



# SPEZIALISIERUNG ALS CHANCE

## IHR WEG ZUR „MARKE“

Alexandra Ziegler, Laufgut Ziegler/Heilbronn  
Kay Wegerhoff, SABU Schuh & Marketing GmbH

# PERSÖNLICHES – KURZE VORSTELLUNG



**Alexandra Ziegler**

Inhaberin „Laufgut Ziegler“, Heilbronn

**Kontakt:** [www.laufgut-ziegler.de](http://www.laufgut-ziegler.de)



**Kay Wegerhoff**

Leiter Konzept Laufgut, SABU Schuh & Marketing GmbH

**Mobil:** +49 (0)174 31 36 146 **E-Mail:** [k.wegerhoff@sabu.de](mailto:k.wegerhoff@sabu.de)

---

# INHALT

**POSITIONIERUNG/SPEZIALISIERUNG – WARUM DAS ALLES?**

---

**POTENTIALE – WO WOLLEN SIE HIN?**

---

**DER WEG ZUR MARKE – WO STEHEN SIE HEUTE?**

---

**AUS DER PRAXIS – FRAGEN AN ALEXANDRA ZIEGLER**

---

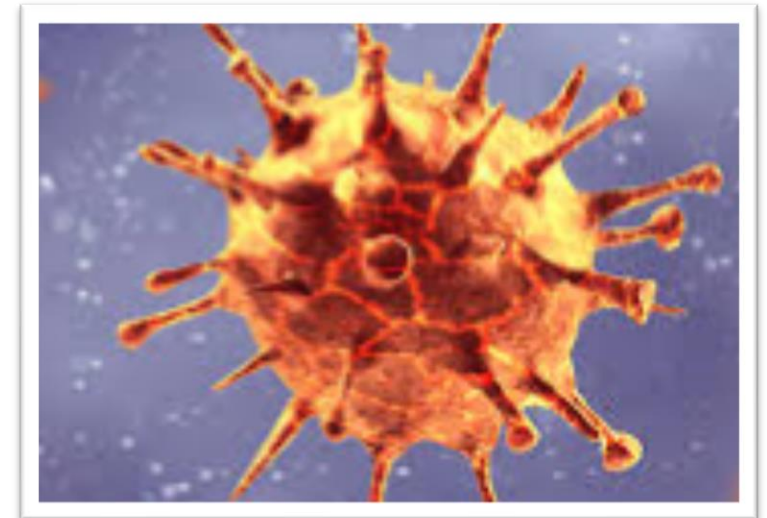
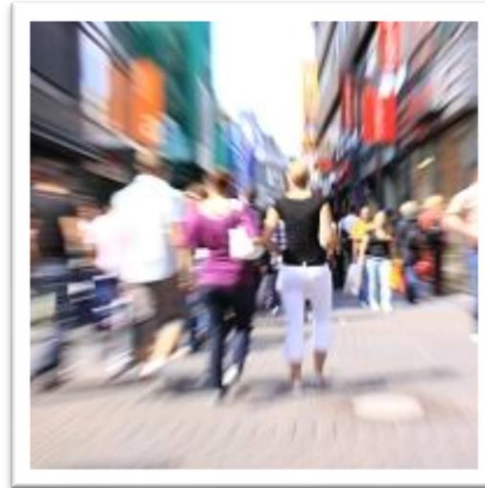
---

# KAPITEL 01

## POSITIONIERUNG/SPEZIALISIERUNG – WARUM DAS ALLES?



# STATUS QUO – ENTWICKLUNG IM (SCHUH-)HANDEL



IHR WEG ZUR "MARKE"

# STATUS QUO – STIMMUNG IM HANDEL

Handel

## Der Online-Handel boomt - und das Ladensterben geht weiter

26. August 2016, 7:14 Uhr

Düsseldorf (dpa) - Der Internethandel in Deutschland boomt, viele Innenstädte dagegen leeren sich. "Prognosen, wonach bis 2020 rund 50 000 Geschäften das Aus droht, sind nicht übertrieben. Das wird eher die Untergrenze sein", warnt der Handelsexperte Gerrit Heinemann von der Hochschule Niederrhein.



