



→ Schuhhaus Terhünte in Heek, Steffi Gausling

Der Krise trotzen – mit Kompetenz und Knowhow

VERKEHRTE WELT: DAS GESCHÄFT SCHLIEßEN ZU MÜSSEN, OBWOHL MIT DEM FRÜHJAHR IM SCHUHHADEL DIE HAUPTSAISON ANSTEHT. KEINEN PERSÖNLICHEN KONTAKT ZU DEN KUNDEN ZU HABEN, OBWOHL DIES IM STATIONÄREN VERKAUF DAS A UND O IST. VON HEUTE AUF MORGEN NICHT WISSEN WAS WIRD, OBWOHL MAN DOCH PLÄNE HAT. KEINE FRAGE: DAS CORONAVIRUS STELLT RUND UM DEN GLOBUS DAS PRIVATE WIE AUCH BERUFLICHE LEBEN KOMPLETT AUF DEN KOPF. DOCH DESWEGEN RESIGNIEREN? „NEIN, AUF KEINEN FALL!“, DENKT SICH AUCH FAMILIE GAUSLING VOM SCHUHHAUS TERHÜNTE IM MÜNSTERLÄNDISCHEN HEEK.



Stefanie Gausling mit ihrem Vater Heinz-Jürgen Gausling.

Das Traditionsunternehmen zeigt beispielhaft, wie und mit welchen Maßnahmen man als Einzelhändler die Krise meistert und so den Weg für eine erfolgreiche Zukunft ebnen kann. Denn mit Steffi Gausling steht die nächste Generation in den Startlöchern.

„Als wir am 18. März unser Geschäft aufgrund des Eilerlasses der Landesregierung schließen mussten, war das schon ein komisches Gefühl. Man hat nichts falsch

gemacht, hat sich nichts zu Schulden kommen lassen, man hat gute Umsatzzahlen, eine stabile Stammkundschaft, die Hauptverkaufssaison steht vor der Tür, die Kunden haben Wünsche – und trotzdem muss man dicht machen. Das ist paradox“, erzählt Steffi Gausling (27) und sagt damit das, was wohl viele betroffene Einzelhändler aus der Schuhbranche dachten und fühlten. Steffi Gausling lebt nach ihrer erfolgreichen Berufsauf- und Weiterbildung einschließlich

Prüfung zur Handelsfachwirtin und weiteren praktischen Erfahrungen in einem Emsdettener Schuhgeschäft seit anderthalb Jahren ihre Kompetenz im elterlichen Betrieb aus. Das Haus hat sich vor längerer Zeit auf ein hochwertiges Kinderschuhsortiment spezialisiert und damit erfolgreich die Weichen für ein kontinuierliches weiteres Wachstum gestellt hat. Zum 1. Januar 2021, so die Planung, wird der Führungsstab von den Eltern an die Tochter weitergereicht. **../2**



Steffi Gausling präsentiert Leon (7) mittels Videotelefonie Schuhe. Im Heeker Schuhhaus Terhünte laufen Beratung und Verkauf während der Corona-Pandemie digital.

„Daran halten wir nach wie vor fest“, sagt Steffi Gausling und ihre Eltern Heinz-Jürgen Gausling (58) und Ehefrau Beate (55) nicken zustimmend. Die Familie, die im beruflichen Alltag von sieben lang-jährigen Mitarbeiterinnen ergänzt wird,

ist ein eingespieltes Team. Und: Sie verfügt über ein wertvolles Knowhow. Nicht nur, dass Steffi Gausling alle bekannten Disziplinen wie Ein- und Verkauf, Pflege des Warenwirtschaftssystems, Personalplanung und Reklamationsbearbeitung

längst beherrscht, sie ist auch mit den Möglichkeiten von Social Media gut vertraut. Ein Aspekt, der sich in der Corona-Krise schon bezahlt gemacht hat.

