

→ Die Fachhandelspartner der G-Lord wachsen gegen den Branchentrend und trotz Finanzmarktkrise

G-Lord Händler über Vorjahresniveau

TROTZ DER AKTUELLEN KRISE AUF DEN INTERNATIONALEN FINANZMÄRKTEN BEHAUPTET SICH DIE ÜBERWIEGENDE ZAHL DER G-LORD FACHHÄNDLER ERFOLGREICH IN DEM SCHWIERIGEN MARKTUMFELD. NACH EIGENEN ANALYSEN SIND DIE FACHHANDELSEINKÄUFE DER G-LORD KUNDEN FLÄCHENBEREINIGT IN DEN ERSTEN DREI QUARTALEN DES JAHRES 2008 GEGENÜBER DEM VORJAHRESZEITRAUM UM 2,5% GESTIEGEN. DIES IST INSOFFERN ÜBERRASCHEND, DA DER GESAMTMARKT SEIT LANGEM UNTER SINKENDEN UMSÄTZEN LEIDET.

Seit Jahren berichten Marktforscher und die gängigen Branchendienste von sinkenden Umsätzen im Schuhfachhandel. Jährlich sind Rückgänge von 3% zu beklagen. Allein in den ersten neun Monaten dieses Jahres betrug die Umsatzveränderung im Schuheinzelhandel, laut des Instituts für Handelsforschung, minus 2%.

Demgegenüber steht die Analyse der G-Lord Fachhändler. Untersucht wurden nur die Kunden, die im Januar 2007 bereits aktiv von G-Lord betreut und zentralreguliert wurden. Deren Geschäftsentwicklung zeigt flächenbereinigt eine insgesamt positive Tendenz. Die G-Lord Kunden sind im Durchschnitt besser aufgestellt als ihr Wettbewerb.



Die Geschäftsentwicklung der G-Lord Fachhändler zeigt flächenbereinigt eine insgesamt positive Tendenz

G-Lord Geschäftsführer Dr. Niehus führt dies auf zwei Ursachen zurück: Zum einen sind die Kunden erst in den vergangenen Jahren zu G-Lord gewechselt und wurden dabei intensiv geprüft. „Unternehmen in wirtschaftlicher Schieflage konnten und wollten wir nicht aufnehmen“. Zum anderen – und dies scheint die wesentliche Ursache zu sein – zeichnen sich Kunden, die von einer Verbundgruppe zur anderen wechseln auch dadurch aus, dass sie aktiv sind und sich nicht ihrem Schicksal ergeben. „Mit unseren mittelständischen, familiengeprägten Fachhändlern haben wir eine hervorragende Kundenstruktur und sind stolz darauf“ so Dr. Niehus weiter. Es sind vor allem junge, aktive und dynamische Fachhändler, mit einem Altersschnitt von 35 - 45 Jahren, die nach neuen We-

gen, Wachstumschancen, kompetenter Beratung und persönlicher Unterstützung suchen und daher zu uns kommen.

„Natürlich gibt es auch Kunden die kämpfen und die wir aktiv unterstützen müssen. Unsere Kundenberater helfen in diesen Fällen zum Beispiel bei der Limitplanung vor Ort und führen gemeinsam Gespräche mit Banken oder Vermietern.“ so Dr. Niehus.

G-Lord ist in den vergangenen Jahren stetig mit 100 bis 120 Neukunden pro Jahr gewachsen. Daneben setzt die inhabergeführte Verbundgruppe mit eigenen Konzepten vor allem aber mit aktiver betriebswirtschaftlicher Unterstützung auch auf organisches Wachstum ihrer Kunden.

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
kappel@g-lord.de

www.g-lord.de

Sonderfinanzierung

Vom 15.02. bis 15.05.2009 bietet G-Lord seinen Fachhandelspartnern, gemeinsam mit der RSB Bank, erneut eine attraktive Wechsel Saisonfinanzierung zu hervorragenden Konditionen.

