GMS aktuell

DER NEWSLETTER FÜR GMS FACHHANDELSPARTNER 09 / 2016

→ Ist Ihr Geschäft noch richtig aufgestellt?

Chancen zur Veränderung nutzen!

IMMER SCHON BEEINFLUSST DAS WETTER DIE AKTUELLE UMSATZENTWICKLUNG. DAZU KOMMT DIE KONKURRENZ DER ONLINE ANBIETER. AUCH DAS KONSUMENTENVERHALTEN ÄNDERT SICH SEIT JAHREN UND KONSUMBUDGETS VERSCHIEBEN SICH.

Stationäre Händler, wie hier bei Maier's City Schuh in Velbert, punkten bei der emotionalen Seite des Einkaufs

Immer wieder wird gefragt, wie es bei den Kollegen läuft. Pauschale Aussagen dazu gibt es jedoch nicht. Die Entwicklung im Schuh- und Sportfachhandel ist so unterschiedlich, dass kaum eine eindeutige Aussage zur Richtung oder den Ursachen möglich ist. Manche Fachhändler machen ordentlich Gewinn, manche eine schwarze Null und andere Verlust. Oft ligen die Ursachen für Unzufriedenheit im mangelnden Mut zur Veränderung.

Können Sie sich mit dem aktuellen Geschäft wirklich zufrieden geben? Ist Ihr Geschäft noch richtig aufgestellt? Wenn Sie heute neu starten würden, wie würde Ihr Geschäftskonzept aussehen? Sie wissen es nicht?

Auch wenn wir nicht die Patentlösung kennen, sollten Sie mit uns darüber sprechen. Richten Sie Ihr Geschäft zukunftsfähig aus. Neugründer die vor 3 Jahren mit GMS gestartet sind und jetzt erstmals mehr als 1 Mio. Euro Umsatz erwirtschaften, zeigen, dass es nicht das Wetter oder das Internet ist, das den Erfolg so maßgeblich beeinflusst.

Nutzen Sie konsequent Ihre Kosteneinsparungspotentiale? Von den historisch günstigen Finanzierungszinsen sollten Sie nicht nur in den Medien lesen. Speziell dafür haben wir ganz neu unserem

Neue Ordermesse

Nach vielfältigen Anfragen aus Fachhandel und Industrie starten GMS und Wellfairs im März 2017 die EUROPEAN SHOESHOW. Der Focus liegt auf Ständen die den Händlern einen guten übersichtlichen Blick auf die Kollektionen bieten. Mehr dazu auf **(Seite 3)**

GMS Kundenbefragung

Wie schon in den vergangenen Jahren ließ der GMS Verbund auch in diesem Jahr wieder die Zufriedenheit seiner Kunden messen. Die Ergebnisse der Erhebung aktuellen Umfrage waren dabei überaus positiv. Die Ergebnisse finden Sie auf **(Seite 10)**

IT: Kosten und Nutzen

Stärkere Integration durch EDI, WWS und Systemvernetzung. „Was für die Industrie heute ein erfolgsrelevantes Thema sei, muss für den inhabergeführten Fachhandel differenzierter bewertet werden.", erläutert Dr. Niehus im Interview auf **(Seite 6)**

Finanzierungscheck eingeführt. Nutzen Sie Ihn! Anstatt über den Onlinewettbewerb zu klagen wollen wir jeden GMS Händler bis zum Jahresende ins Internet bringen. Mit einem sehr kostengünstigen Internetauftritt unterstützen wir Sie, so dass auch Sie direkt im Internet gefunden werden. Entscheidend ist dabei, dass Sie über die Suchmaschine Google direkt gefunden werden. Dabei helfen wir Ihnen durch die **Suchmaschinenoptimierung** ihrer Internetseite.

Wer lernen möchte wie man Ware auf Onlineplattformen wie Amazon verkauft, was dabei zu beachten ist und welche Modelle es dafür gibt, sollte unser Seminar **„Verkaufen über Amazon & Co."** im Frühjahr besuchen.

Ein eigenständiger Onlineshop ist eine komplexe risikoreiche Angelegenheit und löst keinesfalls die Probleme des stationären Geschäfts. Mehrumsatz durch die Erhöhung der Bon Größe, durch den Verkauf höherer Preislagen und den Verkauf von mehr als einem Paar Schuhe

ist sicher der beste Weg. Die GMS Akademie zeigt seit Jahren mit mittlerweile 52 Schulungsmodulen, dass konsequente Schulungsarbeit bis zu 20 % Mehrumsatz erzielen.

Andere Themen wie EDI oder Digitalisierung, die gern als wesentlich dargestellt werden, haben keine Priorität.

Es sind viele Themen die uns beschäftigen. Dabei ist und bleibt es unsere Leidenschaft sie fortwährend bei dem erfolgreichen Betrieb ihres Schuhgeschäftes partnerschaftlich zu unterstützen.

In diesem Sinn wünschen wir Ihnen einen erfolgreichen weiteren Saisonverlauf. Ihr GMS-Team. ■

→ boys&girls

Neueröffnung in Freiburg

MIT DER ERÖFFNUNG EINES WEITEREN BOYS&GIRLS KINDERSCHUHGESCHÄFTES IM BREISGAU, WIRD DIE ERFOLGSSTORY DES KONZEPTES FORTGESETZT.

„Wir wollten selbst entscheiden können, was wir in unserem Geschäft verwirklichen möchten", so Geschäftsinhaber Herr Lam. Mit großer Unterstützung des GMS Verbundes entstand nach zwölfmonatiger Vorbereitungszeit und einem kompletten Umbau, auf einer Fläche von 134 qm, der sehr hell und freundlich gestaltete Verkaufsraum im New England Style.

