



→ Kundenbefragung 2019

Händler geben gute Noten für GMS

WIE IN DEN VERGANGENEN JAHREN LIEB DER GMS VERBUND AUCH IN DIESEM JAHR WIEDER DIE ZUFRIEDENHEIT DER KUNDEN MESSEN. DABEI ERHIELTEN DIE HÄNDLER DIE MÖGLICHKEIT SICH ONLINE, MIT WENIGEN KLICKS, ZU IHRER VERBUNDGRUPPE ZU ÄÜßERN.



Das Kölner GMS Team freut sich über das überwiegend positive Feedback der Kunden.

Bei der aktuellen Kundenbefragung hatten alle GMS Fachhandelspartner die Möglichkeit die Leistungen ihrer Verbundgruppe und ihrer persönlichen Kundenbetreuer zu bewerten. Rund 200 Kunden in Deutschland nutzten das Angebot GMS ihr Feedback zu geben.

„Für GMS als Dienstleistungsunternehmen ist es ein primäres Ziel, dass die Händler mit den angebotenen Leistungen zufrieden sind. Seit 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 GMS Geschäftsführer Dr. Karsten Niehus. Ziel der Befragung ist es aus Sicht von GMS, neben der aktuellen Zufriedenheit, eine grundsätzliche Entwicklung über einen längeren Zeitraum als Maßstab für die eigenen Leistung und Beratungsqualität zu erhalten.

Die Ergebnisse der aktuellen Umfrage waren dabei überaus positiv. 34 % der teilnehmenden Händler beurteilen GMS mit der Schulnote 1; ‚sehr gut‘. Rund 60 % vergaben ein Gut. 8 % bewerten mit der Note 3. Eine schlechtere Bewertung wurde von 1 % der Kunden vergeben. Die Note der Kundenzufriedenheit lag in bei der Erhebung in Summe bei 1,8.

Auch bei der überwiegenden Zahl von konkreten schriftlichen Bewertungen waren die Händlerreaktionen äußerst positiv. So schreibt, stellvertretend für viele Händler, Ilona Kraus vom Trend Shop in Bamberg: „Ich bereue jedes Geschäftsjahr, in dem wir noch nicht bei GMS gewesen bin. Ihr steht uns immer mit Rat und Tat zur Seite. Dankeschön an all den Menschen, die den GMS Verbund, zu dem gemacht haben, was er heute ist“.

„Solches Feedback freut uns besonders“, kommentiert GMS Geschäftsführer Dr. Niehus das Ergebnis „aber wir sehen natürlich auch eine Reihe von Verbesserungsansätzen“.

../2



Eine Übernachtung im Hotel „The Mandala“ sowie einen Gutschein im außergewöhnlichen Steak-Restaurant „Grill Royal“ haben Edda, Ariane und Jürgen Setzer aus Künzelsau gewonnen.

Einige Fachhändler wünschten sich zusätzliche Lieferanten in den Vororderprogrammen, reklamierten dass die Veranstaltungen und Fachgruppensitzungen räumlich zu weit vom eigenen Standort entfernt stattfinden oder wünschen sich häufigere Besuche ihrer Kundenbetreuer.

„Die Kritik nehmen wir sehr ernst und erarbeiten dafür konkrete Lösungen“, erläutert Thomas Schulte-Huermann.

Als kleines Dankeschön für die Mitwirkung verlost GMS unter den Teilnehmern der Umfrage ein Wochenende für zwei Personen in einem Berliner 4-Sterne-Hotel, im Wert von 300 €. Das Los fiel auf Jürgen Setzer, Inhaber von Schuh Setzer in Künzelsau und Schuhschuh in Schwäbisch Hall. ■

→ Autos clever kaufen

Neuwagen zu GMS Sonderkonditionen

DER GMS VERBUND HAT MIT CARFLEET24 EINEN KOOPERATIONSPARTNER GEWINNEN KÖNNEN, DER FÜR FAST JEDEN EINE PROFESSIONELLE LÖSUNGEN ANBIETET.



