



→ GMS: Verbundgruppe der Spezialisten

GMS begrüßt 1000-ste Fachhandelspartnerin

DIE INSOLVENZ DER GARANT SCHUH + MODE AG IM HERBST 2004 LEITETE EINEN NACHHALTIGEN UMBRUCH IN DER BRANCHE EIN. MIT DEM ANFANG 2005 NEUGEGRÜNDETEN GMS VERBUND – DAMALS NOCH UNTER DEM NAMEN G-LORD – STARTETE ERSTMALS SEIT JAHRZEHNEN EINE NEUE VERBUNDGRUPPE FÜR DEN INHABERGEFÜHRTEN SCHUHFACHEINZELHANDEL IN DEUTSCHLAND.

Nach einer kurzen Aufbauphase, in der die Basis für eine funktionierende Warenbeschaffung und eine sichere Zentralregulierung geschaffen wurde, begann der eigentliche Aufbau der Gruppe im Anschluss an die FrühjahrsgDS 2005. Anfänglich seitens der Wettbewerber und Lieferanten noch kritisch betrachtet, erreicht GMS aufgrund sehr schlanker Kostenstrukturen kaum 10 Monate nach dem Start ein ausgeglichenes Ergebnis, und ist zu diesem Zeitpunkt mit mehr als 100 Händlern erfolgreich am Markt etabliert. Für viele Händler war die persönliche Nähe einer inhabergeführten Verbundgruppe der entscheidende Grund für einen Wechsel. Andere überzeugte das moderne GMS Fachgruppenkonzept. Als weitere Gründe werden häufig die Sicherheit der Zentralregulierung und erhebliche wirtschaftliche Vorteile gegenüber anderen Verbundgruppen genannt.

Heute ist GMS Verbund eine solide Einkaufs- und Marketingkooperation moderner Prägung, die sich auf die aktuellen Marktverhältnisse eingestellt hat, und im Oktober 2010 von rund 5.000 deutschen Schuhfachhändlern zur besten deutschen Verbund-



„Die meisten neuen Kunden kommen heute auf Empfehlung anderer Händler zu GMS“, freut sich Dr. Karsten Niehus, der Frau Sandra Seelig einen Blumenstrauß überreichte

gruppe gewählt wurde. Bei einer Leser-Umfrage der Branchenzeitschrift „markt intern“ belegt GMS klar den ersten Platz in der Gesamtwertung und setzt sich mit deutlichem Abstand von den anderen Verbundgruppen ab. Ende 2011 meldet die Kölner Verbundgruppe, im sechsten Jahr in Folge, mit einem ZR Umsatz von über 125 Mio. €, erneut eine deutliche Umsatzsteigerung.

Im Januar 2012 konnte GMS nun die 1000te Kundin begrüßen. Frau Sandra Seelig (35) betreibt seit rund zwei Jahren das Kinderschuhgeschäft „Novali Lieblingsschuhe für Kinder“ in Berlin-Friedrichshagen. In kindgerechter, angenehmer Atmosphäre, gestaltet die 2-fache Mutter den Schuhkauf als entspanntes Erlebnis. Ein zweites Geschäft wird im März 2012 eröffnet. ■

Bread & Butter 2012

Zur BREAD & BUTTER trafen sich rund 20 modisch interessierte Fachhändler in Berlin. Die Resonanz auf die Messe war sehr unterschiedlich. Viele empfanden sie als zu voll, zu laut und zu 'hipp'. Andere entdeckten interessante Trends für ihr Geschäft. Das gemeinsame GMS Abendessen im Berliner Lutter & Wegner bereitete aber allen Anwesenden einen unterhaltsamen Abend. ■

Dekadenabrechnung online

Seit kurzem ist die Dekadenabrechnung wahlweise auch elektronisch abrufbar. Wie Sie es von Ihrer Hausbank gewohnt sind, können Sie nun auch alle RSB Abrechnungen online abrufen und ausdrucken. Damit gewinnen Sie zwei Tage Zeit für die Prüfung, sparen sich viel Papierarbeit und können die Abrechnung direkt und elektronisch an Ihren Steuerberater weiterreichen. ■