Der Geschäftsinhaber und sein Team bieten ein umfangreiches Angebot an namhaften Kinderschuhmarken an, welches seinesgleichen in Freiburg sucht. Durch kompetente Beratung, welche sich über

Trainingsmaßnahmen der GMS Schulungsakademie angeeignet wird, erhalten die Kunden ein hohes Maß an Beratungskompetenz.

Die Eröffnungsphase zeigt, dass die Kunden das Konzept annehmen. „Viele Kunden sagten, dass sie auf jeden Fall wieder kommen werden", berichtet Herr Lam. Mit der Umsetzung des ganzheitlichen Konzeptes greift der Inhaber die Überzeugung des GMS Verbundes auf, dass die Zukunft des Fachhandels in der Spezialisierung liegt. ■

→ GMS und Wellfairs starten 1. EUROPEAN SHOESHOW vom 12. – 13. März 2017

Neue Ordermesse für den Schuhmarkt

NACH VIELFÄLTIGEN ANFRAGEN AUS FACHHANDEL UND INDUSTRIE HAT DER MESSEVERANSTALTER WELLFAIRS ZUSAMMEN MIT DEM KOOPERATIONSPARTNER GMS VERBUND EINE NEUE ORDERMESSE KONZIPIERT. MIT EINEM TERMIN MITTE MÄRZ UND ENDE AUGUST/ANFANG SEPTEMBER WIRD DEM EINZELHANDEL UND DER INDUSTRIE EINE ORDERPLATTFORM GEBOTEN, ZU WELCHEM DIE MODETRENDS WEITESTGEHEND GEKLÄRT, BASICS ERST ZUM TEIL GEORDERT UND MODISCH ORIENTIERTE SCHUHKOLLEKTIONEN ZUR ABRUNDUNG DER PROGRAMME ZUVERLÄSSIG ZUR VERFÜGUNG STEHEN.

Als Ort für die Erstveranstaltung wurde die XPOST, ein denkmalgeschütztes Gebäude aus dem Jahr 1895, in Köln gewählt

Im zum Teil historischen Ambiente und guter Erreichbarkeit bietet sie genug Raum für den erfolgreichen Start der EUROPEAN SHOESHOW. Das Konzept der neuen Messe sind keine kostenintensiven Imagepräsentationen der Marken, sondern der Focus liegt auf Ständen die den Händlern einen guten übersichtlichen Blick auf die Kollektionen bieten.

Die Veranstalter rechnen zur Erstveranstaltung mit ca. 150 Ausstellern. Das Marketing ist international ausgelegt, wobei der Schwerpunkt auf Fachhändler in Deutschland und den Beneluxländern liegt. Die Messe wird uneingeschränkt allen Fachhändler offen stehen. Frank Hartmann, Organisator der European SHOESHOW, seit 30 Jahren im Messegeschäft und mit der Messesituation im Schuhmarkt gut vertraut, formuliert es so: „Es ist Zeit für einen neuen Anfang! Trend ist immer das Ergebnis aus Beobachtung, Information und Kommunikation der Marktteilnehmer. Die Schuhmode folgt nun mal den Entwicklungen in der textilen Mode und die Branche braucht größtmögliche Sicherheit für erfolgreiche Geschäfte."

Dr. Karsten Niehus Geschäftsführer des GMS Verbund: „Die GMS versteht sich als Dienstleistungsunternehmen und insofern richten wir uns nach den Wünschen und Bedürfnissen unserer Fachhandelspartner und unserer Lieferanten. Mit Wellfairs und Frank Hartmann haben wir die besten Partner gefunden, um eine professionelle Messe in Westdeutschland erfolgreich zu etablieren." „Wir möchten, dass unsere Händler die richtige Ware einkaufen und unsere Lieferanten sichere Order erhalten. Dabei ist der Zeitpunkt ein wichtiger Faktor. Unterstützend werden natürlich auch Trendinformationen gegeben, die den Verlauf der bisherigen Orderrunde auf den Punkt bringen und somit zusätzliche Ordersicherheit geben", so Thomas Schulte-Huermann Geschäftsführer GMS.

Frank Hartmann: „Ein Erfolgskonzept des GMS Verbundes ist ‚Bewährtes bewahren. Neues schaffen'. Hiermit ist der Verbund auf inzwischen über 1.750 Fachhandelspartner gewachsen. Dieser Claim passt doch bestens zu unserem Vorhaben!" ■

→ GMS hilft Fachhändlern im Internet gefunden zu werden

Internetauftritt für Fachhändler kostenfrei!

DAS INTERNET IST DAS INFORMATIONSMEDIUM NUMMER EINS FÜR IHRE KUNDEN. ZUGLEICH IST DAS INTERNET HEUTE DAS MEDIUM, UM ALS FACHHÄNDLER ÜBERHAUPT GEFUNDEN ZU WERDEN. AUCH WER STATIONÄR KAUFEN WILL SUCHT HÄUFIG VORHER IM INTERNET NACH SEINEN LIEBSTEN MARKEN ODER NACH SPEZIALGESCHÄFTEN. DOCH NOCH FAST 50 % ALLER SCHUHFACHHÄNDLER SIND AKTUELL NICHT IM INTERNET PRÄSENT. DESHALB IST ES UNSER ERKLÄRTES ZIEL, ALLE GMS HÄNDLER BIS ENDE 2016 IM INTERNET MIT EINER EIGENEN SEITE SICHTBAR ZU MACHEN.