CarFleet24 vermittelt GMS Fachhändlern, deren Mitarbeitern und deren Familienangehörigen Neufahrzeuge zu Sonderkonditionen – direkt vom deutschen Vertragshändler. Dank eines eigenen bundesweiten Händler-Netzwerks können Neuwagen der meistgefragten Automarken jederzeit kompetent, seriös, zuverlässig und günstig vermittelt werden. Jahrelange Erfahrung im Fahrzeughandel, Pioniere in Sachen Internet, stets den Interessen des Kunden verpflichtet – so könnte man den Service von

CarFleet24 in aller Kürze umschreiben. Ganz wichtig dabei: Keine Kosten für den Kunden. Natürlich verfügt jedes Fahrzeug über die volle gesetzliche Gewährleistung sowie Werks- und Mobilitätsgarantie gemäß den AGB der jeweiligen Hersteller. Diese kann europaweit bei jedem Vertragshändler der entsprechenden Marke in Anspruch genommen werden. Ihre konkreten Vorteile Kunde:

- Neuwagen aller gängigen Marken,
- beste Konditionen,

- persönlicher Ansprechpartner,
- keine Re-Importe oder EU-Neuwagen
- volle Herstellergarantie,
- Zahlung erst bei Übernahme des PKW,
- keine Vermittlungskosten,
- hervorragende Barkauf-Angebote,
- attraktive Leasingkonditionen,
- günstige Finanzierungen,
- bundesweite Anlieferung,
- Abwicklung über deutsche Vertragshändler,
- Angebot gilt auch für Familienangehörige und Mitarbeiter. ■

→ Kundenportrait „Becker bewegt“

Raus auf die grüne Wiese

BARRIEREFREIE, GROßZÜGIGE UND HELLE, FREUNDLICHE ABER VOR ALLEM FUNKTIONELL GESTALTETE RÄUME FÜR DIE SPRECHZIMMER UND SCHUHPRÄSENTATION SOWIE AUSREICHEND PARKPLÄTZE.



Barrierefreie, großzügige und helle, freundliche aber vor allem funktionell gestaltete Räume für die Sprechzimmer und Schuhpräsentation sowie ausreichend Parkplätze. Diese Überlegungen haben Orthopädienschuhmachermeister Christian Becker dazu veranlasst im Industriegebiet Kusel einen neuen Standort zu realisieren. In den neuen Räumen präsentiert sich „Becker bewegt“ mit aktualisiertem Logo und neuer CI.

Schon von außen lädt das Geschäft zum Eintreten ein. Eine großzügige Eingangsanlage mit doppelflügeliger Automatiktür und variablen Dekoelementen, die aktuelle Schuhmodelle zeigen, machen den Kunden auf das Geschäft aufmerksam. Der ausgerollte rote Teppich signa-

liert „bei uns sind Sie herzlich willkommen“. Im Laden beeindrucken aufgelockerte, mit satinierten Fachböden bestückte Wandelemente zur Präsentation der Ware. Die darüber liegenden austauschbaren Displays unterstreichen die Wohlfühlatmosphäre und weisen auf die gezeigte Ware hin. Aufgelockert wird die Wandabwicklung durch farbig abgesetzte Paneele, auf denen besondere Schuhmodelle und Accessoires dekorativ präsentiert werden können.

Das von den Innenarchitekten der Ober und Ober GmbH, neuentwickelte Einlagenelement mit TV informiert den Kunden schon im Vorfeld über die angebotenen Einlagentypen. Dazu unterstützt das Einlagenelement auch bei der Beratung.

