



→ GMS Verbund veranstaltet erstes Social-Media Seminar, weitere folgen in anderen Regionen

Facebook-Seminar für GMS Fachhändler

SOCIAL-MEDIA-WORKSHOP FÜR GMS FACHHÄNDLER IM TAUFSTEIN IN DER RHÖN, FAND SEHR POSITIVES FEEDBACK



Die Teilnehmer des GMS Facebook Seminars

Facebook bietet eine wichtige Kommunikations- und Werbeplattform für den inhabergeführten Schuhfachhandel. Im Februar 2017 veranstaltete der GMS Verbund daher ein Facebook-Seminar für seine Kunden. Ziel des Seminars war es, den Teilnehmern einen fundierten Einstieg in den Bereich Social-Media zu geben und das Verständnis zu wecken, was wichtig für die Nutzung von Social-Media-Kanälen in der Kommunikation mit Endkunden ist. Themen des Seminars waren unter anderem das Anlegen eines Facebook-Accounts, die Umsetzung von

Facebook-Kampagnen und psychologische sowie kommunikative Grundlagen für Social-Media-Anwendungen.

Im Rahmen des Seminars haben die Vortragenden erklärt, welche Maßnahmen für erfolgreiches Werben auf Facebook nötig sind. Das Facebook-Seminar gliederte sich in verschiedene Teile.

Im ersten Teil des Seminars wurde die Frage, ob soziale Medien Kommunikationskanäle als Wege für den Dialog zwischen Unternehmen und Kunden oder

Werbemedien dienen, beantwortet. Im nächsten Schritt wurden Ziele und Strategien für einen erfolgreichen Social-Media Auftritt definiert und einen Facebook-Account sowie die dazu gehörige Fanpage erstellt. Die Definition einer Zielgruppe sowie des Inhaltes der Fanpage wurden zusätzlich vorgenommen.

Darauf folgend wurden Analyse-Tools für die Überprüfung des Erfolgs der Content-Strategien vorgestellt. Um von der rechtlichen Seite abgesichert zu sein, beschäftigten sich die Teilnehmer zudem inten-

Rechnungen archivieren

Wenn Rechnungen als Anhang einer E-Mail gesendet werden, stellt sich die Frage nach der Archivierungspflicht. In unserer Rubrik „Aus der Praxis – für die Praxis“ klären wir, wann und wie elektronische Rechnungen und E-Mails zu archivieren sind. **(Seite 3)**

Zwei GMS Konzepte vereint

Als erster Konzeptpartner präsentierte Dirk Wegmann in komplett neuen Räumen, nach einem An- und Umbau, die GMS Konzepte 'Gesunde Schuhe' und boys&girls unter einem Dach. Am Standort Lingen ist so ein Spezialist für zwei Segmente entstanden. **(Seite 3)**

Neue GMS Internetseite

Der GMS Verbund hat seinen Online-Auftritt von Grund auf renoviert und präsentiert sich ab sofort im neuen Gewand. Die neue Website ist "responsive" und passt sich automatisch an verschiedenen Bildschirmgrößen an - etwa auf dem Smartphone. **(Seite 6)**

siv mit dem Thema Datenschutz. Zum Schluss wurden die Themen „Virales Marketing“ und „Cross-Media-Marketing“ behandelt. Diese Prozesse zeigen, wie mit geringem Kostenaufwand die Bekanntheit eines Unternehmens gesteigert und der Absatzmarkt vergrößert werden kann. Das Seminar gab den Fachhändlern innerhalb von zwei Tagen einen umfassenden Überblick über die zurzeit verfügbaren wichtigsten und nützlichsten Social-Media Anwendungen. Entsprechend positiv war das Feedback der Teilnehmer.

„Wir haben bislang noch keine Facebook-Fanpage. Wir werden das allerdings nun zügig umsetzen und unsere jüngeren Mitarbeiter mit der Pflege beauftragen. Das Seminar war sehr aufschlussreich und verständlich, so dass die Umsetzung leicht zu bewerkstelligen sein wird. Ich bin fest überzeugt, dass wir zukünftig unsere Internetpräsenz sowie Facebook



Georg Sislak führte die Fachhändler durch das Seminar

& Co. viel mehr einsetzen werden als Anzeigen in Tageszeitungen zu schalten“, lobt Katharina Städele von Cornelius Gesunde Schuhe in Memmingen.

