



Ulrich Back

Das Geschäftsjahr 2003 markiert einen Einschnitt für das Unternehmen

Mitglieder des Vorstands der
GARANT SCHUH + MODE AG
in der Hauptversammlung am
8. Juli 2004



Robert Natter

Ulrich Back:

Im Namen des Vorstands begrüße ich Sie, sehr geehrte Damen und Herren, zu unserer Hauptversammlung hier in Düsseldorf. Im Mittelpunkt meiner Ausführungen steht das Geschäftsjahr 2003 mit dem Abschluß des GARANT-Konzerns und der GARANT SCHUH + MODE AG sowie der Blick auf das laufende Geschäftsjahr 2004. Herr Natter wird Ihnen anschließend die Strategie des Unternehmens erläutern.

Meine Damen und Herren, das Geschäftsjahr 2003 und auch dessen Ergebnisse haben für GARANT unterschiedliche Facetten: Lassen Sie mich einige Aspekte bereits an dieser Stelle skizzieren:

- ▷ Vor dem Hintergrund der schwierigen konjunkturellen Rahmenbedingungen des letzten Jahres blicken wir auf eine gute Entwicklung des operativen Geschäftes zurück.
- ▷ Die Übernahme der SALAMANDER-Fachhandelsgruppe zum 1. Oktober 2003 hat nachhaltige Auswirkungen auf das Geschäftsergeb-

nis 2003; sie hat unserem Unternehmen zudem eine zusätzliche strategische Perspektive gegeben.

- ▷ Unter dem Aspekt einer klaren, vorausschauenden Bilanzpolitik haben wir die für die Restrukturie-

Die Übernahme der SALAMANDER-Fachhandelsgruppe hat GARANT eine zusätzliche strategische Perspektive gegeben.

rung und Neupositionierung von SALAMANDER notwendigen Aufwendungen durch entsprechende Rückstellungen bereits im Jahresabschluß 2003 berücksichtigt.

Das Geschäftsjahr 2003 markiert ohne Zweifel einen Einschnitt – dies nicht nur für das Unternehmen selbst, sondern auch für Sie als unsere Aktionäre, da wir in diesem Jahr auf die Ausschüttung einer Dividende verzichten wollen.

Nach dieser Zäsur sehen wir den GARANT-Konzern für die Zukunft auf einer soliden Basis. Darauf deutet nicht zuletzt die Entwicklung der ersten Monate des Geschäftsjahres 2004 hin.

Vor welchem Hintergrund stehen nun die Ergebnisse des Jahres 2003? Lassen Sie mich einige Zusammenhänge näher beleuchten! Die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen in Deutschland und in vielen anderen europäischen Ländern konnten die Konsumfreude der Verbraucher – eine wichtige Basis auch für den Schuhfachhandel – nicht nachhaltig positiv beeinflussen. Probleme auf dem Arbeitsmarkt, aber auch Unsicherheiten über Gesundheits-, Renten- oder Abgabereformen schwächten die wirtschaftliche Entwicklung. Als Folge dessen änderten die Verbraucher ihr Konsumverhalten: Sie schränkten ihre Ausgaben ein und waren sehr preissensibel – eine Tendenz übrigens, die sich auch im laufenden Jahr noch nicht deutlich verändert hat.

Diese skizzierten Rahmenbedingungen belasteten auch die Entwick-

lung im Schuh-, Sport- und Lederwarenfachhandel. Die Einzelhandelsumsätze für Schuhe und für Lederwaren verringerten sich in Deutschland um jeweils zwei Prozent. Der Sportfachhandel war mit minus sechs Prozent noch stärker betroffen.

Außerhalb Deutschlands war die Entwicklung ähnlich: Die Umsätze im Schuheinzelhandel gingen in Österreich um ein Prozent und in der Schweiz um vier Prozent zurück. Lediglich in Belgien, Frankreich und den Niederlanden verzeichneten die Schuheinzelhändler ein Umsatzplus beziehungsweise eine Stagnation.

Abermals konnten wir die Anzahl der Fachhändler, für die die GARANT SCHUH + MODE AG und ihre Tochtergesellschaften umfassende Dienstleistungen erbringen, steigern, und zwar um 70 auf 4.920.