„Wir hatten viele Anfragen von Eltern, die in Sorge waren, für ihre Kinder keine passenden Schuhe mehr für den Frühling und Sommer bekommen zu können“, berichtet Heinz-Jürgen Gausling. Daher musste schnell umgedacht werden. Es musste Wege für einen kontaktlosen Verkauf bei einer trotzdem kompetenten Beratung geben. „Eine große Hilfe war mir dabei der Austausch in der ‚GMS-Young Generation‘-Whatsapp-Gruppe. Wir sind da um die 20 Mitglieder und haben uns im Februar 2020 auf der GMS-Juniorentagung in Köln kennengelernt“, erzählt Steffi Gausling. In den Chats ging es um die richtige Ansprache der Kunden, um korrekte Formulierungen, um Marketing, um die Aushänge im Geschäft und eben um den Verkauf in kontaktlosen Zeiten.

„Posts auf Facebook und Instagram, die vielen hilfreichen GMS-Corona-Newsletter mit konkreten Handlungsempfehlungen sowie ein Zeitungsartikel in der Lokalpresse waren ebenfalls sehr nützlich und erfolgreich. Sie informierten darüber, dass wir mit unseren Kunden über Videotelefonie und Whatsapp in



Steffi Gausling bei der GMS Junioren Tagung im 25hours Hotel, Köln

Kontakt bleiben und so den Service aufrecht erhalten können“, sagt Steffi Gausling. Als ein quasi ständiger und wertvoller Begleiter erwies sich überdies die gepflegte Kundendatei mit über 7.000 Adressen und Informationen zu etwa der Schuhgröße und der Fußform, mit Fotos zu Besonderheiten und Vorlieben et cetera. „Wir haben dann auf dem großen Parkplatz vor unserem Geschäft für die kontaktlose Abholung zwei Stühle hingestellt, wo die Kunden sich hinsetzen und die Schuhe bei Bedarf auch noch einmal anprobieren konnten“, erzählt Steffi Gausling und ergänzt: „Wer wollte, dem haben wir die Schuhe auch nach Hause gebracht. Die Bezahlung lief per Überweisung oder passend im Briefumschlag.“

Bei all dem Engagement zeigte sich einmal mehr, wie weitsichtig es war, sich neben dem Vollsortiment im Damen- und Herrenschuhbereich auf Kinderschuhe zu spezialisieren – entgegen dem Trend. „Für viele Wettbewerber im stationären Geschäft rechnete sich der Verkauf von Kinderschuhen nicht mehr“, erläutert Heinz-Jürgen Gausling und berichtet, dass sich in den vergangenen Jahren viele Schuhfachhändler im Umkreis von ihren Kinderschuhabteilungen verabschiedet hätten. So sei eine Versorgungslücke entstanden. Im Zuge einer geplanten Modernisierung des Geschäfts führten Gauslings mit der GMS Strategiegespräche über die künftige Marschrichtung des Schuhhauses. Es wurde eine



Abtauchen ins Bällebad: Der Spaß für die Kleinen kommt beim Einkauf im „Kinderschuhparadies“ Terhünste nicht zu kurz.

Potenzialanalyse durchgeführt mit dem Ergebnis, dass sich eine Spezialisierung auf Kinderschuhe unter Beibehaltung der Schuhsortimente für Erwachsene als besonders erfolgversprechend erwies.

