GMS aktuell

DER NEWSLETTER FÜR GMS FACHHANDELSPARTNER 08/2022

→ Das ist echt der Hammer(ich)

And the winner is...

GLÜCKWUNSCH AN ULRICH UND SABINE HAMMERICH. DAS INHABERPAAR VON „HAMMERICH GESUNDE SCHUHE" IN WISMAR WURDE VOR WENIGEN WOCHEN IM RAHMEN DES BEQUEMSCHUHSYMPOSIUMS IM THÜRINGISCHEN ZEULENRODA MIT DEM BEQUEMSCHUH-PREIS GEEHRT. GRÜNDE DAFÜR SIND UNTER ANDEREM DIE INNOVATIONSKRAFT, DER WAGEMUT, DAS SOZIALE ENGAGEMENT UND DER OPTIMISMUS DER BEIDEN UND DIES SELBST IN SCHWIERIGEREN ZEITEN. BEISPIELHAFT ZEIGEN DIE HAMMERICHS, DASS ES SICH LOHNT, ZU INVESTIEREN UND NEUEN WEGEN ZU FOLGEN.

Sabine und Ulrich Hammerich in ihrem Fachgeschäft in Wismar.

„Die Auszeichnung freut mich mehr als ich offen zugeben mag. Denn wie alle Einzelhändler sind auch wir Einzelkämpfer. Da wird man oft übersehen und auch nicht zwingend mit Lob überhäuft", sagt Ulrich Hammerich. Dabei gäbe es so Etliches, was man loben könnte und worüber es lohnt, zu berichten. Da wäre zum Beispiel das außergewöhnliche Betriebsgelände, ein ehemaliges Eisenbahnareal, auf dem die Hammerichs vor gut zehn Jahren eine frühere Stückguthalle von mehr als 500 Quadratmetern und mit gut zehn Meter hohen Decken in ein heute modernes, außergewöhnliches und großzügig gestaltetes Geschäft umgebaut haben. Auch könnte man von den insgesamt 18 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern in Vollzeit erzählen, darunter sechs im Service und sechs in der Werkstatt, die mit regelmäßigen Schulungen zum Beispiel an der GMS-Akademie nicht nur fachlich auf dem Laufenden gehalten, sondern auch darüberhinaus gefördert werden. Man könnte besondere Events in den Fokus rücken, wie beispielsweise den erfolgreichen „Schuh Schnack", eine Abendveranstaltung, für die sich Sabine Hammerich lokale Prominenz auf die Bühne holt und mit ihnen zukünftig, vielleicht auch vor dem zwischen Schuhregalen sitzenden Publikum, über Belange aus Wismar plaudert. Doch vor allem könnte man etwas über die alltägliche Arbeit der Hammerichs erzählen: das Geschäft mit Bequemschuhen.

„Dabei geht es uns ganz klar immer um den Kunden. Er soll verstehen und nachvollziehen können, was wir für ihn tun", erläutert Uli Hammerich und ergänzt: „Ich sehe mich in meiner Arbeit nicht als Fachidiot, der den Kunden mit seinem Wissen mundtot reden möchte. Vielmehr geht es um das Finden einer Lösung im Dialog, um Kommunikation. Wir möchten, dass es für die Kunden buchstäblich besser läuft, dass sie nachhaltig ihre Gesundheit schonen und dies auch mit einer kosmetisch, also optisch hervorragenden Leistung.

../2

Mehr als 600 orthopädische Maßschuhe werden jedes Jahr in der 250 Quadratmeter großen Werkstatt gefertigt.

Das war und ist von Beginn an unsere Unternehmensphilosophie." Ein wichtiger Begleiter, beziehungsweise wertvolle Stütze bei der Arbeit ist für Uli Hammerich modernste Technik – in allen Bereichen. „Ich als Orthopädieschuhmachermeister erkenne natürlich beispielsweise mögliche Fehlbelastungen beziehungsweise Belastungsunterschiede der Füße einfach anhand eines Blauabdrucks, doch um die Feinheiten auch dem Kunden verständlich zu machen, dafür ist dann etwa eine Pedographie oder ein 3D-Scan hilfreicher."