Obwohl bei der Mehrzahl der G-Lord Fachhändler kein besonderer Finanzierungsbedarf besteht, soll auf diese Weise in Einzelfällen für zusätzliche Liquidität bei den Fachhandelspartnern gesorgt werden.

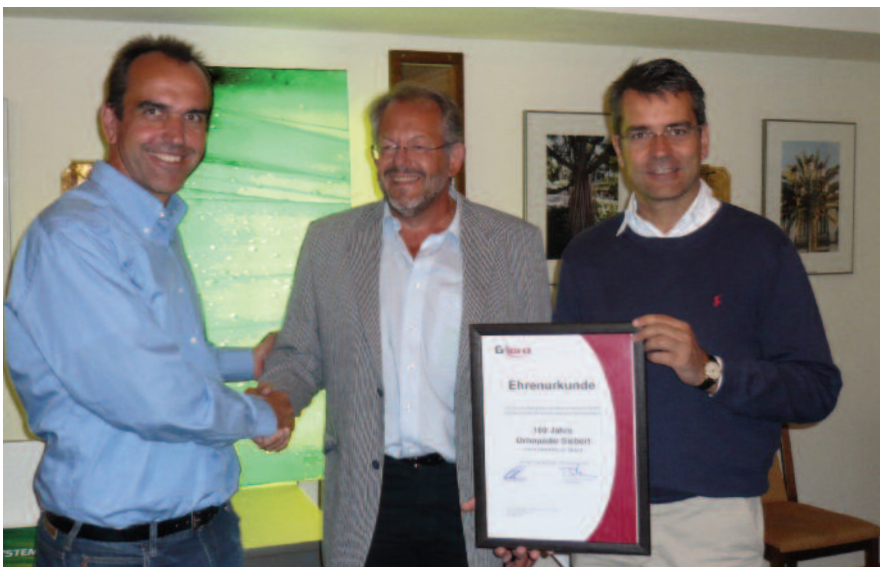
→ 100 Jahre Schuhmacherei Siebert

Neue Wege gehen

100 JAHRE SCHUHMACHEREI UND 30 JAHRE ORTHOPÄDIE-FACHGESCHÄFT SIEBERT: DAS DOPPELTE JUBILÄUM DES G-LORD FACHHANDELSPARTNERS WURDE IN MELSUNGEN KRÄFTIG GEFEIERT.

In allen Fragen rund um die moderne Schuhtechnik ist die Familie Siebert in Melsungen ein kompetenter Ansprechpartner. Handwerkliche Spitzenleistungen sind hier Tagesgeschäft. Seit Generationen nimmt man sich hier die Zeit, Kunden ganz persönlich, fachgerecht und optimal zu beraten. „Wir wollen, dass unsere Kunden besser gehen und stehen“ betont Inhaber Hans-Heinrich Siebert „und das spricht sich rum.“

Mit Freude und Stolz blickt man im Hause auf die eigene Leistung, aber auch auf die große Zahl treuer Kunden, die die Schuhmacherei oft und gerne weiterempfehlen.



Dr. Karsten Niehus und Thomas Schulte-Huermann gratulierten Hans-Heinrich Siebert (Bildmitte) herzlich zum doppelten Jubiläum

Das doppelte Jubiläumsjahr 2008 wurde natürlich ausgiebig gefeiert. Auch die G-Lord Geschäftsführer, Dr. Karsten Niehus und Thomas Schulte-Huermann, ließen es sich nicht nehmen Hans-Heinrich Siebert persönlich zu gratulieren und ein kleines Präsent sowie eine Ehrenurkunde zu überreichen.