„Eine Entscheidung, die richtig war. So kamen während der auferlegten Schließungszeiten nicht nur Stammkunden aus Heek, sondern auch Neukunden aus zum Beispiel dem benachbarten Stadtlohn oder dem eine gute halbe Stunde Autofahrt entfernten Senden“, berichtet Steffi Gausling. Mit der Breite und Tiefe des Kinderschuhangebotes, sowie einem 20 qm großen Bällebad, hat das Schuhhaus eine Alleinstellung im Umkreis von 20 bis 30 Kilometern, und behauptet sich so auch in Krisenzeiten. Auch eine Reparaturwerkstatt mit zusätzlichen schnellen Serviceleistungen sowie eine medizinische Fußpflege unterstützen die Kundenbedürfnisse in der Region. Das Kinderschuhangebot ist im Laufe der Jahre immer größer geworden. Rund 43 Prozent des Gesamtumsatzes spielt dieses Sortiment inzwischen ein. Mengenbezogen entfällt mindestens jeder zweite Kauf auf ein paar hochwertige Kindermarkenschuhe etablierter Marken von Ricosta über Skechers, Superfit, Nike, VADO und Micio. „Der Reparatur- und Putzservice liefern ebenfalls während der

Schließungszeiten weiter, kontaktlos versteht sich“, sagt Steffi Gausling.

Nicht Hadern, sondern Handeln. Diese Devise gilt für die Gauslings auch seit dem 20. April, seitdem die Geschäfte wieder geöffnet sein dürfen. Durchsichtige Trennwände im Kassenbereich, ausreichend Abstand zwischen den Sitzcken und natürlich das Tragen von Mundschutz. Apropos: „Das Tragen eines Mundschutzes, so beobachten wir, ist für viele Kunden schon eine enorme Einschränkung, die sich auf unser Geschäft auswirkt. ‚Lustkäufe‘ finden immer noch so gut wie gar nicht statt. Kaum einem ist danach, sich trotz schönem Wetter mit neuen Sandalen oder Sneakers auszustatten. Es sind klar die ‚Bedarfskäufe‘, die für Umsatz sorgen.“ Realistisch bleibt Steffi Gausling auch mit Blick auf die kommenden Monate. „Ich denke schon, dass sich die Situation nur langsam ändern wird. Doch an meinem Vorhaben, das Geschäft meiner Eltern zu übernehmen, ändert dies nichts.“

Ich glaube an die Zukunft des Geschäftes. Vielleicht, weil es in meinen Genen liegt, vielleicht, weil ich damit aufgewachsen bin. Auf alle Fälle ist es meine Leidenschaft – und daran wird kein Virus etwas ändern.“ ■



GMS Verbund

Impressum

GMS Verbund GmbH
Volker Kappel
Agrippinawerft 30
D 50678 Köln

Telefon 0221 / 297 908 -500
Telefax 0221 / 297 908 -599
Info@GMS-Verbund.de

→ GMS Kundenumsatz nach Corona Lock Down besser als die Branchenentwicklung

Weniger vom Shut Down getroffen

EINE REPRÄSENTATIVE STICHPROBE ZUR UMSATZENTWICKLUNG BEI 150 GMS KUNDEN LIEFERT ÜBERRASCHENDE ERGEBNISSE, MIT ERHEBLICHEN UNTERSCHIEDEN NACH FACHGRUPPEN UND LAGEN.



Umsatzentwicklung der Branche im Vergleich zu GMS Segmenten von Januar bis Mai 2020 - im Vergleich zum Vorjahr.

Nach aktuellen Veröffentlichungen zur Gesamtmarktentwicklung liegt der aufgelaufene Umsatz im Schuhfachhandel derzeit bei minus 35 % im Vergleich zum Vorjahr. In einer repräsentativen Stichprobe hat der GMS Verbund den Umsatz seiner eigenen Fachhandelskunden nach dem Shut Down untersucht und ist mit einem Umsatzrückgang von 21,9 % zu deutlich besseren Ergebnissen gekommen. Als Ursache für das bessere Abschneiden seiner Kunden sieht GMS den hohen Spezialisierungsgrad seiner angeschlossenen Fachhändler. Im spezialisierten modischen Fachhandel lag der Umsatz bei minus 24,5 %, und damit um angenähert 10 % besser als der Branchenschnitt.

