GMS aktuell

DER NEWSLETTER FÜR GMS FACHHANDELSPARTNER 5 / 2015

→ Im Gespräch mit Kinderschuhfachhändler Michael Thum

Die beste Entscheidung in unserem Leben

KINDERSCHUHE WERDEN MEIST NUR ALS VERNACHLÄSSIGTES SEGMENT IM SCHUHFACHHANDEL GEFÜHRT. OFT HÖRT MAN VON SCHUHFACHHÄNDLERN, DER AUFWAND SEI ZU HOCH, DAS GESCHÄFT LAUFE NUR 4-6 WOCHEN IN DER SAISON UND ES LÄSST SICH KEIN GELD VERDIENEN. MÜTTER HABEN IHRE KINDER HEUTE NICHT MEHR IM GRIFF UND DAS GANZE IST SEHR ANSTRENGEND. DESHALB FRISTEN KINDERSCHUHE IN VIELEN FACHGESCHÄFTEN NUR EIN STIEFMÜTTERLICHES DASEIN UND VIELE HABEN ODER SIND DABEI, DAS SEGMENT AUFZUGEBEN.

Michael Thum und Nicole Müller: Inhaber des ersten boys&girls Shops in Dresden

„Ganz anders sieht man dies beim GMS Verbund", berichtet Michael Thum. „Wer sich spezialisiert und ein weit größeres Angebot bietet als seine Wettbewerber wird erfolgreich in der Nische." Es gilt somit Kinderschuhe richtig zu vermarkten. Dafür hat der GMS Verbund ein Systemkonzept entwickelt, das den Namen „boys&girls" trägt. Michael Thum gehörte als Existenzgründer zu einem der ersten, die dieses Konzept mit einem Pilotshop umgesetzt hat. „Das war die beste Entscheidung in unserem Leben", sagt das junge Paar 2 Jahre nach der Geschäftseröffnung.

Die Einzelhandelsbranche hatte sich Michael Thum schon früh als seine berufliche Heimat ausgesucht. Er begann seine Laufbahn mit Schuhen, die er jetzt wieder verkauft: „Ich habe Schuhe gelernt." Nach seiner Ausbildung zum Einzelhandelskaufmann im Schuhhandel erwarb er den Abschluss als Handelsfachwirt. Bevor er sich selbständig machte, war er insgesamt 15 Jahre bei einem großen Möbelhändler tätig und dort für Personal und Einkauf verantwortlich. Heute sieht er als wesentlichen Unterschied zwischen seiner früheren leitenden Position und seiner Selbständigkeit die Freiheit, die er als Unternehmer hat: „Vieles hat sich wenig geändert, ich war vorher für 4.000 Quadratmeter Verkaufsfläche verantwortlich, und es war ein Provisionsgeschäft. Heute bin ich mein eigener Chef

und es sind meine Kunden! Dies ist ein großer Unterschied."

Vor knapp zwei Jahren wagte Michael Thum mit seiner Freundin den Schritt in die Selbständigkeit, weil er seine Zeit und Energie lieber für sich selbst einsetzen wollte. Da er zuvor bereits gute Erfahrungen mit einer engen Zusammenarbeit mit Herstellern gemacht hatte, erkundigte er sich bei verschiedenen Herstellern aus der Schuhindustrie nach Möglichkeiten der Zusammenarbeit. „Für Kinderschuhe habe ich einen Markt gesehen."
Von der Mehrheit der Hersteller wurde ihm der GMS Verbund in Köln empfohlen. Michael Thum informierte sich dort über das Systemkonzept für Kinderschuhe und entschied sich schließlich, einer der ersten Partner von „boys&girls" Kinderschuhe in Dresden zu werden. Gegenüber einer Existenzgründung auf eigenes Risiko sah er deutliche Vorteile: „Ich muss viele Entwicklungskosten und die Werbemittelkosten nicht selbst tragen, die Vermarktung wird mir sehr erleichtert und der Einkaufsverbund garantiert mir gute Konditionen."
Herr Thum musste aufgrund seiner Erfahrung im Einzelhandel nicht ganz von vorne anfangen: „Ich kenne die Abläufe, da ich aus dem Handel komme: Man muss die Ware ansprechend präsentieren, die richtige Werbung machen, damit Kunden ins Geschäft kommen und braucht natürlich ein gutes Angebot." Trotzdem erleichterte ihm die Unterstützung durch GMS die Startphase enorm. Einerseits war ein starker Partner wie der GMS Verbund bei Finanzierungsgesprächen mit Banken sehr vorteilhaft, andererseits ermöglichte GMS den angehenden Händlern bei etablierten erfolgreichen Fachhändlern einmal in das Geschäft reinzuschnuppern und die Grundlagen im Verkauf und zu den Produkten zu lernen. Michael Thum besuchte GMS-Fachgeschäfte in Freiburg, Chemnitz und Leipzig und resümiert: „Das war am besten: vor Ort zu sein und mitzuarbeiten."

Mittlerweile führt der Unternehmer ein erfolgreiches boys&girls Kinderschuhgeschäft in Dresden im dritten Jahr und hat schon viele eigene Erfahrungen mit seinen kleinen Kunden gesammelt. Den passenden Schuh für Kinder zu finden ist meistens schwieriger als bei Erwachsenen, berichtet der Händler. „Nicht nur weil Kinder eher emotional an die ganze Sache herangehen und lieber einen schönen Schuh haben wollen, egal ob er drükkt. Auch weil gerade Kleinkinder kaum ausdrücken können, ob der Schuh passt. Kinderknochen sind weich und das Druckempfinden ist reduziert. Es ist sehr wichtig, Geduld und Ruhe zu haben, die Füße genau zu vermessen und jeden Schuh anzuprobieren."

Wenn die Kindergärten und Schulen schließen und die Eltern Feierabend haben, also besonders zwischen 16 und 18 Uhr, ist das Geschäft voll. „Um einen guten Umsatz zu erzielen, ist besonders

die Stammkundschaft wichtig. Die braucht man, ohne geht's nicht!" Ein gutes Angebot und die richtigen Marken sind dabei die Grundvoraussetzung, um möglichst viele Stammkunden zu gewinnen. Deswegen verkauft Michael Thum nur hochwertige Kinderschuhe von namhaften Systemlieferanten. „Gut passende Kinderschuhe müssen besonders im Leistenbereich optimal passen, denn jeder Fuß ist anders."

Eine weitere Herausforderung ist es, den regionalen Geschmack zu treffen. Herr Thum empfiehlt, das Warenangebot am Anfang breit zu fächern. Zu testen was geht und sich dann auf wenige Lieferanten zu forcieren. Der Austausch mit anderen Händlern des GMS Verbunds hat ihm da sehr geholfen. Mit der Unterstützung durch den GMS Verbund ist der Fachhändler sehr zufrieden: „Der GMS Verbund, aber auch wir Händler sind immer daran, uns weiter zu optimieren." Durch die angebotenen Leistungen spare er sich Zeit und Geld und seine Arbeit werde deutlich erleichtert.

