

Pressemitteilung, 26. Juli 2023:

Retail Tour & Retail Talk 2023: „Auf Zukunft ausgerichtet! Auf Tour zu Erfolgsmagneten in Niederbayern“ am 13.07.2023 in Waldkirchen, Hutthurm und Freyung

Zahlreiche Händler*innen erlebten einen inspirierenden Tag in Niederbayern

Die Günther Rid Stiftung für den bayerischen Einzelhandel hat zusammen mit dem diesjährigen Programmpartner, der IHK Niederbayern, eine Tour zu drei Erfolgsmagneten in Niederbayern zusammengestellt. Das Ziel ist es, mit der Retail Tour Unternehmerinnen und Unternehmer selbst zu Wort kommen zu lassen, ihre Geschäfte zu zeigen und Händler*innen aus ganz Bayern tiefe und außergewöhnliche Einblicke in den Handel zu ermöglichen. Die vielen positiven Reaktionen zeigen, dass die besuchten Best Practice Unternehmen in Hutthurm und Waldkirchen nicht nur inspirierend für die Teilnehmer*innen waren, sondern auch umsetzbare Erkenntnisse mit nach Hause genommen werden konnten.

“Den einen richtigen Weg gibt es im Einzelhandel nicht, da die Geschäftsmodelle sehr heterogen sind. Wir wollen durch die Retail Tour erlebbar machen, was es heißt, die Sinne offline wie online anzusprechen. Die Digitalisierung eröffnet dazu unterschiedliche Möglichkeiten, stationär wie online.“

*Michaela Pichlbauer,
Vorständin Günther Rid Stiftung für den bayerischen Einzelhandel*

Auf der Retail Tour „Auf Zukunft ausgerichtet!“ wurden drei innovative Unternehmen verschiedener Branchen besucht:

- **Befestigungszentrum Reidl** – ein digitaler Champion in Hutthurm
- **Alte Hausbrennerei Penninger** – ein über 100-jähriges Familienunternehmen mit modernem Storytelling in Waldkirchen
- **Modehaus Garhammer** – ein überregional bekanntes Modehaus mit 9.000 qm Verkaufsfläche und Sternegastronomie in Waldkirchen

Hutthurm | Befestigungszentrum REIDL GmbH & Co. KG.

„Ob Datenqualität, Social Media oder Zukunftsthemen, wir fördern die Offenheit für Neues, das liegt in unseren Unternehmensgenen.“

Julian Reidl, Stellvertretender Geschäftsführer

Dominik Marold und Sebastian Schmalfuß gaben im Gespräch mit Professor Klaus Gutknecht von elaboratum new commerce consulting, Einblick in ihr Omnichannel-Unternehmen mit Sitz in Hutthurm. 1992 wurde das Handelsunternehmen mit den Schwerpunkten Eisenwaren, Arbeitsschutz, Normteile und Werkzeug von Christine und Richard Reidl gegründet und bietet seinen Kunden neben dem klassischen Einzelhandel vielfältige Lösungen zur Beschaffung über das Internet. Bereits 2013 wurde Reidl mit dem Innovationspreis der Rid Stiftung ausgezeichnet. 2014 tritt Sohn Julian Reidl ins Unternehmen ein, der seit 2018 das operative Geschäft leitet. Die Zahl der Mitarbeiter*innen hat sich in den letzten fünf Jahren von 40 auf etwa 90 Personen vergrößert. Richard Reidl erkannte früh, dass er seine Produkte nicht nur stationär, sondern vor allem auch online anbieten muss – auch über Amazon, Ebay und andere Plattformen.

