



→ Seit 8 Jahren sorgt der GMS Verbund für frischen Wind in der Branche

Mit der Fachpresse auf dem Kölner Dom

ZUNÄCHST GING ES BEIM DIESJÄHRIGEN FACHPRESSEGESPRÄCH HOCH ÜBER DIE DÄCHER DER STADT KÖLN, AUF DEN KÖLNER DOM. IM ANSCHLUSS BEANTWORTETEN DIE GESCHÄFTSFÜHRER DER GMS VERBUND GMBH, THOMAS SCHULTE-HUERMANN UND DR. KARSTEN NIEHUS, DIE PRESSEFRAGEN ZU ZAHLEN UND KONZEPTEN.

Wie verlief das vergangene Jahr für den GMS Verbund?

Schulte-Huermann: GMS wächst weiter! Dies gelingt uns durch die Gewinnung neuer Kunden sowie das Wachstum der aktiven GMS-Fachhändler. Die Zahl der angeschlossenen Fachhändler ist in den ersten sechs Monaten des Jahres 2012 erneut um etwa 75 gestiegen. Auch in anderen Ländern, wie Belgien und den Niederlanden, besteht großes Interesse an einer unabhängigen Verbundgruppe, die den Fachhändler in die Mitte stellt und die sich auf die Vermarktung konzentriert. Kurz: Die Nähe zu unseren Kunden ist unser Erfolg. Somit wächst auch unser Team von qualifizierten Mitarbeitern.

Was bedeutet das in Zahlen?

Dr. Niehus: Das ist schnell gesagt: Unseren Umsatz konnten wir von 2010 auf 2011 von 95 Mio. Euro auf 125 Mio. Euro steigern. Allein in Deutschland betreuen wir zurzeit 923 Fachhandelsgeschäfte. Dazu kommen 120 Fachhandelspartner in den Niederlanden und noch einmal 34 in Belgien. In Summe sind das 1077. Nachdem wir im Vorjahr gut vorgelegt haben, planen wir für dieses Jahr einen Umsatzzuwachs von



Das jährliche Presstreffen sollte für eine frische Brise sorgen. So lud GMS im Juli 2012 die Schuhfachpresse zu einem Ausflug über die Dächer des Kölner Domes ein.

erneut 20%. Zum Jahresende werden wir dann mit einem ZR-Umsatz von 150 Mio. Euro abschließen.

Sie bieten dem Handel unter anderem Vermarktungskonzepte an. Welche Entwicklungen gibt es hier zu vermelden?

Dr. Niehus: Wir wissen nur von zwei Vermarktungskonzepten in den letzten 50 Jahren, die funktionieren. Das eine ist Quick

Schuh, das andere ist „Gesunde Schuhe“. Wir sind sicher, dass ein wesentlicher Grund für den Erfolg in der frühzeitigen Einbindung der Fachhändler und Lieferanten liegt. Statt Konzepte im Elfenbeinturm zu erfinden, sind wir von Anfang an mit Händlern zusammen und diskutieren die Ideen und Gedanken mit den Lieferanten. Am Ende kommt etwas heraus, was dem Fachhandelspartner hilft. → Seite 2

Neues Kinderschuhkonzept

Um Kinderschuhe erfolgreicher zu verkaufen, bietet GMS seinen Fachhändlern das neue ganzheitliche Vermarktungskonzept „Girls & Boys“. Gemeinsam mit den wichtigsten Kinderschuhlieferanten wird GMS dabei - ähnlich dem Gesunde Schuhe Konzept - ein Baukasten aus Marketingtools, Geschäftsgestaltung und deutlich verbesserten Einkaufskonditionen bieten.



Gute Gründe für eine Partnerschaft bei „Girls & Boys“, und wie Sie von dem neuen Kinderschuhkonzept profitieren können, nennt ihnen ihr zuständiger GMS Kundenbetreuer. ■

Sporthändler legen zu

In den letzten Monaten haben sich zahlreiche Sportfachhändler neu für den GMS Verbund entschieden. Für Spezialisten, die Sportartikel erfolgreich verkaufen, bietet GMS optimale Voraussetzungen, um das eigene Unternehmen erfolgreich aufzubauen und weiter zu entwickeln. GMS unterstützt dabei die Professionalisierung des Verkaufs auf vielfältigste Weise. ■

Am Beispiel von „Girls & Boys“ haben wir bereits vor zwei Jahren mit Händlern und Vertretern der Industrie zum Brainstorming zusammen gesessen. Das wurde danach ausgearbeitet, rotiert und erneut diskutiert.

