



→ Intensive und kostenlose Beratung bei der Entwicklung von Strategien

Chancen für den Fachhandel

TÄGLICH ERREICHEN NEUE MELDUNGEN ÜBER DIE WELTWIRTSCHAFTSKRISE AUCH DEN FACHHANDEL UND DIE SCHUHBRANCHE. GMS SIEHT DIESE ENTWICKLUNG ABER WENIGER ALS BEDROHUNG FÜR DEN FACHHÄNDLER, SONDERN VIELMEHR ALS CHANCE DIE EIGENEN STRUKTUREN ZU OPTIMIEREN. WO WETTBEWERBER WEG BRECHEN ERGEBEN SICH ÜBERDIES FÜR DIE STARKEN UND ERFOLGREICHEN FACHHÄNDLER CHANCEN MITBEWERBER ZU ÜBERNEHMEN ODER ZUMINDEST DAS FREI WERDENE UMSATZPOTENTIAL ABZUSCHÖPFEN.

Vor diesem Hintergrund hat GMS ein Konzept für die Bereiche Umsatz, Kosten und Finanzierung entworfen, mit dem sich der Fachhandelspartner richtig und erfolgreich auf die anstehenden Veränderungen des Marktes vorbereiten können, um diese auch psychologisch positiv für sich zu nutzen. „Alle großen Unternehmen optimieren in solchen Phasen ihre Prozesse und ihre Kosten, weil es in schwierigen Phasen natürlich viel leichter ist, Kürzungen durchzusetzen, als in Zeiten in denen Milch und Honig fließen“ so Dr. Karsten Niehus.

Im Kern geht es bei der Analyse und Maß-

nahmenplanung um 5 Felder, die im Vordergrund stehen und die im Schuhfachhandel in der Krise die wesentlichen Treiber des Erfolges sind: Das Verhältnis zu Lieferanten, die Kundenbindung, flexible und kostenoptimale Strukturen, die Qualität der Mitarbeiter und eine klare Positionierung und Strategie. Die kurzfristige Maßnahmenplanung des Konzeptes fokussiert sich auf die Umsatzoptimierung, die Werbeeffizienz, die Optimierung der Kosten und die Verbesserung der Finanzierungsstruktur, auch unter Einsatz öffentlicher Mittel. Dazu wird allen Kunden ein detaillierter Maß-

nahmenkatalog angeboten, verbunden mit dem Angebot eine kostenlose individuelle Beratung und Optimierung des Fachgeschäftes durchzuführen. Überdies bietet GMS seinen Kunden eine Strukturanalyse an, um Verbesserungspotentiale im Unternehmen aufzudecken. Grundlage ist dabei nicht die Orientierung am Durchschnitt – wie oft in der Branche üblich – sondern an den anonymisierten, erfolgreichsten Händlern der jeweiligen Fachgruppe. Schon immer war es sinnvoller, sich an den Besten zu orientieren, die auch in schwierigen Zeiten wachsen.

Tragetaschen

Aktuell haben Kunden die Möglichkeit Tragetaschen mit eigenen Händlerlogo sowie ausgewählten Herstellermarken zu besonders günstigen Konditionen zu erwerben. Neue Lieferanten bei der Aktion sind: Dockers, Kangaroos, Josef

Seibel und Brütting. Außerdem wird eine „Gesunde Schuhe“ Version der Taschen angeboten. Auf vielfachen Wunsch gibt es jetzt eine Stiefel- bzw. 2-Paar-Tasche in der Größe 66 x 58 cm, statt bisher 58 x 50 cm.



→ Personalien

GMS Team erweitert

MIT ESTERINA IßLEIB UND DIETER JURKSCHAT VERSTÄRKEN ZWEI NEUE MITARBEITER SEIT KURZEM DAS KÖLNER GMS TEAM.