Ob ein modernes Bewegungslabor, eine besondere Maßkabine mit einer speziellen Lauf-Analysestrecke für Diabetiker, sechs separate Kabinen für die ruhige persönliche Beratung zu Einlagen und etwa auch die Anpassung von Kompressionsstrümpfen und Bandagen, vier neueste 3D-Drucker (sind bestellt und stehen ab dem 4. Quartal bereit), mit denen selbst harte und weiche Materialien kombiniert werden können und mit denen Ulrich Hammerich Produktinnovationen realisieren möchte – an alles ist gedacht und alles ist auf dem neuesten Stand. Günstig war und ist so eine Ausstattung nicht, doch die Investitionen machen sich bezahlt. Die umfangreichen Serviceleistungen haben sich herumgesprochen und dies auch über die Stadtgrenzen von Wismar hinaus: Mehr als 600 orthopädische Maßschuhe werden jedes Jahr in der Werkstatt gefertigt. Ulrich Hammerich: „Zu unseren Kunden zählen etliche Pflegeeinrichtungen vor Ort, mit denen wir zusammenarbeiten."

Aufgrund des beruflichen Erfolgs – der Umsatz mit der Handelsware hat sich nach dem Umbau und dem Einzug in die Stückguthalle vor zehn Jahren verdoppelt, davor war Hammerich seit 1996 in der Innenstadt präsent – nahm das Paar vor zwei Jahren noch einmal Geld in die Hand und ließ auf einem angrenzenden gepachteten Gelände ein zweites Gebäude von 600 Quadratmetern, davon 150 Quadratmeter Reservefläche, errichten. Auf gut 250 Quadratmetern ist hier nun die moderne Werkstatt ausgelagert, überdies gibt es einen Schulungsraum, ausgestattet mit aktuellster Medientechnik, den die Hammerichs auch vermieten.

Moderne Technik und (Soziale) Medien sind für Ulrich Hammerich nicht nur ein Steckenpferd, sondern ein Muss, wenn es um die berufliche Zukunft geht. „Salopp gesagt: Wir brennen für Social Media", erzählt der 55-Jährige lachend und erklärt: „Wer sich davor verschließt, der verschließt sich meiner Meinung nach nicht nur vor der Kundschaft von morgen, sondern auch von heute. Viele Seniorinnen und Senioren sind deutlich jünger im Kopf, als mancher denken mag. Digital Umsatz zu generieren halte ich für elementar. Soziale Medien wie Facebook, Instagram, Youtube und auch TikTok sind das Schaufenster der Zukunft." Angesichts solch klarer Worte verwundert es kaum, dass es in seinem Unternehmen, welches unter Hammerich Orthopädie GmbH Wismar firmiert, gleich zwei Mediengestalter in Vollzeit gibt. Sie kümmern sich beispielsweise um regelmäßige Facebook- und Instagram-Posts, die Pflege der Internetseite und die Herstellung von Youtube- und TikTok-Videos und

GMS Verbund

Impressum

GMS Verbund GmbH
Volker Kappel

Agrippinawerft 30
D 50678 Köln
Telefon 0221 / 297 908 -500
Telefax 0221 / 297 908 -599

Der eigene Schulungsraum des Untenehmens, ausgestattet mit aktuellster Medientechnik, kann auch an Dritte vermietet werden.

dies übrigens nicht nur für das Geschäft der Hammerichs, sondern darüber hinaus auch um weitere „Gesunde Schuhe"-Systempartner. „Als einer der Geschäftsführer der Gesunde Schuhe Service GmbH betreue ich 14 Systempartner. Unsere Mediengestalter erstellen zum Beispiel auch für sie Posts für Facebook oder kümmern sich um Videos von unseren Lieferanten. Bei fünf Systempartnern, beispielsweise in Pforzheim und in Dresden, stehen im Geschäft Stelen mit einem Bildschirm, auf dem Kunden sich dann die Inhalte anschauen und auch Informationen über das Sortiment abrufen können", erklärt Ulrich Hammerich."