Auch Tim Kübner aus Wolmirstedt war begeistert: „Sofort nach dem ersten Seminartag haben meine Frau und ich uns privat bei Facebook eingeloggt und eine Fanpage erstellt, wenn auch noch verborgen, damit wir zuhause daran feilen können. Wir haben viele tolle Ideen mitgenommen sowie Hilfe für die technische Umsetzungen erhalten. Die Möglichkeiten die digitalen Medien viel intensiver für Neukundengewinnung und Bestandskundenpflege zu nutzen, können wir nur jedem fortschrittlichen Kollegen empfehlen.“

„Wir sind zwar schon auf Facebook aktiv, aber wie ich feststellen konnte noch in den Startlöchern. Für mich waren die Tipps und die rechtlichen Hinweise wichtig und hilfreich. Des Weiteren habe ich viel Input zur Schaltung von gesponserten Anzeigen mitnehmen können. Das Seminar war sehr informativ und ich werde mich nun zügig daran machen mich zu vernetzen. Ich bin auf die Reaktionen gespannt“, resümiert Dirk Wegmann aus Lingen.

Im September 2017 bietet der GMS Verbund interessierten Kunden ein Seminar in Norddeutschland an. Im November findet eine weitere Veranstaltung in der Region Süddeutschland statt. ■



Der Facebook Auftritt von boys & girls Kinderschuh in Dresden

→ Aus der Praxis – für die Praxis

Mails und elektronischen Rechnungen archivieren

WENN RECHNUNGEN BSPW. ALS ANHANG EINER E-MAIL GESENDET WERDEN, STELLT SICH DIE FRAGE, OB AUCH DIE E-MAIL ARCHIVIERT WERDEN MUSS ODER NUR DIE ANGEHÄNGTE RECHNUNG. IN UNSERER RUBRIK „AUS DER PRAXIS – FÜR DIE PRAXIS“ KLÄREN WIR, WANN UND WIE ELEKTRONISCHE RECHNUNGEN UND E-MAILS ZU ARCHIVIEREN SIND.



Was ist wie zu archivieren, wenn der Betrieb eine Rechnung per E-Mail erhält?

Bei erhaltenen E-Mails kommt es auf deren Inhalt und Funktion an: Hat die E-Mail die Funktion einer Rechnung, muss sie in elektronischer Form aufbewahrt werden. Wird die elektronische Rechnung (z. B. im PDF-Format) im Anhang einer E-Mail versandt, dient die E-Mail gleichsam nur als „Briefumschlag“ für die Rechnung. Aufbewahrungspflichtig ist in diesem Fall nur die elektronische Rechnung, die E-Mail kann gelöscht werden.

Bei der Archivierung muss die Unveränderbarkeit der Rechnungen gewährleistet sein. Dies kann auf verschiedene Art und Weise erreicht werden:

- 1) Hardware: Es wird auf unveränderbaren und fälschungssicheren Datenträgern (zum Beispiel einmal beschreibbare DVDs) archiviert.
- 2) (Software: Die elektronischen Rechnungen werden im Archiv- oder Buchhaltungssystem unveränderbar festgeschrieben. Das System protokolliert

sowohl den Anwender als auch alle Datenzugriffe z. B. in Form von Löschungen und erstellt für jede Datei eine Änderungshistorie (Vermerke, Berichtigungen, Speichern in hauseigene Formate etc.).

Rechtsgrundlage sind die im BMF-Schreiben vom 14.11.2014 ergangenen Grundsätze zur ordnungsmäßigen Führung und Aufbewahrung von Büchern, Aufzeichnungen und Unterlagen in elektronischer Form sowie zum Datenzugriff (GoBD). ■

→ Eröffnung Schuh Wegmann Lingen

Zwei Konzepte unter einem Dach

Als erster GMS-Konzeptpartner präsentierte Dirk Wegmann aus Lingen in komplett neuen Räumen, nach einem An- und Umbau, die GMS Konzepte Gesunde Schuhe und boys&girls unter einem Dach. Mit Unterstützung eines Hamburger Architekten wurde dieses Projekt in mehrmonatiger Bauphase umgesetzt. Ein tolles Ladenkonzept ist entstanden. Dies zeigt, dass Spezialisierung die einzig wirkungsvolle Strategie im Wettbewerb mit Discountkonzepten sind. Die Spezialisierung in Verbindung mit einer ausgeprägten Dienstleistungskomponente wird zu einer einzigartigen Wettbewerbsposition. ■



Thomas Schulte-Huermann mit Familie Wegmann beim Pressetermin in Lingen.