Durch die Modellvorwahl wirkt der Laden aufgeräumt und luftig. Das Handlager befindet sich unmittelbar hinter der Präsentationswand um kurze Wege zu gewährleisten. Die Sitzinsel in der Mitte des



Raumes unterstreicht das Gesamtambiente. Natürlich stehen auch komfortable Stühle mit Armlehnen zur Verfügung. An der Rezeption ist die Kaffeebar angegliedert, die zum Verweilen einlädt. Die moderne, wartungsfreie LED-Technologie sorgt für eine ausgewogene, blendfreie Beleuchtung und das Hervorheben der qualitativ hochwertigen Ware. Hinter der Rezeption befindet sich zentral das Büro mit direktem Anschluss zur Werkstatt. Daneben liegen die Sprechzimmer mit Laflabor, Fahrradanalyse, Maßpodest mit integriertem Scanner und Teststrecke. Somit sind kurze Wege und optimale Abläufe gewährleistet. ■



→ Interview mit dem Schuhkurier

15 Jahre GMS - Erfolg durch Spezialisierung

DER GMS VERBUND FEIERT 2019 DAS 15-JÄHRIGE BESTEHEN. HELGE NEUMANN VOM SCHUHKURIER SPRACH MIT DEN BEIDEN GRÜNDERN UND GESCHÄFTSFÜHRERN DR. KARSTEN NIEHUS UND THOMAS SCHULTE-HUERMANN.

Wie bewerten Sie das Jahr 2019 aus Handelssicht bislang?

Nachdem aus bekannten Gründen in 2018 ein Umsatzrückgang von 7 % zu verkräften war, zeigt sich auch für das erste Halbjahr 2019 ein weiter negativer Trend. Trotz alledem sind wir zuversichtlich, denn dies sind Durchschnittszahlen. Wir haben viele Händler mit wesentlich besseren Zahlen. Seit unserer Gründung vor 15 Jahren haben wir ein Spezialisierungskonzept verfolgt und haben die bekannten verschiedene Segmente mit nach wie vor sehr erfolgreichen spezialisierten Fachhändlern. Auch wenn die Schuhbranche weiter rückläufig ist gilt dies somit nicht für jeden Fachhändler. Als Problemlöser ist der Orthopädie- und Komfortschuhfachhandel völlig immun gegenüber den aktuellen Marktverwerfungen. Kinderschuhspezialisten schaffen fast Millionenumsätze in einem Geschäft und wachsen. Mittlere und kleine Fachhändler die im Eigentum sind zeigen sich sehr widerstandsfähig. Auch die zweite Jahreshälfte wird eine Herausforderung und die kommenden Jahre wird sich die Marktberreinigung fortsetzen. Filialisten mit vielen Standorten haben es sehr schwer ihre Mieten der Umsatzentwicklung anzupassen. Online zeigt längst Verlangsamungen im Wachstum und Geld verdient hier nach wie vor kaum einer.

Und aus Sicht GMS?

Unser Konsolidierungskurs der letzten 2 Jahre zeigt seine positive Wirkung. Nach vielen Jahren des Wachstums haben wir heute ein bereinigtes gesundes Kundenportfolio und konnten uns rechtzeitig vom risikoreichen Geschäft trennen das viel Ressourcen gebündelt hat. Unsere Investitionen in die Mitarbeiterqualifikation sind heute unsere Erfolgsträger um in engem Dialog und partnerschaft-



Dr. Niehus: „Nach viele Jahren des Wachstums haben wir bei GMS heute ein gesundes Kundenportfolio.“

lichen Austausch mit unseren Händlern die richtigen strategischen Entscheidungen für die Zukunft zu treffen. GMS ist kerngesund und hat eine trippel A Bankenrating. GMS ist vollständig eigenfinanziert und benötigt damit keine Banklinien. GMS hat mit seinem Partnerportfolio eine Infrastruktur die sehr flexibel ist, angefangen von der RSB Bank über P-Sys unserem Partner der GMS Schulungsakademie die ebenso Peek und Cloppenburg schulen und vieler weiterer hoch professionellen Dienstleistern. Wir sind Kostenführer und sehr dynamisch. Das was funktioniert bauen wir aus professionalisieren es weiter, dass was nicht funktioniert beenden wir, all dies immer im Interesse für unsere Fachhandelspartner. Denn nur ihr Erfolg ist unser Erfolg.