---

# STATUS QUO – DER MARKT VERÄNDERT SICH

## WIR UNS AUCH?



PLATZHIRSCH

---

# STATUS QUO – DER MARKT VERÄNDERT SICH SIND WIR BEREIT?

„Es kann ja nicht alles falsch gewesen sein, was uns  
in der **Vergangenheit** erfolgreich gemacht hat!“

**NEIN, aber**  
der Weg zum Erfolg der Vergangenheit ist vielleicht  
**nicht der Weg zum Erfolg der Zukunft!**



---

# STATUS QUO – DER MARKT VERÄNDERT SICH

## POSITIONIERUNG/SPEZIALISIERUNG ALS CHANCE ANNEHMEN

„Frequenzverlust“



„Existenzberechtigung“

„Ladensterben“

„Einheitsangebot“

„Überversorgung“

---

# KAPITEL 02

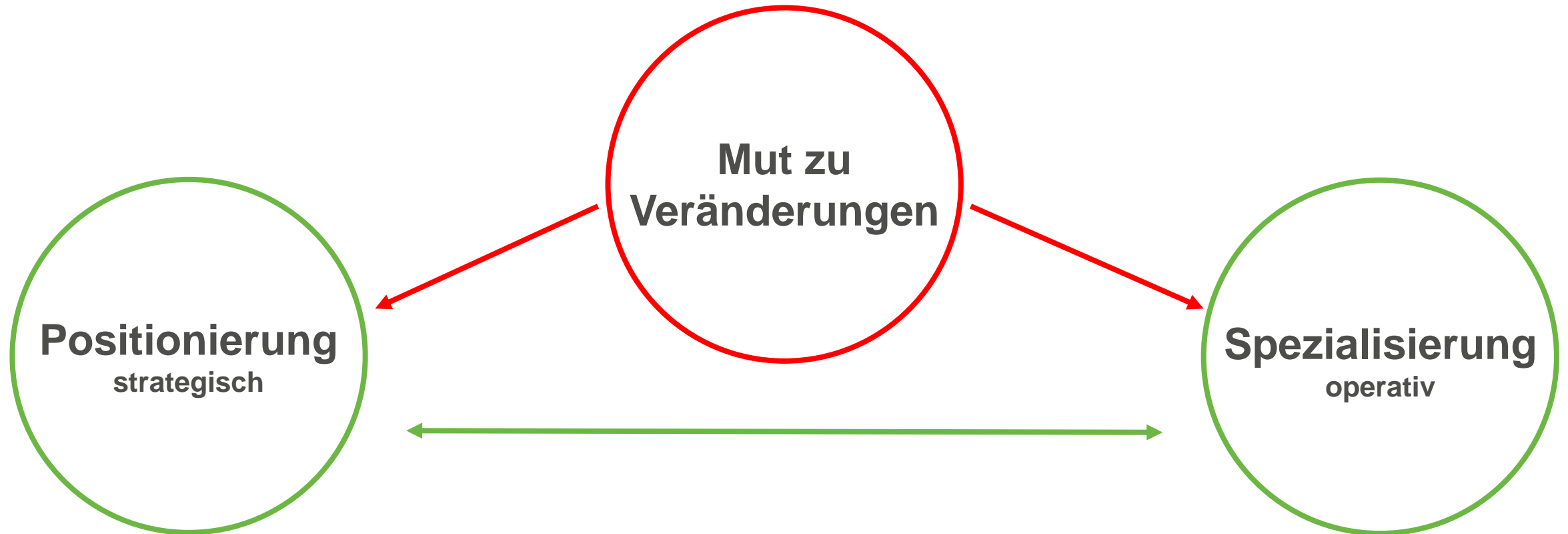
## POTENTIALIALE –

## WO WOLLEN SIE HIN?



---

# POTENTIALE – MUT ZU VERÄNDERUNGEN



---

# POTENTIALE – FRAGEN FÜR DIE ENTWICKLUNG DER ZUKUNFT

Warum soll der Kunde  
in **mein Geschäft**  
kommen?



Wie **unterscheidet** sich  
mein Geschäft von  
anderen?

Was **zeichnet** uns  
aus?

Was machen wir  
**besser** als andere?