→ European ShoeShow

Premiere in schwierigen Zeiten

DIE MIT 250 BRANDS UND AUSSTELLERN AUS 14 LÄNDERN GUT ANGENOMMENE NEUE ORDER MESSE KONNTE NOCH KEINE TRENDUMKEHR ZU VERMEHRTER ORDERBEREITSCHAFT IM EINZELHANDEL VERZEICHNEN. ES WURDEN ZWAR AN DEN MEISTEN STÄNDEN ORDERS GESCHRIEBEN, DOCH DIE ALLGEMEINE ZURÜCKHALTUNG UND VERUNSICHERUNG IM EINZELHANDEL ZEIGTE SICH AUCH AUF DER EUROPEAN SHOESHOW. MIT 1258 BESUCHERN AUS 8 LÄNDERN BLIEB DIE TEILNEHMERZAHL HINTER DEN ERWARTUNGEN ZURÜCK.

Neugierig waren die meisten Messebesucher, die am Sonntag, dem 12. März und am Montag, dem 13. März nach Köln in das ehemalige Postgebäude, XPost, kamen. Sie wollten „sich das mal anschauen“. Mit der Anzahl an Besuchern, die die Köln-Premiere nutzten, waren Aussteller wie auch Veranstalter letztlich nicht unzufrieden. Viele Aussteller konnten dort etliche Orders verzeichnet werden, andere wiederum warteten vergeblich auf Besucher.

Prinzipiell zweifelt aber keiner der Aussteller an der Wichtigkeit einer physischen Messe und auch der Termin kam durchweg positiv an: „Es lohnt sich weiterhin, auf eine Messe zu fahren und dort zehn Kunden auf einmal abzuarbeiten,“ so ein Aussteller. „Wenn die European ShoeShow aus dieser Veranstaltung lernt und wächst, kann sie durchaus eine wichtige Rolle in der Schuh-Messelandschaft einnehmen.“

„Die Resonanz ist sehr positiv,“ sagt auch Eddi Mackowiak, der im Erdgeschoss seine Plattform Design Attack betreibt, die früher auf der GDS beheimatet war: „Die Besucherzahl hätte besser sein können. Aber man braucht zwei bis drei Saisons, um eine solche Veranstaltung zu etablieren. Ich jedenfalls bin fürs erste Mal zufrieden.“

„Wir haben nicht erwartet, dass sich viele Einzelhändler angesichts der schwierigen Situation im Markt diese gute Gelegenheit zur Information und Austausch in der Branche entgehen lassen würden,“ so Frank Hartmann Sprecher der European Shoeshow. Nicht erstaunlich wiederum ist es, dass insbesondere erfolgreiche Einzelhändler erschienen,

Kollektionen sichteten und auch vereinzelte Orders schrieben. Von Seiten der Aussteller wurde die Organisation, die Location und das Setup der Messe durchaus gelobt und eine Mehrheit hat sich für eine Wiederbeteiligung zum späten Termin im September ausgesprochen. Auch die positiven Reaktionen der angezeigten Beobachter der Verbände aus

Italien, Portugal, Spanien und Großbritannien waren positiv gestimmt vom ersten Auftritt und werden die European Shoeshow in Ihre Überlegungen bezüglich der nächsten Orderrunde einbeziehen. Termine für weiterführende Gespräche sind bereits vereinbart. Hartmann: „Jetzt heißt es für uns die Kommunikation mit dem Einzelhandel weiter