Die Eckpunkte eines Konzepts für die Vermarktung von Kinderschuhen haben wir dann in unseren „Terms of Cooperation“ zusammengefasst, die alle die mitmachen - also Fachhändler, Lieferanten und GMS - akzeptieren und unterschreiben. Wir haben die Zielgruppen exakt definiert, ein Schulungskonzept für den Kinderschuhfachhandel entwickelt und auf Basis der Ideen unserer Händler ein starkes Markenkonzept entworfen. Dabei steht immer der Fachhändler im Vordergrund. Im nächsten Schritt werden Gestaltungsvorschläge für Ladenbau, Werbung, CI, etc. entworfen. Starten werden wir dann am Anfang des kommenden Jahres mit 3 bis 4 Händlern und die ersten Erfahrungen werden direkt wieder verarbeitet.

Gesunde Schuhe gibt es nun seit fast vier Jahren. Was gibt es hier Neues?

Schulte-Huermann: Zum Kompetenzkreis Gesunde Schuhe gehören über 180 Orthopädie- und Komfortschuh-Fachgeschäfte in Deutschland. Im Rahmen der 2012er Kampagne „Zeit, ihre Haltung zu ändern“ fanden Aktionswochen im Fachhandel statt. Es wurden eine kostenlose Fuß-Analyse, ein Wellness-Gewinnspiel und vieles mehr angeboten.

Außerdem wurde eine überregionale Werbung in Magazinen und Zeitschriften, mit dem Ziel den Endkunden das Konzept Gesunde Schuhe bekannter zu machen gestaltet. Die Botschaft ist: Gesunde Schuhe ist ein Gütesiegel, das dem Kunden ein Premium Fachgeschäft garantiert.

Wir werden darüber hinaus in diesem Jahr am 30. November 2012 erstmals eine zentrale Veranstaltung mit einem gemeinsamen Treffen aller Gesunde Schuhe Partner zum Kennenlernen und Erarbeiten von erfolgsorientierten Inhalten im Hyatt Regency Köln für Komfortschuh- und Orthopädiefachhändler durchführen. ■

→ **Bundesweite Aktionsoffensive zum Thema Rückengesundheit**

Zeit, Ihre Haltung zu ändern!

DER KOMPETENZKREIS GESUNDE SCHUHE, DER AUS BUNDESWEIT 180 GMS ORTHOPÄDIE- UND KOMFORTSCHUH-FACHHÄNDLERN BESTEHT, WIDMETE SICH UMFASSEND DER VOLKSKRANKHEIT NUMMER 1: RÜCKENSCHMERZEN.



Professionelle Großflächenwerbung begleitete als ein Marketingbaustein die Kampagne.

Unter dem Titel „Zeit, Ihre Haltung zu ändern!“ starteten Gesunde Schuhe Fachhändler eine flächendeckende und bundesweite Informations- und Aktionskampagne. Vom 29. Mai bis 9. Juni klärten die Experten in ihren Fachgeschäften mit unterschiedlichen Angeboten Verbraucher und Interessierte über den Zusammenhang zwischen Fuß- und Rückengesundheit auf. So konnten im Aktionszeitraum u. a. Gutscheine für eine professionelle Fußanalyse in den Gesunde Schuhe Fachgeschäften eingelöst werden. Die teilnehmenden Fachhändler führten außerdem Haltungs- und Ganganalysen durch. Unterstützt wurden sie dabei teilweise durch Mediziner, Physiotherapeuten, Podologen und/oder Osteopathen. Initiator der deutschlandweiten Kampagne war der GMS Kompetenzkreis Gesunde Schuhe. Die Aktion wurde von der „Aktion Gesunder Rücken (AGR) e. V.“ und dem Deutsches Schuhinstitut unterstützt.

Teilnehmende Händler erhielten ein umfassendes Werbepaket fürs Geschäft, Anzei-

genvorlagen und professionelles Material zur Deko und Schulungsunterlagen für die Mitarbeiter um darüber aufzuklären, welcher entscheidende Zusammenhang zwischen gesunden Schuhen und einem gesunden Rücken besteht.

Zentraler Bestandteil der Kampagne war eine 12-seitige Informationsbroschüre so wie ein Leitfaden für Beratungsgespräche. Setzte die Informationsbroschüre vor allem auf die emotionale Ansprache von Neukunden und eine leicht verständliche Darstellung der Problemfelder, bot der Gesprächsleitfaden konkrete Unterstützung im Beratungs- und Verkaufsgespräch.