Wie erwartet weniger berührt ging auch der Kinderschuhfachhandel aus dem Shut Down hervor. Mit einem Umsatz von minus 20 % zum Vorjahr bestätigt sich die Beobachtung aus den ersten Wochen nach dem Shut Down. Demnach bleibt die typische Kundschaft dem einzelnen Kinderschuhfachgeschäft in hohem Maße treu. Viele Kinderschuhhändler konnten zudem auch während des Shut Down Umsätze mit kreativen Verkaufslösungen generieren.

Auch das Komfortschuhsegment zeigte sich mit einem Rückgang des aufgelaufenen Umsatzes von 18 % zum Vorjahr deutlich stabiler als der Rest der Branche. Offensichtlich wurden hier viele Käufe nachgeholt. Berücksichtigt man, dass auch das Nachorderverhalten reduziert wurde, dürften sich hier die Bestandsprobleme in Grenzen halten. Die größten Einbußen hatten Vollsortimenter und Fachmärkte, die ein Umsatzminus von durchschnittlich 38 % zu verzeichnen hatten. Bei diesen Unternehmen ist es entscheidend, ob eine gesunde Bilanz- und Finanzierungsstruktur vorliegt. Wer vorher schon Probleme hatte wird nun besonders getroffen.

Der Sportbereich insbesondere im Vollsortiment und im Teamsport musste mit 29 % ebenfalls deutliche Rückgänge hinnehmen. Derzeit konnten Runninghändler Umsatzzuwächse von bis zu 22 % vermelden. Auch interessant ist die Gliederung nach Land und Stadtlagen. Hier zeigt sich, dass ländliche Lagen deutlich weniger betroffen sind als 1a Lagen, die lange unter der fehlenden Frequenz leiden, während Randlagen und ländliche Lagen vielfach eine hohe Kundenbindung aufweisen. ■

GMS verhandelt Umsatzmieten

Vielen Fachhändlern ist es aufgrund eigener Bemühungen, oder mit Hilfe der GMS gelungen, ihren Vermieter zur Aussetzung der Miete aufgrund des mit dem Shut Down einhergehenden 100 % Umsatzverlustes zu bewegen. Dabei ist es häufig die Miete für die Dauer von zwei bis drei Monaten dauerhaft erlassen worden oder zumindest es wurde eine erhebliche Reduktion vereinbart.

Für den nachhaltigen Fortbestand der Geschäfte geht es aber nicht nur um einige Monate, sondern um die nächsten Jahre. Der Markt muss weiterhin mit schwacher Frequenz und reduzierten Umsätzen rechnen. In dieser Zeit müssen nicht nur Personalkosten angepasst werden, sondern ebenfalls die Miete. GMS unterstützt seine Händler und verhandelt nach erteilter Vollmacht direkt mit deren Vermietern über eine Umsatzmiete während der Krise. GMS stimmt dazu die individuelle Vorgehensweise zuvor mit den Händlern ab und übernimmt dann im Auftrag die Verhandlungen.

„Wenn ein Händler 20 % weniger Umsatz erzielt, sollte er auch 20 % weniger Miete zahlen“, so Thomas Schulte-Huermann. „Der Marktwert einer Immobilie mit Ladenlokal richtet sich nach der Frequenz. Und wenn diese abnimmt muss auch die Miete angepasst werden“, ergänzt Dr. Karsten Niehus.

Nachdem die Geschäfte in allen Ländern wieder geöffnet sind, zeigt sich bei den GMS Händlern ein heterogenes Bild. Während bei manchen die Umsätze zufriedenstellend sind, verzeichnen viele GMS Händler Umsatzeinbußen von 30 bis 40 %. Die Maskenpflicht und das schlechte Konsumklima führen zu einer entsprechenden Zurückhaltung der Kunden. Dabei ist auffällig, dass es keine eindeutigen Tendenzen für den Umsatzrückgang gibt. Spezialisten trifft es in der Regel weniger als Generalisten, Randlagen und ländliche Betriebe weniger als frequenzabhängige Innenstadtlagen. ■