GMS Jahrestagung

Am 30.11.2012 treffen sich rund GMS 200 Kunden zur ersten „Komfortschuh & Orthopädie Jahrestagung“ im Kölner Hyatt Regency. Nach einer Einführung durch Beiratsmitglied Dr. Marcus Cremer warten zahlreiche Workshops mit hochkarätigen Dozenten auf die Teilnehmer. Ein kulturelles Rahmenprogramm sowie ein Abend mit Dinner-Bufferet und Musik runden das Treffen ab. ■

→ 175 „Gesunde Schuhe“ Fachhändler an Bord

Kompetenz zieht Kreise

IM KOMPETENZKREIS „GESUNDE SCHUHE“ HABEN SICH BUNDESWEIT NUNMEHR BEREITS 175 FACHGESCHÄFTE MIT HOHER QUALITÄT IN BERATUNG UND SERVICE QUALIFIZIERT / GEMEINSAME QUALITÄTSSTANDARDS WERDEN REGELMÄßIG VON UNABHÄNGIGEN PRÜFERN KONTROLLIERT.



Der 175. Partner für „Gesunde Schuhe“: Horst Purschke (l.) vom GMS Verbund überreicht Christoph Böcker (r.) die Urkunde, in der Mitte Filialleiter Kai Bröring

„Wir haben uns verpflichtet, unseren Kunden die beste Beratung rund um das Thema ‚Gesunde Schuhe‘ zu bieten. Dabei ist man als einzeln handelnder Unternehmer überfordert, selbst einen professionellen Marktauftritt mit allen Details zu erarbeiten und zu pflegen. Beauftragt man dafür Dienstleister wird dies oft viel zu teuer und schnell ist das dann auch wieder veraltet. Das Gesunde Schuhe Konzept stellt uns hier alles was wir für einen professionellen Marktauftritt benötigen in hoher Qualität zur Verfügung. Ebenso wird das Gesunde Schuhe Konzept ständig weiter entwickelt. Von der Gestaltung der Außenfassade, über sämtliche Werbemittel und Pressemitteilungen, der Geschäftsgestaltung bis zu den Schulungen werde ich bestens unterstützt. Das bietet mir kein anderer“, erläutert Christoph Böcker seinen Anspruch.

Der Orthopädie-Schuhmachermeister und Schuhfachhändler aus dem westfälischen Ahaus hat soeben als 175. Fachbetrieb das Gütesiegel „Gesunde Schuhe“ verliehen bekommen. Das Gesunde Schuhe Konzept ist ein in Deutschland einmaliges Qualitätsver-

sprechen für die angebotenen Waren und Dienstleistungen, das bis heute schon 175 Fachgeschäfte nachweisbar einlösen: „Sie erfüllen die gemeinsamen Qualitätsstandards und lassen dies regelmäßig von unabhängigen Prüfern kontrollieren.“, erläutert Horst Purschke.

Die Schulung von über 600 Mitarbeitern aus 112 teilnehmenden Fachgeschäften in der Kölner Akademie ist ein wesentlicher Bestandteil der Qualitätssicherung: „Bei den Materialien und der Verarbeitung hat sich viel getan. Das Wissensspektrum ist hier mittlerweile so groß, dass viele Schuhgeschäfte den heutigen Ansprüchen nicht mehr gerecht werden“, begründet Dr. Karsten Niehus die Notwendigkeit einer kontinuierlichen Aus- und Weiterbildung. Diese kommt den Kunden der Gesunde Schuhe Fachgeschäfte zugute. Denn hier geht jedem Beratungsgespräch eine genaue Analyse des Fußes voraus.

