

NRW andelt

E-Magazin Handelsverband NRW



- **Petra Voigtmann, „everChamp“** (Düsseldorf):
In Champagner-Laune
- **Sonja Meier, „Mama rockt“** (Haan):
Virtuelles Shop-in-Shop-Konzept
- **Jens Klingemann, Mode- & Sport** (Höxter):
Ambitioniert in die Klimaneutralität

Weihnachtlicher Lichterzauber

In Hückelhoven erstrahlt die Halde wieder und verzaubert die Besucher mit einer stimmungsvollen Lichterwelt. Neue Figuren und mehr Ton-Installationen haben die Lichtprofis von mk illumination arrangiert: „Es gibt keinen besseren Ort, um Visionen zu realisieren und eine magische Welt zu schaffen!“, leitete Karl-Heinz König, Leiter Business Development Deutschland bei mk illumination, seine

Eröffnungsrede Ende November ein. Bürgermeister Bernd Jansen freut sich, dass die Situation den Haldenzauber in diesem Jahr wieder zulasse, man mal abschalten und genießen könne. König und Jansen sind sich einig: „Diese Stadt hat viel Power!“

Pluspunkte der Stadt Hückelhoven sind die rund 4.000 fußläufigen, kostenfreien Parkplätze zum Citycenter wie zur Halde. Und Bürgermeister Jansen hat noch einiges vor: Es werden über 20.000 Quadratmeter neue Einzelhandelsfläche geplant, davon der größte Teil für den Textil- und Fahrradhandel.



Fotos: Carina Peretzke

Impressum

Herausgeber:

Handelsverband Nordrhein-Westfalen e.V.,
Kaiserstr. 42 a, 40479 Düsseldorf,
www.hv-nrw.de

Redaktion:

Matthias M. Machan, Carina Peretzke

Redaktionsteam:

Karin Eksen, Jörg Hamel, Marc Heistermann,
Thomas Kunz, Matthias M. Machan,
Carina Peretzke, Markus Richter,
Marion Runge

Layout/Grafik:

Gabriel Wagner

Erscheinungsweise:

4-mal im Jahr; bei Adressänderungen oder
-löschungen, wenden Sie sich bitte direkt
an den für Sie zuständigen Regionalver-
band.

Titelfoto: Handelsverband NRW

Rechtliche Klausel:

Eingehende Beiträge werden nicht zurück-
gesandt. Alle Rechte vorbehalten. Kein Teil
dieser Zeitschrift darf ohne schriftliche
Genehmigung des Herstellers vervielfältigt
oder verbreitet werden. Unter dieses Verbot
fallen insbesondere auch die gewerbliche
Vervielfältigung bei Kopie, die Aufnahme in
elektronische Datenbanken und die Vervielf-
ältigung auf CD-ROM. Für die Angebote in
den Werbeanzeigen ist ausschließlich der
Werbetreibende verantwortlich.



Liebe Leserin, lieber Leser,
liebes Mitglied,

die Folgen des Kriegs in der Ukraine machen sich weiterhin in den immens gestiegenen Energiekosten, einer extremen Inflationsrate und einer infolgedessen rekordniedrigen Konsumstimmung bemerkbar. Hoffnungsschimmer für das diesjährige Weihnachtsgeschäft sind eine stabile Arbeitsmarktlage sowie ein hohes Sparvolumen. Beides hilft allerdings nichts, wenn die von der Bundesregierung versprochenen Hilfen sowohl für Unternehmen als auch für Verbraucher nicht schnellstmöglich ankommen. Wir setzen uns hier auf Bundes- und Landesebene ein, um gute Lösungen für den Einzelhandel zu schaffen, Erleichterungen zu erwirken und auch die noch offenen Fragen zu klären!

Neben den weiterhin belastenden Themen Energie und Corona steht der Handel, wie so viele Branchen, vor einem weiteren Problem: dem Fachkräftemangel. Wir haben mit der Trainerin Wiebke Böhmer gesprochen, mit der wir genauer auf die Themen Mitarbeitergewinnung und -haltung blicken. In dieser bereits vierten Ausgabe unseres E-Magazins *NRW handelt* soll es natürlich wie immer auch um erfreuliche und schöne Dinge gehen: Der Trialog des Handelsverbandes NRW – Westfalen-Münsterland war wieder ein voller Erfolg und blickte thematisch mit Gastredner Bastian Sick über den Tellerrand!

Passend zur dunklen Jahreszeit eröffnen vielerorts nicht nur die Weihnachtsmärkte, sondern auch die Lumagica geht an den Start und zaubert ganze Lichterwelten. Im letzten Magazin haben wir den Lichterglanz im Rahmen der aktuellen Energiekrise beleuchtet, jetzt genießen wir den Besuch auf der Halde in Hückelhoven.