Kein erfolgreicher Fachhändler kommt künftig um eine 'elektronische Visitenkarte' herum

Ein guter und benutzerfreundlicher Internetauftritt mit ansprechenden Inhalten ist unerlässlich für den Erfolg jedes Unternehmens. Bei der Suche nach dem Schuh einer bestimmten Marke, schauen immer mehr Kunden zuerst ins Internet.

Das sucht der Kunde im Internet

Wo ist das nächste Schuhgeschäft das meine Marken führt?

Monatliche Kosten nur 8,- €

(Hosting, DE-Domain und Sicherheits-updates)

Wie ist die Adresse, Telefonnummer oder Öffnungszeit?

Der erste Eindruck entscheidet. Ihr Auftritt sollte daher gut strukturiert, informativ und gut verständlich sein. Dies entscheidet darüber, ob man Sie findet oder einen Neukunden gewinnt oder nicht.

Werden Sie für ihre Kunden sichtbar

Unser erklärtes Ziel ist es, alle Händler im Internet sichtbar zu machen, mit Standort, Leistungsangebot, Öffnungszeiten und Marken. Aus diesem Grund startete GMS im Sommer die Aktion „GMS Fachhändler gehen online".

GMS kümmert sich, gemeinsam mit unserer Internetagentur um den professionellen Internetauftritt. Das bedeutet wir registrieren die richtige Domain, sorgen durch Suchmaschinenoptimierung dafür dass die Fachhändler gefunden werden und kümmern uns um alle rechtlichen Voraussetzungen und Pflichtangaben des Auftritts – und das ohne dass die Fachhändler dafür hunderte von Euros investieren müssen. Für alle Kunden, die bereits den elektronischen Kontoauszug statt der postalisch versendeten Dekadenabrechnung der RSB Bank nutzen oder jetzt auf diesen umstellen, übernimmt GMS die einmalig anfallenden Kosten für die Erstellung des Internetauftritts in Höhe von 299 €.

Für Fachhändler ist der Onlineauftritt kostenlos!

An laufenden Kosten fallen für Sie künftig nur 8 € monatlich für Hosting, DE-Domain, Sicherheitsupdates, etc. an.

Die Nutzung des Online Kontoauszugs der RSB ist im Übrigen recht einfach. Ihr Kundenbetreuer erläutert gern wie er funktioniert. Der Vorteil für Kunden liegt vor allem darin, dass sie die Informationen bereits zwei Tage früher erhalten und stets auch zurückliegende Daten online nachschlagen können. ■

Inhalt des Basis-Paketes

- Domain-Einrichtung (Registrierung einer neuen Adresse oder Umzug einer bestehenden Adresse)
- E-Mail-Adresse (eine bestehende E-Mail-Adresse kann auch weiter verwendet werden)
- Anlegen der Webseite
- Gestaltung Ihrer Internetseite
- Einbindung:
  - Ihres Logos
  - der Geschäftsszeiten
  - der Kontaktdaten
  - einer interaktiven Anfahrtskarte
  - Impressum
  - Datenschutzhinweis
- Darstellung auf Smartphones
- Suchmaschinenoptimiert
- Automatischer Bildwechsler mit Imagebildern im Kopfbereich der Seite
- Hersteller-Lifestyle-Bilder werden automatischsaisonal ausgetauscht

→ Aktuelles

Keine Pflicht zur elektronischen Kasse

AUCH AB 2017 GIBT ES KEINE PFLICHT, EINE ELEKTRONISCHE KASSE EINZUSETZEN. EINIGE HERSTELLERFIRMEN VERUNSICHERN DERZEIT DEN EINZELHANDEL UND GASTRONOMEN.

"Für die Finanzverwaltung ist jeder Unternehmer, der ausschließlich oder überwiegend mit Bargeld hantiert, ein potenzieller Steuerhinterzieher", sagt Steuerberaterin Bettina Rau-Franz aus Velbert. "Einzelhandel und Gastronomie sind permanent im Kreuzfeuer der Betriebsprüfung", so die Expertin. Vor allem im Visier der Finanzbehörden sind elektronische Registrierkassen und PC-gestützte Kassensysteme, da sie zu oft mit Hilfe der Hersteller manipuliert werden können.

Vor kurzem hat die Bundesregierung daher den 'Entwurf des Gesetzes gegen Steuerbetrug' vorgestellt. Ziel ist es unter anderem die Manipulation bei elektronischen Kassen verhindern. Nach einer Übergangsphase müssen solche Systeme künftig zertifizier sein. Dies soll 2019 für alle gelten, die elektronische Kassen nutzen. Zudem können die Steuerverwaltungen unangemeldet und spontan die Kassen überprüfen.

Ganz gleich, ob und wie das Gesetz kommt, ab dem 1. Januar 2017 schreibt die Finanzverwaltung für elektronische Kassensysteme vor, dass die unter anderem Umsätze zehn Jahre lang unverändert speichern.

Wer ein elektronisches Kassensystem in seinem Betrieb im Einsatz hat und dieses auch 2017 nutzen möchte, muss dafür sorgen, dass alle gesetzlich vorgeschriebenen Anforderungen erfüllt werden. Er muss seine alte Kasse also aufrüsten oder – wenn das nicht mehr möglich ist – eine neue Kasse anschaffen.