Eröffnet wurde das Orthopädie-Fachgeschäft Siebert 1978 von Hans-Heinrich Siebert. In der Tradition von Vater und Großvater, der bereits im Jahre 1908 sein eigenes Geschäft gründete. Die Schuhmacherei wurde über die Generationen fortgeführt und um die Orthopädie Schuhtechnik und den Komfort Schuhhandel ergänzt. Qualität und Service waren von Beginn an wichtige Grundpfeiler der Firmenphilosophie. 1983 wurden die Geschäftsräume in der Friedhofstraße eröffnet. Immer wieder wurden seither Sortiment und Dienstleistung verbessert und technisch auf den modernsten Stand gebracht.

Heute ist Orthopädie-Siebert ein kompetenter Partner für gutes Gehen und ein gesund wachsendes Fachgeschäft. Innovativ, qualitäts- und kundenorientiert soll es auch in Zukunft weitergehen. „Morgen sind wir schon wieder besser“ verspricht Siebert, „lassen Sie sich überraschen!“

→ Abverkaufsaktion Winter '08/'09

Schottentage

Mit den für die Wintersaison überarbeiteten „Schottentagen“ bot G-Lord erneut eine Abverkaufsaktion nach dem Muster



der „Knut Aktion“ von IKEA an. Das wiederkehrende bewährte Schotten-Motiv wurde saisonal angepasst. Viele Fachhändler haben die Aktion inzwischen zum wiederkehrenden Event gemacht.

→ ISO 9001 und ISO 14001

Zertifizierung

Als erste Schuhverbundgruppe bietet G-Lord angeschlossenen Orthopädie Fachgeschäften die von den Krankenkassen verlangte Zertifizierung an. Dies ist für den Einzelnen mit erheblichen Kosten und einem großen Pensum von Zusatzarbeiten verbunden. Einfacher, kostengünstiger und komfortabler kann dieser von den Kassen verlangte Standard durch eine Gruppensertifizierung, bei der sich mehrere Betriebe zusammenschließen, realisiert werden. Nach Recherchen bei bereits zertifizierten Kunden hat sich die G-Lord für den Anbieter HAWE-Service entschieden. Dieser bietet die vorteilhafte Gruppensertifizierung nach ISO 9001 und 14001 an. Die Vorteile liegen in der Zeit- und Kostenersparnis sowie in der Minimierung von Recherche- und Aktualisierungsaufgaben. Darüber hinaus werden Angebote für Schulungen unterbreitet, Kundenzufriedenheitsbefragungen durchgeführt, wichtige Dokumente als Download zur Verfügung gestellt und eine Beraterhotline für Fragen eingerichtet.

→ **Erfahrungen bei der Zusammenarbeit mit melvo**

Mit Pflegemitteln zum Erfolg

IM GESPRÄCH BERICHTET G-LORD FACHHANDELSPARTER CHRISTIAN SEGEBARTH VON SCHUH SMART IN ERDING ÜBER SEINE ERFahrungen MIT DEM SEIT ANFANG 2008 LAUFENDEN G-LORD UND MELVO PARTNERPROGRAMM ZUR UMSATZFORCIERUNG IM BEREICH SCHUHPFLEGEMITTEL. DABEI GIBT MELVO EINE UMSATZGARANTIE VON 5% VOM GESAMTUMSATZ FÜR G-LORD PARTNER. DIESE VERPFLICHTEN SICH IHRERSEITS VERBINDLICH ZU BESTIMMTEN MAßNAHMEN UND VERKAUFSAKTIVITÄTEN.

Wie wichtig ist für Sie der Absatz im Bereich Furnituren?

Segebarth: Sehr wichtig. Ich bin der Meinung, dass bei den Pflegemitteln, wie auch bei Taschen und Accessoires ein Umsatzpotential steckt, das man ausschöpfen sollte. Zusatzverkäufe werden immer wichtiger, um mögliche Umsatzeinbußen bei Schuhen aufzufangen.

Wie sind Sie auf melvo aufmerksam geworden?