Wer ihn reden hört, engagiert und enthusiastisch, mag kaum glauben, dass Ulrich Hammerich sich in circa drei Jahren aus dem operativen Geschäft zurückziehen möchte. Auch auf ein Nachhaken bezüglich der Ernsthaftigkeit hin, bestätigt er sein Vorhaben. Plant er eine Weltreise? Will er mit Ehefrau Sabine auswandern? Wird er sich ein neues Hobby suchen? Aufatmen! Ulrich Hammerich liebt seinen Beruf und so will er nur die Schwerpunkte verlagern. „Es gibt diverse Ideen bezüglich der ‚Gesunde Schuhe Service'-Gesellschaft. Die kann ruhig noch etwas mehr von meiner Energie vertragen", erzählt er schmunzelnd und erklärt: „Ich bin ein Netzwerker. Und dieses Netzwerk zwischen den Systempartner und der Industrie müssen wir stärken und für unsere Visionen ausbauen. Ich sehe darin einen guten Weg, den großen Ketten Paroli zu bieten." Zudem engagieren sich Sabine und Ulrich Hammerich auf breiter Ebene im sozialen Bereich, stellen zum Beispiel jungen Nachwuchstalenten der Musikschule Wismar Räumlichkeiten zur Verfügung, unterstützen „Die Tafel" und honorierten in der Corona-Zeit mit „Frühstücksscheinen" den großartigen Einsatz der örtlichen Pflegekräfte. „Dieses soziale Engagement finde ich extrem wichtig", so Ulrich Hammerich. „Für mich ist es eine Säule der Gesellschaft, für die manchmal die Anerkennung und die Öffentlichkeit fehlt. Ich denke, sonst würden auch noch mehr Menschen Gutes tun."

Das Ehepaar Hammerich nimmt in Zeulenroda den Bequemschuh-Preis entgegen.

Langweilig dürfte es Ulrich Hammerich also nicht werden, zumal er gerade auch noch eine Kooperation mit der Universität in Chemnitz zugesagt hat – „Es geht um Sensortechnik im Diabetes-Bereich. Ich weiß, dass die schon seit mehreren Jahren einen Partner suchen. Nun möchte ich mir die Zeit dafür nehmen. Denn auch das halte ich für wichtig." Und überdies gibt ja schließlich auch noch Ehefrau Sabine und den zweieinhalbjährigen Labrador-Schäferhund-Mischling „Kalle". Kurzum: Ausgezeichnete Perspektiven! ■

→ Digitales Marketing leicht gemacht

Automatisch lokale Kundschaft erreichen

GLEICH DEM KAMPF DAVID GEGEN GOLIATH BIETEN ETLICHE EINZELHÄNDLERINNEN UND EINZELHÄNDLER BEKANNTEN ONLINE-RIESEN WIE AMAZON ODER ZALANDO DIE STIRN. AUCH IRIS RIEKEHOF GIBT SICH IN KEINER WEISE GESCHLAGEN. IM GEGENTEIL: MIT DER SOFTWARE MAPADS HAT SIE SICH JETZT TATKRÄFTIGE UNTERSTÜTZUNG GEHOLT, UM MIT EINEM AUTOMATISCHEN MARKETING AUF GOOGLE, FACEBOOK, INSTAGRAM & CO. NOCH PRÄSENTER ZU SEIN.

Iris Riekehof führt das Geschäft in der vierten Generation.

„Privat bin ich in den Sozialen Medien eher weniger bis gar nicht aktiv, doch wenn es um das Geschäft geht, lässt sich darum kein Bogen machen. Facebook & Co sind für uns ein wertvoller Kanal für Werbung und die Kundenkommunikation", erzählt Iris Riekehof. Daher wurde die 52-Jährige Einzelhändlerin auch hellhörig, als bei der GMS Fachgruppentagung Anfang Februar das in Deutschland entwickelte Programm mapAds vorgestellt und gefragt wurde, wer dieses einmal ausprobieren möchte.

Iris Riekehof: „Da habe ich mich gemeldet. Denn insbesondere im Zeitalter der Digitalisierung sind wir lokalen stationären Einzelhändler zunehmend darauf angewiesen, digital zu wachsen und online auffindbar zu sein. Gerade das Versprechen, bei Google als Fachgeschäft in der Region mit den entsprechenden Produkten prominent für Suchende angezeigt zu werden, fand ich interessant."