Eine wichtige Feststellung für Fachhändler jedoch bleibt:

Eine grundsätzliche Pflicht zur Nutzung elektronischer Kassen wird es weiterhin nicht geben! ■

→ GMS hilft vom Unwetter betroffenen Händlern

Land unter bei Schuh Setzer in Künzelsau

NATURKATASTROPHEN WIE DIE IM FRÜHJAHR 2016 TREFFEN MEIST UNVORBEREITET UND GEFÄHRDEN NEBEN MENSCHENLEBEN AUCH UNTERNEHMERISCHE EXISTENZEN. DIE BETROFFENEN KUNDEN WURDEN VON IHREN KUNDENBETREUERN BESUCHT UND ERHALTEN VON GMS KURZFRISTIG FINANZIELLE UNTERSTÜTZUNGEN.

GMS Fachhändler Setzer war stark von den Hochwasser Schäden betroffen

Auch Geschäfte der GMS Kunden wurden durch die Unwetter verwüstet. Besonders betroffen war der Schuhhaus Setzer in Künzelsau. Fachgruppenleiter Thorsten Luber war bereits kurz nach dem Schaden vor Ort, um seine Unterstützung bei der Beseitigung der Schäden anzubieten. „Als Dienstleister steht GMS, gerade in solch schwierigen Zeiten, an der Seite der betroffenen Händler", betont Geschäftsführer Dr. Karsten Niehus. Allen Händlern, die von den Ereignissen der vergangenen Tage betroffen sind, wird zielgerichtete, unbürokratische Hilfe vom GMS Verbund angeboten. Einzelne Handelsunternehmen, die besonders stark von den enormen Niederschlägen der letzten Tage getroffen wurden, erhielten bereits persönlichen Besuch von ihren zuständigen Kundenbetreuern vor Ort.

Oft sind solche Schäden jedoch nicht versichert oder Versicherungen verzögern die notwendigen Auszahlungen von Geldern. Hier brauchen Unternehmen Partner die bei der zügigen Wiederaufnahme der Geschäftstätigkeit helfen. In allen aktuellen GMS/KVV Policen sind Elementarschäden daher grundsätzlich eingeschlossen. Anderen Kunden, mit älteren Vorverträgen, bietet GMS zusammen mit der KVV derzeit einen kostenlosen Check ihre Police auf eine auf hinreichende Elementarschadensversicherung an. ■

Der Ort Künzelsau nach dem Unwetter im Frühjahr 2016

→ Jubiläum: 75 Jahre Schuhhaus Trost

Schuhhaus Trost feiert mit Aktionswoche

DAS NUNMEHR IN DER DRITTEN GENERATION GEFÜHRTE SCHUHSPEZIALIST-GESCHÄFT SCHUH-TROST FEIERTE 2016 SEIN 75 JÄHRIGES JUBILÄUM. ZU DIESEM ANLASS HATTEN SICH DER INHABER ALEXANDER FRITSCHI UND SEINE FRAU SUSANNE FRITSCHI, GEB. TROST, ETWAS GANZ BESONDERES AUSGEDACHT: „WIR FEIERN NICHT JEDES JAHR EIN SOLCHES JUBILÄUM", SAGT HERR FRITSCHI, „DAHER HABEN WIR GLEICH EINE GANZE AKTIONSWOCHE DARAUS GEMACHT".

In der Zeit waren jeden Tag andere Repräsentanten der wichtigsten Lieferanten von Schuh-Trost vor Ort und zeigen ihre besten Modelle. „An jedem einzelnen Tag gab es Überraschungen" ergänzt Frau Fritschi, „für die die Hersteller selbst zuständig waren." Beispielsweise präsentierte Ganter ein Grasrad, die Firma Think eine zünftige österreichische Brotzeit und Hartjes verloste einige Schuhe. Höhepunkt der Feierlichkeiten war der Samstag. Bei Musik, Sekt und Gugelhupf wurden Modenschauen präsentiert und jeder Kunde erhielt ein kleines Präsent. Es lockt eine Ballonfahrt und mehrere Gutscheine. Zudem gab es die ganze Woche Schnäppchenangebote.

Susanne und Alexander Fritschi vor ihrem Fachgeschäft

Das 1941 gegründete Unternehmen, hat seine Wurzeln in der Schuhmacherei und das ist auch heute noch spürbar. Denn die Auswahl der zum Verkauf angebotenen Schuhe unterliegt strengen Maßstäben an die Herstellungsqualität. Zudem legt man bei Schuh-Trost auch großen Wert darauf Schuhe hauptsächlich aus nachhaltiger Fertigung und zumeist aus Europa zu bekommen. Als sich Gerhard Trost 2003 zurückzog und das Geschäft an seine Tochter Susanne und Ihren Mann Alexander Fritschi übergab, war und ist Schuh-Trost weit über die Landesgrenzen hinaus bekannt für überdurchschnittlich gute und kompetente Beratung und perfektes Schuhmacherhandwerk. „Wir sind stets bemüht den perfekt passenden Schuh für unsere Kunden zu finden", erzählt Herr Fritschi. „Daher haben wir ein riesiges Angebot von Schuhen in unterschiedlichen Weiten, die auch immer für lose Einlagen geeignet sind. Darüber hinaus sind es unsere geschulten und motivierten Mitarbeiter die jeden Schuhkauf zu einem besonderen Extra werden lassen". So werden bei Schuh-Trost in netter Atmosphäre bequeme, schicke Schuhe sowie Wanderschuhe an den Mann oder die Frau gebracht. Und das im wahrsten Sinn des Wortes: denn hier werden dem Kunden die Schuhe angezogen und sogar geschnürt.