Im Frühjahr endete die Kooperation von GMS und Schuhe24. Ihr Argument

lautete, dass mit dem Verkauf von Neuware online kein Geld zu verdienen sei. Warum nutzen dennoch so viele Händler Schuhe24 und andere Plattformen?

Weil viele meinen, dass Sie online dabei seinen müssen um zu überleben. Sie sind wie die Lemminge. Sie sehen die Umsätze, packen täglich Päckchen und verkaufen Ihre besten Schuhe an Endverbraucher die nicht ihre Kunden sind sondern anderen gehörten. Hier verlieren sie erhebliche Rendite, defokussieren sich auf Schauplätze die nicht über ihren Unternehmenserfolg entscheiden. Der Plattformhandel lässt die Betreiber und zwischengeschalteten Dienstleister sowie DHL und Co verdienen. Dem Händler fehlt durch die verkauften Schuhe über die Plattformen der Rohertrag um Miete und Personal zu bezahlen. Wer dies nicht erkannt hat, wird es früher oder später

erkennen. Warten wir es ab.

Wie kann der stationäre Handel das Internet sinnvoll nutzen?

Indem er es nutzt um seine Restanten, Fehlkäufe, Randgrößen etc. über die Frequenz der Marktplätze zu verkaufen. Hier schafft er Liquidität aber keine Rentabilität. Schuhe, die er in seinem Laden nicht verkaufen kann, jedoch oft immer noch in hässlichen Regalen vor dem Laden stehen, belasten sein Image und binden Kapital. Diese sollte er schon in der Saison aussortieren und online vermarkten oder vermarkten lassen. Wer dies nicht selbst machen möchte, kann dafür die von uns geschaffene Altwarenverwertung nutzen. Auch Fachhändler anderer Verbundgruppen nutzen diesen Service. Das Internet sollte heute jeder als Werbemedium zum Dialog mit seinen Stammkunden über Facebook oder Instagram nutzen. Wir bieten hier verschiedene Seminare, um unsere Händler an das heranzuführen und zu lernen es für sich zu nutzen.

Sie fordern, dass sich der Handel deutlich intensiver mit den Kunden beschäftigt – wie sollte dies erfolgen?

Im ständigen Dialog um die Wünsche und Bedürfnisse des Kunden zu erkennen und diese serviceorientiert zu befriedigen. Professionelle Beratung, Top Service und ein spezialisiertes Angebot ist der einzige Schlüssel für weiteren langfristigen Erfolg. Wer sich darauf fokussiert und allen Unkenrufen widersteht andere Geschäftsmodelle zu verfolgen, bleibt erfolgreich. Qualifikation der Mitarbeiter durch systematische Schulungen, die eigene Präsenz des Inhabers im Verkaufsraum sind dabei wesentliche Erfolgsfaktoren die oft vernachlässigt werden.

Sind Sie auch davon überzeugt, dass es im Handel in den kommenden Jahren zu einem „brutalen Ausleseprozess“ kommen wird? Wenn ja, wie sollten sich Ihre Mitglieder rüsten?

Spezialisierung, Spezialisierung, Spezialisierung! Es freut uns, dass seit jüngster Zeit auch unsere Wettbewerber dies ihren

Fachhändlern empfehlen. Seit Jahrzehnten werden mangelnde Erträge im Fachhandel kritisiert, oft deshalb, weil sich Händler nicht über Generationen unternehmerisch verhalten haben und ihr Geschäft den Markterfordernissen schrittweise anpassen haben. Sondern es wurde einfach das fortgesetzt, was von den Eltern übernommen wurde. Der Nachwuchs hatte deshalb kein Interesse an einer Übernahme und dass diese Unternehmen jetzt vom Markt verschwinden, ist eine Bereinigung. Filialisten die mit Fachmarktkonzepten Jahrzehnte lang durch Neueröffnungen gewachsen sind tun sich durch den Onlinewettbewerb schwer und sind oft wenig flexibel in der Anpassung ihrer Kostenstruktur.

Welchen Stellenwert nehmen die Mitarbeiter im Verkauf im Wettbewerb um Kunden und Umsätze ein?