Damit setzte der findige Unternehmer auf die Karte „Digitalisierung“ und trieb zügig die entsprechenden technologischen Umbauten und Weiterentwicklungen in seiner Firma voran: professionelle IT-Strukturen, ein eigenes Warenwirtschaftssystem (ERP) und ein Produktinformationsmanagement. Seither ist es möglich, Kataloge von etwa 1.000 Herstellern mit insgesamt 1,2 Millionen Artikeln nahezu in Echtzeit in das ERP-System zu integrieren. Daneben wurden im Rahmen der Omni-Channel-Strategie spezielle Inhouse-Shops, Cross-Selling-Ansätze, Click & Collect oder auch hybride Beratung mit großformatigen Displays eingeführt. Zudem folgt das Unternehmen der Maßgabe, dass jeder einzelne Kunde und jede einzelne Kundin im Zentrum der Aufmerksamkeit stehen muss. „Genaues Zuhören ist ein Schlüssel“, sagt Firmengründer Richard Reidl, „wir haken Kundenprobleme nicht als Ticket ab, sondern hinterfragen sie und entwickeln technische Lösungen. So entstehen oft auch neue Geschäftsmodelle.“

Waldkirchen | MODEHAUS GARHAMMER

„Service und Beratung sind unser Handwerkszeug und unsere große Leidenschaft.“

Johannes & Christoph Huber, geschäftsführende Gesellschafter

Johannes Huber führte zusammen mit Dr. Johannes Berentzen und Lukas Reischmann von der BBE Handelsberatung durch ihr überregional bekanntes Modehaus. Das Modehaus Garhammer wurde 1896 gegründet und wird von Johannes und Christoph Huber in vierter Generation geführt. Vier Monate im Jahr reisen die Brüder, um den Mix der 400 Modemarken mit neuen, oft überraschenden Funden zu ergänzen. Die Nähe und das Vertrauen zu den Kund*innen bildet auch das Service-Portfolio ab: Inhaber der Garhammer-Card können bis zu 30 Kleidungsstücke mit nach Hause nehmen oder sich zuschicken lassen. Beim „Termin-Shopping“ kann eine Berater*in gebucht werden, die vorab eine Auswahl zusammenstellt. „Es kommt vor, dass wir an einem Samstag 100 Shopping-Termine im Haus begleiten“, sagt Christoph Huber. Für das leibliche Wohl aller Gäste sorgt der kostenlose Getränkeservice, der vom Serviceteam angeboten wird. Auch online bietet das Unternehmen besondere Leistungen an, etwa das „Personal-Outfit“: Kund*innen füllen einen Fragebogen aus, die Berater*innen gehen auf die Fläche und senden passende Outfits zu. Bei Click & Reserve zahlt das Online-Tool auf den stationären Verkauf ein: Die Outfits aus den Social Media Posts können via „shop the look“ auf der Website reserviert und im Geschäft anprobiert werden. Das Einzugsgebiet des Hauses hat einen Radius von über 200 Kilometern. Kein Wunder, schließlich sind die 450 Mitarbeiter*innen perfekte Gastgeber. Und die gastronomischen Highlights wie das Sterne-Restaurant Johannis, das Café Mocca und das Blumencafé sind ebenso eine Reise wert.

Waldkirchen | ALTE HAUSBRENNEREI PENNINGER

„Wir haben gelernt: Nutze die Gelegenheit und den Ort, der dir Chancen bietet.“

Stefan Penninger, Geschäftsführer in fünfter Generation und Inhaber der Hausbrennerei Penninger