Und das in einem neuen und jungen Ambiente, denn im Februar 2014 wurde aufwändig umgebaut. So dass alles getreu dem Firmenmotto ist: gut, gesund, gemütlich! ■

Wurzlbauer Schuhe aus Pfarrkirchen wird ‚Gesunde Schuhe' Partner

Bereits über 180 Partner zählt das Gesunde Schuhe Vermarktungskonzept der GMS Verbund GmbH aus Köln. Nun ist ein weiterer Fachhändler dazu gestoßen und freut sich über die Aufnahme in den Kreis der aktiven Gruppe.

Wurzlbauer Gesunde Schuhe ist Spezialist für individuell gefertigte gefräste Einlagen, die ausschließlich aus den besten und teuersten Materialien speziell für die Fußprobleme der Kunden gefertigt werden.

Neben einer Bewegungsanalyse werden selbstverständlich aber auch Versorgungsmaßnahmen einer modernen Orthopädie-Werkstatt durchgeführt. Das ausgewählte Sortiment im Schuhbereich konzentriert sich u. a. auf die Firmen Finn Comfort, Waldläufer, Meindl, Salomon und Gabor, und präsentiert sich in der Region als Spezialist für gesundes und modisches Schuhwerk. ■

→ Interview mit Dr. Karsten Niehus

IT im Handel: Kosten und Nutzen abwägen

DIE PROZESSKOSTENOPTIMIERUNG IST IM SCHUHFACHHANDEL DURCH EDI, WWS UND SYSTEMVERNETZUNG EIN VIEL DISKUTIERTES THEMA. DER SCHUHMARKT BAT GESCHÄFTSFÜHRER DR. KARSTEN NIEHUS VON DER GMS VERBUND GMBH, DIE KRITISCHE HALTUNG DES UNTERNEHMENS DAZU ZU ERLÄUTERN.

Dr. Karsten Niehus

Kaum ein Symposium vergeht, auf dem nicht die Protagonisten aus der IT-Wirtschaft und andere die Vorzüge einer stärkeren Integration durch EDI, WWS und Systemvernetzung ausführlich erläutern. Für manche scheint der Fortbestand des Schuhfachhandels daran gebunden, erklärt Dr. Karsten Niehus – mit seinem Kollegen Thomas Schulte-Huermann Gründer und Geschäftsführer der GMS Verbund GmbH in Köln.

Was für die produktionsorientierte Industrie ein erfolgsrelevantes Thema sei, müsse für den inhabergeführten Fachhandel differenzierter bewertet werden. Jeder ordentliche Kaufmann müsse sich vor jeder Entscheidung die Frage stellen, welche Kosten damit verbunden sind und welcher Nutzen daraus entsteht. Niehus hinterfragt folglich gängige Argumente:

1. „Umsatzzuwachs durch bessere Sortimentsgestaltung"

Bereits heute verfügen nahezu alle Fachhändler über gut funktionierende, ausgereifte Warenwirtschaftssysteme. Aber nur zehn bis 20 Prozent der Möglichkeiten dieser Systeme würden genutzt, um den Einkauf oder Abverkauf zu optimieren. Darüberhinaus sei erst recht nicht erkennbar und nicht nachgewiesen, dass eine stärkere Vernetzung der Daten und Systeme zu signifikanten Mehrumsätzen führen könnte. Für Filialisten ließen sich Vorteile wie Warenverschiebung oder bessere Disposition sicher ableiten. Dies werde aber vom inhabergeführten Fachhändler kaum genutzt, sei es wegen der Komplexität der Systeme oder der fehlenden Zeit, sich intensiv mit den Daten zu beschäftigen.

„Der Erfolgsgarant des Fachhandelsgeschäftes zwischen 0,5 und 2 Millionen Euro Umsatz ist und bleibt der Fachhändler selbst, mit seiner Kompetenz, seinem persönlichen Einsatz und seinem Team", so Niehus.

2. „Kostenreduktion bei der Datenerfassung"

Der Datenerfassung von Orders, Zu- und Abgängen von Ware im WWS ist aufwendig und zeitraubend. Wenn dies durch einheitliche Schnittstellen vereinfacht und beschleunigt werden könne, sei dies sicher wünschenswert. Große Filialisten können hier schnell Personalkosten einsparen.

Bei kleinen und mittleren Betrieben führe dies kaum zu Kosteneinsparungen. Die Arbeit, die gemacht werden müsse, mache in der Regel die Verkäuferin, der Chef oder die Chefin, wenn das Geschäft leer ist. Wenn diese Arbeit reduziert würde, könnte in der Regel kein Mitarbeiter gespart werden und in den Zeiten der Lieferung von Ware kämpfe der Fachhandel in der Regel mit wenig Umsatz und personellem Überhang.

Häufig vergessen werde zudem die Frage wie viel die Einrichtung der Systeme selbst kostet und wie viel Zeit mit der Beschäftigung und Pflege der Systeme zugebracht wird. „Bis heute hat keiner der Protagonisten solcher Strukturen eine aussagekräftige Kosten-Nutzen-Rechnung vorgelegt, die es erlauben würde, zu einer objektiven Bewertung zu kommen", kritisiert Niehus.

3. „Geringe Kapitalbindung durch niedrige Bestände"

Durch verbesserte, beschleunigte und vereinfachte Nachbestellmöglichkeiten

soll sich eine Erhöhung des Lagerumschlags ergeben und damit eine Reduzierung des Lagerbestandes. Nachbestellmöglichkeit erfordere aber, dass an anderer Stelle Ware lagere, auf die zugegriffen werden könne oder die kurzfristig nachproduziert werde. In vertikalen und Franchise-Konzepten, in denen die Entscheidungsprozesse zwischen den einzelnen Wertschöpfungsstufen optimiert sind, bringe dies Riesenvorteile.