Soviel, meine Damen und Herren, zu den äußeren Rahmenbedingungen. Lassen Sie mich nun unseren Blick auf GARANT lenken. Abermals konnten wir im vergangenen Jahr die Anzahl der Fachhändler, für die die GARANT SCHUH + MODE AG und ihre Tochtergesellschaften umfassende Dienstleistungen erbringen, steigern, und zwar um 70 auf 4.920. Die Anzahl der Fachgeschäfte, die diese Händler betreuen, stieg um 200 auf 6.980. So ist es uns in einer Zeit, in der die Anzahl der selbständigen Fachhändler allgemein zurückgeht, erneut gelungen, die Position der Gruppe auszubauen. Und ein weiterer Aspekt wird deutlich: Auch im selbständigen Fachhandel ist die Tendenz zur Filialisierung festzustellen. Wir begleiten die Fachhändler auch auf diesem Weg und betrachten ihr Engagement als Beleg dafür, daß selbständige Unternehmer gemeinsam mit einem starken Partner wie GARANT auch in wirtschaftlich schwierigen Zeiten Mut zeigen und erfolgreich sein können! Der Einzelhandelsum-

satz aller Fachhändler lag mit knapp 3,9 Milliarden Euro um 1,6 Prozent über dem Vorjahreswert.

Der Zentralregulierungsumsatz – dies ist der von den Fachhändlern über die Verbundzentrale abgewickelte Abrechnungsverkehr für die Warenbestellungen – stieg um 1,2

Der Zentralregulierungsumsatz stieg um 1,2 Prozent und lag Ende 2003 bei knapp 1,3 Milliarden Euro.

Prozent und lag Ende 2003 bei knapp 1,3 Milliarden Euro. Ursachen für diese über dem allgemeinen Handlungstrend liegende Entwicklung waren unter anderem die Aufnahme neuer leistungsstarker Fachhändler, die gestiegene Zahl der Verkaufsstellen sowie die Integration neuer Lieferanten in die Zentralregulierung. Es zeigte sich aber im vergangenen Jahr auch ein vorsichtiges Orderverhalten des Fachhandels, verbunden mit den Bemühungen, die eigenen Lagerbestände abzubauen.

In Deutschland ging der Zentralregulierungsumsatz um 6,5 Prozent auf 374 Millionen Euro zurück, außerhalb Deutschlands stieg er indes um 4,7 Prozent auf 918,5 Millionen Euro. Der Anteil des außerhalb Deutschlands erzielten Zentralregulierungsumsatzes erhöhte sich von 68,7 Prozent auf 71,1 Prozent. Wachstumsstark waren vor allem die Fachhandelsgruppen in Frankreich mit einem Plus von 12,9 Prozent und Belgien mit einem Plus von 9,1 Prozent.

Ich komme nun zum Konzernabschluß und möchte in diesem Zusammenhang darauf hinweisen, daß eine Vergleichbarkeit wegen der Einbeziehung der SALAMANDER-Fachhandelsgruppe nur eingeschränkt möglich ist.

Für das Segment Zentralregulierung ergaben sich im Jahre 2003 Umsatzerlöse auf Basis des eingangs erwähnten Zentralregulierungsumsatzes in Höhe von 75,1 Millionen Euro.

Das Minus gegenüber dem Vorjahr von 1,3 Prozent ist in erster Linie auf Währungseinflüsse zurückzuführen. Bedingt durch die stark ausgeweiteten Handelsaktivitäten ging der Anteil dieses Segments am Konzernumsatz von 65,3 auf 41,8 Prozent zurück. Durch die einmalige außerordentliche Risikoversorge belief sich das Segmentergebnis auf 3,8 Millionen Euro gegenüber 11,4 Millionen Euro im Vorjahr.

Für die Zukunft sehen wir für dieses Segment eine weiterhin positive Entwicklung. Die Weiterentwicklung unseres Dienstleistungsangebotes wird ebenso einen positiven Einfluß auf den Umsatz und die Ertragskraft haben wie die Aufnahme neuer Fachhändler.

Für das Segment Zentralregulierung erwarten wir eine positive Entwicklung.