Esterina Ißleib (42) hat im August 2008 ihre Tätigkeit bei GMS aufgenommen. Zuvor war sie 15 Jahre als Einkaufssachbearbeiterin in der Stahl- und 9 Jahre in der Medienbranche mit der Abwicklung der Buchhaltung vertraut. Bei GMS hat Frau Ißleib als Innendienstmitarbeiterin die Verantwortung für die Buchhaltung, sowie die Koordination von Sammelbestellungen wie Paketmarken und Vororderprogramme übernommen.



Dieter Jurkschat (48) verantwortet den Ausbau der GMS Sportfachgruppe. Herr Jurkschat war zuvor 5 Jahre bei Intersport als Regionalleiter tätig. Zusätzliche Erfahrungen im Sportfachhandel sammelte er während seiner Tätigkeit bei Breuninger, wo er für den Sport-Einkauf für 9 Filialen verantwortlich war. Durch seine langjährige Erfahrung im Handel bringt er sehr gute Marktkenntnisse mit und freut sich auf die neuen Aufgaben.

Riva Mode-Order

Durch den gemeinsamen Einkauf können an der Riva Order teilnehmende Fachhändler ausgezeichnete Einkaufskonditionen erzielen. Sie erhalten Einkaufspreise, die bis zu 25% unter den Eigenmarkenprogramme anderer Verbundgruppen liegen. Und das für identische Artikel! Durch Mengenbündelung und eine zentrale Reklamationsbearbeitung des Großhandelspartners Pölking ergeben sich zusätzliche Preis- und Handlingvorteile. Für die kommende Saison hat die GMS Riva-Gruppe die Kollektionen von **Carmens** und **Ca'D'Oro** bemustert. Das Angebot wird ergänzt durch das in Portugal gefertigte Eigenprogramm „Piazza“ von Pölking.



→ Schuh Plagge und Peters feiern

Jubiläen

75 Jahre Schuh Plagge in Haltern am See waren für den Inhaber Bernd Plagge ein toller Anlass, mit seinen Mitarbeitern und Kunden zu feiern. Diese profitierten überdies von einer gemeinsam mit GMS und der Agentur Schwind entwickelten Jubiläumsaktion, deren Erfolg die bereits anfänglich hohen Erwartungen noch deutlich übertraf.



Thomas Schulte-Huermann gratulierte Bernd Plagge herzlich zum 75ten Jubiläum

100 Jahre Schuhhaus Peters wurden in Tespe gefeiert. Das heute in der vierten Generation von Oliver und Sven Peters, gemeinsam mit dem Vater Hans-Heinrich geführte Geschäft, mit einer Filiale in Tostedt ist spezialisiert auf den Bereich Orthopädie.



Thomas Schulte-Huermann mit Familie Peters

→ **GDS Altstadt-Abend**

Zweiter GMS Messe-Abend

NACH DEM LETZTJÄHRIGEN TREFFEN DER GMS FACHHANDELSPARTNER IN DER FRANKENHEIM BRAUEREI HABEN FÜR DEN DIESJÄHRIGEN GDS ABEND IM „SCHIFFCHEN“ BEREITS IM VORFELD ÜBER 80 KUNDEN ZUGESAGT.

Am 14. März 2009 um 19:30 Uhr ist es wieder soweit. Die GMS Kunden treffen sich zu einem gemütlichen Abend, um den zweiten Messetag fröhlich ausklingen zu lassen. Treffpunkt ist die Altstadtbrauerei „Zum Schiffchen“, mitten in der berühmten Düsseldorfer Altstadt. Sie ist das älteste Restaurant Düsseldorfs.

Im Schiffchen spiegeln sich mehr als 380 Jahre Düsseldorfer Stadtgeschichte. Es



Das Treffen während der Herbst GDS 2008 in der Frankenheim Brauerei

wird von den Düsseldorfern und den Gästen der Stadt als das typische, originale Düsseldorf Restaurant bezeichnet. Atmosphäre, Einrichtung und Speisenangebot garantieren die Originalität ebenso wie die blaubeschürzten Köbesse - zu hochdeutsch: Kellner - die ihren Service mit rheinischem Humor und Düsseldorf Platt zur Freude der Gäste aus vielen Ländern "zelebrieren".