In einer dezentralen Struktur mit mehreren Tausend unabhängigen Schuhhändlern seien dagegen Vorteile kaum erkennbar. „Wer entscheidet wann über Nachorders und Nachproduktion? Wer trägt das Risiko großer Zwischenlager? Die Industrie sicher nicht", ist Niehus überzeugt. Die Verantwortung für den Einkauf, für den Abverkauf und damit für den Geschäftserfolg trage stets der Handel und daran ändere auch EDI nichts.

Die grundlegende Funktion des Handels sei die Präsenz der Ware am POS. Nur so würden befriedigende Kauferlebnisse geschaffen. Wenn der Kunde sich die nachbestellte Ware abholen solle oder sie nach Hause geschickt werde, werde er früher oder später direkt im Internet bestellen. Die Verfügbarkeit von Ware zu reduzieren, reduziere die Attraktivität des Handels.

Richtig wäre es die Warenpräsenz attraktiver zu machen, um damit den entscheidenden Vorteil des Fachhandels gegenüber dem Internet auszubauen. Spezialisierte tiefe Sortimente in Verbindung mit guter Beratung und gutem Service ist die beste Chance sich gegen die Preise und die Verfügbarkeiten des Internets zu behaupten. ■

→ Jubiläum: 50 Jahre Schuheck Krursel

Alles fing mit kleinem Schuhfachgeschäft an

GESUNDE FÜßE STEHEN FÜR ALOIS UND KLARA KRURSEL IM MITTELPUNKT – SEIT NUNMEHR 50 JAHREN STEHEN SIE DAMIT SOGAR AUF EIGENEN FÜßEN. UND DAS SEHR ERFOLGREICH.

Zum Jubiläum überreichte Horst Purschke der Familie Krursel eine Urkunde

Im Mai 1966 wagte der Schuhmacher- und Orthopädietechnikermeister Krursel den Sprung in die Selbstständigkeit. Mit einem kleinen Schuhfachgeschäft und einer eigenen Werkstatt. Dabei unterstützte Klara Krursel ihren Mann von Beginn an tatkräftig. Auch sie kam „vom Fach" wurde in einer Schuhmacherfamilie groß. Mit großem Engagement wuchs das Geschäft prächtig. Die ersten Räumlichkeiten wurden schnell zu klein, das Schuheck Krursel zog in die heute noch aktuellen Räumlichkeiten in der Ecke Ostmarkstraße um. Und machte sich mit ansprechender Auswahl, guter Qualität und kompetenter Beratung einen guten Ruf über die Grenzen Münsters hinaus. Noch heute kommen Kunden aus ganz Deutschland an die Ostmarkstraße. Werkstatt und Verkauf wuchsen, mit der medizinischen Fußpflege kam zudem ein weiterer Bereich hinzu. Dabei hatten die Krursels die gesunden Füße ihrer Kunden stets fest im Blick.

Denn von Beginn an lag der Schwerpunkt des Schuheck Krursel bei Bequemschuhen. Die waren in Über- und Untergrößen stets in großer Auswahl am Lager. Und diesen aufwendigen Service für die Kunden haben Krursel und sein Team über die Jahrzehnte stets gepflegt. So bestimmen auch heute noch „modisch bequeme Komfortschuhe" die Auswahl. Und viele Schuhe gibt es im Schuheck Krursel in fünf verschiedenen Weiten. Neben Damen- und Herrenschuhen finden sich heute in der „boys & girls"-Abteilung, ein Vermarktungskonzept der GMS Verbund GmbH Köln, Kinderschuhe der führenden Markenlieferanten.

Die durch die GMS-Akademie geschulten Mitarbeiter sichern die kompetente Beratung. Zudem führen Alois Krursel und sein Team auch Schuhreparaturen durch. Gleich mehrere Kabinen stehen für die medizinische Fußpflege zur Verfügung. ■

→ Neu in der ZR

Café Noir

AUCH 2016 HAT GMS WIEDER NEUE ZR-VERTRÄGE MIT RENOMMIERTEN INTERNATIONALEN MARKEN GESCHLOSSEN. AN DIESER STELLE MÖCHTEN WIR IHNEN IN DER ZUKUNFT AUSGEWÄHLTE VERTRAGSLIEFERANTEN NÄHER VORSTELLEN. HEUTE GEHT ES UM DAS ITALIENISCHE SCHUHLABEL „CAFÉ NOIR“.

Café Noir, übersetzt schwarzer Kaffee, klingt vor allem dank des Akzents auf dem E ganz nach einem französischen Label. Doch der Name täuscht. Wo trinkt man den besten Kaffee? In Italien. Genau. Das Schuhlabel kommt aus der Toskana aus dem kleinen Ort San Miniato in der Nähe von Pisa, der Heimatregion der Lederwaren in Italien.

Café Noir wurde schon vor rund 20 Jahren von Stefano Peruzzi, Fabrizio Mazzantini und Riccardo Panzarasa gegründet und beschäftigt heute rund 80 Mitarbeiter im Werk bei Pisa. Alle drei Gründer sind noch im Unternehmen aktiv, für das Design gibt es ein hauseigenes Kreativteam. Pro Jahr verlassen über 1 Mio. Schuhe das Haus. Der Hauptmarkt ist noch Italien, aber die drei Italiener orientieren sich mehr und mehr am Export. In 20 Ländern außerhalb Italiens ist Cafe Noir bereits zu kaufen.