Eine in diesem Jahr gestartete nationale Pressekampagne, mit einem Budget von über 100.000 Euro, flankiert zudem die

Öffentlichkeitsarbeit der Gesunde Schuhe Partner. Auf der Internetseite www.gesunde-schuhe.com finden Endverbraucher nicht nur den Fachhändler in ihrer Nähe, sondern darüber hinaus alle relevanten Informationen zum Download.

Neben kompetenter Beratung ist das zweite Qualitätskriterium für jeden „Gesunde Schuhe“ Fachhändler mindestens ebenso wichtig: „Bei unserem Warenangebot legen wir besonderen Wert auf qualitativ hochwertige Materialien und eine perfekte Verarbeitung“, versichert Kompetenzkreis-Leiter Horst Purschke. ■

Um dem weiteren Wachstum gerecht zu werden, wird **Lars Schulte** (41) künftig schwerpunktmäßig die Betreuung der GMS Fachhändler in den neuen Bundesländern verantworten.



Lars Schulte war zuvor 11 Jahre in unterschiedlichen Funktionen in der Papier- und Schreibwarenbranche bei führenden Markenherstellern tätig. Zuletzt verantwortete er als Verkaufsleiter die Vertriebsaktivitäten in Norddeutschland bei der Staufendemmler GmbH. Durch seine langjährigen Erfahrungen im Vertrieb und seine Kenntnisse der Fachhandelsstruktur bringt er die besten Voraussetzungen für seine neuen Aufgaben bei GMS mit. ■

→ www.Schuhzirkel.de

Kostenlose Online-Tauschbörse für Schuhe

AUF VIELFACHEN KUNDENWUNSCH ENTSTAND BEI GMS IN DEN LETZTEN MONATEN, IN ZUSAMMENARBEIT MIT DER INTERNETAGENTUR IT-BO, EINE ONLINE-PLATTFORM FÜR DEN WARENAUSTAUSCH VON HÄNDLER ZU HÄNDLER. DIE ERSTEN ERFAHRUNGEN DER TEILNEHMENDEN FACHHÄNDLER MIT DEM NEUEN ANGEBOT SIND ÜBERAUS POSITIV.

[Neu anmelden](#) [Einloggen](#) [E-Mail senden](#) [Kontakt](#) [Impressum](#)

[Schuhzirkel](#) [Schuhbewertung](#) [Angebot anlegen](#) [Angebot ändern](#)



Angebote

- Schnellauswahl**
[Alle](#) - [Damen](#) - [Herren](#) - [Kinder](#) - [Sport](#)
- Suche: Rubriken und Freitext**



Angebot vom: 15.12.2011 - Rubrik: Biete - Angebotsnummer: 89

[Clarks Langschaft Stiefel schwarz](#)

Damen Langschaft Stiefel Gore-TEX, Absatzhöhe 60 mm je 1x 3,5 4,5 5 5,5 6 6,5 auch Einzelpaar Abgabe möglich

Preis:
Bitte loggen Sie sich ein, um den Preis anzuzeigen.

Kontaktdaten des Händlers:

Sehr geehrte Fachhändler,
der „Schuhzirkel“ ist eine kostenlose Schuh-Tauschbörse, auf der sich selbständige Schuhfachhändler miteinander vernetzen, und sich gegenseitig helfen.

Die Tauschbörse bietet die Möglichkeit, Restposten oder schwer verkäufliche Ware per Inserat abzugeben und dafür neue Schuhe zu bekommen. Auch der An- und Verkauf von Posten über einen „Suche und Biete“ Rubrik ist möglich. Die Tauschplattform ermöglicht es sich direkt mit anderen Händlern in Verbindung zu setzen. Schuhzirkel-Partner

Als Schuhfachhändler kennen Sie die Situation: Sie haben Ware für Frühjahr und Sommer eingekauft, doch das Wetter in Ihrer Region sorgt für einen schlechten Abverkauf. Die Ware bleibt stehen. Gleichzeitig scheint in anderen Regionen die Sonne und Kunden suchen vergeblich nach Sommerschuhen, die bereits ausverkauft sind.