Bereits wenige Wochen später, Anfang März, erfolgte die Installation der Software. Dafür wurde eine Schnittstelle zwischen dem Shopware-Shop der Schuhmode Riekehof GmbH und mapAds geschaffen. So konnten alle (momentan 2.752) Produkte tagesaktuell von dem Shopsystem des Geschäfts in die mapAds-Software übernommen werden. Auch wurden die Facebook-Unternehmensseite und das Google Unternehmensprofil mit der mapAds-Software verknüpft. Iris Riekehof: „Diese einmalige Einrichtung, so dass mapAds fortan Zugang zu unseren Daten hat, lief per TeamViewer und dauerte nur knapp eine halbe Stunde."

Bereits in vierter Generation führt Iris Riekehof gemeinsam mit ihrer Schwester Evelyn Riekehof seit 1994 die Geschäfte. Das Unternehmen wurde 1894 von Gustav Riekehof gegründet und hat seither seine Standorte im Lipperland in Nordrhein-Westfalen. Dort gehören zur Schuhmode Riekehof GmbH ein Schuhfachgeschäft in Detmold und ein zweites Geschäft im nur wenige Kilometer entfernten Lage. Neben den beiden Schwestern kümmern sich acht Mitarbeiterinnen um den Service. Während das Geschäft in Detmold auf Schuhe von Marken wie Gabor, Finn Comfort, Birkenstock, Waldläufer, Ecco und Lloyd sowie Accessoires (Taschen und Shopper) spezialisiert ist, finden Kundinnen und Kunden darüberhinaus in dem Geschäft in Lage Casual-Mode von bekannten Trendlabels wie Tom Tailor und Esprit. Alle Artikel gibt es zudem im eigenen Onlineshop zu bestellen.

„Unsere beiden Produktwelten – Schuhe und Mode – werden von mapAds aufgegriffen", erzählt Iris Riekehof und erläutert: „Jede Woche erstellt mapAds im Schnitt zwei Einträge auf unserer Facebookseite mit einem Produktfoto, einem kurzen Text, Nennung des Markennamens und des Preises. Diese automatisierten Posts finde ich besonders gut. Denn selbst schaffen wir es nur einmal die Woche, einen Facebook-Beitrag mit Informationen über unsere

Warengruppe zu verfassen. Für mehr fehlt uns schlichtweg die Zeit und die Manpower. Anderen mag so ein Post in wenigen Minuten von der Hand gehen, mir aber eben nicht. Daher sind die regelmäßigen Produktvorstellungen durch mapAds eine gute Unterstützung. So habe ich das Wissen, kontinuierlicher für interessierte Kunden präsent zu sein."

Die automatischen Facebook-Posts waren für Iris Riekehof auch der Grund, warum sie nach der 4-wöchigen Probephase das Paket für 100 Euro im Monat gebucht hat, welches monatlich kündbar ist. „Die Zahlen bezüglich Google und der Auffindbarkeit sind für mich ein netter Zusatz, doch kann ich das nicht wirklich nachkontrollieren. Da muss ich mapAds einfach vertrauen." Apropos: Jede Woche erhält Iris Riekehof eine statistische Auswertung mit Zahlen darüber, wie viele potentielle Kundinnen und Kunden über Google erreicht worden sind. Demnach wurden bereits im ersten Monat über Facebook- und Instagram-Werbung und durch die lokale Auffindbarkeit bei Google laut mapAds insgesamt 18.692 Konsumentinnen und Konsumenten erreicht. Insbesondere bei Google schienen die Produkte der Schuhmode Riekehof GmbH sehr gut anzukommen. Etwa 13.500 Interessierte haben die Ware direkt in der Google-Suche angezeigt bekommen, wenn sie in der Region nach ähnlichen/gleichen Produkten gesucht haben. Auch informieren die Statistiken über die Reichweite der Werbung und die meist angesehensten Produkte.

„Wie gesagt, die Zahlen sind zwar klangvoll, doch lassen sich für mich nicht direkt überprüfen", sagt Iris Riekehof. „Trotzdem werde ich das mit mapAds jetzt erst einmal weiter ausprobieren. Die Investition ist überschaubar und ohne Zeitaufwand sind unsere Produkte rund um das Geschäft online sichtbar und wir werden als lokaler Ansprechpartner wahrgenommen. Das ist die Hauptsache."