**Welchen Mehrwert bieten wir und wie  
kommunizieren wir diese nach außen?  
Kennen alle Mitarbeiter Ihre Geschäftsidee?**

---

## POTENTIALE – DER WEG ZUR „MARKE“

Erst wenn Sie wissen, wo Sie stehen und daraus ableiten, wo Sie hin möchten („**Positionierung**“), können Sie einen Weg entwickeln, um Ihre „**Spezialisierung**“ zu erreichen.

**In diesem Prozess können/möchten wir  
Sie aktiv unterstützen!**

---

# KAPITEL 03

## DER WEG ZUR „MARKE – WO STEHEN SIE HEUTE?



---

# DER WEG ZUR „MARKE“ – STATUS QUO

## Umsatzentwicklung, Ertragsentwicklung, Kosten

- Gesamtware
- Warengruppen
- Lieferanten
- Technische Voraussetzung
- Vertriebskanäle
- Kostenstruktur

## Zielgruppe

- Wer ist Ihr Kunde?
- Wer sind Ihre Mitbewerber?
- Wo gibt es Alleinstellungsmöglichkeiten?

## Verkaufsfläche

- Präsentation (Alter, Optik, Vorwahlart)
- Beleuchtung
- Fernwirkung außen
- Erster Eindruck innen/außen/digital
- **Kundenerlebnisse/Emotion**

## Personal

- Anzahl/Struktur
- Qualifikation
- Engagement
- Betriebsklima

## Bestandsentwicklung/aktuelle Limitplanung

- Gesamtware
- Altersstruktur
- Lieferantenmix

## Marketing

- Kundenansprache analog/digital
- Welche Werbekanäle werden genutzt?
- Welches Budget nutzen Sie jährlich?

# DER WEG ZUR „MARKE“ – STATUS QUO

- ✓ Umsatzentwicklung, Ertragsentwicklung, Kostenstruktur
- ✓ Zielgruppe
- ✓ Bestandsentwicklung, Lieferantenmix
- ✓ Verkaufsfläche
- ✓ Personal
- ✓ Marketing

- Welcher Baustein ist gut und soll so bleiben?
- Welcher Baustein soll verändert werden?  
→ **Was ist das Ziel der Veränderung?**  
→ **Wo wollen Sie sich hin entwickeln?**  
→ **Wie können Sie Ihre Mitarbeiter mitnehmen?**

## UNTERSTÜTZUNG DURCH SABU

- **Strategische Analyse**
- **Planung und Umsetzung**



---

# DER WEG ZUR „MARKE“ – BEISPIEL: KOMFORT

## ERFOLGSVORAUSSETZUNGEN

### **Klare Strukturen**

- Wer ist die Zielgruppe?
- Was soll der Kunde bei Ihnen „erleben“?
  - „Pflicht“: wenn es voll ist
  - „Kür“: wenn Sie Zeit haben
- Wie soll es bei Ihnen aussehen?
- Welche Ziele/Vorgaben bekommen Ihre Mitarbeiter
- ....

**Verbindlichkeiten schaffen: im Team erarbeiten und schriftlich fixieren  
(z.B. Stellenbeschreibung)**

---

# DER WEG ZUR „MARKE“ – BEISPIEL: KOMFORT

## ERFOLGSVORAUSSETZUNGEN

### Das passende Sortiment

- Wer ist die Zielgruppe?
  - Alter/Geschlecht/Bedarfsbereich
- Welche Warengruppen wollen Sie anbieten?
- Welche „Funktionen“ wollen Sie anbieten? Z.B.
  - Passform (schlank bis weit)
  - Größengang (Unter- bis Übergrößen)
  - Wechselfußbett/Stretch/Diabetes/Abrollhilfen...
  - Orthopädie-Schuhtechnik?