Die Qualität der Schuhe, die in eigenen Produktionsstätten in der Toskana plus in anderen europäischen Ländern hergestellt werden, stimmt. Was aber vor allem stimmt, ist der Preis. Die Italiener sind bekannt für Labels, die Mode und korrekte Preise unter einem Hut bringen. Hier ist das der Fall. Café Noir Sommerschuhe liegen bei 80 bis 170 Euro, im Winter liegt die Preislage zwischen 90 und 180 Euro. Im Angebot sind auch einige Taschen und Gürtel.

Modisch ist das Label eher auf eine junge Klientel zwischen 25 bis 40 Jahren orientiert. Jedoch stimmt das eher für die Winterkollektion, denn für die immer sehr starke Sommerkollektion. Gerade die Sandalen der Marke sind echte Hingucker und eindeutig die modisch stärkste Produktgruppe des Labels.

Aber es gibt auch einige klassische Pumps, Mokassins und Schnürschuhe. Eleganter geht es bei der Herrenkollektion zu, die mehr mit sportlichen Elementen spielt. ■

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

→ Online verkaufen wie geht das?

Online-Strategien für den Schuhfachhandel

Online-Handel als Ergänzung Ihres stationären Geschäftes. Macht das Sinn? Wie geht das? Was ist der richtige Ansatz?

Ständig lesen wir von den Erfolgen der Onlinehändler. Sie geben viel aus für Werbung in allen Medienalso wird auch viel über die geschrieben und berichtet die die Werbung bezahlen. Jedoch gibt es auch eine Lawine von Online-Shop-Pleiten, die selbst vor etablierten Großnternehmen nicht Halt macht. Fast jede Pleite hat ihre Ursache in der unvollständigen Kenntnis der Kosten, Rahmenbedingungen und Logistikprozesse eines Web-Shops und des dafür erforderlichen Marketings.

Kein Interessent sollte einen Web-Shop eröffnen, wenn ihm auch nur eine Seite dieser Kenntnisse fehlt. Aber muss es denn überhaupt immer gleich der eigene Web-Shop sein? Nein! Alternativen für den Online-Einstieg bieten eBay oder die Partnerprogramme von Amazon und Zalando.

Wie funktionieren diese Programme? Welche Kosten entstehen? Was mache ich bei einer Retoure? Wie und wann komme ich an mein Geld?

Das eintägige GMS Seminar „Online handeln“ ist an 3 bis 4 Standorten in Deutschland geplant, und vermittelt praxisorientiert, welches der für Sie richtige Weg sein kann.

Die Kosten je Teilnehmer betragen 49 Euro. Bei Interesse kontaktieren Sie bitte frühzeitig ihren Kundenbetreuer. ■

→ Jubiläum: 25 Jahre Eschbach Gesunde Schuhe

Analysecenter für Bewegung und Sport

DER NAME „ESCHBACH GESUNDE SCHUHE“ STEHT FÜR ALLES, WAS DEN FUß – UND DAMIT DEN GANZEN KÖRPER – IN SCHWUNG BRINGT. MIT DEM ANALYSECENTER FÜR BEWEGUNG UND SPORT & ORTHOPÄDIE SCHUHTECHNIK IN HÜNFELD UND DEN FILIALEN BAD HERSFELD, FULDA UND VACHA BIETET DAS UNTERNEHMEN ESCHBACH SPORTWISSENSCHAFTLICHE, MEDIZINISCHE UND ORTHOPÄDISCHE BETREUUNG.

Im Mittelpunkt steht bei GMS Partner Arno Eschbach der gesunde Mensch. Eschbachs Analysecenter entspricht den Zeichen der Zeit: „Es geht nicht mehr allein darum, Krankheiten zu heilen – die Erhaltung der Gesundheit steht für uns im Vordergrund“, betont Arno Eschbach. „In dem Maß, wie die Krankenkassen ihre Leistungen reduzieren, ist die Entwicklung der eigenverantwortlichen individuellen Kompetenz jedes einzelnen verstärkt gefragt. Jeder kann seinen Gesundheitszustand aktiv selbst beeinflussen. Je früher ein Bewusstsein für die Bedürfnisse des Körpers entwickelt wird, desto besser lassen sich Beschwerden, die irgendwann durch den normalen Alterungsprozess auftreten, in Schach halten.“

Arno & Gerlinde Eschbach mit Horst Purschke

Das Eschbach Analysecenter für Bewegung und Sport richtet sich an jeden, der sich zum Zwecke der Vorbeugung oder der Genesung bewegt - mit dem Ziel, das gewünschte gesundheitliche Ergebnis aus sportwissenschaftlicher, medizinischer und orthopädischer Sicht zu erreichen. „Wir unterstützen unsere Kunden, falsche Bewegungsabläufe zu erkennen und zu korrigieren und eventuelle Fehlhaltungen und Überlastungen abzubauen. Wir möchten den Arbeitenden, die Hausfrau, den Freizeitsportler und Leistungssportler, egal ob jung oder alt, ebenso ansprechen wie den, der nach vielleicht längerer Abstinenz einen neuen Anlauf in die weite Welt der Bewegung wagt“, erklärt Arno E. Eschbach, Meister für Orthopädie Schuhtechnik. ■

→ GMS intern

GMS bestätigt gute Zahlen für das 1. Halbjahr 2016

WEITERHIN STARKES WACHSTUM IM IN- UND AUSLAND / ZUWACHS UM 19 % AUF 167 MIO. ZR / PROGNOSE FÜR 2016 ÜBER 300 MIO. DEUTLICH BESTÄTIGT.