Segebarth: Ich kannte Melvo bereits von meiner früheren Vertriebstätigkeit. In einer der letzten Ausgaben des Newsletters „G-Lord aktuell“ bin ich auf eine interessante Kooperation zwischen Melvo und den G-Lord Fachhändlern gestoßen, die eine Umsatzgarantie bei Nichterreichen der Furniturenumsätze beinhaltet.

Wann haben Sie eine Umstellung vorgenommen?

Segebarth: Im August habe ich mich dazu entschlossen um gleich im September, zu den umsatzstarken Monaten, zu starten. Das hat auch reibungslos funktioniert.



Christian Segebarth

Sie sind also zufrieden mit Ihrer Entscheidung?

Segebarth: Das Sprichwort 'neue Besen kehren gut' hat sich bestätigt. Einerseits hat sich die neue optische Aufmachung positiv bemerkbar gemacht und andererseits konnten wir unser bisheriges Furniturersortiment durch eine komplette Abnahme der bisherigen Bestände durch Melvo deutlich straffen.

Wie hat sich bei Ihnen der Umsatz seit der Umstellung entwickelt?

Segebarth: Eine positive Umsatzentwicklung konnten wir schon in den ersten 3 Monaten verzeichnen, womit ich nicht gerechnet habe, da sich die Mitarbeiter schließlich erst an die neuen Produkte gewöhnen müssen. Ein spezielles Produkt für Kinderschuhe hatte hierbei einen nicht unerheblichen Umsatzanteil erreicht.

Welche Maßnahmen waren nötig, um so erfolgreich zu sein?

Segebarth: Wir haben unsererseits die Produkte in unser Warenwirtschaftssystem aufgenommen, um schneller und effizienter auf Abverkäufe reagieren zu können. Präsentationen einzelner Produkte im Verkaufsraum, direkt bei den Schuhen, helfen meinen Mitarbeiterinnen, das Produkt schon während des Verkaufsgesprächs zu empfehlen.

Wie motivieren Sie Ihre Mitarbeiter Pflegemittel und Komfortartikel zu verkaufen?

Segebarth: Produkt- und Verkäuferinnen-schulungen haben uns dabei geholfen Hemmschwellen abzubauen und eine 100 prozentige Überzeugung unseren Kunden gegenüber zu vermitteln. Verkaufswettbewerbe bieten einen zusätzlichen Anreiz auch Pflegemittel bei Erreichung der Teamziele, anzubieten.

Sie würden das Programm also auch anderen Fachhändlern empfehlen?

Segebarth: Selbstverständlich, ich denke dass jeder Händler daran interessiert ist, ein Umsatzpotential auszuschöpfen. Die Umsatzgarantie durch Melvo hat mich persönlich überzeugt, da ein Risiko bei Nichterreichen der Ziele nicht beim Fachhändler liegt.

Welche Erwartungen haben Sie an künftige G-Lord Programme?

Segebarth: Meiner Meinung nach besteht noch Handlungsbedarf im Schulungsbereich. Das Verkaufsgespräch ist wichtiger denn je. Sollte G-Lord hier aktiv werden, beteilige ich mich gern an Aktionen, die mögliche Schwachstellen beseitigen.

Fachgruppentreffen 'Gesunde Schuhe'

- 09.-10.02.2009 in Ettenheim
- 10.-11.02.09 in Kressbronn
- 11.-12.02.09 in Meitingen
- 16.-17.02.09 in Bremen
- 17.-18.02.09 in Barsinghausen

→ **Aktivschuhe**

ZR-Vertrag mit biodyn

IN DEN VERGANGENEN JAHREN HABEN VIELE UNSERER FACHHÄNDLER GUTE GESCHÄFTE MIT AKTIV SCHUHEN GEMACHT. DABEI WURDE EINS DEUTLICH: ES IST NICHT IMMER NUR DIE OBJEKTIVE PRODUKTQUALITÄT SONDERN VOR ALLEM AUCH DAS MARKETING UND DIE VERKAUFUNTERSTÜTZUNG, DIE DEN ERFOLG TRUG.