Am 12. und 13. März 2017 feierte die European Shoeshow in Köln Premiere



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

zu intensivieren und gemeinsam mit den Ausstellern und Medien Wege zu finden diese zu überzeugen, dass in der Krise auch immer eine Chance zur Veränderung

zum Guten liegt. Der Einzelhandel hat Chancen sich neu aufzustellen und Umsätze zurück zu erobern. Aber das ist auch eine Gemeinschaftsaufgabe der Branche.“

Wie Frank Hartmann bestätigt, findet die zweite Ausgabe der European Shoe Show am 24. und 25. September 2017, nach der Micam in Mailand, statt. ■

→ Mode Event im Schuhhaus

Ein Hauch von Glamour in Drensteinfurt

WAS IST IN DIESEM SOMMER ANGESAGT? WELCHE SCHUHE PASSEN ZU WELCHEM LOOK? WELCHE FARBEN SCHMEICHELN DER TRÄGERIN? FRAGEN AUF DIE ES AM 1. APRIL IN DRENSTEINFURT ANTWORTEN AUS ERSTER HAND GAB.

Dr. Claudia Schulz vom Deutschen Schuhinstitut in Offenbach war ins Münsterland gekommen, um gemeinsam mit dem Modehaus CRUSE und Schuhhaus Step In eine tolle Modenschau auf die Beine zu stellen. Mit magischer Anziehungskraft: Mehr als 80 Damen, allen voran eine große Abordnung der Landfrauen, ließen sich von den neuesten Trends in Sachen Mode und Schuhe begeistern. Acht Models, allesamt „echte Ladies“ aus Drensteinfurt führten die Mode-Highlights der Saison auf dem „Catwalk“ vor. „Vor allem maritime Themen und die Farbe Rosé kommen bei meinen Kundinnen hervorragend an“, freut sich Frau Smeilus, Filialleiterin bei der CRUSE fashion group, über den Erfolg der Veranstaltung.

Und Petra Scheffer Inhaberin von von ‘Step In’ ergänzte: „Die Schuhmode in diesem Jahr ist sportlich angehaucht und sehr bequem. Das gefällt den Damen.“ Und einen Hauch von Glamour gibt’s obendrein: Ob Loafer, Sneaker oder Pumps – mit Metallics in Silber und Gold strahlen die aktuellen Schuhe jetzt mit der Sonne um die Wette.

In der Tat spielte am 1. April auch das Wetter mit. Bei Sekt, Kaffee und Kuchen ließen es sich die Damen so richtig gut gehen. Und so manches neue Teil wurde direkt im Anschluss an die gelungene Show erstanden. Schließlich heißt es auch in Drensteinfurt: sehen und gesehen werden. ■