Überregionale Filialisten haben in solchen Fällen den Vorteil, dass sie die Ware je nach Bedarf hin und her schieben können. Dazu genügen meist ein Blick ins Warenwirtschaftsprogramm und ein Anruf. Der inhabergeführte Schuhfachhandel kann hier schwer mithalten, weil sich jeder Fachhändler ganz auf seine vorab erstellte Saisonplanung verlassen muss. In der Folge bedeutet das, die Artikel bis zur nächsten Saison einzulagern. Je modischer die Ware ist, umso schwieriger wird aber der Verkauf im nächsten Jahr, bis dahin nimmt die Ware Platz im Lager ein und bindet vor allem Liquidität, die Sie für Ihre nächste Order dringend brauchen.

Auf vielfachen Kundenwunsch entstand bei GMS in den letzten Monaten daher, in Zusammenarbeit mit der Internetagentur IT-Bo, eine Online-Plattform für den Warenaustausch von Händler zu Händler.

Die Schuh-Tauschbörse finden Sie seit November '11 im Internet unter www.Schuhzirkel.de

Als GMS Fachhandelspartner können Sie sich mit dem System künftig miteinander vernetzen und sich gegenseitig helfen. Die Tauschbörse für Schuhe bietet Ihnen die Möglichkeit, Restposten oder schwer verkäufliche Ware per Inserat abzugeben und dafür neue Schuhe zu bekommen – alles per Post. Die Tauschpartner können dadurch ihr Angebot verbessern und effektiver auf die Nachfrage eingehen. Davon profitiert auch Ihre Kundschaft. Die Inserate selbst sind kostenlos. Tauschpartner müssen lediglich für den Versand der eigenen Ware aufkommen. Der Tauschwert legt der Anbieter fest, er orientiert sich an dem ursprünglichen Listenpreis minus Abschlag.

Die Plattform ermöglicht es, sich direkt mit anderen Anbietern in Verbindung zu setzen. Auch das Thema Verkauf und Kauf von Posten über eine Suche & Biete Rubrik ist angedacht.

Dass der Erfolg eines solchen Projektes in erster Linie von der Nutzung durch die Fachhändler abhängt, war den Initiatoren bei GMS bewusst. Nur wenn Händler die Möglichkeit nutzen, und Rest- und Tauschposten einzustellen, kann ein attraktives Angebot entstehen. Besonders erfreulich war daher die von Anfang an starke Resonanz. Bereits am zweiten Tag hatten sich fast 100 GMS Fachhändler angemeldet. Die Zahl hat uns alle sehr positiv überrascht.

Weniger überraschend war, dass aufgrund des bislang ausgebliebenen Winters und der daraus resultierenden eingebremsten Kaufbereitschaft der Endkunden, deutlich mehr Angebote an aktueller Winterware, als Gesuche nach Posten unter Schuhzirkel.de zu finden waren und zu finden sind.

Seit zwei Monaten ist die Online-Plattform für den Warenaustausch von Händler zu Händler aktiv. Über 140 GMS Fachhändler haben sich seither registriert. Fast täglich erreicht uns positives und konstruktives Kunden-Feedback zu der Anwendung. Diese Anregungen und Verbesserungsvorschläge machen es uns möglich, den Schuhzirkel weiter auszubauen und zu optimieren.

Für alle registrierten Anwender gilt daher unsere Bitte: teilen Sie Ihrem Kundenbetreuer telefonisch Ihre Meinung mit, oder schreiben Sie ihm eine E-Mail.

Allen anderen empfehlen wir: registrieren Sie sich um ebenfalls teilzunehmen zu können.

Wir freuen uns auf Ihren Besuch auf www.schuhzirkel.de. ■

→ Oberle Gesunde Schuhe

Erlebniswelt Schuhorthopädie

DAS HÄTTEN SICH JUTTA UND ACHIM OBERLE VOR JAHREN NOCH NICHT TRÄUMEN LASSEN, DASS SIE IHREN ANGESTAMMTEN FIRMENSITZ IM HERZEN VON ETTENHEIM EINMAL VERLASSEN WÜRDEN.