Mit einer Gutscheinkampagne und einem Gewinnspiel wurden Kunden zu einem Besuch des Geschäftes motiviert. Der Gutschein galt für einen Fuß-Check mit verschiedenen Instrumenten zur Fußtypisierung – etwa Fußtyp-Bestimmung, Fußvermessung und Gang- bzw. Haltungsanalyse oder Druckverteilungsanalyse. ■

→ GMS in Österreich

Christof Glockner startet bei GMS

NACH DEM GROßEN ERFOLG BEI DER ERSCHLIEßUNG DER MÄRKTE IN DEN NIEDERLANDEN UND IN BELGIEN, WIRD DER GMS VERBUND, VERTRETEN DURCH CHRISTOF GLOCKNER, SEINE LEISTUNGEN AB SOFORT AUCH FÜR FACHHÄNDLER IN ÖSTERREICH ANBIETEN.



Thomas Schulte-Huermann, Christof Glockner und Dr. Karsten Niehus sehen dem Start in Österreich mit großer Freude entgegen.

Die extrem positiven Erfahrungen bei der Erschließung der Märkte in den Niederlanden und in Belgien, mit inzwischen rund 200 neuen GMS Kunden nach nur einem Jahr, zeigen, wie groß der Bedarf bei den Fachhändlern ist. Ab dem 01.08.2012 wird der GMS Verbund seine Leistung daher auch Fachhandelspartnern in Österreich anbieten.

Der GMS Verbund wird in Österreich mit zunächst 2 Mitarbeitern starten, und sicher, in kurzer Zeit auch hier zahlreiche neue

Fachhandelskunden gewinnen können. Alle Beteiligten sind überzeugt, mit dem internationalen Wachstum des GMS Verbundes der ansteigenden Konzentration im Markt der Verbundgruppen positiv entgegen zu wirken. „Nach der Fusion von Garant, Rexor und anwr ist GMS die letzte verbliebene unabhängige Verbundgruppe in Deutschland“, erläutert GMS Geschäftsführer Dr. Karsten Niehus die aktuelle Situation. Betrachtet man den mitteleuropäischen Raum, findet man auch hier keine nennenswerten Wettbewerber mehr.

„Der GMS Verbund bietet dem inhabergeführten Schuhfachhandel daher künftig die einzige Alternative zu den sich zunehmend konzentrierenden Strukturen. Unseren Fokus sehen wir auch weiterhin in der Verkaufsorientierung und nicht in der Einkaufsoptimierung. In diesem Sinne arbeiten wir weiter an unserem Wachstum in Deutschland und Europa und bieten eine Chance, die für den Fachhandel und die Lieferanten notwendigen Innovationen umzusetzen“, betont Thomas Schulte-Huermann. ■

Christof Glockner (42) übernahm zum 1. August 2012 die Leitung der neu gegründeten GMS Niederlassung in Österreich, mit Sitz in Klagenfurt.

Durch seine langjährige Erfahrung im Bankgeschäft und in der Lebensmittelindustrie verfügt der studierte Betriebswirt über ein umfangreiches und äußerst vertriebs- und marketingorientiertes Know How. Für die Garant AG war er bereits fast 7 Jahre für die Mitglieds- und Lieferantenbetreuung in den Ländern Österreich und Südtirol erfolgreich tätig.

In den letzten 4 Jahren war er bei der Garant AG für die Entwicklung im Schuh-, Orthopädie- und Lederwarenfachhandel in Österreich und Südtirol mitverantwortlich. Durch diese Tätigkeit hat sich Christof Glockner sehr gute Kontakte aufbauen können, die ihm für seine zukünftigen Aufgaben hilfreich sein werden. ■

Das neue Heft ist da

Mit der Herbstausgabe des Endkundenmagazins Schuhe & Wellness erhalten Fachhändler erneut die Möglichkeit, Kunden gegenüber Fachkompetenz unter Beweis zu stellen, und sich gezielt von Mitbewerbern abzusetzen. Das Magazin ist für viele GMS Orthopädie- und Komfortschuhfachhändler



ler inzwischen ein unverzichtbares Instrument zur Bindung von Stammkunden geworden. Der Großteil der 100.000 Exemplare wird im Auftrag der Händler direkt an deren Endkunden verschickt. Sie finden es auch zum Download im Pressebereich der GMS Homepage. ■

→ Effiziente Kundenbetreuung durch Vertrauensorganisation

Die Eigenverantwortung fördern

DIE STECHUHR HAT AUSGEDIENT. IMMER MEHR UNTERNEHMER SETZEN AUF VERTRAUENSARBEIT. DIES FÜHRT ZU MEHR EIGENVERANTWORTUNG, ZUFRIEDENEREN MITARBEITERN UND ZUFRIEDENEREN KUNDEN.