Wir erwarten für das Geschäftsjahr 2004 beim Zentralregulierungsumsatz mit den uns angeschlossenen selbständigen Fachhändlern eine Steigerung um 4 Prozent. Zusätzliche Impulse erwarten wir aus der ganzjährigen Übernahme der Zentralregulierung für die Geschäfte der SALAMANDER-Fachhandelsgruppe.

Im Segment Handel, meine sehr geehrten Damen und Herren, macht sich die Einbeziehung der SALAMANDER-Fachgeschäfte am deutlichsten bemerkbar.

Neben den 230 SALAMANDER-Fachgeschäften in neun europäischen Ländern und weiteren kleineren Einzelhandelsgruppen sind verschiedene Konzerngesellschaften im Großhandel mit Schuhen und Lederwaren tätig. Für dieses Segment ergeben sich im Geschäftsjahr 2003 Umsatzerlöse in Höhe von 98,3 Millionen Euro nach 40,7 Millionen Euro im Vorjahr. Dies bedeutet ein Plus von 57,6 Millionen Euro. Der Anteil des Segments Handel am Gesamtumsatz des Kon-

zerns erhöhte sich von 34,7 auf 54,8 Prozent.

Das Segmentergebnis lag bei minus 2,1 Millionen Euro. Hierfür sind Aufwendungen für die Restrukturierung

Es ist unser Ziel, aus der Salamander-Fachhandelsgruppe einen profitablen Teilbereich zu formen.

in den letzten drei Monaten des Geschäftsjahres 2003 verantwortlich. Außerdem haben wir für die im laufenden Geschäftsjahr zu erwartenden Aufwendungen für Ladenumbauten, für die Neugestaltung der Sortimente oder für Marketing-Maßnahmen bereits Rückstellungen gebildet. All dies dient der Konsolidierung und Neupositionierung der SALAMANDER-Fachhandelsgruppe. Denn unser Ziel ist, daraus einen profitablen Teilbereich des GARANT-Konzerns zu formen. Herr Natter wird Ihnen dazu später weitere Einzelheiten nennen.

Nun noch einige Worte zum Segment Produktion: Bestandteil des SALAMANDER-Übernahmevertrages war neben den Fachgeschäften und den Markenrechten auch eine Produktionsstätte in Ungarn. Diese haben wir jedoch, da GARANT als Dienstleister für den Fachhandel keine Produktionsinteressen verfolgt, zeitgleich mit dem Erwerb am 1. Oktober 2003 weiterveräußert.

Im Zuge der Neuausrichtung von SALAMANDER haben wir im März 2004 außerdem beschlossen, die für produktionsnahe Leistungen zuständige SALAMANDER Shoes & Trend Company im Laufe des Jahres 2004 aufzulösen. Dies erfordert im laufenden Jahr zusätzliche einmalige Aufwendungen, die zu einem Segmentergebnis von minus 22,5 Millionen Euro geführt haben. Diese Entscheidung zur Auflösung der Gesellschaft wurde gefaßt, nachdem Verhandlungen über die Lizenzvergabe an einen renommierten Schuhproduzenten im gegenseitigen Einvernehmen beendet wurden.

Das Segment Produktion wird danach zum Ende des laufenden Geschäftsjahres ganz eingestellt, so daß sich die Aktivitäten nur noch auf den Fachhandel und die Positionierung der Marke SALAMANDER konzentrieren. Die Schuhproduktion für die Marken SALAMANDER und LURCHI wird von qualifizierten Herstellern nach unseren Vorgaben vorgenommen.

Meine sehr geehrten Damen und Herren, nach dem Blick in die Segmente folgt nun der Blick auf den gesamten Konzern: Die Umsatzerlöse

Im Zuge der Neuausrichtung von SALAMANDER haben wir im März 2004 beschlossen, die für produktionsnahe Leistungen zuständige SALAMANDER Shoes & Trend Company im Laufe des Jahres 2004 aufzulösen.

sind um 62 Millionen Euro auf 179,5 Millionen Euro gestiegen, der Rohertrag beläuft sich auf 84,2 Millionen Euro. Nach Verrechnung der sonstigen Erträge und Aufwendungen, in denen die bereits erwähnten Aufwendungen für die Restrukturierung und auch für die Risikovorsorge enthalten sind, ergibt sich ein EBIT – das Ergebnis vor Zinsen und Steuern – von minus 13,7 Millionen Euro. Das Nettoergebnis in der Gewinn- und Verlustrechnung von minus 13,8 Millionen Euro führte durch die Auflösung von Rücklagen zu einem positiven Konzernergebnis in Höhe von 5,8 Millionen Euro.