„In den letzten Jahren sind wir so gewachsen, dass wir dem ständig wachsenden Kundstamm und deren Bedürfnissen nach weiteren Dienstleistungen nicht mehr gerecht werden konnten. Neben unserem ständigen Bestreben immer besser zu sein, haben sicherlich auch die GMS Akademie und damit verbundenen Testkäufen, die wir

Horst Purschke, Leiter des Kompetenzkreises Gesunde Schuhe freut sich, dass die vom GMS Verbund angebotenen Dienstleistungen bei vielen der Partnern Früchte tragen. Stetiges gesundes Wachstum und eine immer größere Präsenz der nunmehr über 175 Fachgeschäfte, die dem Kompetenzkreis Gesunde Schuhe angehören zeigt, dass



Planung der modernen neuen Erlebniswelt auf zwei Etagen

hier mit dem gesamten Personal ausgewertet haben, sowie die Entscheidung dem Kompetenzkreis Gesunde Schuhe beizutragen, erheblich beigetragen.



GMS Verbund

Impressum

GMS Verbund GmbH
Volker Kappel
Statthalterhofweg 71
50858 Köln
Telefon 0221 / 297 908 -500
Telefax 0221 / 297 908 -599
Info@GMS-Verbund.de
www.GMS-Verbund.de

der eingeschlagene Weg zu neuen Vermarktungskonzepten für den Komfort- und Orthopädie-Schuhfachhandel, in ständiger Abstimmung mit den Partnern, der richtige war. Mit dem Spatenstich der Familie Oberle, freuen sich neben den Inhabern auch das Team Oberle auf die neuen Herausforderungen, die nun auf sie zukommen. In dem modernen kubischen Gebäude mit 600 qm Nutzfläche auf zwei Etagen wird neben den modernen orthopädischen Leistungen, die die Besucher zukünftig in der offenen Werkstatt verfolgen können, auch eine Laufbandanalyse angeboten. Das ausgesuchte Schuhangebot führender Lieferanten schafft Kompetenz weit über die Grenzen von Ettenheim hinaus. Eine podologische Praxis rundet das Angebot von Oberle Gesunde Schuhe ab. ■

→ GMS intern

Rekordumsatz 2011

Im Geschäftsjahr 2011 konnte der GMS Verbund einen ZR Umsatz von über 125 Mio. € verbuchen. Modische Fachhändler stellen die größte Fachgruppe im GMS Verbund.

Nachdem im vergangenen Jahr ein ZR Umsatz von 95 Mio. € erreicht wurde, konnte die GMS Verbund GmbH ihren Umsatz im sechsten Jahr in Folge erneut deutlich steigern.

Die Ursachen dieses Erfolgs liegen nach Einschätzung der GMS Geschäftsführer vor allem in der persönlichen Betreuung und Beratung der Kunden. „Wir kennen die Kunden persönlich und wir können unseren Kunden zusichern, dass wir auch in 20 Jahren als Geschäftsführer an Bord sind.“ Das kann nicht jede Verbundgruppe von sich behaupten. Der Gesamt ZR-Umsatz verteilt sich auf ca. 850 Fachgeschäfte in Deutschland. Die größte Fachgruppe mit fast 300 Fachgeschäften, ist die der modisch orientierten Mehrsortimenter. „Diese Fachgruppe ist sehr vielfältig und variiert vom modischen Vollsortimenter in Mittelstädten, über stadtrandnahe Spezialisten, bis zu reinen Monostores. „Dabei erkennen wir einen deutlichen Trend zur Sortiments- und Lieferantenkonzentration“, so Thomas Schulte-Huermann. Die zweite Gruppe sind die Komfortschuhhändler mit über 200 Fachgeschäften. Überraschend groß ist auch die Gruppe der Gesunde Schuhe Händler mit 175 aktiven Fachgeschäften. Alle weiteren GMS Fachhändler verteilen sich auf die Gruppen Kinder und Sport.