Wenn es einen guten Grund gibt Schuhe im Fachgeschäft statt beim Discounter oder im Internet zu kaufen, dann ist es die Beratung. Gute Mitarbeiter sind hier der entscheidende Erfolgsfaktor überhaupt! Aber gerade für Verbesserung der Beratungsqualität gibt der deutsche Schuhfachhandel weniger aus als für Telefon oder für den Strom. Aus diesem Grund hat der GMS Verbund im Frühjahr 2009 die GMS Akademie gegründet. Gemeinsam mit erfahrenen Partnern ist ein langfristig ausgerichtetes, mehrstufiges Schulungskonzept entwickelt worden, was es so im Schuhfachhandel kein zweites Mal gibt. Bei den rund 260, teilweise seit Jahren regelmäßig teilnehmenden Unternehmen zeigt sich der Erfolg gut geschulter Mitarbeiter. Jeder kennt doch selbst das gute Gefühl wenn er kompetent in einem Fachgeschäft beraten wird. Wieviel mehr Spaß macht es, wenn man dann gut beraten mit dem passenden Produkt das Geschäft verlässt. Wieviel anders fühlt es sich an, wenn man in einem großen Fachmarkt lange hinter einer Verkaufskraft hinterher läuft, diese einen „schnell verarztet“ und man dann viele Dissonanzen nach seiner Kaufentscheidung nach dem Verlassen des Geschäftes hat. Die Mitarbeiter sind der Trumpf des Fachhandels. Wer diese

nicht schult und meint mit günstigen 450 Euro Kräften auszukommen, setzt auf das falsche Pferd.

Die Frequenz in den Innenstädten ist rückläufig. Gibt es ein „Gegengift“?

Der Handel lebt nicht allein von der Frequenz. Er lebt vom Umsatz. Umsatz ist Frequenz mal Durchschnitts Bonn. Wenn der Handel trotz der vielen bekannten Marketing Maßnahmen zunehmend Schwierigkeiten hat die Frequenz im Geschäft zu halten, ist es umso wichtiger den Durchschnitts Bonn mit dem Kunden vor Ort zu erhöhen. Kompetente Beratung im Fachgeschäft ist daher besonders wichtig, da sich nachweisen lässt, dass der Umsatz vor allem durch den gestiegenen Durchschnitts Bon und höhere Verkaufspreislagen erheblich gesteigert werden kann. Spezialisierung braucht keine Frequenz. Hier kommt die Kundschaft gezielt zum Geschäft. Parkplätze vor der Tür sind hier viel wichtiger. Wir haben viele erfolgreiche Beispiele dafür wo Fachhändler mit einem Spezialisierungskonzept bewusst die frequentierten Innenstadtlagen verlassen haben und am Stadtrand, im Gewerbegebiet auf großzügiger Fläche heute wesentlich mehr Umsatz machen. Konsumige Vermarktungskonzepte die eine sehr breite Zielgruppe ansprechen sind Frequenzabhängig. Dieses Segment sollte man den großen Playern überlassen.

GMS setzt bereits seit Jahren auf die Spezialisierung. Gibt es Warengruppen/Konzepte, die besonders erfolgsversprechend sind?

Das Konsumentenverhalten hat sich in den letzten Jahren grundlegend geändert und verändert sich permanent weiter. Nicht mehr der Bedarfskauf sondern der Zielkauf mit klaren Wünschen und Vorstellungen steht im Vordergrund. Für den Fachhandel bedeutet dies, ein klares Profil zu zeigen. Um eine deutliche Positionierung zu erreichen braucht es eine stimmige Atmosphäre, eine herausragende Beratungskompetenz in den jeweiligen Segmenten und den angebo-

tenen Marken sowie ein überdurchschnittliches Angebot. Mit unseren Vermarktungskonzepten Gesunde Schuhe und Girls&Boys unterstützen wir Fachhändler in der Professionalisierung ihres Marktauftrittes. Zum Kompetenzkreis Gesunde Schuhe gehören rund 200 Orthopädie- und Komfortschuh-Fachgeschäfte in Deutschland. Gesunde Schuhe ist ein Gütesiegel, das dem Endkunden ein Premium Fachgeschäft garantiert. Boys&Girls ist das erste Vermarktungskonzept für Kinderschuhe im deutschen Markt. Fachhändler werden in allen Bereichen professionell unterstützt. Ihnen werden wertvolle Synergien einer leistungsstarken Gruppe geboten.