Die Bilanzsumme erhöht sich von 184,1 Millionen Euro auf 287,1 Millionen Euro. Das Anlagevermögen steigt durch Zugänge von Sachanlagen – hauptsächlich Ladeneinrichtungen der SALAMANDER-Fachgeschäfte – auf 72,9 Millionen Euro. Das Umlaufvermögen beläuft sich auf 196,6 Millionen Euro, wobei der

Hauptanteil der Erhöhung von 56,4 Millionen Euro auf die Einbeziehung der Warenvorräte der SALAMANDER-Gruppe entfällt.

Die Bilanzsumme erhöht sich von 184,1 Millionen Euro auf 287,1 Millionen Euro.

Auf der Passivseite reduziert sich das Eigenkapital auf 19,8 Millionen Euro. Ursache hierfür ist die Auflösung von Rücklagen im Jahresabschluß der GARANT SCHUH + MODE in Höhe von 21,7 Millionen Euro. Die Folge ist deshalb auch ein Rückgang der Eigenkapitalquote. Der erwähnte Restrukturierungsaufwand sowie Teile der außerordentlichen Risikovorsorge sind in der Position Rückstellungen und Ausgleichsposten erfaßt. Die sonstigen Verbindlichkeiten zeigen neben den Effekten aus der Erstkonsolidierung der SALAMANDER-Gruppe stichtagsbezogene Veränderungen.

Erlauben Sie mir, meine Damen und Herren, noch einige Worte zur Bilanz der GARANT SCHUH+MODE AG. Die Bilanzsumme verringerte sich von 180 Millionen Euro auf 163,3 Millionen Euro. Hier zeigen sich gegenüber dem vergleichbaren Vorjahresabschluß Veränderungen im Umlaufvermögen durch geringere Forderungen sowie reduzierte Bankguthaben, während sich auf der Passivseite die Auflösung der Rücklagen niederschlägt. Das Eigenkapital verringert sich von 37,4 Millionen Euro auf 15,0 Millionen Euro. In den Rückstellungen ist die bereits erwähnte Rückstellung für Restrukturierungsaufwendungen enthalten.

Die Gewinn- und Verlustrechnung zeigt einen leichten Umsatzrückgang auf 72,0 Millionen Euro, der hauptsächlich durch Währungseffekte entstanden ist. Bei nahezu gleichbleibenden Personalaufwendungen, einem verbesserten Finanzergebnis, aber erhöhten sonstigen Aufwendungen ergibt sich ein Jahresfehlbetrag von

21,3 Millionen Euro, der durch die Auflösung von Rücklagen in Höhe von 21,7 Millionen Euro zu einem Bilanzgewinn von 1,1 Millionen Euro führt.

Aufgrund der beschriebenen Ergebnisse haben Aufsichtsrat und Vorstand beschlossen, der heutigen Hauptversammlung vorzuschlagen, keine Dividende auszuschütten und den vorhandenen Bilanzgewinn auf neue Rechnung vorzutragen.

Für das laufende Geschäftsjahr haben wir viele richtungsweisende Entscheidungen getroffen.

Meine sehr geehrten Damen und Herren, ich möchte Ihnen nun einen Ausblick auf das laufende Geschäftsjahr geben. Wir haben bereits viele richtungsweisende Entscheidungen getroffen und Weichen gestellt, um das von uns geplante positive Ergebnis zu erzielen. Die ersten Monate des Jahres 2004 weisen in die richtige Richtung. Denn trotz des nach wie vor schwierigen konjunkturellen Umfeldes, trotz der Unsicherheiten bei den Verbrauchern verzeichnen wir steigende Umsätze, die auch für das gesamte Jahr 2004 eine positive Tendenz, verbunden mit einer – im Vergleich zum Vorjahr – verbesserten Ergebnissituation erwarten lassen. Wir sehen unsere Planungen auf einem guten Weg.

