeneinrichtung abzugeben. Bei Interesse wenden Sie sich bitte unter der Rufnummer 0221 - 297 908 - 530 an Herrn Kappel für weitere Information.