Das Restaurant wurde erstmals 1628 erwähnt und ist stolz, unter anderem auch Napoleon bewirtet zu haben. Dabei sind es heute weniger feine französische Sitten oder die französische Küche, die das Schiffchen populär machen, als vielmehr eine gewisse Urigkeit und Fröhlichkeit. Kurzentschlossene Gäste sind herzlich willkommen. Sie finden uns im „Schiffchen“ in der Hafenstraße 5 in Düsseldorf.

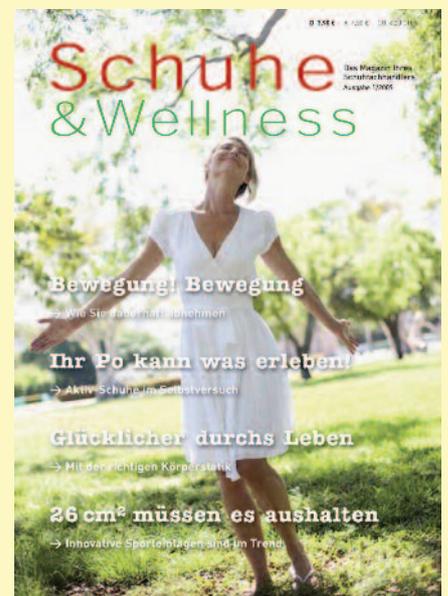
→ **Schuhe & Wellness**

Das neue Heft ist da!

MIT DER FÜNFTEN AUSGABE DES ENDKUNDENMAGAZINS SCHUHE & WELLNESS ERHALTEN GMS FACHHÄNDLER ERNEUT DIE MÖGLICHKEIT, IHREN KUNDEN GEGENÜBER FACHKOMPETENZ UNTER BEWEIS STELLEN, UND SICH GEZIELT VON MITBEWERBERN ABZUSETZEN.

Das Magazin ist für viele GMS Orthopädie- und Komfortschuhfachhändler inzwischen ein unverzichtbares Instrument zur Bindung von Stammkunden geworden. Der Großteil der 100.000 Exemplare wird im Auftrag der Händler direkt an deren Endkunden verschickt. Durch die Möglichkeit das Editorial zu individualisieren, also die erste Innenseite

selbst zu gestalten, trägt jedes Heft die persönliche Handschrift des einzelnen Fachhändlers. Durch das Einbringen des eigenen Logos, eine individuelle Ansprache der Stammkunden, eines Fotos des eigenen Fachgeschäftes oder vom Mitarbeiterteam, erfüllt die Schuhe & Wellness die hohen Anforderungen der teilnehmenden Fachhändler.



→ Jahreswerbepplan 2009 - Qualität statt Quantität

Dialog mit dem Endkunden

DER KUNDE IST HEUTE INDIVIDUELLER DENN JE - UND SO MÖCHTE ER AUCH UMWORBEN WERDEN. WEIL DIALOGMARKETINGMAßNAHMEN DEN ENDKUNDEN ZIELGENAU ERREICHEN IST IHR NUTZEN BESONDERS GROß. ES ENTSTEHEN KEINE STREUVERLUSTE IM GEGENSATZ ZU DER KLASSISCHEN ANZEIGENWERBUNG. ZUDEM KANN MAN DEN RESPONSE BESSER MESSEN.