Das operative Konzern-Ergebnis des ersten Quartals 2004 war positiv. Sowohl der Bereich des filialisierten Fachhandels als auch der Bereich des selbständigen Fachhandels zeigen bisher positive Tendenzen. Im ersten Halbjahr haben die SALAMANDER-Fachgeschäfte gegenüber dem vergleichbaren Vorjahreszeitraum die Einzelhandelsumsätze um 3,7 Prozent auf 125,0 Millionen Euro gesteigert. Der Zentralregulierungsumsatz stieg im ersten Halbjahr 2004 um 10,6 Prozent auf fast 670 Millionen Euro. So bestätigen sich unsere Planungen, nach denen wir durch Vorwegnahme

der Aufwendungen für die Restrukturierung in das Geschäftsjahr 2003 mit positiven Ergebnissen im Geschäftsjahr 2004 rechnen können. Für das gesamte Jahr bekräftigen wir unsere Umsatzprognose in Höhe von rund 370 Millionen Euro.

Meine Damen und Herren, gestatten Sie mir zum Schluß noch einige Worte zu unserer Aktie. Erwartungsgemäß spiegelte der Kursverlauf die Ereignisse sowie die Ergebnisse des Geschäftsjahres 2003 und auch den Verzicht auf eine Dividendenzahlung wider. Der Kurs unserer Aktie hat sich nach der Übernahme von SALAMANDER überaus positiv entwickelt, ist nach der Bekanntgabe des Geschäftsergebnisses für 2003 zurückgegangen und hat sich nun wieder stabilisiert.

Das operative Konzern-Ergebnis des ersten Quartals 2004 war positiv.

Unser Ziel ist, der Aktie wieder die Beständigkeit und der Dividendenpolitik die Kontinuität zu geben, damit sie in die Reihe der stabilen und dividendenstarken Standardwerte zurückkehren kann. Wir streben an, für das Jahr 2004 eine Dividende zu zahlen und auch die Nachzahlung der ausgefallenen Vorzugsdividende zu leisten. Dies wird natürlich nicht zuletzt von den allgemeinen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen beeinflusst.

Wie Sie meinen Ausführungen entnommen haben, ist das Eigenkapital der GARANT SCHUH + MODE AG im abgelaufenen Geschäftsjahr aufgrund der einmaligen außerordentlichen Aufwendungen deutlich zurückgegangen. Die Eigenkapitalquote der GARANT SCHUH + MODE AG liegt per 31. Dezember 2003 bei 9,2 Prozent. Um unsere operativen Geschäftsaktivitäten weiter zu begleiten und um unsere Gesellschaft für die Herausforderungen der Zukunft zu wappnen, planen wir, die Eigenkapitalausstattung nachhaltig zu verbessern. Grundsätzlich kommen hierfür

eine Vielzahl von Instrumenten in Betracht, wobei wir derzeit – zusammen mit unseren Partnern – deren Umsetzbarkeit und Eignung für unsere individuelle Situation prüfen.

Um unsere operativen Geschäftsaktivitäten weiter zu begleiten und um unsere Gesellschaft für die Herausforderungen der Zukunft zu wappnen, planen wir, die Eigenkapitalausstattung nachhaltig zu verbessern.

Zu gegebener Zeit, wenn sich die Gespräche konkretisiert haben, werden wir Sie zu einer außerordentlichen Hauptversammlung bitten, um Ihnen diese Maßnahmen vorzustellen und Ihre Zustimmung einzuholen.

Robert Natter:

Meine sehr geehrten Damen und Herren, auch ich begrüße Sie herzlich zu unserer Hauptversammlung.

Nachdem Herr Back Ihnen die Ergebnisse des Geschäftsjahres 2003 erläutert hat, möchte ich Ihren Blick weg von den Zahlen und hin zur Struktur, zur künftigen Strategie sowie zu den Perspektiven des GARANT-Konzerns lenken. Denn, meine Damen und Herren, durch die Übernahme der SALAMANDER-Schuhsparte am 1. Oktober letzten Jahres hat GARANT als Konzern den Blickwinkel erweitert.