In Mettmann haben wir Sonja Meier von der Haaner Kinderboutique „Mama rockt“ getroffen. Die engagierte Unternehmerin hat mit Unterstützung des Handelsverbandes NRW - Rheinland bei Bovensiepen (Büroartikel & Schreibwaren) ein innovatives Shop-in-Shop-Konzept umgesetzt. Im Mittelpunkt steht ein 360-Grad-Rundgang durch ihr Haaner Geschäft, der durch eine auf einer Stele bereitgestellten VR-Brille oder alternativ auf einem Tablet durchlaufen werden kann. Damit ist es möglich, auch an einem anderen Standort das Geschäft virtuell zu betreten und kennenzulernen.

Und für unseren Bestseller reisen wir nach Düsseldorf und besuchen Petra Voigtmann bei „everChamp“. Denn was passt zum Jahresende besser als ein Gläschen Schaumwein?!

In diesem Sinne wünsche ich Ihnen ein erfolgreiches Weihnachtsgeschäft, eine besinnliche Weihnachtszeit und einen guten Wechsel in ein neues, hoffentlich friedvolleres Jahr!

Ihr

Michael Radau

Präsident des Handelsverbandes NRW



„Ich stehe für Lebensfreude!“

Von Matthias M. Machan

Jetzt, zum Jahresende hin, in den Wochen der großen Feste und Feiern, haben Champagner, Cava und Winzersekte ihren Absatz-Peak. Für Petra Voigtmann indes, die sich 2017 mit ihrem Fachgeschäft „everChamp“ in der Düsseldorfer Innenstadt einen Lebenstraum erfüllte, ist Champagner ein Ganzjahresgetränk. Die Top-Sommeliere hat sich binnen weniger Jahre den Ruf erarbeitet, eine der besten des Landes zu sein.

Vorurteile wohin man schaut und fragt: Champagner? Kaum ein anderes Getränk verkörpert Luxus und Dekadenz so sehr wie die Edelbrause aus Frankreich. Wer Champagner abseits der Discounter-Angebote kauft, fühlt sich nach ein paar Schlucken schnell im Dunstkreis der Reichen und Schönen – Rennpferde, schnelle Autos, Schmuck, teure Fashion-Labels und dann auch noch Düsseldorf als Geschäftsadresse, nur wenige Fußminuten von der Kö entfernt. Fertig ist das Vorurteil. „Wir feiern das Leben“, zitiert Petra Voigtmann, die uns völlig unprätentiös und in Blue Jeans begrüßt, das Motto der diesjährigen Düsseldorfer Karnevalssession. Und weiter: „Ich stehe mit meinem Concept-Store rund um das Thema Champagner für die Lebensfreude, den schönen Moment. Dennoch habe ich die Bodenhaftung nicht verloren.“ Bodenhaftung heißt an diesem Mittwochmorgen, zwei Stunden

vor Ladenöffnung, erst einmal Ordnung schaffen. Denn am Vorabend ist Nachschub aus der Champagne gekommen, der jetzt erst einmal sortiert, eingeräumt oder ins Lager gebracht werden muss.

Ladenlokal wie ein öffentliches Wohnzimmer

Etiketten-Trinker, die nach den großen, wohlklingenden Marken-Namen aus der Champagne à la Lanson, Veuve Clicquot, Laurent Perrier, Moët & Chandon, Pommery oder Dom Pérignon Ausschau halten, müssen lange suchen. Die Welt von Petra Voigtmann sind die eher kleinen Häuser und zumeist familiengeführten Weinbaubetriebe: „Alle Weine, die ich anbiete, seien sie nun prickelnd oder still, kommen von kleinen, familiengeführten Winzern, von denen viele in Deutschland kaum oder gar nicht bekannt sind“, so Voigtmann zu ihrer Philosophie. Klar, dass sie die Winzer persönlich kennt und schätzt sowie regelmäßig besucht. Kunden, die sich bei ihr im gerade einmal 90 Quadratmeter großen Ladenlokal an der Jahnstraße - sie nennt es nicht zu Unrecht ihr „öffentliches Wohnzimmer“ - auf die Reise zum Genuss abseits bekannter Pfade aufmachen, werden reich belohnt. Voigtmann: „everChamp ist markenfreie Zone.“



Eine Leidenschaft für den Champagner: Petra Voigtmann. Fotos: everChamp, Matthias M. Machan



Petra Voigtmann ist nicht nur die Inhaberin von „everChamp“, sie ist die Herz-Kammer und Seele des Unternehmens. Der Verfasser dieser Story, selbst vor vielen Jahren in der Weinbranche journalistisch unterwegs, hat selten eine Gastgeberin getroffen, die so für ihr Produkt „brennt“, den Funken der Begeisterung mühelos wie fachkundig überspringen lässt: „Ein Champagner, der eine 15-jährige Lagerung auf der Hefe hinter sich hat, erzählt jedem eine Geschichte.“

Schlechte Nachrichten und Geschichten, schlechte Laune gar, haben draußen vor der Tür zu bleiben. „Hier geht es um die schönen Dinge. Hier treffen sich Gleichgesinnte, die rund um das Thema Champagner abtauchen und sich inspirieren lassen wollen.“ Und das klappt seit der Geschäftsgründung im Jahr 2017 so gut, dass Voigtmann über Verstärkung im Verkauf nachdenkt.