Insbesondere die von GMS entwickelten Werbemittel lassen keine Wünsche offen. Materialien wie Logos, Schilder, Vordrucke und Flyer helfen ihm viel beim Marketing. Dem Händler gefällt es sehr, dass die Betreuung durch einen jederzeit erreichbaren Ansprechpartner immer da sei, er aber auch selbst genügend Freiheit für eigene unternehmerische Entscheidungen habe. So könne er von den guten Konditionen, die der GMS Verbund mit Lieferanten ausgehandelt hat, profitieren, diese aber auch selbst noch verbessern und vor allem selbst entscheiden, welche Hersteller für sein Geschäft besonders geeignet sind.

Der Aufbau eines soliden Unternehmens dauert üblicherweise 3 Jahre. Obwohl diese Zeit noch nicht ganz vorbei ist, ist der Händler mit dem, was in der Kasse übrig bleibt, sehr zufrieden.

„Klar kann es immer besser sein! Es wird später leichter, wenn die Stammkundschaft größer geworden ist." Das Konzept boys&girls kann er guten Gewissens weiterempfehlen. „Es läuft jedoch nicht von allein. Man muss Gas geben und vor allem gut mit Menschen können!" so Thum. ■

→ GMS Fachhändler schicken Kinderschuhe in die Flüchtlingslager an der Syrischen Grenze

Kinderschuhe für Syrien

AKTUELL ERLEBEN WIR EINE KATASTROPHE AN DER GRENZE DER TÜRKEI ZU SYRIEN. FLÜCHTLINGE DRÄNGEN ÜBER DIE GRENZE, UM DEN WIRREN DES BÜRGERKRIEGS ZU ENTFLIEHEN. NACH MEDIENBERICHTEN SIND WEIT ÜBER 13 MILLIONEN MENSCHEN IN DER REGION AUF HUMANITÄRE HILFE ANGEWIESEN. 60 ENGAGIERTE SCHUHFACHHÄNDLER REAGIERTEN SCHNELL UND UNBÜROKRATISCH, UND BETEILIGTE SICH KURZERHAND AN DER GMS CHARITY ‚KINDERSCHUHE FUR SYRIEN'.

Im Rahmen der Aktion riefen zahlreiche GMS Fachhändler ihre Endkunden in der Vorweihnachtszeit, vom 01. bis 26. Dezember 2014, dazu auf, „noch gut erhaltene Kinderschuhe" in den jeweiligen Fachgeschäften abzugeben, um die Kinder in den Flüchtlingslagern an der Syrischen Grenze zu unterstützen.

Zu jedem Paar Kinderschuhe wurde vom Endkunden ein Logistikkostenzuschuss in Höhe von 2 Euro erbeten, der für den Transport der Schuhe und die Verteilung vor Ort im Krisengebiet dient.

Als kleines Dankeschön erhielten die spendenden Kunden pro abgegebenen Paar Kinderschuhe einen Einkaufsgutschein in Höhe von 2 Euro, der wiederum im Geschäft des Fachhändlers im Zeitraum vom 01.01. - 31.06.2015 bei einem Einkauf eingelöst werden kann.

Die Hilfsaktion wurde von den Endkunden allerorts mit einem überwältigendem Zuspruch begleitet. Selbst Fachhändler, die im eigenen Geschäft keine Kinderschuhe führen, berichteten begeistert über die riesige Resonan So staunte Tobias Zahler, GMS Orthopädiefachhändler aus Weilheim in Oberbayern, nicht schlecht, als der örtliche Kindergartenbus mit Kindern und Schuhspenden bei ihm vorfuhr.

Als Ergebnis dieser außergewöhnlichen Hilfsaktion wurden von den teilnehmenden Fachhändlern rund 80.000 Paar Schuhe für Kinder in Syrien gesammelt und an eine zentrale Sammelstelle weitergeleitet. Ende Januar startet im Duisburger Binnenhafen die Verschiffung der rund 80.000 Paar Kinderschuhe in die Krisenregion vom Gelände des international operierenden Logistikdienstleisters Kuehne + Nagel, welcher kostenlos die wesentliche logistische Unterstützung für die Aktion übernimmt. Kühne + Nagel sorgt für die kostenlose Frachtaufbereitung, Verschiffung und Verzollung der Container sowie den Transport der Hilfsgüter ins Krisengebiet. Vor Ort in der Krisenregion wird die Verteilung der Kinderschuhe in den Flüchtlingslagern des DRK und der 'Ärzte ohne Grenzen' durch ein deutsches Team ehemaliger Bundeswehrsoldaten vorgenommen.

Vielen Fachhandelspartnern ist es durch aktive Öffentlichkeitsarbeit gelungen, die

Kathleen Schliemann, Traffic Manager Seafreight Export bei Kuehne + Nagel und ihrem Logistikteam präsentieren die gesammelten Kinderschuhe vor dem Verschiffen

Reihen von Zelten und provisorischen Bauten erstrecken sich in Syrischen Flüchtlingslägern soweit das Auge reicht

Aktion deutlich zu verstärken. Die positive Resonanz mit vielfältigen redaktionellen Beiträgen in der lokalen Presse führte zu einer enormen Spendenbereitschaft. Dabei standen und stehen natürlich auch immer die Fachhandelspartner, als regionaler Träger der Aktion, im Mittelpunkt der öffentlichen Wahrnehmung. ■

→ Neue Ranking-Faktoren

Google bevorzugt mobile Webseiten

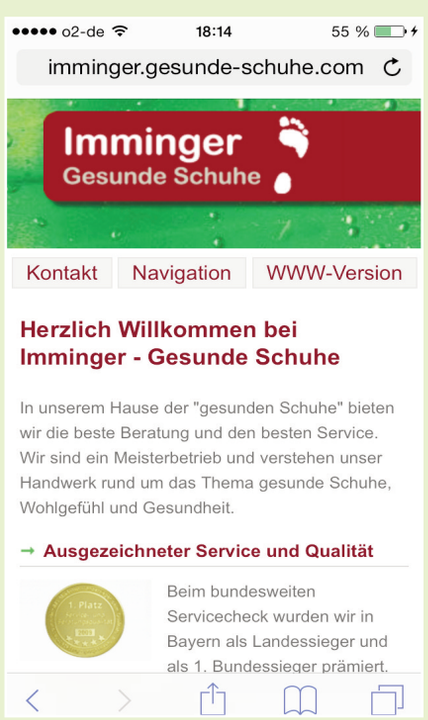
BEREITS IM DEZEMBER HAT GOOGLE DAMIT BEGONNEN, IN DEN MOBILEN SUCHERGEBNISSEN DIE WEBSITES MIT "FÜR MOBILGERÄTE" ZU KENNZEICHNEN, FALLS DIESE FÜR SMARTPHONES OPTIMIERT SIND. NUN ERFOLGT DER NÄCHSTE SCHRITT, DASS MOBILES DESIGN AUCH ALS RANKINGFAKTOR INS SPIEL KOMMT.

it-bo Geschäftsführer Daniel Stateczny

Bereits bisher war es sinnvoll, den mobilen Usern die Inhalte einer Internetseite oder eines Online-Shops mit einer mobil optimierten Version zugänglich zu machen und lange Ladezeiten zu vermeiden. Seit dem 21. April 2015 wird die Mobiltauglichkeit einer Website nun auch als Rankingsignal gewertet.