Früher begannen die Arbeitstage von Lars Schulte zumeist im Büro der Teamassistentin. Dort wurde erst einmal Kaffee getrunken, die anderen Kollegen begrüßt und über den vergangenen Abend geplauscht. So nach und nach machte man sich dann auf den Weg zum Arbeitsplatz. Gegen Mittag



und vor allem am Abend das gleiche Spiel. Die Kolleginnen aus der Nachbarabteilung sammelten sich bereits um 10 vor 4 vor der Stempeluhr, man erzählte, was man noch

vor habe und um Punkt 4 Uhr wurde dann rasend gestempelt und blitzartig das Haus verlassen.

Heute sieht die Welt für Lars Schulte aus Magdeburg anders aus. Die erste Fahrt tritt der Kundenbetreuer des GMS Verbund aus Köln von zu Hause an. Dabei spielt es keine Rolle ob er um 8 Uhr oder erst um 10 Uhr los fährt, weil er noch etwas Privates erledigen will. Wenn er in den Urlaub will, stimmt er sich mit seinen Kollegen ab und hinterlässt ein kurzes Mail. Urlaubsanträge gibt es keine – also gibt es auch keine Genehmigungen und keine Urlaubstageerfassung.

Auch von den Mitarbeitern werden keine Statistiken oder keine Zeiten erfasst. Wenn die Kunden es wünschen, arbeiten auch die Kollegen von Lars Schulte am Wochenende oder im Urlaub. Natürlich ist dies eine Ausnahme, da die meisten Kunden Rücksicht nehmen. „Wenn die Arbeit Spaß macht, gibt es keinen Grund nicht auch mal am Wochenende einen Kunden zu besuchen oder ihn bei Problemen zu beraten“ so Lars Schulte.

Für seinen Kollegen Tobias Ockenfels eine einfache Sache „ es spielt keine Rolle ob ich am Freitagmittag fertig bin und am Samstag noch mit Kunden spreche, wichtig ist nur, dass es auch mit meinen privaten Lebenszielen zusammen passt und meine Kunden zufrieden sind.“ Damit spricht Ockenfels eine grundlegend andere Kultur an, als sie bislang in den meisten Unternehmen der Branche, oder der deutschen Wirtschaft gelebt wurde. Im Zeitalter des Internets und der mobilen Telefonflatrates ist es vielfach egal ob der Mitarbeiter von zuhause arbeitet, oder im Büro sitzt.

Das Prinzip zur Umsetzung ist recht einfach. Erste Voraussetzung ist zunächst ein

Vertrauensvorschuss, den man dem Mitarbeiter gibt. Würde man einem Mitarbeiter nicht Vertrauen, würde man ihn nicht einstellen oder ihn entlassen müssen. Dann werden gemeinsam Aufgaben und Ziele festgelegt, die man jährlich aktualisiert. An diesen Zielen kann sich der Mitarbeiter



dann orientieren, kennt seine Grenzen und seine Freiheiten. Vor allem: der Mitarbeiter wird mitverantwortlich für den Erfolg. Wenn das von allen Parteien verinnerlicht ist, spielt es dann keine Rolle mehr ob er 25 oder 35 Tage Urlaub genommen hat oder 35 oder 45 Stunden pro Woche arbeitet. Dann ist nur noch wichtig, ob er seinen Job mit Zufriedenheit erfüllt und ob er seine Ziele erreicht. Nur dann werden auch die Kunden zufrieden sein.