Für den Fachhandel besteht zurzeit eine gute Chance sich am Markt im Bereich der Aktivschuhe erfolgreich zu profilieren

Marken wie MBT oder Chung Shi werden vor allem durch die Vertriebskonzepte getragen, während andere Produkte, insbesondere Kopien, kaum Chancen im Markt haben und nicht wahrgenommen werden. Für jeden Fachhändler ist vorrangig wichtig, dass er ein starkes Produkt hat, auf das er sich nachhaltig verlassen kann.

Zahlreiche Anbieter präsentieren ihnen heute eine Vielzahl von Aktiv-Schuhen. Wir sind der festen Überzeugung, dass es

Auffällig an der Kollektion von biodyn, die sich im Premium-Segment positioniert sieht, sind die hochwertigen Materialien. Das Futter besteht aus Kalbleder, das Feuchtigkeit aufnimmt und schnell wieder abgibt. Für die Schäfte werden ausschließlich exklusive Kalb-, Ziegen- und Nubukleder verarbeitet. Bei einigen Modellen kommt zum Teil auch ein hochwertiges Mesh, welches sehr fein gearbeitet und äußerst reißfest ist, zum Einsatz.

sich lohnt zu prüfen, in wie weit sie von dieser Entwicklung profitieren können und sich in diesem Markt als kompetenten Partner für ihre Kunden und mögliche Neukunden aufstellen. Erste Fachhändler nutzen dies bereits für sich und überlegen sogar separate Shops zu eröffnen.

Auf Grund dieser Überlegungen freuen wir uns, nun auch mit der biodyn-GmbH & Co. KG einen ZR-Vertrag geschlossen zu haben. Hier haben Sie ein weiteres Produkt, das von einem in der Branche bekannten Team entwickelt wurde, welches sich durch das Marketingkonzept, einen selektiven Vertrieb und die starke Unterstützung des Fachhandels am Markt positionieren wird. Die Kollektion wird in Deutschland entwickelt und in der Pfalz in einem neuen Werk produziert.

Falls Sie biodyn ordern, geben Sie bitte unbedingt Ihre G-Lord Kundennummer an, damit Sie in den Genuss der jährlichen Rückvergütung aus Ihrer Anreizprämie kommen.

→ **Workshop Kinderschuhe**

Kinderschuhe

Die Kinderschuhvermarktung scheint an einem Scheideweg.

Auf der einen Seite führen viele Vollsortimentsfachhändler Kinderschuhe in ihrem Angebot, dies aber häufig ohne sichtbare Kompetenz für den Endkunden. Bei diesen Fachhändlern bestehen vielfach Überlegungen, sich von dem Teilssegment Kinderschuhe ganz zu trennen, da Ihnen Ansätze für eine Vorwärtstrategie fehlen.



Auf der anderen Seite sind reine Kinderschuhspezialisten heute erfolgreich im Markt positioniert. Gerade in diesem Bereich wächst unsere Händlerzahl stetig.

Aufgrund der Heterogenität Ihres Angebots haben beide Händler Typen wenig gemeinsame Ansätze und wenig Synergien für eine gemeinschaftliche schlagkräftigere Vermarktung. G-Lord wird deshalb im Januar 2009 mit Fachhändlern und führenden Kinderschuhherstellern über neue Ansätze zur Vermarktung von Kinderschuhen diskutieren.

Über die Ergebnisse dieses Workshops werden wir Sie informieren.