Dies betrifft gegenwärtig allerdings nur die mobilen Suchergebnisse. In Sachen Suchmaschinenoptimierung bedeutet dies also, dass mobiles Webdesign oder eine mobile Plattform wichtiger denn je ist, um weiter vorne zu ranken bzw. nicht in den Suchergebnissen zurückzufallen. Des Weiteren sollen auch App-Inhalte in den Suchergebnissen auftauchen. Per Klick auf das Suchergebnis wird dieses dann direkt in der App geöffnet. Interessierte müssen dazu aber die technischen Voraussetzungen erfüllen.

Bei Fragen zum Thema mobile Nutzerfreundlichkeit und Suchmaschinenoptimierung steht Herr Daniel Stateczny als persönlicher Ansprechpartner unter 040 / 209313731 zur Verfügung. ■



Internetpräsenzen des Schuhhauses Imminger auf einem mobilem Gerät

→ Zusammenarbeit

LEX und SportXtreme stellen die Weichen

DIE LEX GRUPPE UND SPORTXTREME, EINE GESCHÄFTSEINHEIT DER GMS VERBUND GMBH, KONKRETISIEREN IHRE ZUSAMMENARBEIT. IM MITTELPUNKT ALLER GEMEINSAM VERABSCHIEDETEN AUFGABEN STEHT DABEI DIE KONZENTRATION VON LEX AUF DIE URSPRÜNGLICHEN ZIELE ALS EINKAUFS- UND MARKETINGGRUPPE.

Die 2014 begonnene Zusammenarbeit zwischen SportXtreme und LEX Gruppe, zu der führende Laufschuhspezialisten in Deutschland gehören, wurde im Rahmen der ersten LEX/SportXtreme-Fachgruppentagung im März konkretisiert. Die weiteren Kooperationsprojekte der kommenden 6 Monate wurden abgestimmt. Während sich LEX künftig in der eigenen Außendarstellung gegenüber Endkunden und der Industrie klarer positionieren wird, hat sich SportXtreme die Gewinnung neuer LEX-Mitglieder auf die Fahnen geschrieben. Dabei profitiert LEX zum einen von den bereits angebundenen Laufhändlern und zum anderen der langjährigen Erfahrung mit anderen Vermarktungskonzepten mit bundesweit über 200 Fachhändlern. „Die Expertise aus der Entwicklung unserer bestehenden Konzepte wird für das Running-Segment extrem hilfreich sein", ist GMS Geschäftsführer Thomas Schulte-Huermann überzeugt. „Bis zum Jahresende wird SportXtreme die Zahl der LEX Geschäfte verdoppeln."

LEX Geschäftsführer Michael Tiemann ist überzeugt, zusammen mit GMS künftig noch einiges erreichen zu können

Um die Vorteile von LEX als Einkaufs- und Marketinggruppe – sowohl für bestehende wie auch neue LEX Partner – weiter zu stärken, wurden beim Treffen in Köln konkrete Maßnahmen beschlossen. So wird die GMS-Akademie ihr Schulungsangebot weiter ausbauen, und um das Modul ‚LEX Running' erweitern. Im Rahmen eines ‚Train the Trainer-Konzeptes' werden alle LEX Partner in die Lage versetzt, ihre Mitarbeiter regelmäßig und selbständig zu schulen. Anders als bei herkömmlichen Schulungsmaßnahmen handelt es sich bei der GMS-Akademie um ein langfristig ausgerichtetes Weiterbildungssystem ohne zeitliche Beschränkung. Im Vorfeld der Schulung wird durch Mystery Shopping bei LEX Partnern sowie bei einer repräsentativen Vergleichsgruppe der aktuelle Stand der Servicequalität unter die Lupe genommen. Die Ergebnisse der Testkäufer fließen direkt in die Gestaltung des Bausteins ‚LEX Running' mit ein.

Nach der erfolgreichen LEX Messe am 11. und 12. Januar 2015 im SOC Ratingen-Breitscheid wird das Konzept bis zum Sommer angepasst. Ziel der LEX Partner ist es, künftig eine orderorientierte Veranstaltung zu organisieren, die sowohl für Fachhändler und für die Industrie Synergien bringt. „Eine echte Orderveranstaltung anstelle der bisher üblichen Messen mit Ordermöglichkeit, auf denen häufig geschaut aber dann doch wieder später gekauft wird, erlaubt es den LEX Partnern, ihre Kompetenz als Einkaufsgruppe zu bündeln, und bedeutet gleichzeitig für die Lieferanten eine höhere Planungssicherheit. Verbindlichkeit für alle Beteiligten lautet hier die Devise", betont LEX Aufsichtsratsmitglied und Inhaber des Runner Shop in Aachen Manfred Xhonneux.

Ein weiteres Projekt ist die konzeptionelle und gestalterische Optimierung des bestehenden LEX Magazin, das ein breites Themenspektrum von Laufen und Events über Ernährung, Equipment und Tests bis hin zu Literatur, Apps und Firmen- und Ladenporträts bietet.

Hier lassen sich Synergien durch das bereits vom GMS Verbund herausgegebene Endkundenmagazin ‚Schuhe & Wellness' nutzen. Mit einer Auflage von 100.000 Exemplaren werden schon heute Maßstäbe gesetzt, die weiter gesteigert werden sollen.

LEX
DIE LAUFEXPERTEN

Neben der Gewinnung neuer LEX Fachhändler wird SportXtreme seinen bestehenden spezialisierten Fachhandelspartnern einen Einstieg in die LEX Welt ermöglichen. Hier sind Shop-in-Shop Lösungen sowie andere Kooperationsmöglichkeiten vorgesehen.