Wie bewerten Sie die Risikoverteilung zwischen Handel und Industrie? Sind die traditionellen Abläufe mit hohem Vororder-Anteil zukunftstauglich?

Die Risikoverteilung zwischen Handel und Industrie regeln die Marktkräfte. Hypothetisch darin Begründungen zu finden, dass es schlecht läuft, hilft keinem. Im Gegenteil können wir uns glücklich schätzen, dass der Vielzahl von Schuhfachhändlern eine mittelstandsgeprägte Industrie gegenüber steht. Wer hier in andere Segmente schaut, findet völlig andere Kräfteverhältnisse. Die großen Sportmarken haben sich dem Kapitalmarkt verpflichtet die Rendite immer weiter zu verbessern. Schauen Sie sich die Entwicklung der Aktienkurse von Adidas an. Hier hat der Fachhandel mit ganz anderen Playern zu kämpfen.

Was sind Ihre Ziele für GMS?

GMS hat sich in 15 Jahren sehr erfolgreich im Markt etabliert. Wir sind inhabergeführt und das soll so bleiben. Wir sind sehr gesund aufgestellt und komplett eigenfinanziert. Auch das soll so bleiben. Unsere Mitarbeiter sind bestens qualifiziert und jeder trägt eine hohe Verantwortung und wird gemessen am Erfolg der von ihm betreuten Fachhändler, auch das soll so bleiben. Der Markt verändert sich permanent auch das wird so bleiben. Unseren



Thomas Schulte-Huermann: „Wenn es einen guten Grund gibt Schuhe im Fachgeschäft statt beim Discounter oder im Internet zu kaufen, dann ist es die Beratung.“

Fachhandelspartnern die bestmögliche Unterstützung zu geben weiterhin erfolgreich in ihrem lokalen Markt tätig zu sein ist unser oberstes Ziel. Hier auch kontroverse Positionen zu beziehen ist unsere Stärke. Wir bieten vieles was andere nicht haben. Das lemminghafte Verhalten bei dem derzeit viele den Akteuren folgen, die das uneingeschränkte Heil im Plattformhandel sehen, ist für uns ein Feld in dem es viel Aufklärungsarbeit gibt. Wenn man Schuhe verkauft an Kunden die einem nicht gehören, man nur Erfüllungshilfe ist bei dem man die Päckchen paket und viele andere an der Wertschöpfungskette und der Marge mitverdienen lässt, bringt dies sicherlich Umsatz aber einen unzureichenden Ertrag. Denn das Kapital eines jeden Händlers ist begrenzt. Wenn er damit Schuhe einkauft und nur mit einer Marge von wenigen Prozent verkauft reicht dies nicht seinen Fixkostenblock zu bezahlen. Jeder wird dies früher oder später erkennen. Unser Ziel ist es somit unverändert unsere Fachhandelspartner bei den aktuellen Themen ein verlässlicher kompetenter beratender Partner zu sein. In jüngster Zeit ist immer häufiger von Kooperationen auch unter Mitbewerbern die Rede.

Kann dies auch für Verbundgruppen bzw. Handelskooperationen sinnvoll sein?

Jede Form von Kooperation ist sinnvoll bei dem beide Partner einen Mehrwert erzielen. Hier sind wir immer offen für Gespräche und neue Ansätze. Wir haben auch den Mut Dinge auszuprobieren. Kooperationen müssen von den Entscheidern gewollt sein. Beide müssen profitieren. Hier können wir uns auch viel tiefere Formen der Kooperation vorstellen. ■



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