# DER WEG ZUR „MARKE“ – BEISPIEL: LAUFGUT/KOMFORT ERFOLGSVORAUSSETZUNGEN

## Besondere Dienstleistung/Marketing

- Kundenerlebnis/Service/Beratung
- Alleinstellung/Besonderheiten kommunizieren



IHR WEG ZUR "MARKE"

18.11.2020

19

# DER WEG ZUR „MARKE“ – BEISPIEL: LAUFGUT/KOMFORT ERFOLGSVORAUSSETZUNGEN

## Besondere Dienstleistung/Marketing

- Digitale Sichtbarkeit, Orientierung

Kontakt + Öffnungszeiten

Ziegler Laufgut<sup>®</sup>  
ORTHOPÄDIE-SCHUHECHNIK

Home Aktionen Schaufenster Schuhe Service Sortiment Über uns Skischuhe individuell

**IHRE GRÖSSE GIBT'S ÜBERALL, IHRE WEITE HIER**

HIER LEBEN HIER KAUFEN  
Ihr Schuhfachhändler

Willkommen bei Laufgut Ziegler

Gute Schuhe - Gesunde Füße

Laufgut Ziegler mehr als nur ein Schuhgeschäft – Bei uns erwartet Sie eine umfangreiche Beratung, ein vielfältiges Bequemschuhangebot für Damen und Herren, eine große Auswahl an Kinderschuh, individuelle Skischuhe, alle Dienstleistungen rund um Orthopädienschuhtechnik und Einlagenversorgung.

Wiedereröffnung Schuhgeschäft, Montag 20.04.2020  
Sehr geehrte Kunden, wir freuen uns, dass wir ab Montag, 20.04.2020 zu unseren gewohnten Öffnungszeiten, wieder mit unserem kompletten Waren- und Leistungsangebot für unsere Kunden da sein können. Selbstverständlich unter Einhaltung aller erforderlichen Hygienemaßnahmen.

[Weiterlesen »](#)