„Gern konkretisieren wir diese zu einem späteren Zeitpunkt, wollen jedoch jetzt den Wettbewerb nicht wieder schlau machen. Nachdem der Wettbewerb fortwährend versucht unsere Mitarbeiter abzuwerben, wollen wir nicht auch noch ständig als Ideenschmiede für die anderen Verbundgruppen fungieren", so Schulte-Huermann. „Unsere in der kurzen Zeit der Zusammenarbeit gemachten positiven Erfahrungen haben den Entschluss, künftig intensiv zusammenzuarbeiten, klar bestärkt.

Die LEX Partner, die sich uns angeschlossen haben, fühlen sich in der neuen Konstellation sowohl menschlich als auch inhaltlich bestens aufgehoben. Ich bin überzeugt, dass wir zusammen noch einiges erreichen können", ergänzt LEX Geschäftsführer Michael Tiemann. ■

→ Wir haben für Sie verhandelt...

EC Cash zu top Konditionen

GMS HAT MIT DEM MARKTFÜHRER EASY CASH / INGENICO SONDERKONDITIONEN BEI DER ABWICKLUNG VON EC-CASH UND KREDITKARTEN VERHANDELT.

Wir freuen uns, allen GMS Fachhändlern außergewöhnlich gute Konditionen anbieten zu können. Die wichtigsten Vorteile auf einen Blick:

- Transaktionskosten von nur 5 Cent
- günstige Risikogebühren von nur 0,16%
- keine weiteren Bankgebühren
- keine weiteren Depot- oder Wartungsgebühren

Im Vergleich branchenüblicher Konditionen und unserem Angebot ergeben sich für ein durchschnittliches Fachhandelsgeschäft jährliche Einsparungen von 300 bis über 1.000 €.

Auch für viele Bestandskunden von Easy Cash/Ingenico oder solche mit laufenden Fremdverträgen haben wir Lösungen verabredet. ■

Karl-Heinz Sievers verstorben

Am 15.04.2015 verstarb Orthopädieschuhmacher Karl-Heinz Sievers im Alter von nur 48 Jahren bei einem tragischen Unfall.

Karl-Heinz Sievers, der im Jahr 2000 das seit mehreren Generationen bestehende Schuhfachgeschäft in Stadtlohn übernommen hatte, war seit 2007 Kunde der GMS Verbund GmbH und seit vielen Jahren geschätzter Partner im Kollegenkreis der ‘Gesunde Schuhe’ Fachhändler.

Wir haben einen geschätzten Kunden und lieben Menschen verloren.

GMS Verbund

Impressum

GMS Verbund GmbH
Volker Kappel
Kap am Südkai
Agrippinawerft 30
D 50678 Köln

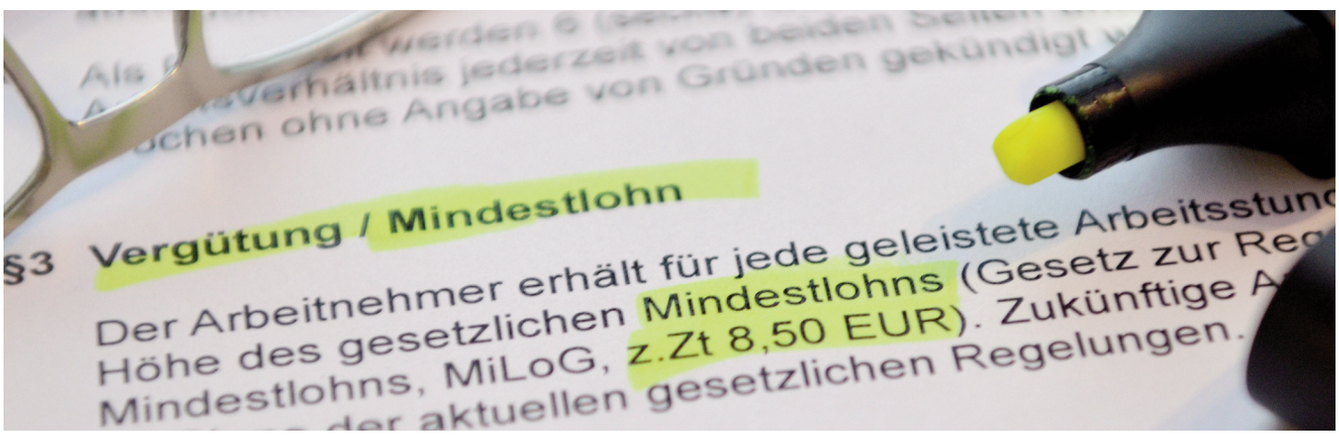
Telefon 0221 / 297 908 -500
Telefax 0221 / 297 908 -599

Info@GMS-Verbund.de
www.GMS-Verbund.de

→ Dokumentationspflicht: Was von Unternehmern zu beachten ist

Das Mindestlohngesetz in der Praxis

AUCH VIER MONATE NACH EINFÜHRUNG DES MINDESTLOHNS BLEIBT DER MINDESTLOHN IN DER POLITISCHEN DEBATTE, U.A. WEIL DIE UMSETZUNG IN DEN BETRIEBEN VIELE FRAGEN AUFGEWORFEN HAT, DIE BISLANG VON DEN GERICHTEN NOCH NICHT GEKLÄRT WERDEN KONNTEN.



Hauptkritikpunkt ist die als zu bürokratisch empfundene Dokumentationspflicht, da das Gesetz jeden Arbeitgeber verpflichtet, für bestimmte Arbeitnehmer – im Einzelhandel betrifft dies vornehmlich 450-Euro-Kräfte – die genauen Arbeitszeiten spätestens 7 Tage nach dem Tag der Arbeitsleistung schriftlich aufzuzeichnen und die Aufzeichnung mindestens 2 Jahre aufzubewahren. Verstöße können als Ordnungswidrigkeit mit einem Bußgeld geahndet werden. Auch wenn die Dokumentationspflicht nach dem jetzigen Diskussionsstand wohl bestehen bleiben wird, deuten sich Änderungen im Arbeitszeitgesetz an, um dies für die Praxis tauglicher zu machen.

Zum jetzigen Zeitpunkt sollte der Arbeitgeber aber prüfen, ob die Einteilung der Arbeitszeit gesetzeskonform ist, denn es besteht zu befürchten, dass der Zoll (als zuständige Kontrollbehörde) bei der Kontrolle der Dokumentationen auch die Einhaltung des Arbeitszeitgesetzes überprüfen wird. Bleiben wird es bei der Verpflichtung, für jede Stunde Arbeitszeit eine Vergütung von mindestens 8,50 € zu zahlen. Als Arbeitszeit gilt dabei die Vollarbeitszeit, also die Zeit, in der der Arbeitnehmer seine Arbeitsleistung erbringt. Das bedeutet, dass Pausenzeiten nicht zu berücksichtigen sind. Die Pausen müssen sich allerdings aus der Dokumentation entnehmen lassen. Sogenannte Rüstzeiten, also z. B. die Zeit, in der das Kassensystem hochfährt, zählen mit zur Arbeitszeit. Wegezeiten gelten nicht als Arbeitszeit im Sinne des Gesetzes.