Lassen Sie mich Ihnen zunächst den GARANT-Konzern vorstellen, wie er sich heute präsentiert. Die Struktur besteht im wesentlichen aus zwei Säulen:

1. Dienstleistungen für selbständige Fachhändler aus den Bereichen Schuhe, Sport- und Lederwaren und
2. der filialisierte Schuhfachhandel, sprich: SALAMANDER.

Ich möchte hervorheben, daß wir den Besonderheiten der jeweiligen Geschäftsmodelle durch separates

Management Rechnung tragen und in gemeinsamen Managementgremien Synergien der beiden Bereiche abstimmen.

Als klassische Verbundgruppe vollzieht GARANT durch das Engagement im filialisierten Fachhandel *nicht* den Ausstieg aus den Leistun-

Als klassische Verbundgruppe vollzieht GARANT durch das Engagement im filialisierten Fachhandel nicht den Ausstieg aus den Leistungen für den selbständigen Fachhandel.

gen für den selbständigen Fachhandel, sondern im Gegenteil: GARANT ergänzt und stärkt diesen Bereich. Nach der erfolgreichen Internationalisierung des Verbundes GARANT sind nun langfristige Impulse für die Weiterentwicklung im Markt gegeben. Hervorheben möchte ich, daß nur in wenigen Ausnahmefällen Überschneidungen am Markt mit selbständigen Fachhändlern der GARANT Verbundgruppe gegeben sind.

Die Säule der Dienstleistungen beinhaltet das traditionelle Geschäft der Verbundgruppe GARANT, die Sie seit Jahren kennen. Wir konzentrieren uns hier auf den selbständigen Fachhandel und sind dabei kompetenter Partner für fast 5.000 Fachhändler.

Durch diese Partnerschaft leisten wir einen wichtigen Beitrag, die Wettbewerbsposition des selbständigen Fachhandels in einem sich verändernden Marktumfeld zu sichern und auszubauen. Kernpunkt ist, die individuellen Stärken des selbständigen Fachhändlers vor Ort durch Bündelung gemeinsamer Interessen zu unterstützen und damit für wettbewerbsfähige Leistungen durch das nötige Mengenrüst zu sorgen bzw. Leistungen anzubieten, die der einzelne selbst nicht darstellen kann. Dieses Geschäftsmodell der Verbundgruppe ist auch heute erfolgreich und zukunftsfähig, wenn gleich ich nicht verhehlen will, daß

ein gewisser Bereinigungsprozeß im Gange ist. Um diesen zu bestehen, sind wir von GARANT ebenso gefordert wie jeder einzelne Fachhändler.

Das Marktumfeld, meine Damen und Herren, wird unter anderem geprägt von der Konsumzurückhaltung der Verbraucher, von neuen Formen der Preis- und Rabattpolitik und auch vom Vordringen branchenfremder Wettbewerber – vornehmlich Discountern. Wir können dieses Marktumfeld nur begrenzt ändern. Was wir aber tun können und tun, ist, den Fachhändlern mit Rat und Service zur Seite zu stehen. Wir entwickeln dafür die Angebote in den Bereichen Finanz- und Bankdienstleistungen sowie Warenbeschaffung ständig weiter. Wir entwickeln neue Marketingkonzepte, die den Fachhändlern eine Spezialisierung ermöglichen. Als Beispiel möchte ich hier nennen: PODO LINÉA, ein Marketing-Konzept, das dem Fachhändler die Profilierung im Bequemschuh bzw. Orthopädiebereich erlaubt und damit dem Trend zur Wellness-Welle Rechnung trägt.

Dieses Geschäftsmodell der Verbundgruppe ist auch heute erfolgreich und zukunftsfähig, wenn gleich ich nicht verhehlen will, daß ein gewisser Bereinigungsprozeß im Gange ist.

Erlaubt sei an dieser Stelle der Hinweis, daß gemäß neueren Studien der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) für Discounter gewisse Sättigungsgrenzen prognostiziert werden und sich die Verbraucher wieder stärker den klassischen Supermärkten, Warenhäusern und nicht zuletzt dem Fachhandel zuwenden.

Mit unserer Einzelhandels-Beratungsgesellschaft EBG tragen wir aktiv zur Existenzsicherung vieler Fachhändler bei, indem wir neben Standortanalysen betriebswirtschaftliche Beratung, Finanzierungskonzepte, Ladenbaugestaltung, Markt-

und Imageanalyse sowie Hilfestellungen bei Nachfolgeregelungen anbieten.