Erfolgreich durchgeführte Aktionen wie die GMS „Schottentage“ oder das Sommermailing „Blumensamen“ haben gezeigt, wie wichtig eine gezielte Kundenansprache ist. Und dies nicht nur bezüglich des saisonalen Aufhängers sowie der sprachlich-visuellen Umsetzung, sondern vor allem auch bezüglich der Adressen: Denn eine gepflegte Kundendatenbank ist die notwendige Basis für den Erfolg aller Werbe- und Direktmarketingaktionen. Das gilt auch für die vielfältigen Werbeaktionen, die wir mit der Werbeagentur Schwind für GMS Kunden in einem neuen Werbeplan zusammengestellt haben. In den GMS Fachgruppen tagungen wurden fünf Basisaktionen verabschiedet. Es gilt Qualität statt Quantität. Saisoneroöffnungs-, Abverkauf- und Weihnachtsaktion sollten auf der Liste ganz oben stehen.

Die bisherigen Aktionen sind der Beleg dafür, dass Direktmarketing zu optimalen Ergebnissen führt. Insbesondere die

Direktmarketing-Tipps

- Pflegen Sie Ihre Kunden-Adressdatei regelmäßig!
- Holen Sie nach der Aktion eine Kunden-Feedback ein und werten Sie die Aktion aus.
- Planen Sie in Ihrem Budget nach Möglichkeit 4-6 Werbeaktionen pro Jahr ein, um die gewünschten Erfolge und Umsätze zu erzielen.
- Fokussieren Sie sich auf 3 - 4 Aktionen im Jahr, also **Qualität statt Quantität**.



Frühlingsaktion: Jahreswerbepplan 2009

immer wichtigere Kundenbindung wird gestärkt. Außerdem ist neben der Kundenbindung der Aspekt der Neukundengewinnung nicht zu vernachlässigen. Insbesondere hierfür gilt: Denken Sie im Alltagsgeschäft immer an den weiteren Aufbau und Ausbau Ihrer Kundendatenbank. Die dafür aufgewendete Zeit und Energie macht sich in kürzester Zeit bezahlt. Denn nur mit guten und aktuellen Kundenadressen wird Ihre Direktmarketingaktion zu nachweislich messbaren Erfolgen führen. Die Responsquoten der letztjährigen Aktionen lagen bei einem gepflegten Adressbestand zwischen 15 und 18 Prozent.

Anzeigenwerbung ist deutlich kostenintensiver und mit erheblichen Streuverlusten verbunden. Streichen Sie deshalb künftig Werbewünsche von Vereinen oder der Lokalpresse zur Anzeigenschaltung. Das gesparte Geld sollten Sie nach unserer Empfehlung besser in eine gute Direktmarketingaktion investieren.

→ Neu in der Zentralregulierung

Lieferanten

MIT DEN FIRMEN NOËL, LEDER BRINKMANN, AIRMICI DAUTEL UND SHOES & DEVELOPMENT STEHEN GMS KUNDEN AB SOFORT FÜNF NEUE ZENTRALREGULIERUNGLIEFERANTEN ZUR VERFÜGUNG.

Der französische Kinderschuhhersteller **Noël** mit Sitz in Vitre hat sich auf bequeme Leichtgewichte, genannt „Piepoiplums“, spezialisiert. Das Besondere der Schuhe ist die Sohle aus thermoplastischem Polyurethan. Ein patentiertes Herstellungsverfahren macht sie um ca. 40 % leichter als herkömmliche Rubber-Sohlen. Das Material ist überwiegend chromfrei gegerbtes Leder.



Das Unternehmen **Leder Brinkmann**, das auch neuer Inhaber von "Mengner & Martin" ist, ist Partner der Orthopädienschuhtechniker, Schuhmacher und Schuhgeschäfte und seit mehr als 80 Jahren führender Ledergroßhandel in Norddeutschland.

Ebenfalls neu in der Zentralregulierung sind die Firmen **Airmici** aus Wien, die aufblasbare Stiefelformer in diversen Designs vertreibt; die Sticker Factory **Dautel** aus Herbolzheim die sich auf die Entwicklung und den Vertrieb von trendigen und kindgerechten Textilmotiven und Accessoires spezialisiert hat sowie die Firma **Shoes & Development** aus Berlin, ein Anbieter von Merchandising Artikeln.