GMS Rechtsanwalt Jürgen Kuck von Kuck & Effelsberg, Düsseldorf

Anders sieht dies jedoch aus, wenn der Arbeitnehmer im Auftrag des Arbeitgebers Fahrten unternimmt, z. B. auf dem Weg zum Kunden oder in eine andere Filiale. Diese Zeiten zählen vollständig zur Arbeitszeit und sind damit mit 8,50 € zu vergüten. Ansonsten gilt die Regel, dass das an den Arbeitnehmer gezahlte Entgelt für die Arbeitsleistung dividiert durch die Anzahl der geleisteten Stunden mindestens 8,50 € brutto betragen muss. Hier deutet sich an, dass ein Mittelwert aus drei Monaten gebildet werden kann, um Schwankungen in der Arbeitszeit ausgleichen zu können. Ob und wenn ja welche Leistungen des Arbeitgebers als „Entgelt" im Sinne des Mindestlohns berücksichtigt werden müssen, wird bislang von Juristen unterschiedlich beurteilt. Dies betrifft sowohl erfolgsabhängige Provisionen als auch Weihnachts- und Urlaubsgeld, Schicht- oder Wochenendzulagen, vermögenswirksame Leistungen oder vermögenswerte Vorteile wie Diensthandys.

Unserer Einschätzung nach dürften diese Lohnbestandteile nur dann auf den Stundenlohn angerechnet werden, wenn sie im direkten Zusammenhang mit der Arbeitsleistung stehen. In der momentan üblichen Ausgestaltung bedeutet dies wohl, dass die oben genannten Lohnbestandteile zwar weitergezahlt werden müssen, wenn sie vertraglich vereinbart sind, dass sie aber bei der Berechnung des Mindestlohns keine Anrechnung finden und außen vor bleiben müssen. ■

→ GMS wächst auch im 10. Jubiläumsjahr weiter

GMS weiter auf Wachstumskurs

IN NUR 365 TAGEN DES VERGANGENEN JAHRES HAT DIE GMS GRUPPE INSGESAMT 243 NEUE KUNDEN MIT 269 GESCHÄFTEN HINZU GEWINNEN KÖNNEN.

„Wir haben im letzten Jahr mit vielen noch fehlenden Lieferanten im Sport die Zusammenarbeit begründet und freuen uns auf die weitere Entwicklung", so Philipp Senge, Fachgruppenmanager bei SportXtreme. In 2014 wuchs der Umsatz im Segment Sport von 23,5 Mio. € um 59 % auf 37,3 Mio. €. Durch die Zusammenarbeit mit Euroholland haben sich eine Vielzahl von Top-Mode Lieferanten auch für eine Zusammenarbeit mit GMS entschieden. „Wir können nun mit gutem Gewissen sagen, dass wir die Modespezialisten im Markt vollständig und umfassend bedienen können – das eröffnet neue Möglichkeiten", ergänzt Prokurist Volker Kappel.

Der Umsatz ist von 191 Mio. € um 25 % bzw. 48 Mio. € auf rund 240 Mio. € in 2014 gestiegen. Bei der Analyse zeigt sich, dass die spezialisierten Bestandskunden um 4,5 % gewachsen sind – dies unter Berücksichtigung von alters- und standortbedingten Schließungen. „Hier zeigt sich, dass der Schuhhandel sehr lebendig und gesund ist", so Dr. Karsten Niehus. Durch die hohe Zahl neuer Kunden wurden weitere 35 Mio. Umsatz hinzu gewonnen. Im Auslandsgeschäft konnte die GMS Gruppe einen Zuwachs von 12% erreichen. Betrachtet man die Sache von der Lieferantenseite, so konnten vor allem im Sportbereich einige Lieferanten ihren Umsatz mehr als verdoppeln. „Wir sind dankbar für das Vertrauen, welches uns von Lieferanten und Fachhändlern entgegengebracht wurde, und wollen dies auch im nächsten Jahr nicht enttäuschen. Im nächsten Jahr wollen wir uns qualitativ und quantitativ ähnlich weiter entwickeln wie in diesem Jahr."

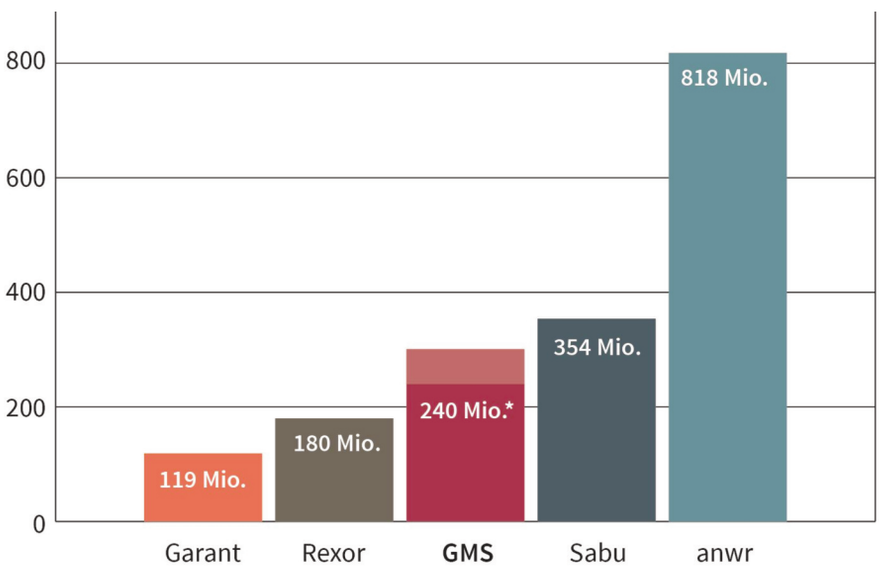
Insgesamt hat GMS im letzten Jahr 13 neue Mitarbeiter, vor allem im Ausland und im Bereich Sport, eingestellt. Davon wurden 3 direkt wieder von einer Wettbewerbsverbundgruppe aus dem Sportbereich der GMS abgeworben. „Einerseits ärgerlich, andererseits zeigt es, dass es offensichtlich bei unserem Wettbewerbern nicht ausreichendes Potential an eigenen Führungskräften gibt", kommentiert Schulte-Huermann „Sie können zwar Mitarbeiter abwerben, aber unsere Erfolgsphilosophie können sie nicht kopieren."

Der für den Komfortschuhbereich zuständige Prokurist Horst Purschke freut sich ebenfalls über den Zuwachs von 2 Mitarbeitern. „Damit bringen wir noch mehr Kompetenz auf die Straße, um die bestehenden Komfortschuhkunden zu betreuen und unseren Komfortschuhverbund innerhalb der GMS Gruppe noch weiter zu stärken."