→ Viele G-Lord Fachhändler sammelten in der Vorweihnachtszeit abermals für bedürftige Heimkinder

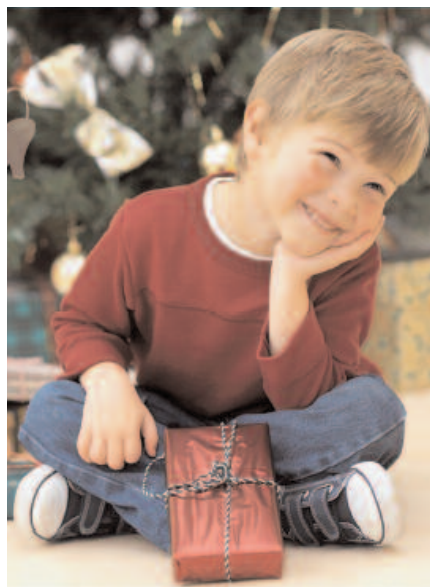
Aktion „Sternschnuppe“ hilft erneut

NACH DER GELUNGENEN AKTIONEN IM VORJAHR, HALF DIE WEIHNACHTSAKTION ZAHLREICHER ENGAGIERTER G-LORD FACHHÄNDLER AUCH 2008 HEIMKINDERN IN DEUTSCHLAND.

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. Bei den zahlreich teilnehmenden Fach-

allen teilnehmenden Fachgeschäften bereits nach kurzem alle Wünsche einen Spender fanden.

Neben der guten Sache an sich, war die Aktion erneut ein immenser Imagegewinn für alle beteiligten Fachhändler. So wurde vielerorts in zahlreichen positiven Berichten von der lokalen Presse über das soziale Engagement berichtet.



Herzenswünsche wurden wahr

händlern hatten Heimkinder die Möglichkeit, ihren Weihnachtswunsch auf eine Wunschkugel zu schreiben oder zu malen. Hier fanden sich alle Dinge wie Brettspiele, Kinderbücher, Jugendromane, Puppen, Baukästen, CDs, Kuschtiere und vieles mehr. Wer ein Kind beschenken wollte, suchte sich einfach im Schuhhaus einen Wunschzettel aus und besorgte das gewünschte Geschenk. Besonders erfreulich war, dass bei fast

Herzenswünsche erfüllt

150 Weihnachtspäckchen in St. Gabriel übergeben



Die Familien freuten sich über die vielen erfüllten Wünsche.

Mit der Aktion Sternschnuppe brachte Micky's Schuhhaus viel Weihnachtsfreude und Überraschungen zu den Heimkindern im Sollner Kloster St. Gabriel. Die Kinder hatten ihre Wunschzettel seit Oktober im Schuhhaus abgeben können und dank der Hilfe zahlreicher Kunden konnten Herr Rosenbaum und Frau Karlovsky vor dem Fest 150 Päckchen für die Kinder unter den Weihnachtsbaum im Foyer von Kloster Gabriel legen. Groß war die Freude der Kinder, als sie ihre Päckchen in Empfang nehmen durften. Die Kinder, ihre Eltern und die Leiter der Einrichtungen in St. Gabriel bedankten sich bei allen, die sich an der Aktion Sternschnuppe mit Micky's Schuhhaus beteiligten und so den Kindern das Weihnachtsfest verschönerten. »Nicht allen Kindern wurde ein sorgenfreies Leben und eine geborgene Einheit in die Wiege gelegt«, meinte

Schwester Daniela und Schwester Judith und die Leiter der Einrichtungen bedankten sich im Namen der beschenkten Familien.

das Team von Micky's Schuhhaus, zusammen mit den Kunden konnten die Sollner aber zumindest einige Kinderwünsche erfüllen. saz



Herr Rosenbaum und Frau Karlovsky von Micky's Schuhhaus übergaben die Päckchen.



Im Foyer des Klosters häuften sich die bunten Päckchen.