Geben Sie bei der Order bei unseren neuen Vertragslieferanten bitte unbedingt Ihre GMS bzw. RSB-Kundennummer an, damit Sie in den Genuß einer hohen Rückvergütungen bestehend aus Anreizprämie sowie dem 2,2%-igen Mitgliederbonus gelangen.

→ **Kunden sichern - Umsatz sichern**

Mystery Shopping

GUTER UMGANG MIT KUNDEN IST DAS ERFOLGSREZEPT FÜR MITTELSTÄNDISCHE FACHHANDELSUNTERNEHMEN. GMS HAT SICH DAHER - IN ZUSAMMENARBEIT MIT ISC (INTERNATIONAL SERVICE CHECK) - ZUM ZIEL GESETZT, FACHHANDELSPARTNERN BEI DER VERBESSERUNG DER SERVICEQUALITÄT ZU HELFEN. BESONDERS GUTE LEISTUNGEN WERDEN PRÄMIERT, UND DAMIT AUCH FÜR DEN ENDKUNDEN SICHTBAR.

Es gibt nur ein Klientel, das Ihre Freundlichkeit und Beratungsqualität beurteilen kann: Ihre Kunden.

Um genau deren Sicht auf Ihr Geschäft zu erkennen, helfen speziell ausgebildete Testkäufer, so genannte „Mystery Shopper“. Sie informieren Geschäftsinhaber live und aus erster Hand, was Kunden in Ihrem Fachgeschäft sehen, beobachten und erleben. Alles, was ihnen gut gefällt oder missfällt.

Mystery Shopping, das in den USA schon seit vielen Jahren erfolgreich zur objektiven Messung der Servicequalität von Unternehmen praktiziert wird bietet auch interessante Ansätze für GMS Kunden. Verschiedene Checks testen die Servicequalität, zeigen unabhängige, objektive Kunden-Erfahrungen und bringen Service-Stärken und -Schwächen des Händlers auf den Punkt. Dabei können sich die getesteten Fachhändler sicher sein, dass alle Schwachstellen erkannt werden. Sind diese erst ermittelt, können sie meist schnell, direkt und zielgerichtet bearbeitet werden.



„Mein Team ist heute derart motiviert, dass es eine Freude ist, mit ihm zu arbeiten!“

Bei der GMS Mystery Shopping Aktion wurden im November und Dezember 2008 bundesweit insgesamt 95 Fachhändler anonym von ausgebildeten Testkäufern besucht. Händler, die dabei besonders gute Ergebnisse erzielen konnten, wurden anschließend mit einem **GMS-Qualitätssiegel** prämiert.

Mit 95 von 100 möglichen Punkten teilen sich gegenwärtig die Unternehmen Ruthardt – Gesunde Schuhe aus Dornhaan und Hotz – Gesunde Schuhe aus Albstadt den Spitzenplatz für beste Beratung und besten Service beim Schuhkauf. Aber auch - oder gerade - wenn bei Fachhändler hier und da noch Optimierungsmöglichkeiten aufgedeckt werden, trägt das Mystery Shopping Früchte.

„Wir sind wir die Ergebnisse des Mystery Shopping Schritt für Schritt durchgegan-

gen, haben sie diskutiert, Verbesserungsvorschläge besprochen und auch sofort in die Tat umgesetzt. Bei unseren Kunden konnte man daraufhin eine derartige gute Resonanz feststellen, es war erstaunlich“, bestätigt Hannelore Maria Gößl vom Schuhhaus Gößl in Weiden, die zu den Teilnehmern der ersten Testkaufaktion gehört. „Vielen Dank an das GMS Team für die gute Idee und die gelungene Umsetzung!“