15:01

AA laufgut-ziegler.de

Kontakt + Öffnungszeiten

Ziegler Laufgut<sup>®</sup>  
ORTHOPÄDIE-SCHUHECHNIK

IM LEBEN STEHEN, AUF WOLKEN GEHEN

# DER WEG ZUR „MARKE“ – BEISPIEL: LAUFGUT/KOMFORT

## ERFOLGSVORAUSSETZUNGEN

### Die passende Warenpräsentation

- Orientierung im Geschäft
- Wiedererkennung



---

# KAPITEL 04

## AUS DER PRAXIS – FRAGEN AN ALEXANDRA ZIEGLER?

---



# SCHUHHAUS ZIEGLER 1979



# LAUFGUT ZIEGLER 2020





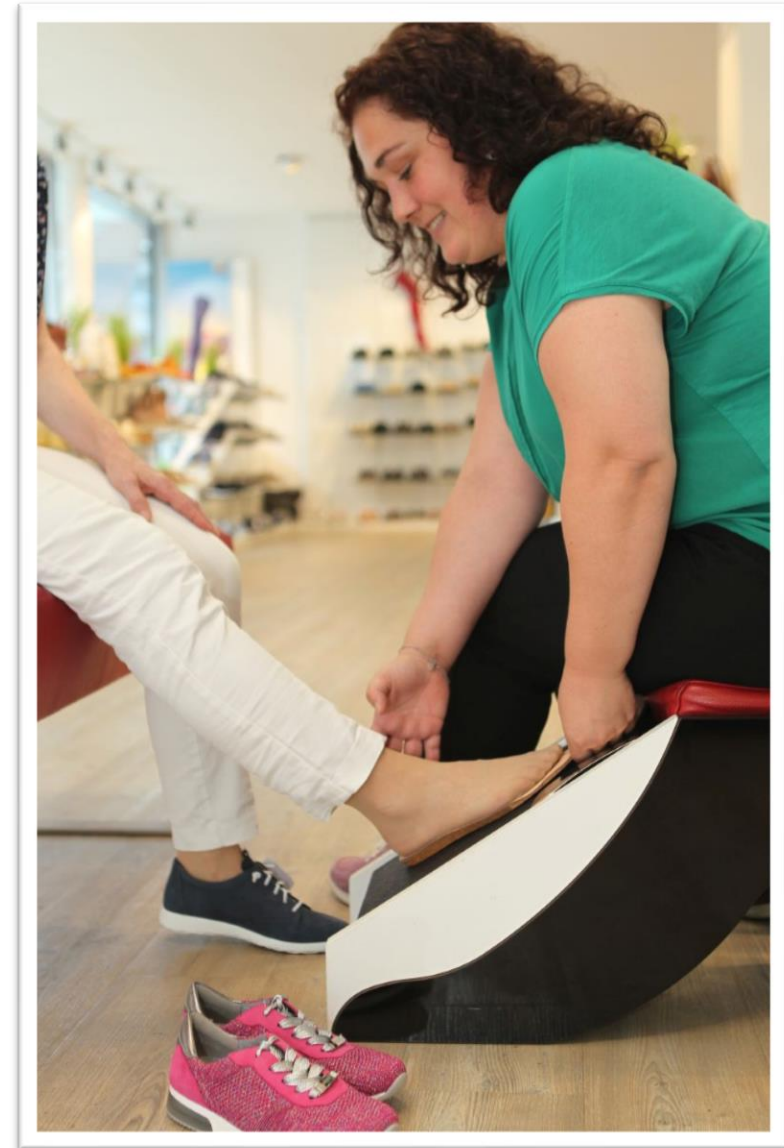
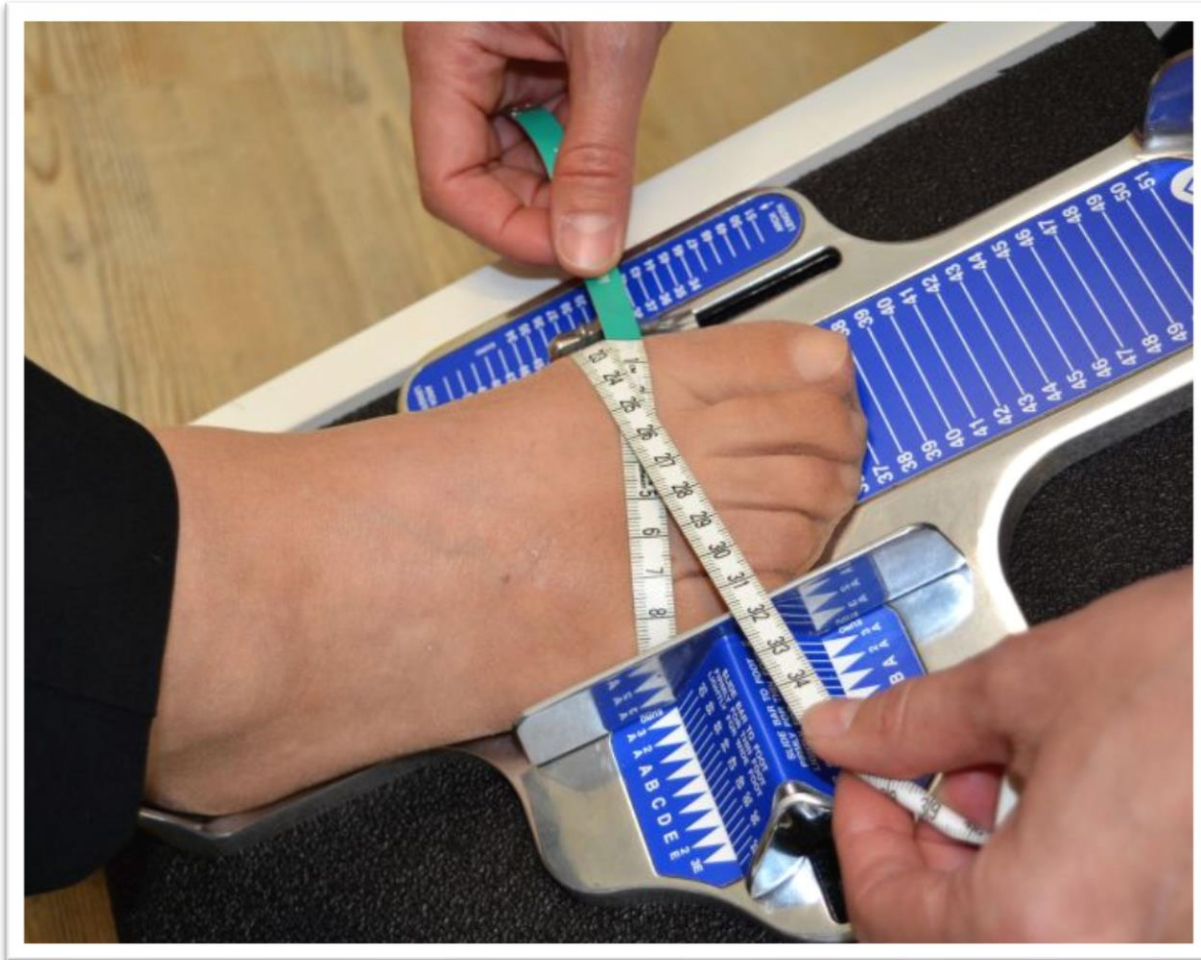
# LAUFGUT ZIEGLER 2020 - ORIENTIERUNG