So berichtete die Lokalzeitung über die Aktion in Micky's Schuhhaus in München

→ Masai Germany GmbH

MBT wird G-Lord Zentralregulierungslieferant

DAS TEAM DER NEU GEGRÜNDETEN MASAI GERMANY GMBH – EINE 100%IGE TOCHTER DER SCHWEIZER MASAI MARKETING & TRADING AG - IST KOMPLETT. ZEITGLEICH MIT DEM START DES OPERATIVEN GESCHÄFTES VON MBT DEUTSCHLAND, HAT G-LORD, ALS ERSTE UND BISLANG EINZIGE SCHUHVERBUNDGRUPPE, EINEN ZENTRALREGULIERUNGSVERTRAG MIT DER MASAI GERMANY GMBH GESCHLOSSEN.

Der neue Deutschland-Geschäftsführer Uwe Schäfer hat ein branchen-erfahrenes Team aufgebaut und alle relevanten Stellen besetzt. Über 20 Mitarbeiter im



Innen- und Außendienst arbeiten seit Januar 2009 auf Hochtouren. „Grundsätzlich wird sich an unserer Fachhandelsstrategie und den drei Distributionssäulen Medical, Schuh- und Sport-Fachhandel nichts ändern“, erläutert Uwe Schäfer die grundsätzliche Vorgehensweise und ergänzt, „Großversender oder Discounter sind auch weiterhin nicht geplant.“

Die Vermarktung von Aktiv Schuhen bietet dem Fachhandel ein sehr attraktives Umsatzpotential. Aktiv Schuhe sind „Trainingsgeräte“ die dem Endkunden einen sehr schnell erlebbare Nutzen bringen. Von der Muskulaturstärkung insbesondere, im Rücken, Po und den Beinen, bis zur Verbesserung des Gangbildes und der gesamten Körperhaltung.

Der Marktführer MBT hat seinen Erfolg insbesondere durch neue aktive Vermarktungsmaßnahmen erzielt die er gemeinsam mit seinen Fachhandelspartner umsetzt. Endverbraucher die Aktiv Schuhe tragen sind hervorragende Multiplikatoren durch Ihre Mund-zu-

Mund Propaganda. Auch ist festzustellen das es meist nicht bei einem Paar bleibt die ein Kunde kauft.

„Wir freuen uns auf die intensive Zusammenarbeit mit dem neuen MBT-Team“, erläutert Horst Purschke, Leiter der Fachgruppe Orthopädie und Komfort.



→ Easyflags mit aktuellen Motiven

Neue Flaggen für Frühjahr und Sommer 2009

EXKLUSIV FÜR G-LORD FACHHÄNDLER BIETET DIE FIRMA „ENTDECKER“ FLAGGEN VOM TYP EASYFLAG ALS AUFMERKSAMKEITSSTARKES MARKETINGINSTRUMENT, MIT EINEM INTERESSANTEN RABATT AUF DEN LISTENPREIS.

Die Easyflag ist eine mobile, windunabhängige Fahne mit dauerhaft gespanntem

Stoff. Dank ihrer besonderen Tropfenform ist die Flagge eine weitenwirksame Werbung für jedes Geschäft. Mit einer Aufbauzeit von nur 30 Sekunden ist sie - mit einer Höhe von 4,40 m und einer Breite von 1,45 m - flexibel und vielseitig einsetzbar.

Fachhändler die bereits Flaggen von Easyflag als Marketinginstrument nutzen, haben jetzt die Möglichkeit Austauschstoffe mit neuen aktuellen Motiven für Frühjahr und Sommer 2009 zu ordern. Sie erhalten einem Rabatt von 30 % auf den Listenpreis. Die Kosten pro Austauschstoff liegen damit bei 135 Euro.



→ Schwarzes Brett

Suche, biete...

Verkaufsstände gesucht - Wir suchen für unser Fachgeschäft 2 Verkaufsstände in weiß mit Rollen. Höhe 140 cm. Die Etagenböden sollten die Maße 100 x 30 cm haben. Angebote bitte an das Schuhhaus Greten, Herrn und Frau Greten, Vorderthülerstr. 6, D-26169 Markhausen, Telefon 04496 - 1312.