PS: Wie der Kampf David gegen Goliath endete ist bekannt. ■

So funktioniert mapAds

mapAds bringt Online-Kunden in die Geschäfte stationärer Händler. Das einfach zu bedienende Online-Tool ermöglicht Händlern, ihre Produkte und Ihr Geschäft standortbezogen bei Google auffindbar zu machen, um als lokaler Ansprechpartner online präsent zu sein. Stationäre Einzelhändler können die Produkte mit nur wenigen Klicks aus verschiedensten Warenwirtschafts-, Shop- oder Kassensystemen oder über die mapAds-App per Barcode-Scan in die mapAds-Software importieren. Automatisch platziert mapAds die Produkte dann bei Google und der Einzelhändler stellt für alle "Suchenden" eine lokale Alternative zu den Online-Giganten dar.

Um über mehrere Kanäle eine hohe Onlinepräsenz rund um den eigenen Standort zu erlangen, können auch Facebook, Instagram und YouTube genutzt werden, um die eigenen Produkte zu präsentieren.

Mit geringem Kosten- und Zeitaufwand können stationäre Einzelhändler somit Ihr lokales Onlinemarketing stärken und zu Zeiten des Onlineshoppings relevant bleiben.

Außerdem spielt mapAds aktuelle Statistiken über die erreichten Konsumenten zurück und erkennt Produkttrends aufgrund der Google-Nachfrage. ■

→ GMS Fachhändler und der GMS Verbund spenden eine stolze Summe

66.000 Euro für die Ukraine

ÜBERWÄLTIGENDER ERFOLG NACH SPENDENAUFRUF DURCH DEN GMS VERBUND. MEHR ALS 100 FACHHÄNDLER IN EUROPA SPENDEN FÜR DIE UKRAINE AN UNTERSCHIEDLICHE NATIONALE HILFSORGANISATIONEN FÜR DRINGEND NOTWENDIGE HILFSGÜTER.

Manuela Roßbach vom Organisationsbündnis Deutschland Hilft e.V. nimmt den GMS Spendenscheck von Martin Schneider entgegen.

Nach Ausbruch des Angriffskrieges gegen die Ukraine waren sich die Mitarbeiter des GMS Verbundes im In- und Ausland sofort einig: Wir möchten gemeinsam mit unseren Händlern helfen! Innerhalb weniger Stunden wurde aus der Idee eine konkrete Hilfsaktion. Bereits wenige Tage später hatten sich über hundert GMS Fachhändler für die gemeinsame Aktion angemeldet.

Die Resonanz im Kundenkreis war überwältigend. Neben den 2 €, die jeder teilnehmende Händler bis zum Ende der Aktion für jedes verkaufte Paar Schuhe spendete, wurden die Spenden durch viele Kunden aufgestockt - aber auch viele Mitarbeiter der Fachhändler haben einen eigenen Beitrag zu den gesammelten Spenden beigesteuert.

Insgesamt haben die Händler eine großartige und in der Branche bislang beispiellose Summe von mehr als 56.0000 € gespendet. GMS hat die Spende um weitere 10.000 € aufgestockt und trägt darüber hinaus die im Rahmen der Aktion entstandenen Kosten im mittleren fünfstelligen Bereich. Der größte Teil der Spenden in Höhe von 53.780 € geht an die Aktion Deutschland Hilft e.V., der Rest an andere nationale Hilfsorganisationen in anderen europäischen Ländern.

Martin Schneider, der die Aktion im Hause der GMS koordiniert hat, zeigt sich hochzufrieden: „Wir sind sehr glücklich und tief bewegt, was in einer starken Gemeinschaft in kurzer Zeit geleistet werden kann. Egal, ob kleine Boutique oder Filialbetrieb; alle haben mitgemacht. Das Ergebnis übertrifft unsere Erwartungen bei weitem. Es war mir eine große Freude und Ehre, den Spendenscheck persönlich an Manuela Roßbach als geschäftsführende Vorständin des Organisationsbündnisses Deutschland Hilft e.V. überreichen zu dürfen.

Auch die Händler freuten sich, da sie zwei Herzensangelegenheiten verknüpfen konnten: Die Beratung der Kunden für den richtigen Schuh und die ukrainische Bevölkerung zu unterstützen. ■