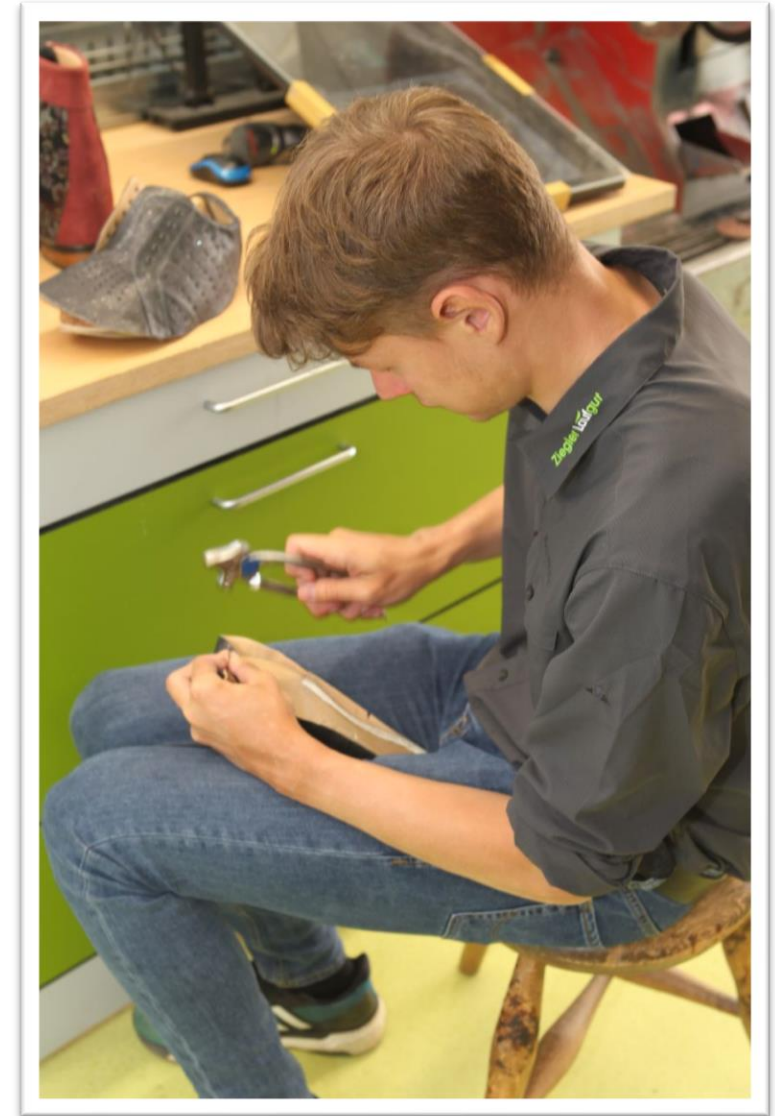
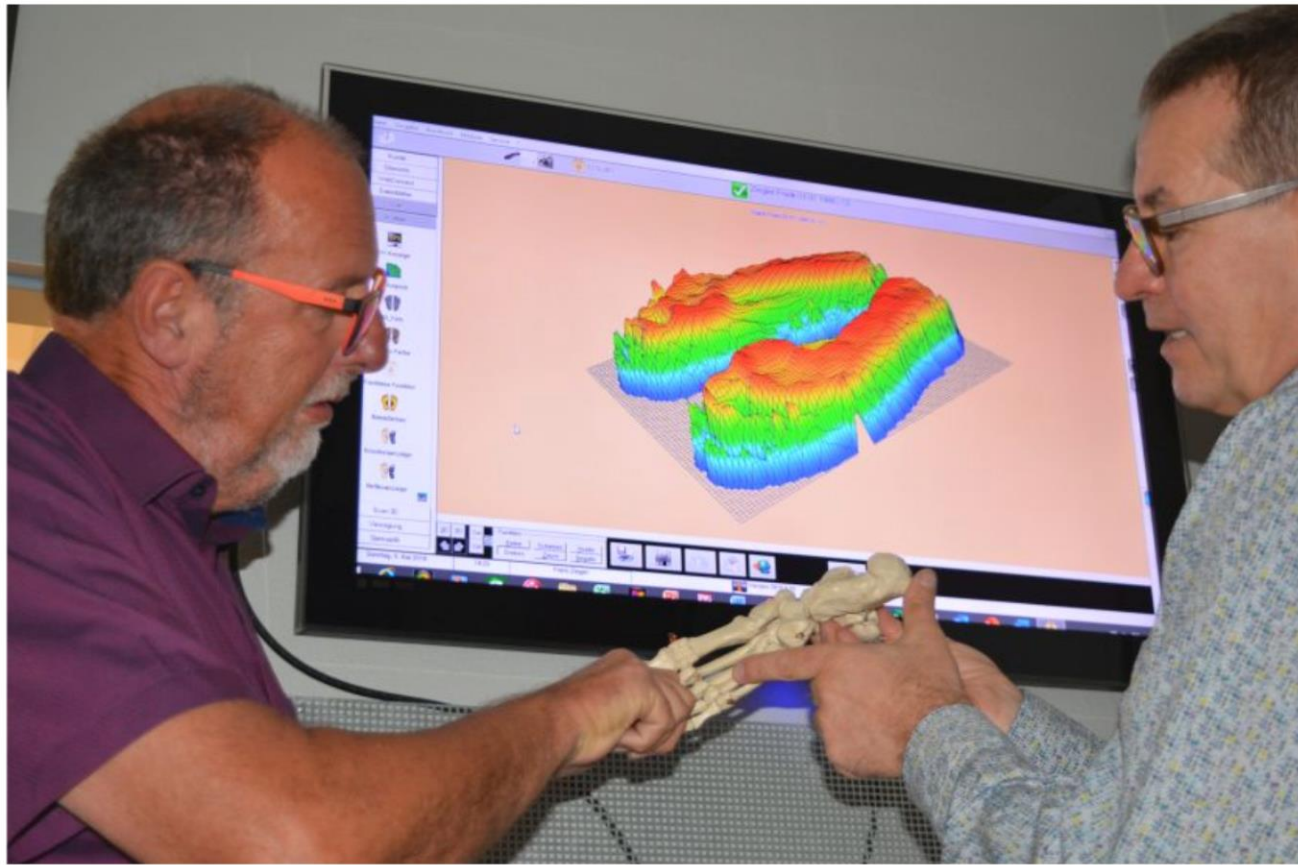
# LAUFGUT ZIEGLER 2020 – VARIABILITÄT UND CROSSSELLING



# LAUFGUT ZIEGLER 2020 - BERATUNG



# LAUFGUT ZIEGLER 2020 - HANDWERK



# LAUFGUT ZIEGLER – NEXT GENERATION?!



IHR WEG ZUR "MARKE"

18.11.2020

29

# OFFENE FRAGEN? MELDEN SIE SICH BEI UNS!



**Alexandra Ziegler**

Inhaberin „Laufgut Ziegler“, Heilbronn

**Kontakt:** [www.laufgut-ziegler.de](http://www.laufgut-ziegler.de)



**Kay Wegerhoff**

Leiter Konzept Laufgut, SABU Schuh & Marketing GmbH

**Mobil:** +49 (0)174 31 36 146 **E-Mail:** [k.wegerhoff@sabu.de](mailto:k.wegerhoff@sabu.de)

---

**VIELEN DANK**  
**FÜR IHRE**  
**AUFMERKSAMKEIT**