Mehr als die Hälfte der Fachhändler waren zuvor Mitglied in einer der etablierten Verbundgruppen, und fühlten sich dort aus unterschiedlichen Gründen nicht richtig aufgehoben. Viele empfinden diese als zu groß, zu bürokratisch oder zu weit weg von ihren täglichen Problemen.

Alle anderen Fachhandelskunden des GMS Verbund sind entweder Neugründungen oder waren zuvor freie Fachhändler. ■

→ Internethandel

Facebook, der neue Vertriebskanal?

FACEBOOK IST IN ALLER MUNDE. OBWOHL DAS UNTERNEHMEN ERST IM JAHRE 2004 GEGRÜNDET WURDE, IST FACEBOOK INZWISCHEN DIE MEISTBESUCHTE WEBSITE DER WELT UND HAT ANBIETER WIE GOOGLE, EBAY ODER AMAZON ÜBERHOLT. ALLEINE IN DEUTSCHLAND IST BEREITS HEUTE JEDER VIERTE SELBER AUF FACEBOOK AKTIV. FÜR DIE MEISTEN USER BEDEUTET DIES, SICH MIT FREUNDEN ZU VERNETZEN, UM NEUIGKEITEN, FOTOS ODER INTERESSANTE LINKS MITEINANDER ZU TEILEN. ÜBER DIE PRIVATE NUTZUNG HINAUS, STECKT FACEBOOK ALLERDINGS BEI DER GEWERBLICHEN NUTZUNG HEUTE NOCH WEITGEHEND IN DEN KINDERSCHUHEN.

Internet-Unternehmen und Markenartikler nutzen Facebook, um auf Produkte und Leistungen aufmerksam zu machen. Andere Unternehmen stehen vor der Entscheidung, ob es sich lohnt, auf diesen Zug aufzuspringen. Noch hat das soziale Netzwerk als Vertriebskanal wenig zu bieten. Auch lässt sich die Frage, ob der Schuhfachhandel Facebook für sich nutzbar machen kann, bislang eher verneinen. Signifikante wirtschaftliche Ansätze die zur Frequenz- und Umsatzsteigerung über Facebook führen sind bisher nicht bekannt.

„Dass sich der inhabergeführte Fachhandel gegenwärtig intensiv mit Facebook beschäftigen sollte, können wir derzeit nicht empfehlen“, erläutert GMS Geschäftsführer Thomas Schulte-Hermann. „Der Fachhandel hat heute noch andere, bessere Möglichkeiten zur Optimierung seiner Werbemaßnahmen und Erhöhung seiner Werbeeffizienz.“ Überdies sind die Stammkunden des Fachhandels größtenteils nicht auf Facebook, beziehungsweise wird dort für die zu erreichende Zielgruppe nicht das Passende angeboten. Internetbasierte Vermarktungsformen auf sozialen Plattformen und Netzwerken bieten Ansätze zum Imagegewinn und zur Nutzung des Mechanismus der „Mund zu Mund“ Propaganda. Dies jedoch primär bei der Zielgruppe deutlich unter 30 Jahren. Diese Zielgruppe wird aber zum größten Teil vom klassischen Fachhandel nicht adressiert.

Fakt ist, dass die meisten Fachhändler heute nach wie vor ihre Werbung sehr traditionell gestalten. Die größten Budgets werden für Tageszeitungsanzeigen und Prospekte genutzt. Diese Werbemittel haben zwar eine große Werbewirkung, aber die



Werbeeffizienz ist aufgrund hoher Streuverluste nicht hoch. Die meisten diese Fachhändler nutzen bisher primär nur E-Mails für Ihre Kommunikation mit Geschäftspartnern, kennen aber das Internet nur wenig. Diesen Händlern raten wir ganz und gar ab sich mit Facebook zu beschäftigen. Für sie sind ganz andere Dinge wichtig.