Petra Scheffer, „Step In“ in Drensteinfurt

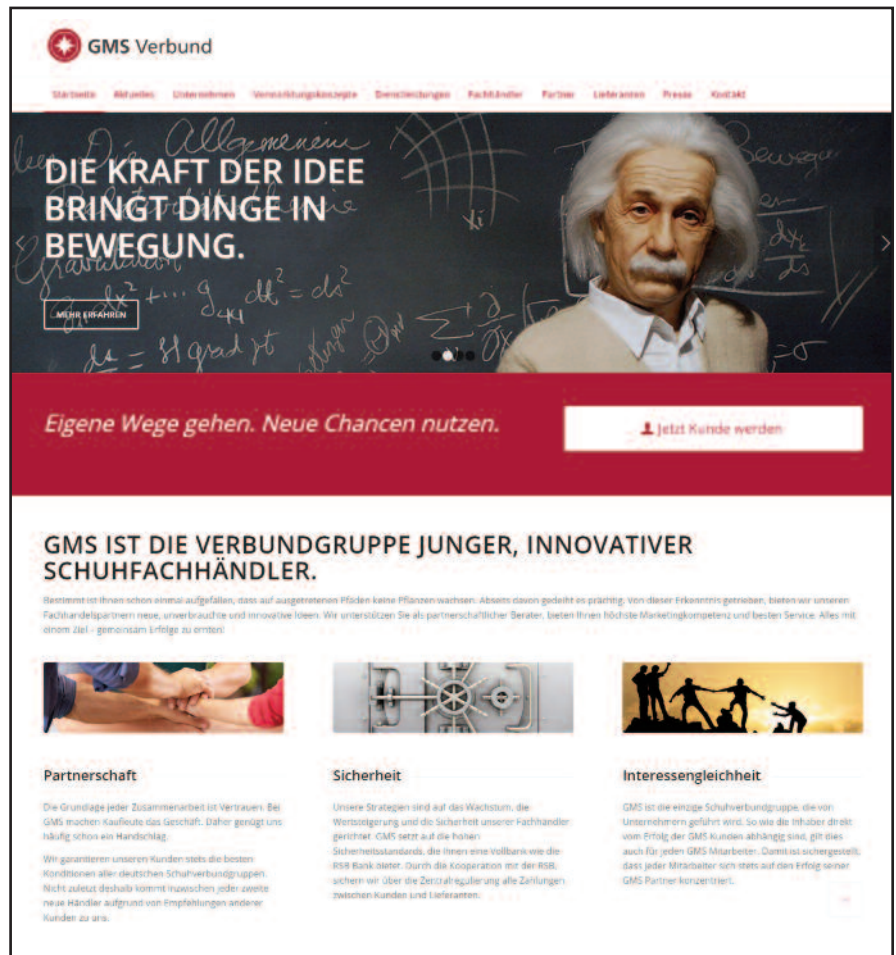
→ Alles auf einem Blick

GMS mit neuer Internetseite

DIE KÖLNER VERBUNDGRUPPE HAT IHREN ONLINE-AUFTRITT VON GRUND AUF RENOVIERT UND PRÄSENTIERT SICH AB SOFORT IM NEUEN GEWAND. DIE NEUE WEBSITE IST "RESPONSIVE" UND PASST SICH AUTOMATISCH AN VERSCHIEDENEN BILDSCHIRMGROßEN AN - ETWA AUF DEM SMARTPHONE.

Neues Design, vereinfachte Menüführung, zusätzliche Funktionen: Pünktlich zum Start der Orderrunde Herbst/Winter 2017 präsentiert der GMS Verbund seinen Händlern die Online-Warenprogramme mit einem neuen Internetauftritt. Optisch und technisch wurde dieser zum Beginn des Jahres vollständig überarbeitet und den Anforderungen von Fachhändlern und Interessenten angepasst.

In zeitgemäßem Design, mit optimierter Navigation und schlankerem Struktur sowie informativen Themenseiten, kommt die neue Internetseite daher. Dabei setzt die Seite GMS-Verbund.de bereits auf den ersten Blick auf eine stärkere visuelle Ansprache des Besuchers. Neben den optischen Veränderungen wurde die Internetpräsenz auch technisch auf den neuesten Stand gebracht: Ob auf dem Smartphone, dem Tablet oder dem heimischen Desktop-PC, dank des responsiven Webdesigns passt sich die Darstellung der neuen Internetseite an das jeweils benutzte Endgerät an.



GMS-Verbund.de - setzt auf verstärkte Bildsprache und optimierte Menüführung



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

Alles auf einem Blick: Nutzerfreundlich und übersichtlich ist das neue Menü aufgebaut. 10 Menüpunkte stehen als erste Informationsebene zur Verfügung. Die dahinter liegende Seitenstruktur wurde im Zuge des Relaunches spürbar ver-schlankt.

Besucher gelangen nun durch die verbesserte Benutzerführung schneller und einfacher an ihr Ziel. Unternehmensinformationen, Vermarktungskonzepte und Dienstleistungsangebote präsentieren sich mit großen animierten Bildern, und sorgen so für den entsprechenden Blickfang. Ein geschützter, nur für GMS

Fachhändler zugänglicher Warenbereich bietet künftig den Zugang zu den Orderformularen. Hinzu kommen weitere nützliche Funktionen wie der Bereich „Aktuelles“ und ein optimierter Downloadbereich für die Jahreswerbepläne.

„Die neue Homepage ist der schnelle Weg für unsere Fachhändler zu den wichtigsten Informationen“, erklärte GMS Geschäftsführer Thomas Schulte-Hurmann. „Die Aktualisierung der GMS Internetseite war ein wesentlicher Schritt, um auch in Zukunft im Internet service- und nutzerfreundlich mit unseren Fachhändlern zu kommunizieren.“ ■