Aus Sicht von Karsten Niehus, Geschäftsführer beim GMS Verbund, liegen die Vorteile auf der Hand: „der Mitarbeiter kann seine privaten und beruflichen Interessen besser verbinden. Für GMS reduziert sich der Verwaltungs- und Kontrollaufwand. Und unsere Kunden fühlen sich durch flexible und motivierte Mitarbeiter besser betreut als sie das vorher kannten.“ ■



GMS Verbund

Impressum

GMS Verbund GmbH
Volker Kappel
Statthalterhofweg 71
50858 Köln

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

Mit einem klaren Profil zum Online-Erfolg

VIELE SCHUHFACHHÄNDLER SEHEN SICH MIT DER FÜLLE AN INTERNET- UND MARKETINGMÖGLICHKEITEN KONFRONTIERT. DER BENACHBARTEN SCHUHFACHHÄNDLER HAT JETZT EINEN EIGENEN ONLINE-VERSAND-SHOP UND EIN ANDERER EINE FACEBOOK-FANPAGE. MANCHER FRAGT SICH: WÄRE DAS AUCH ETWAS FÜR MICH?

Hilfestellung bieten Internet-Agenturen, die mit Kompetenz und Beratungsstärke über passende Möglichkeiten informieren. „Jede Internetpräsenz braucht ein Alleinstellungsmerkmal“, sagt Daniel Stateczny, Inhaber der Internet-Agentur IT-Bo aus Hamburg, die sich seit längerem mit Fragen des Schuh- und Orthopädiefachhandels beschäftigt und mit GMS seit rund 2 Jahren verschiedene EDV Projekte für Kunden umsetzt.

Herr Stateczny, was macht den Schuhfachhandel für Sie interessant?

Wir haben erkannt, dass in dieser Branche ein hohes Entwicklungspotential steckt. Viele Schuhfachhändler nutzen das Internet bisher kaum oder haben kein klares Internet-Marketingkonzept, um erfolgreich ihre Zielgruppe zu erreichen. Über die Jahre hinweg haben wir die Bedürfnisse und Probleme unserer Kunden kennen gelernt und uns auf die Lösungen spezialisiert.

Was bieten Sie Ihren Kunden für Dienstleistungen an?

Wir bieten insbesondere ein langfristiges und zuverlässiges Engagement an, das mit

einer geplanten Strategieentwicklung innerhalb eines Gesamtkonzeptes einhergeht. Dabei kann es sich um kleine Einzelmaßnahmen, einfache Startlösungen, oder umfassende Internetprojekte handeln. Die Hauptbereiche sind die Umsetzung von



Daniel Stateczny: Geschäftsführer IT-Bo

Internetseiten, Internetshops und Online-Marketing-Maßnahmen.

Was haben Sie sich als Agentur auf die Fahne geschrieben?

In erster Linie bieten wir den Kunden mittels unserer Branchenerfahrung Hilfestellung an, damit diese ihre Ziele erreichen bzw. Probleme lösen können. Die jeweiligen Voraussetzungen und Wünsche des Kunden, sowie eine gezielte Bedarfsermittlung des Marktes, bilden dabei die Grundlage unserer Arbeit. Ziel ist, individuell zugeschnittene und zielorientierte Lösungen umzusetzen, um das jeweilige Unternehmen mittels des Internets erfolgreich weiter zu entwickeln. Eine wichtige Aufgabe dabei ist die Darstellung der ständig neuen und komplexer werdenden Möglichkeiten im Inter-

net. Wir wollen da eine Brücke schlagen und den Kunden die entsprechenden Werkzeuge in die Hand geben.

Aus welchen Gründen kommen die Kunden zu Ihnen?

Die Probleme sind dabei sehr vielschichtig und hängen von den jeweiligen Bedingungen ab. Häufige Anfragen sind z. B. nach einer neuen, repräsentativen Internetpräsenz, im Internet gefunden zu werden, oder im Internet erfolgreich(er) zu verkaufen. In jüngerer Zeit gibt es vermehrt Anfragen zu den Möglichkeiten der erfolgreichen Kommunikation in sozialen Netzwerken und mit mobilen Websites. Umsatzsteigerung und Kostenoptimierung sind besonders in Krisenzeiten immer ein Thema.

Wo sehen Sie die größten Chancen für den Schuhfachhandel im Internet?