Die GMS Verbund GmbH bestätigt die guten Vorgaben aus dem ersten Quartal und konnte sich auch im zweiten Quartal deutlich verbessern. Mit einem Halbjahresumsatz aus der ZR von 167 Mio. € konnte sich die Gruppe erneut um 27 Mio. € gegenüber dem Vergleichszeitraum des Vorjahres (140,5 Mio. €) steigern.

Die Entwicklung ruht in hohem Maße auf den Daten aus den Nachbarländern, wenngleich auch im Inland deutliches Wachstum gemeldet werden kann. Allein die Deutschen Kunden des GMS Verbund sind im Betrachtungszeitraum um 16 % gewachsen.

Angesichts der aktuellen Diskussionen um die Zukunft des Schuhhandels sieht der GMS Verbund die Perspektiven auch weiterhin zuversichtlich. Wesentliches Zugpferd des Umsatzes bleiben die spezialisierten und familiengeführten Fachhandelsbetriebe. Die letzte Prognose mit einem Gesamtjahresumsatz von über 300 Mio. € ZR Volumen wird angesichts der befriedigenden Entwicklung deutlich bestätigt. ■

→ GMS Kundenbefragung

Erneut gute Noten für GMS

WIE IN DEN VERGANGENEN JAHREN LIEß GMS AUCH IN 2016 WIEDER DIE ZUFRIEDENHEIT DER KUNDEN MESSEN. ANDERS ALS BEI FRÜHEREN BEFRAGUNGEN ERHIELTEN DIE HÄNDLER DIE MÖGLICHKEIT SICH ONLINE, MIT WENIGEN KLICKS, ZU ÄUßERN. DABEI HATTEN ALLE GMS FACHHANDELSPARTNER DIE MÖGLICHKEIT DER BEWERTUNG DER LEISTUNGEN IHRER VERBUND-GRUPPE DER PERSÖNLICHEN KUNDENBETREUER ZU BEWERTEN.

Rund 300 Kunden nutzten das Angebot ihr Feedback zu geben. „Für GMS als Dienstleistungsunternehmen ist es ein vorrangiges Ziel, dass die Händler mit den angebotenen Leistungen zufrieden sind. Seit 10 Jahren wird die Umfrage daher regelmäßig wiederholt. So ist es möglich Veränderungen in der Zufriedenheit der GMS Kunden genau zu erfassen und schnell zu reagieren", betont Dr. Karsten Niehus. Ziel der Befragung ist es, neben der Zufriedenheit, eine grundsätzliche Entwicklung über einen längeren Zeitraum als Maßstab für die eigenen Leistung und Beratungsqualität zu erhalten. Die Ergebnisse der Erhebung aktuellen Umfrage waren dabei überaus positiv. 39 % der Kunden beurteilen GMS mit der Schulnote 1; ‚sehr gut'. Rund 53 % vergaben ein Gut. 7 % bewerten mit der Note 3. Die Bewertung „Ausreichend" wurde von 1 % der Kunden vergeben. Lag die Note der Kundenzufriedenheit mit dem jeweiligen Betreuer bei der ersten Erhebung dieser Art im Jahr 2006 noch bei durchschnittlich bei 2,1, so werden diese im Jahr 2016 mit 1,7 bewertet. „Das erneut gute Ergebnis freut uns", kommentiert Dr. Niehus das Ergebnis „aber wir sehen natürlich auch eine Reihe von Verbesserungsansätzen". Einige Fachhändler wünschten sich noch häufigere Besuche ihrer Kundenbetreuer vor Ort oder wünschen sich zusätzliche Lieferanten in der Zentralregulierung".

Die Kritikpunkte nehmen wir ernst und erarbeiten dafür konkrete Lösungen. In der nächsten Befragung können wir dann sehen, ob wir alle abstellen konnten" erläutert Thomas Schulte-Huermann. ■

→ Vermarktungskonzepte

In Meißen eröffnet das 10. boys&girls Geschäft

NACH KOMPLETTEN UMBAU, ENTSTAND IN SEHR KURZER ZEIT AUF EINER FLÄCHE VON 105 QM, DER SEHR HELL UND FREUNDLICH GESTALTETE VERKAUFSRAUM IM NEW ENGLAND STYLE.

Frau Günther hat beste Voraussetzungen, sie betreibt seit Jahren erfolgreich ein Internethandel für Kinderschuhe, nun auch stationär erfolgreich zu sein.
„Das ganzheitliche Gestaltungskonzept, von der Fassadengestaltung bis zum Ladenbausystem hat mich schnell überzeugt. Aber auch die Erfahrungswerte der anderen boys&girls Partner und die Expertise von GMS, waren hilfreich", so Frau Günther.

Neben einem guten Warenangebot, 15 Systemparterlieferanten bieten Konzeptpartnern Konditionsvorteile, tragen qualifizierte Mitarbeiter zum Erfolg bei.

Während der Eröffnungswoche wurden Events wie Glücksrad und Kinderschminken organisiert. „Ich bin mit der Eröffnungsphase hoch zufrieden, viele Kunden haben geäußert, dass sie wieder kommen werden", so Frau Günther.

Die Überzeugung des GMS Verbundes, dass die Zukunft des Fachhandels in der Spezialisierung liegt, wurde von der Inhaberin aufgegriffen und umgesetzt. ■