Als letzten Programmpunkt auf der Retail Tour ließen Stefan Penninger und Christoph Bauer im Gespräch mit Klaus Winkler, Winkler Medien Verlag, in die Geschichte der Spirituosenherstellung und das Storytelling eines modernen Unternehmens eintauchen und die Produktion besichtigen. Mit allen Sinnen erleben! Das konnten auch die Teilnehmerinnen und Teilnehmer beim Rundgang durch die Alte Hausbrennerei Penninger – vorbei an der Brennblase, vom Sudhaus mit den Gärtanks ging es ins Fasslager. Jeder der fünf Generationen hat das Familienunternehmen geprägt, zwischen Tradition und Veränderung abgewogen und Chancen beherzt genutzt. Dem Vater von Stefan Penninger gelang in den 1990er-Jahren mit dem Blutwurz der große Wurf. Kurze Zeit später setzte der Gastro-Verleger mit dem ersten bayerischen Schnapsmuseum auf den erlebnisorientierten Direktverkauf. Auch Stefan Penninger, seit 2012 an Bord, hat Veränderungen angestoßen. So verkaufte er von seinem neuen Granit Bavarian Gin nicht die angepeilten 5.000, sondern gleich 20.000 Flaschen – im ersten Jahr. „Das hat uns bestätigt, dass unsere Kunden auch moderne Spirituosen von Penninger akzeptieren.“ Heute bietet die Hausbrennerei zehn Essige und etwa 40 alkoholische Brände und Liköre an, fünf davon in Bioqualität. 70% des Umsatzes kommen aus dem Lebensmittel-Einzelhandel, etwa 30% werden im Eigenvertrieb erwirtschaftet. Für die Zukunft plant Stefan Penninger, die komplette Produktion auf Bioprodukte umzustellen. „Wir können ansonsten nicht unseren hohen Qualitätsanspruch halten. Unser größter Schatz, der uns hier im Bayerischen Wald umgibt, ist schließlich die Natur.“

Auf die Retail Tour „Auf Zukunft ausgerichtet!“ folgte der Retail Talk „Stadtentwicklung braucht den Handel“ in Freyung

Im Anschluss an die Retail Tour fand am Abend in der Volksmusikakademie in Freyung der Retail Talk „Stadtentwicklung braucht den Handel“ statt. Nach der Eröffnung durch Michaela Pichlbauer, Vorständin der Rid Stiftung und der Moderation von Sabine Hansky, Programmdirektorin des Munich Urban Colab, diskutierte das Podium vor 100 Zuhörer*innen über die wirtschaftliche Bedeutung des Handels für die Stadt, welche Fördermaßnahmen von Politik und Verwaltung ergriffen werden und was man von den Beispielen in Freyung und Waldkirchen lernen kann.

Auf dem Podium diskutierten:

- Hubert Aiwanger, Bayerischer Staatsminister für Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie und stellvertretender Ministerpräsident
- Dr. Olaf Heinrich, 1. Bürgermeister der Stadt Freyung, Bezirkstagspräsident Niederbayern
- Heinz Pollak, 1. Bürgermeister der Stadt Waldkirchen
- Alexander Schreiner, Hauptgeschäftsführer der IHK Niederbayern
- Wolfgang Puff, Hauptgeschäftsführer des Handelsverbands Bayern e. V.
- Johannes Huber, Geschäftsführer des Modehauses Garhammer

Die erste Frage in der Podiumsdiskussion richtete sich an Staatsminister Aiwanger, inwiefern sein Ministerium den Handel in Bayern fördere. „Wir haben eine Vielzahl an Maßnahmen am Laufen – sei es der ‚Digitalbonus.Bayern‘, die Mittelstandkreditprogramme oder gemeinsam mit dem Bauministerium die Städtebaufördermittel zur Modernisierung der Innenstädte“, erklärt der Minister.

„Bei der Unterstützung des Handels setzt die IHK Niederbayern vor allem auf den Know-how-Transfer zwischen den Betrieben“, betonte IHK-Hauptgeschäftsführer Alexander Schreiner. In Netzwerktreffen und Praxisworkshops für Händler geben erfolgreiche Unternehmer tiefe Einblicke in ihre Strategie und Erfolgsrezepte. So konnten zum Beispiel bei einer E-Commerce-Veranstaltung rund 200 Teilnehmer von den Besten ihrer Branche lernen. Auch in kleineren Workshops legen Händler aus der Region beispielsweise ihre Kalkulation für ihre Online-Shops offen. Diese praktischen Einblicke seien weitaus effektiver als theoretische Fachartikel. „Wir bringen als IHK also die Unternehmen zusammen“, erklärte Alexander Schreiner. Ein weiteres wichtiges Instrument seien die sogenannten Online-Checks, ein Förderprogramm, bei denen sämtliche digitale Aktivitäten des Handelsbetriebes mit Online-Marketing-Experten auf den Prüfstand gestellt werden. Diese Kooperation mit der Rid Stiftung bringe den Betrieben ganz konkreten Mehrwert sowie Empfehlungen mit pragmatischen Lösungen. Bereits 170x wurden diese bereits erfolgreich durchgeführt. Abschließend betonte Schreiner wie wichtig es sei, die Kräfte zwischen dem Wirtschaftsministerium, dem Handelsverband, der Rid Stiftung und der IHK weiter zu bündeln, um den Handel gemeinsam weiter zu fördern.