Wir bieten dem selbständigen Fachhandel auf diese Weise wichtige Management-Bausteine für eine aussichtsreiche Zukunft. Und diese Zukunft hat er, wenn die Fachhändler unternehmerisch innovativ und be-

Wir bieten Dienstleistungen für unsere Fachhandels-Partner und sichern damit langfristig auch die Stärke der GARANT.

triebswirtschaftlich orientiert handeln. Potentiale gegenüber den Filialketten liegen klar in den hohen individuellen Anpassungsmöglichkeiten vor Ort, in der Segmentierung des Angebotes und in der Betonung von Schwerpunkten mit hohem Sachverstand, in erstklassigem Service und viel Erfahrung. Für die selbständigen Fachhändler ist die GARANT-Verbundgruppenmitgliedschaft also ein wichtiger und essentieller Baustein ihres eigenen Geschäfts.

Fazit: Wir bieten Dienstleistungen für unsere Fachhandels-Partner und sichern damit langfristig auch die Stärke der GARANT.

Meine Damen und Herren, wir werden weiter den Schwerpunkt der Aktivitäten für die selbständigen Fachhändler in Deutschland und in Europa haben und die Internationalisierung voranbringen. Entwicklungsmöglichkeiten gibt es genügend: Denken Sie nur an die europäischen Länder der erweiterten EU, in denen GARANT bereits seit 10 Jahren aktiv den Aufbau des selbständigen Fachhandels unterstützt. Auch der spanische Markt ist entwicklungsfähig sowie teilweise die skandinavischen Länder.

Lassen Sie mich damit zu der zweiten Säule kommen: dem filialisierten Schuhfachhandel. Dafür stehen vor allem die etwa 230 SALAMANDER-Fachgeschäfte in neun eu-

ropäischen Ländern, die wir im letzten Jahr übernommen haben. Diese Fachgeschäfte liegen in erstklassigen Innenstadtlagen sowie in gut frequentierten Einkaufszentren größerer und großer Städte.

Hintergrund des Erwerbs war die strategische Entscheidung, GARANT nach der erfolgreichen Internationalisierung des Verbundes langfristige Impulse für die Weiterentwicklung im Markt zu geben, auch vor dem Hintergrund des angesprochenen Bereini- gungsprozesses.

Wo sehen wir nun unsere Chan- cen? In Deutschland gehört SALA- MANDER zu den Top Ten des Schuhfachhandels. Die Marke SALA- MANDER ist im Bewußtsein der Kunden etabliert. Allerdings, und dar- aus haben wir auch im letzten Jahr hier an dieser Stelle keinen Hehl ge- macht: Es ist eine Herausforderung, die Schuhmarke SALAMANDER und die Kinderschuhmarke LURCHI wieder dort zu positionieren, wo beide in guten Zeiten einmal standen.

In Deutschland gehört SALAMANDER zu den Top Ten des Schuhfachhandels.

Wir haben uns bewußt für SALA- MANDER entschieden und wir wer- den uns auf die Marken SALAMAN- DER und LURCHI konzentrieren, um deren Stellenwert im Ansehen der Verbraucher deutlich und klar zu po- sitionieren. Wir werden dabei an be- währte Tugenden anknüpfen und zu einem frischeren Markenauftritt bei- tragen.

Welche Maßnahmen hat SALA- MANDER ergriffen, um dem An- spruch der Marken gerecht zu wer- den? Unter dem Slogan „SALA- MANDER hier geht’s lang“ wird be- reits seit Ende letzten Jahres ein neues Sortiments- und auch Marke- tingkonzept umgesetzt. Ich greife ei- nige Aspekte heraus:

1. Die Kollektion:

Der Modellentwurf liegt auch

künftig bei SALAMANDER mit dem vorrangigen Ziel der eigenen Kollektionsidentität. Sowohl für SALAMANDER- als auch für LURCHI-Schuhe werden wir die Qualität deutlich steigern und gute Paßformen in attraktiven Preisla- gen anbieten. Produziert werden die SALAMANDER-exklusiven Modelle von namhaften europäi- schen Partnern.