	2009	2010	2011	2012	2013	2014
ZR-Umsatz (Euro)	75 Mio.	93 Mio.	126 Mio.	150 Mio.	191 Mio.	240 Mio.
Geschäfte	617	781	940	1085	1297	1414
Mitarbeiter	9	11	14	16	20	25

Die Zahlen spiegeln die anhaltend gute Entwicklung der GMS Verbund GmbH

Im vergangenen Jahr ist GMS in Italien und Frankreich tätig geworden und konnte hier wichtige Erfahrungen sammeln. Zugleich wurde eine sehr enge Kooperation mit Euroholland getroffen, deren Mitglieder sich in Folge vollständig dem GMS Verbund angeschlossen haben. ■



(*) GMS ZR Umsatzziel für 2015 sind 300 Mio. Euro

→ Systemkonzept für Kinderschuhfachhändler

8. boys&girls Geschäft startet in Magdeburg

NACH DER SICH FORTSETZENDEN POSITIVEN ENTWICKLUNG DER BESTEHENDEN 7 BOYS&GIRLS GESCHÄFTE, ERÖFFNETE AM 05.03.2015 EIN WEITERES „BOYS&GIRLS" KINDERSCHUHFACHGESCHÄFT IN MAGDEBURG.

Die neu gestaltete Fassade in Magdeburg

Das boys&girls Systemkonzept des GMS Verbundes steht für die professionelle Vermarktung von Kinderschuhen. Die Umsatzentwicklung der bestehenden boys&girls Geschäfte übertrifft die Erwartungen. So gibt es boys&girls Partner, die inzwischen fast 700 TE Umsatz erwirtschaften. Dies zeigt den Erfolg der Spezialisierung auf ein Segment mit einem professionellen Konzept. Davon überzeugt ist auch das Ehepaar Kröger. Anfang März eröffneten Sie nach einer intensiven Vorbereitung das boys&girls Kinderschuhfachgeschäft in Magdeburg. Schon die ersten Tage seit der Eröffnung zeigen, dass die Kunden das Geschäft mit Begeisterung annehmen und Krögers sind zuversichtlich, dass einer erfolgreichen Einstiegssaison nichts mehr im Wege steht.

„Das Systemkonzept bietet uns zu allen Themen professionelle Lösungen, von der preisgünstigen Geschäftsgestaltung über die Vorteilskonditionen der Systemlieferanten bis zu einem professionellen Werbekonzept. Der ganze Auftritt ist rund und stimmig. Dies kommt bei den Kunden an und erfüllt Ihre Erwartungen. Wir fühlen uns in unserer Entscheidung bestätigt", betont Frau Kröger.

Beste Erfolgsaussichten sieht das Ehepaar einerseits in Ihrer Passion für eine qualitativ hochwertige Beratung, welche durch die GMS Schulungsakademie unterstützt wird, anderseits durch die Umsetzung des boys&girls Systemkonzeptes. „Das boys&girls Systemkonzept bietet alles und ist so vielfältig, dass wir uns in vollem Umfang in Zukunft auf die wichtigen Dinge konzentrieren können, auf unsere Kunden. Hier ist natürlich auch die Auswahl starker Marken erforderlich. „Die Unterstützung durch die Lieferanten ist natürlich ein wichtiger Baustein", so Herr Kröger.

Die Eröffnungswoche war von zahlreichen Aktionen begleitet. Am Eröffnungstag sorgte ein Clown für die Unterhaltung der kleinen Besucher und ihrer großen Begleiter. Außerdem wurden Kindergärten, Kinderärzte und Orthopäden in der Region in die Werbemaßnahmen mit eingebunden, um eine hohe Bekanntheit zu erreichen.

Das „boys&girls" Fachgeschäft befindet sich in sehr guter Lage in Magdeburg und bietet eine ausreichende Anzahl an Parkplätzen in der näheren Umgebung. Natürlich ist es auch mit dem öffentlichen Nahverkehr ohne Probleme zu erreichen.

Nach einem kompletten Umbau entstand auf einer Fläche von 80 qm der hell und freundlich gestaltete Verkaufsraum im CI des „boys&girls" Konzeptes im New England Style. Das vorherige Erscheinungsbild des Ladenlokals bietet nach der Durchführung dieser Maßnahmen die Voraussetzungen für ein positives Einkaufserlebnis mit Wohlfühlcharakter. ■

→Testkäufe

GMS Händler überzeugen durch beste Beratung

ÜBER 165 BETRIEBE MIT MEHR ALS 200 NIEDERLASSUNGEN DER GMS-VERBUND GMBH, KÖLN, WERDEN JÄHRLICH AUF IHRE SERVICE- UND BERATUNGSQUALITÄT ÜBERPRÜFT. DIES GESCHIEHT REGELMÄßIG BEI ALLEN HÄNDLERN DES GESUNDE SCHUHE-VERMARKTUNGSKONZEPTES SOWIE BEI ALLEN HÄNDLERN, DIE TEILNEHMER DER GMS-SCHULUNGSAKADEMIE SIND.

Für die Testkäufe hat GMS das unabhängige Institut ISC, International Service Check München, beauftragt. Die Testkäufer prüften bei ihren Besuchen insgesamt 12 Kategorien; vom Erscheinungsbild des Geschäftes, über die Beratungsqualität der Mitarbeiter, bis hin zur Problemerkennung von Fußschäden und deren besten Lösung. Dabei müssen 67 Einzelkriterien zur Zufriedenheit der Testkäufer erfüllt werden, um das begehrte Qualitätssiegel zu erhalten.

„Schuhgeschäfte gibt es viele. Uns geht es jedoch insbesondere darum, dass unsere Händler den Kunden beim Schuhkauf sowie bei den darüber hinaus angebotenen Serviceangeboten bestmöglich beraten. Dafür werden die Chefs in einem Jahreszyklus kontinuierlich geschult, um im monatlichen Rhythmus ihre Mitarbeiter inhouse in den Feldern Wissensvermittlung und Verkaufstraining zu qualifizieren. In den meisten Schuhgeschäften werden Fußprobleme nicht erkannt und dadurch das falsche Schuhwerk verkauft. Nur durch intensive Schulung der Mitarbeiter können sich inhabergeführte Fachgeschäfte von den Wettbewerbern sowie den zahlreichen Internetanbietern abheben. Und genau hier setzen wir an. Wir freuen uns, dass 14 Fachhändler des GMS Verbunds beim

letzten Check die Höchstpunktzahl von 100 % in der Kundenzufriedenheit erreichen konnten und sich somit erfolgreich in einem schwierigen Umfeld positionieren können“, sagt Horst Purschke, verantwortlich für die Orthopädie- und Komfortschuhfachgeschäfte im GMS Verbund.