Herr Pollak, 1. Bürgermeister der Stadt Waldkirchen berichtet dem Publikum von der sehr erfolgreichen „Werbetour“ der Stadt Waldkirchen und wie sehr das infrastrukturelle Wachstum der Stadt dadurch begünstigt wurde. Seine Maßnahmen adressieren den Handel als zentrales Element im Ökosystem Stadt.

Keine umständlichen Bauvorschriften, Fokus auch auf Kindergärten, sinnvolle, übergreifende Werbemaßnahmen, sogar ein Mietzuschussprogramm zur Vermeidung von Leerständen hob er hervor. Er unterstrich die Vorreiterrolle von Waldkirchen als „Smart City“ mit der Echtzeitmessung und -analyse von Kundenströmen, die durch das Wirtschaftsministerium, dem Handelsverband Bayern e.V. und der Rid Stiftung gemeinsam gefördert wird. Ein Masterplan zum Umbau der Innenstadt sei auch in Bearbeitung.

Sein Wunsch an die bayerische Staatsregierung: Einführung einer Internetsteuer und kostenpflichtige Retouren.

Aiwanger sieht die Forderung nach einer kostenpflichtigen Rücksendung kritisch. Es würde zu stark in das Geschäftsgebaren der Unternehmen eingreifen. Wolfgang Puff, Hauptgeschäftsführer des Handelsverbands Bayern e. V. schloss sich dem an und forderte, den stationären Handel nicht gegenüber dem Onlinehandel durch viele Regularien faktisch zu benachteiligen und auch das Bewusstsein für nachhaltige Prozesse zu schärfen.

Dr. Olaf Heinrich, 1. Bürgermeister der Stadt Freyung, schilderte dem Publikum, dass in Bezug auf die Stadtentwicklung in Freyung eine klare Strategie mit gezielter Entwicklung des Ortskerns verfolgt werde. Zudem werden Händler unterstützt, die „kommen wollen und attraktive Angebote aus Gastro, Kultur und Wohnen im Ort anbieten.“ Im Vergleich zu Waldkirchen werden keine Gewerbegebiete außerhalb des Stadtkerns ausgewiesen. Vielmehr stünde die Nachverdichtung des Ortes im Vordergrund, denn „qualitatives Wachstum ist möglich“. So wurde auch eine Änderung der städtischen Stellplatzsatzung umgesetzt, um den Bau einer erforderlichen Tiefgarage zu ermöglichen.

Auf der Handelsseite berichtete Johannes Huber vom Modehaus Garhammer von nicht zufriedenstellenden Experimenten mit Zalando während der Coronazeit und betonte, dass die Innovationskraft des Modehauses über Generationen hinweg die größte Tragkraft habe. Der Garhammer Markenkern bedeutet nämlich, dass die Mitarbeiter*innen „Gastgeber“ sind und damit gegenüber den Kunden und Kundinnen schon wörtlich eine andere Haltung einnehmen. Der Besuch im Modehaus sei eine Gästereise in fünf Phasen: „In den ersten beiden Phasen geht es um Ankommen, sich Wohlfühlen, das Wahrnehmen mit allen Sinnen und sich wie in einem 5-Sterne-Hotel fühlen“ so Johannes Huber, der damit Emotionalitäten kreieren möchte und Service als Handwerk versteht. „Dann erst folgen die Mode und die Beratung. Das macht auch den Unterschied zu größeren Städten wie München, die viel mehr Hektik im Einkaufserlebnis haben.“ Sein Wunsch an das bayerische Wirtschaftsministerium: die Abschaffung der Steuerklasse 3 und 5, dann wäre das Recruitment-Thema nicht mehr so erschwert, denn vor allem für viele Frauen würde eine Beschäftigung dann attraktiver werden.