Unter dem Slogan „SALAMANDER hier geht’s lang“ wird bereits seit Ende letzten Jahres ein neues Sortiments- und auch Marketing- konzept umgesetzt.

2. Die Positionierung:

SALAMANDER steht für Qualität, Paßform und Komfort und deckt im Kern den klassischen bis klas- sisch-modernen Bereich ab. Wir werden den modischen Akzent künftig stärker herausstellen. Da- mit werden wir für die bisherigen Zielgruppen interessanter und zu- sätzlich für eine etwas jüngere Zielgruppe attraktiver.

3. Das Warensortiment der Fachge- schäfte:

Das Sortiment in den Fachgeschäf- ten wurde deutlich erweitert. Auch Trendmarken wie Esprit, Mexx, More & More sind jetzt in den Lä- den zu finden. Gerade diese mo- dernen Marken sollen vor allem jüngere Kunden ansprechen, die sich in der Vergangenheit bei SA- LAMANDER nicht wiedergefun- den haben. Aus diesem Grund wer- den nun auch renommierte Sport- und Lifestylemarken angeboten.

4. Die SALAMANDER-Filialen:

Zur Stärkung des Images der Mar- ken SALAMANDER und LUR- CHI spielen die Filialen eine wich- tige Rolle. Wir werden uns auf hochfrequentierte und erstklassige Innenstadtlagen konzentrieren und differenzierte Standortkonzepte umsetzen: Veränderungen hier wer-

den sein: das neue Ladenbausys- tem „Rack Room“ und Moderni- sierung von 50 älteren Filialen.

Ich möchte Ihnen, meine Damen und Herren, an dieser Stelle kurz das Rack-Room-Konzept vorstellen. Bis- her wurden drei Filialen – in Stutt- gart, Augsburg und Wuppertal – für diese moderne und hochwertige Art der Kartonpräsentation umgestaltet. Es werden weitere folgen, andere Ge- schäftskonzepte – so z.B. das Famili- enfachgeschäft – werden ihre Bedeu- tung aber behalten. Worin liegen die Vorteile des Rack Room? Die Nut- zung der Geschäftsräume wird durch die Wandlung von Lager- in Ver- kaufsfläche optimiert. Das moderne Ambiente und auch das moderne Sor- timent spricht neue Zielgruppen an und erhöht damit die Kundenfre- quenz. Die Folge sind ein erhöhter Lagerumschlag sowie die Steigerung der Umsatz- und Flächenproduktivität.

Auch Trendmarken sind jetzt in den Fachgeschäften zu finden.

Meine Damen und Herren, wir ha- ben stets von Synergieeffekten ge- sprochen, die sich aus der Übernahme von SALAMANDER ergeben. Diese fallen uns nicht einfach zu. Es heißt, die Strukturen zu verbessern und effi- zienter zu wirtschaften. Lassen Sie mich einige Synergieaspekte nennen:

▷ Die Zentralregulierung: GARANT hat die SALAMANDER-Handels- gesellschaften in die Zentralregu- lierung integriert. Dies hat zum ei- nen positive Auswirkungen auf den Zentralregulierungsumsatz und da- mit auf den Gesamtumsatz; auf der anderen Seite reduziert dies deut- lich den logistischen Aufwand in- nerhalb des SALAMANDER- Rechnungswesens.

▷ Warenbeschaffung:

Durch das Bestellvolumen im Zu- sammenhang mit SALAMANDER- Fachgeschäften ergeben sich Kon- ditionenvorteile bei Lieferanten.

Von diesen werden auch GARANT-Fachhändler profitieren.

▷ Wettbewerbsvorteile:

Dadurch, daß Schuhe der Marken SALAMANDER und LURCHI nun exklusiv für SALAMANDER-Fachgeschäfte sowie REXOR- und

GARANT-Fachhändler angeboten werden, sichern wir diesen Wettbewerbsvorteile, die in der Folge auch zum Vorteil von GARANT sein werden.

Sie sehen, wir sind gemeinsam mit dem SALAMANDER-Management

dabei, unsere Hausaufgaben zu erledigen. Und wir sehen uns auf einem guten Weg, SALAMANDER zu einem profitablen Unternehmen und einem gewinnbringenden Teilbereich des Konzerns zu machen.