Alle Händler haben eine Urkunde erhalten, die dem Endkunden signalisiert, dass er bei seinem Schuhfachhändler die beste Beratung für passende Schuhe erhält, die er i. d. R. bei den großen Ketten und im Internet nicht erhält.

Folgende Gesunde Schuhe Fachhändler freuen sich über die Auszeichnung:

- Schulze GS in Hankensbüttel
- Siegmann GS in Hameln
- Südekum GS in Göttingen
- Roth GS in Erndtebrück
- Sievers GS in Stadtlohn
- Kriens GS in Ochtrup
- Altendorf GS in Rheine
- Kopp & Minne GS in Hottorf
- Koop GS in Dörpen
- Bloom GS in Greven
- Gans GS in Hofgeismar
- Böttcher GS in Bad Wildungen
- Orthopädie-Schuhtechnik Schwerdtfeger in Kaiserslautern
- Cornelius GS in Memmingen ■

Versicherung 20 % günstiger - garantiert!

GMS hat das Thema Versicherungskonditionen aufgegriffen mit dem Ziel, Fachhändlern stets die besten Konditionen zu sichern. Wir haben für Sie verhandelt und mit der auf den Fachhandel spezialisierten KVV Gruppe eine Kooperation über die Abwicklung von Geschäftsversicherungen geschlossen. Als neues Leistungspaket garantieren wir unseren Kunden eine Verbesserung Ihrer Versicherungskonditionen um mindestens 20 %.

KVV GRUPPE

Im Vergleich mit den branchenüblichen Konditionen ergeben sich aus dem Angebot für durchschnittliches Fachhandelsgeschäft jährliche Einsparungen von 500 bis über 1.000 €.

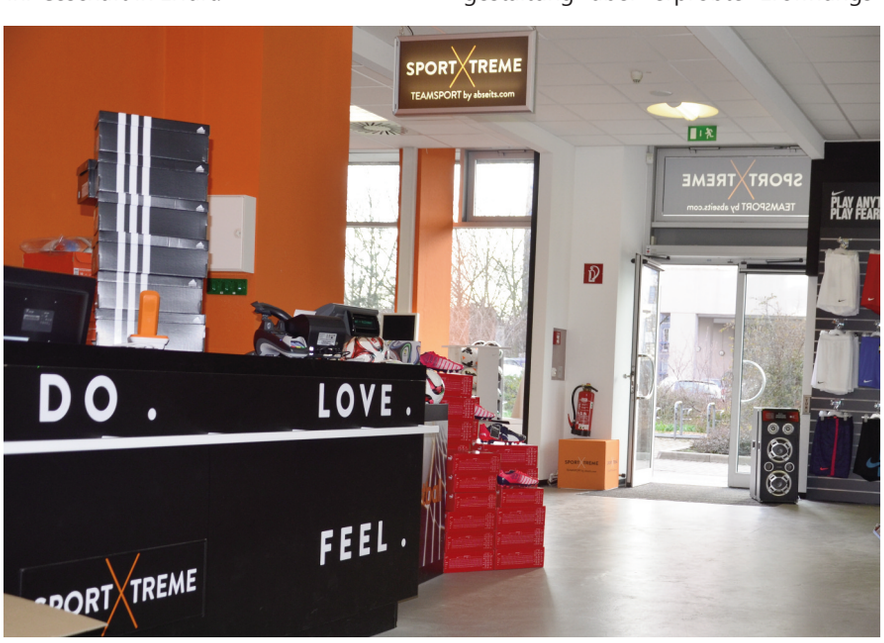
Die wichtigsten Vorteile: Deckung sämtlicher Risiken für 0,15 % vom Nettojahresumsatz, Betriebseinrichtung, Warenlager, Betriebsunterbrechung, Haftpflicht und Unterversicherungsschutz. ■

→ Neues Teamsportfachgeschäft in Erfurt eröffnet

SportXtreme mit Teamsport auf 280 qm

DAS „SPORTXTREME" SYSTEMKONZEPT DES GMS VERBUNDES STEHT FÜR DIE PROFESSIONELLE VERMARKTUNG VON SPORTARTIKELN FÜR SPEZIALISTEN UND EINE SEHR PERSÖNLICHE BERATUNG JEDES EINZELNEN KUNDEN.

Das Konzept umfasst einen ganzheitlichen Auftritt von der Fassadengestaltung über die Geschäftseinrichtung und Warenpräsentation, sämtlichen Corporate Identity Mittel, umfassenden Werbemitteln und einer Schulungsakademie. Dies überzeugte die beiden Inhaber von Abseits.com, Jörg Fischer und Roland Koch, die die Zusammenarbeit mit SportXtreme nun auf ein stationäres Geschäft auszuweiten. Nach einer arbeitsintensiven Vorbereitungszeit eröffneten Sie ihr Geschäft in Erfurt.



Beste Erfolgsaussichten sehen die beiden Inhaber einerseits in ihrer Erfahrung, die sie durch ihre langjährigen bisherigen Tätigkeiten sammeln konnten, anderseits durch die partnerschaftliche Unterstützung, die ihnen das Konzept bietet. Für den Geschäftsstart setzen sie nicht nur auf eine hochwertige Ausstattung, sondern ergänzen dieses mit Shop in Shop Systemen der renommierten Marken Adidas und Nike. Das ganzheitliche Gestaltungskonzept, von der Fassadengestaltung über erprobte Eröffnungsaktionen, einer Imagebroschüre und attraktiven give aways, ermöglichte vom Start weg einen professionellen Auftritt. „Das SportXtreme Konzept bietet alles und ist so vielfältig, dass keine Fragen offen bleiben.

Jetzt geht es erst einmal darum Kunden zu gewinnen, um die Planumsätze zu erreichen. Insbesondere durch eine professionelle und individuelle Beratung eines jeden Kunden, den wir zu einem wirklichen Fan unseres Geschäftes machen möchten", so Herr Fischer. „Wir sind happy selbständig zu sein und unsere Leidenschaft für den Sport jeden Tag aufs neue im Beruf leben zu können", ergänzt Herr Koch. „Wir sind mehr als zufrieden und sind stolz darauf, hier in Erfurt ein SportXtreme Geschäft eröffnet zu haben".

Nach einem intensiven Umbau entstand auf einer Fläche von 280qm der hell und freundlich gestaltete Verkaufsraum im CI von SportXtreme Konzeptes.

Mit diesem Konzept greifen die Inhaber die Überzeugung des GMS Verbundes auf, dass die Zukunft des Fachhandels in der Spezialisierung liegt. ■

→ GMS wächst weiter

Perfekter Start ins neue Jahr

AUCH IM ERSTEN QUARTAL 2015 KONNTE DER GMS VERBUND AUS KÖLN SEINE GUTE ENTWICKLUNG FORTSETZEN UND ERNEUT EINEN UMSATZZUWACHS VON 23 % VERBUCHEN.