Impressum

GMS 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

→ GMS bezuschusst die Teilnahme am European Clearing Center

GMS kooperiert mit dem ECC

MIT DEM EUROPEAN CLEARING CENTER (ECC) IST EINE FÜR DIE SCHUHBRANCHE EINZIGARTIGE INITIATIVE VON HANDEL, VERBUNDGRUPPE UND INDUSTRIE GESCHAFFEN WORDEN. ALS ZENTRALE STELLE WERDEN ÜBER DAS ECC DATEN VON ALLEN MARKTBETEILIGTEN AUSGETAUSCHT. DAS HEIßT: HANDEL, VERBUNDGRUPPEN UND INDUSTRIE KOMMUNIZIEREN ÜBER EINE EINZIGE PLATTFORM NACH EINEM EINHEITLICHEN STANDARD. UND DAS BRINGT ALLEN VORTEILE!

Name	Verkaufsbericht	Bestandsbericht	Auftrag	Auftragsbestätigung	Lieferschein	Rechnung	Bild	ERK Teilnahme	EAS	EAN
Shoe.com	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Wendel	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Wortmann	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
s+w	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Caprice	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Ara (incl. Jenny)	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Marcshoes	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
BNS	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Brüting	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Ecco	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Anwr (Longo)	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Anwr (You Know)	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Geka-Sport	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Clark	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Gabor	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Rieker	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Stoxx	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Bama	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Coloni/Emo	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Lloyd	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Ricosta	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Romika	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
J Seibel	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Birkenstock	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Pedag	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Idana	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Wolky	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Camel Active	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Esprit	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Anwr	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Högl	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Peter Kaiser	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Bernd Hummel	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Semler	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
K & S	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■

Unterstützte Funktionen: grün = unterstützt, gelb = in Vorbereitung, rot = derzeit nicht unterstützt. (Stand: 20.02.2009, Quelle ECC)

Mit dem ECC Service steht ein Internetdienst zur Verfügung, der die Kommunikation zwischen Hersteller, Verbundgruppe und Fachhändler vereinfacht und Artikelstammdaten, Auftragsdaten sowie Artikelbilder online zur Verfügung stellt. Die Nutzung verspricht Händlern eine erleichterte Artikelanlage und Auftragserstellung. **Der Fachhandel wird in zeitaufwendigen Prozessen wie Wareneingang, Auszeichnung, Bestellungen und Warenversorgung entlastet und kann Zeit und Kosten sparen.** Die Prozesskette schneller zu machen, bedeutet letztlich einen höheren Lagerumschlag, häufigeres Disponieren und verringerte Kapitalbindung beim Händler. "GMS Kunden sollen das ECC

nutzen, um ihre Geschäftsprozesse zu optimieren und Kosten zu senken. Dies schafft Zeit, sich stärker auf den Markt und die Endkunden zu konzentrieren", erläuterte Dr. Karsten Niehus. „Wir werden unseren Händlern den Zugang zum ECC für ca. 20 Euro im Monat ermöglichen.“ Das ECC steht heute jedem Warenwirtschaftsanbieter offen. Einheitliche Schnittstellen erlauben eine komfortable Anbindung an das Clearing-Center. Jeder Warenwirtschaftsanbieter kann diese nutzen, um seinen Kunden, also den Fachhändlern, die Vorteile zeitgemäßer Datenkommunikation verfügbar zu machen. Unsere strategischen EDV-Partner ETOS und HIS sind mit ihren Systemen bereits dabei.

→ Gesunde Schuhe

Gelungene Pressearbeit

Als erstes Unternehmen profitierte das Schuhhaus Oberle in Ettenheim von der GMS PR-Aktion, zur Marteingführung des „Gesunde Schuhe“ Konzeptes.

Neben dem Bürgermeister der Stadt Ettenheim gratulierte auch der Hauptgeschäftsführer des Einzelhandelsverbands Südbaden zu der „ernormen und beispielhaften Leistung“ die Inhaber und Mitarbeiter erbringen.