Eine wesentlich größere Werbeeffizienz, gegenüber Anzeigenwerbung in Tageszeitungen, bietet nach wie vor nur „Direkt Marketing“, also die gezielte Kommunikation mit den Stammkunden. Seien wir ehrlich: Der größte Teil des inhabergeführten Fachhandels lebt nicht von der enormen Laufkundschaft in hochfrequentierten Fußgängerzonen der Mittel- und Oberzentren, sondern von langjährigen treuen Stammkunden, die gezielt ins Geschäft kommen. Mit diesen Stammkunden regelmäßig direkt zu kommunizieren ist die beste Werbung. Zwingende Voraussetzung dafür ist

eine gute gepflegte Kundenadressdatei. Wer diese hat und auch schon die E-Mail-Adressen seiner Kunden für gut gestaltete Werbemailings nutzt schafft die bestmögliche Werbeeffizienz.

Im Gegensatz zu den oftmals eher statischen Internetseiten eines Händlers benötigt eine funktionierende Facebook-Präsenz laufend neue Themen und trendige Stories, die dann gegebenenfalls zu online Weiterempfehlungen führen können. Um dies zu erreichen müsste sich ein Händler täglich intensiv mit dem Medium beschäftigen.

Der Erfolg und die Stärke des inhabergeführten Schuhfachhandels liegen in seinem stationären Geschäft. Investitionen in die Qualifizierung der Mitarbeiter zur Verbesserung der Beratungsqualität und Erhöhung des Kassensbons bieten Umsatzsteigerungspotential von bis zu 20 %, wie die GMS Akademie zeigt. ■

→ Stilgruppenworkshop für Herbst 2012 geplant

Näher ran an den Kunden!

ERFOLGREICH SIND HÄNDLER, DIE SICH AN TRENDORIENTIERTEN STILWELTEN AUSRICHTEN, IHRE WARENTHemen IN DIESE STILWELTEN EINORDNEN UND RICHTIG GEWICHTEN. IN INTERAKTIVEN GMS WORKSHOPS VERMITTELT UNTERNEHMENSBERATER DR. MARCUS CREMER TEILNEHMENDEN FACHHÄNDLERN, WIE SIE MIT STILGRUPPEN STATT MIT ZIELGRUPPEN HANDELN.

Das traditionelle Denken in Zielgruppen hat ausgedient. Alter, Einkommen, Geschlecht, Familienstand und andere soziodemographische 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 loyal.

Morgens Aldi, nachmittags Shopping in Boutiquen. Wechselnde Lebensarten, Stimmungen und Stilikonen aus den Medien als Modelleitbilder bestimmen das Konsumverhalten. Die Kunden von heute kaufen wechselhaft, situativ und mit Bedacht auf ihren eigenen Lebensstil. Bekleidungsstile sind eher alterslos. Die jungen Alten, die sogenannten best ager, symbolisieren ein Beispiel neuer Stilwelten mit neuen Umsatzchancen im Schuhfachhandel.

Um GMS Fachhändler auf die veränderten Anforderungen des Marktes vorzubereiten, finden seit 2007 Workshops statt, in denen



Stilgruppen-Workshop Lindau

das Denken in Lebensstilen und Life-Style-Themen sowie die emotionale Kundenansprache im Mittelpunkt standen. Bei den Händlern fanden diese Veranstaltungen stets großen Anklang, so dass, **Ende August 2012 in Köln**, erneut ein Stilgruppen-Workshop stattfindet.

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



Dr. Marcus Cremer

In dem zweitägigen Workshop, unter der Leitung von Dr. Marcus Cremer, Geschäftsführer und Gesellschafter der fashionovation Unternehmensberatung, lernen die Teilnehmer die Ausrichtung der eigenen Geschäftspolitik an Stilwelten, die als Leitlinie für Markengewichtung und Sortimentserstellung dienen können. Sie lernen



Selbsterstellte Collagen helfen Stilgruppen erkennen