Dr. Karsten Niehus freut sich über die anhaltend gute Entwicklung des Unternehmens

Nachdem bereits im Vorjahr der Umsatz des GMS Verbundes um deutlich mehr als 25 % gewachsen ist, kann der GMS auch im ersten Quartal 2015 ein Wachstum von 77,7 Mio. € auf 95,4 Mio. € melden. Die Zahl der Fachhandelspartner ist im laufenden Quartal weiter gewachsen und liegt aktuell bei ca. 1.400.

GMS wächst als einzige Verbundgruppe seit 10 Jahren stets mit zweistelligen Zuwachsraten. Die Umsätze werden sowohl durch das Wachstum der GMS Bestandskunden als auch durch die zunehmende Zahl von Neukunden getrieben. „Wir möchten unseren Kunden für ihr Vertrauen danken, dass sie uns seit Jahren entgegen bringen, und werden auch weiterhin unser Bestes geben dieses Vertrauen nicht zu enttäuschen", so Dr. Karsten Niehus. Die totale Kundenorientierung wird vom GMS Verbund stets als Grundlage des Erfolgs genannt. „Wir sind die Dienstleister für den Fachhandel. Wer anfängt als Verbundgruppe selbst Handel zu betreiben und seinen Fachhändlern damit direkten Wettbewerb macht, verfolgt andere Ziele. Wir sind überzeugt, dass sich der inhabergeführte Fachhandel in seiner Vielfalt und Spezialisierung erfolgreich gegen filialisierte Strukturen behaupten wird."

In den vergangenen 6 Monaten hat GMS weiter in den Ausbau des Mitarbeiterstamms investiert und die Zahl der Mitarbeiter auf 29 ausgebaut. Davon sind 26 in der Kundenbetreuung und nur 3 im Innendienst. ■

Neu im Team

THORSTEN LUBER (44) ZEICHNET SEIT JANUAR ALS CATEGORY MANAGER FÜR DIE FACHGRUPPE FASHION DER REGION SÜD VERANTWORTLICH.

Der studierte Diplom-Kaufmann der Universität des Saarlandes blickt auf eine 20-jährige internationale Berufserfahrung zurück. Schon während seines Studiums legte er seine Schwerpunkte in den Bereichen Marketing und Unternehmensführung. Im Rahmen seines Werdegangs sammelte er unter anderem fundierte Fach- und Führungserfahrung in der einem starkem Wandel unterliegenden Kinobranche.

Als Projektleiter bei der Gesellschaft für Konsumforschung sowie später als Senior- Unternehmensberater für Strategie, Marketing und Vertrieb war er besonders für die Kundenbetreuung, die Personalführung und das erfolgreiche Projektmanagement verantwortlich. Vor dem Wechsel zu GMS war er im strategischen Pricing von DHL Paket in Bonn als Senior Marketing Manager beschäftigt.

„Ich freue mich auf meine neuen Herausforderungen und die netten Kollegen bei GMS und bin davon überzeugt, meine unternehmerischen und betriebswirtschaftlichen Erfahrungen erfolgreich zum Wohle unserer Kunden einbringen zu können", unterstreicht Luber. ■

→ Finanzierung von Schuh- und Sportfachgeschäften

Strategische Zusammenarbeit mit CRONBANK

DIE GMS VERBUND GMBH IN KÖLN UND DIE CRONBANK AG IN DREIEICH BEI FRANKFURT HABEN BESCHLOSSEN BEI DER FINANZIERUNG VON SCHUH- UND SPORTFACHGESCHÄFTEN ZUKÜNFTIG ENG ZUSAMMEN ZU ARBEITEN.

Thomas Schulte-Huermann, Wolfgang Becker, Vorstand der CRONBANK AG, und Dr. Karsten Niehus (v.l.n.r.)

Neben der RSB Bank GmbH Kornwestheim, die seit mehr als 10 Jahren die Zentralregulierung für den GMS Verbund durchführt, gewinnt der GMS Verbund damit einen weiteren strategischen Partner, der den GMS Verbund unterstützen wird, die Finanzierungsstruktur der Fachhandelspartner weiter zu verbessern.

Die letzten Jahre haben gezeigt, dass vielen lokalen Banken oft das detaillierte Verständnis für den Schuh- und Sportfachhandel mit seinen spezifischen Gegebenheiten fehlt. Insbesondere der saisonale Verlauf mit den erheblichen Finanzierungsspitzen, der langfristige Kapitalbedarf zur Lagerfinanzierung und oft viel zu kurzfristig angelegte Tilgungsfristen bieten erhebliches Optimierungspotential. Hier bietet GMS nun durch die beschlossene Partnerschaft mit der CRONBANK neue Ansätze, um seine Fachhandelspartner zu unterstützen.

Die Zusammenarbeit umfasst die Finanzierung von inhabergeführten Fachgeschäften einerseits und das Angebot von Konsumentenkrediten für langlebige Konsumgüter andererseits. Durch die Zusammenarbeit sollen Schuhfachgeschäfte im Kundenkreis der GMS stabilisiert und für ihr Wachstum ausreichend mit Finanzierungsmitteln ausgestattet werden, um im Wettbewerb auch dauerhaft bestehen zu können. Mit einer optimierten Finanzierungsstruktur können nun weitere Fachhandelspartner in den GMS Kundenkreis aufgenommen werden, die so in den Genuss des umfassenden Dienstleistungsangebotes und der Konditionsvorteile kommen.

Die CRONBANK ist ein auf den mittelständischen Fach- und Einzelhandel ausgerichtetes Institut und Vollmitglied des Einlagensicherungsfonds des Bundesverbandes Deutscher Banken. Sie bietet damit ideale Voraussetzungen für die Unterstützung der Händler im Schuh- und Sportfachhandel. Mit einer Bilanzsumme von 340 Mio. € ist die CRONBANK bestens aufgestellt. „In ersten Testfällen zeigte sich, dass die CRONBANK gegenüber den lokalen Banken deutlich schneller und flexibler reagiert hat“, freut sich Dr. Karsten Niehus. Damit konnten wir bereits einigen unserer Fachhändler unter die Arme greifen.“

Wolfgang Becker, Vorstand der CRONBANK dazu: Wir kennen als Bank einer mittelständischen Verbundgruppe im Küchen-Möbel- und Sanitärbereich die Anforderungen im Fachhandel sehr genau und haben aufgrund der Nachfrage im Markt unser Tätigkeitsgebiet auf Verbundgruppen in anderen Branchen ausgeweitet. Wir freuen uns, gemeinsam mit dem GMS Verbund auch in der Schuhbranche Akzente setzen zu können. ■