Im Kontext der Steuerentlastung weist der Minister auf seinen Ansatz hin, dass jede und jeder 2.000 Euro im Monat steuerfrei verdienen dürfe. Für Aiwanger steht fest: „Wir müssen dafür sorgen, dass die Bürgerinnen und Bürger mehr netto vom Brutto haben. Damit unterstützen wir vor allem diejenigen, die stark unter der Inflation leiden. Außerdem brauchen wir mehr Flexibilisierung bei der Arbeitszeit. Alle, die mehr arbeiten wollen, sollen auch die Möglichkeit dazu bekommen.“

Weitere Erfolgsfaktoren des Modehauses Garhammer: Nutzung der eigenen Social Media Kanäle für Verkaufsaktivitäten, Personalshoppingtermine, Personal Outfit, sprich der Versand von „Modeboxen“ bei der die Kunden und Kundinnen die Ware vorher gar nicht sehen. Die Retourenquote bei Personal Outfit liegt im Vergleich zu anderen Online Shop Retouren fast gleichauf. Das Onlineshoppingmodell im Hause Garhammer sei eingängig geprüft worden mit einer Retourenquote von 60%. Johannes Huber fasst zusammen: „Onlinehandel ist nicht mehr das Heil für alle Händler*innen, denn die Retouren in Deutschland seien die höchsten in ganz Europa.“ Eine Erklärung dafür läge in gelernten Mustern durch die großen Online-Player.

Zum Abschluss wendete sich die Moderatorin nochmal an Wolfgang Puff mit der Frage nach den drei wichtigsten Forderungen des Handels an die Politik für die Zukunft. „Wir benötigen eine wirkliche Entbürokratisierung, wir müssen dringend die Förderszenarien für mittelständische und auch kleine Unternehmen anpassen. Das wichtigste aber: die Mobilität und damit Erreichbarkeit der Geschäfte müssen wir gewährleisten.“ Dieser Forderung schlossen sich auch beide Bürgermeister an, den Zielverkehr für die Stadt attraktiv zu halten und den Durchgangsverkehr zu minimieren.

Abschließend bedankte sich Michaela Pichlbauer im Namen der Rid Stiftung bei dem gesamten Podium für den erforderlichen und heute so erfolgreichen Austausch zwischen Politik und Handel.

Rid Stiftung

Die Rid Stiftung fördert den mittelständischen bayerischen Einzelhandel mit hochkarätigen, kostenfreien Fortbildungsprogrammen. Sie wurde 1988 von Dr. Günther Rid gegründet, der nicht nur BETTENRID zu einem über Bayerns Grenzen hinaus bekannten Fachgeschäft gemacht hat, sondern dessen Vision es war, die Existenz des mittelständischen Einzelhandels zu sichern und damit auch die Vielfalt der Stadtkultur zu erhalten.

Gerne stehen wir Ihnen jederzeit für Interviewanfragen mit Michaela Pichlbauer, Vorstandin der Günther Rid Stiftung sowie für weiteres Pressematerial zur Verfügung.

Presse-Kontakt Rid-Stiftung:
MARKENKULTUR | Malte Perlit
Ruffinstr. 7 | 80637 München
t: +49 (0)89 51 00 97 82
ridstiftung@marken-kultur.com
www.marken-kultur.com

www.ridstiftung.de