In der konkreten Ansprache der jeweiligen Zielgruppe und Spezialisierung des Angebots, insbesondere auf Nischen. Zudem in der Entwicklung eines eigenen Profils und einer Strategie im Internet für die jeweilige lokale oder bundesweite Ausrichtung. Solche Alleinstellungsmerkmale sind in der Kundenfindung und -bindung sehr wichtig. Jede Internetpräsenz sollte sich durch entsprechende Akzente absetzen. Das Profil bildet dann zusammen mit den Zielen die Basis für die Entwicklung der jeweiligen Marketing-Maßnahmen. ■

Todo-Liste: Internet

- Kundennutzen
- Internet-Profil
- Internet-Strategie
- Online-Shop
- Online-Marketing

Kontakt

IT-Bo.com
Daniel Stateczny
Professor-Brix-Weg 6
D 22767 Hamburg
Telefon: 040 / 209 313 731
d.stateczny@it-bo.com

→ GMS Akademie

Mehr Umsatz pro Kunde

SEIT 2009 BESTEHT NUN DIE GMS AKADEMIE. EIN GUTER GRUND FÜR UNS, IHNEN DIE BISHERIGEN ERGEBNISSE AUFZUZEIGEN UND GLEICHZEITIG DEN BLICK NACH VORNE ZU RICHTEN.

„Es war auf jeden Fall die richtige Entscheidung, an der Akademie teilzunehmen“ sagt Monika Velten, vom Schuhhaus Velten in Meckenheim, auf die Frage, welche Erfahrungen sie denn in ihrem Betrieb mit den Trainings der GMS Akademie gemacht habe. Nicht nur, dass sich das Miteinander deutlich verbessert habe, „wir haben bereits im ersten Jahr eine positive Umsatzentwicklung geschafft und das in einem insgesamt für die Branche schwierigen Jahr.“

So wie Frau Velten dies schildert, profitieren viele Partner von der GMS Akademie. Sie berichten von gesteigener Kundenzufriedenheit und großen Erfolgen bei Mehrverkäufen.

Es gibt allerdings auch kritische Erfahrungen. „Aufgrund unseres Umzugs haben wir Trainings ausfallen lassen“, sagt GMS Fachhändler Ulrich Hammerich aus Wismar. „Das haben wir dann sofort gemerkt. Der Durchschnittsböns ist gesunken.“

nicht mehr trainiert, sinken die Leistungen. Für uns ein ganz klarer Fall.“

Wo sollte man mit seinem Betrieb die Schwerpunkte setzen? Diese Frage stellen Partner, die sich für die Akademie interessieren. Grundsätzlich können alle Partner die GMS Akademie für ihren Betrieb nutzen. Melden Sie sich einfach bei GMS an und Sie erhalten weitere Informationen, wann und wo die Trainerausbildung für Ihre Region stattfindet.

Auch für Kleinbetriebe gibt es jetzt die GMS Akademie. Im Programm „Girls & Boys“ können Sie durch regelmäßige Trainings und systematische Coachings genauso profitieren, wie Betriebe, die ihre Mitarbeiter vor Ort trainieren. Auch hierfür melden Sie sich bitte bei Jürgen Groppé an.

Auf Wunsch der Partner, die die GMS Akademie von Beginn an nutzen, wird es für die Zukunft neue Schwerpunktthemen geben.

Die GMS Akademie ist also weiterhin ein wichtiger Erfolgsbaustein der Partner und wird auch in Zukunft Themen bereithalten, die die Betriebe voranbringen und die Umsätze steigen lassen. ■

Neu im GMS Team

Der Eine oder Andere kennt sie bereits vom Telefon. Natascha Schmidt (25) verstärkt seit Mitte Juni 2012 das GMS Team in der Kölner Zentrale als Teamassistentin.



Gemeinsam mit Esterina Ende verantwortet sie künftig Funktionen im Bereich der Buchhaltung. Überdies wird sie die Abwicklung der GMS Waren- und Großhandelsprogramme betreuen.

Frau Schmidt absolvierte eine Ausbildung zur Hotelfachfrau im Maternushaus, dem Tagungszentrum des Erzbistums Köln. Im Anschluss arbeitete Sie als Veranstaltungsssekretärin im Maritim Hotel Köln sowie 4 Jahre in der Hauptverwaltung der Dorint Hotels & Resorts. In ihrer Freizeit betätigt sie sich gerne sportlich, sei es beim Laufen oder beim „Zumba“, ein Tanz-Fitness-Programm, das von lateinamerikanischen Tänzen inspiriert ist. ■



Nach dem Neustart im neuen Geschäft habe er sofort wieder regelmäßig trainiert und schon wendete sich das Blatt, so Hammerich, der dann noch sagt: „Es ist genau wie im Sport: sobald man weniger oder gar

Diese Schwerpunktthemen, wie z. B. neue Kollektion oder Einführung neuer Mitarbeiter können so eingesetzt werden, dass sie genau zum jeweiligen Betrieb passen und dann zielgenau umgesetzt werden können.