Erstaunlich genug: Die, die zu „everChamp“ kommen, sind vergleichsweise jung, passen jedenfalls nicht zu den Bildern, die man sich im Kopf unweigerlich für die Champagner-Klientel zurechtgelegt hat: „Meine Kunden sind ein junges, gemischtes Publikum zwischen 25 und 45, lauter Genussmenschen, die gutes Essen und Trinken lieben.“

Die Quintessenz meines Schaffens

Die Gründung von „everChamp“ bezeichnet Voigtmann als die „Quintessenz meines Schaffens“. Die gebürtige Hamburgerin, die der Liebe wegen vor knapp einem Vierteljahrhundert ihrem Mann in die Wahlheimat Düsseldorf folgte, denkt und handelt konzeptionell. Das sieht man dem Sortiment, das neben Champagner auch ausgesuchte Delikatessen (u.a. Jahrgangssardinen) und Accessoires (Gläser, Öffner, Verschlüsse, Kerzen, Bücher, Musik, selbst die Kronleuchter an der Decke können gekauft werden) anbietet, genauso an, wie dem Concept-Store mit seiner geschmackvoll inszenierten Bühne für den Champagner oder der klug aufgebauten Website. Voigtmann: „Wer zu mir kommt, bekommt alles, was er braucht, um einen Moment schön zu inszenieren.“

Das Ladenlokal punktet mit einer atemberaubend langen Tafel, an der weit mehr als 14 Personen Platz finden können, stilvolle Kronleuchter, eine gemütliche Loungeecke, eine große Theke und natürlich mit Champagner und anderen Köstlichkeiten gefüllte Regale.



„Champagner ist für viele nur für den ganz besonderen Moment. Doch dieser Moment ist genau jetzt. Denn ein besserer kommt nicht“, Petra Voigtmann.

Schon immer brachte Petra Voigtmann im Laufe ihrer beruflichen Entwicklung Struktur und Kreativität zusammen. Ob als Diplom-Kauffrau, in der Produktionsleitung für Film- und Fernsehen im NDR Studio Hamburg oder als Projektleiterin und Key Account Managerin für internationale Messen und Events. Vor allem aber liebt sie Champagner. 2017 wandelte sie ihre Leidenschaft für Champagner zur Profession, durchlief die Ausbildung zur Sommelière an der Deutschen Wein- und Sommelierschule in Koblenz, wo sie mit Erfolg ihre Prüfung vor der IHK ablegte. Gleichzeitig absolviert sie den international anerkannten WSET-Abschluss Award Level 3 für Wines and Spirits. Und: Sie gründete everChamp.

„Der besondere Moment ist jetzt ...!“

Heute schätzen die Kunden ihre Expertise genauso wie die Profis der Düsseldorfer Top-Gastronomie, die ihren Champagner bei ihr beziehen. Und als vorgezogenes Weihnachtsgeschenk kam gerade der Ritterschlag: Ganz frisch wurde Voigtmann als „Dame Chevalier“ für Champagne Bruno Paillard im „Ordre des Coteaux de Champagne“ in Reims inthronisiert. Voigtmann: „Eine besondere Ehre, da man hier nur berufen werden kann, wenn man als Botschafter besondere Dienste für Champagner und Lebensfreude leistet.“ Die feierliche Inthronisierungs-Zeremonie fand im Krönungssaal der französischen Könige des Palais du Tau neben der Kathedrale von Reims statt, in der alle französischen Könige gekrönt wurden.

Aber was genau fasziniert am Champagner? „Die Welt der Champagner ist wunderbar, und sie ist groß. Unsere Champagner spiegeln das jeweilige Terroir und kommen von kleinen Winzerbetrieben sowie familiengeführten Produzenten. Sie entwickeln sich in Ruhe durch traditionelle Flaschengärung, zeigen individuellen Charakter. Die Hingabe der Winzer für handwerkliche Produktion bewahrt die Kultur der Region. Mit jedem Schluck sind wir Teil einer aufregenden, lange währenden Geschichte von Experiment, Fortschritt und Erfolg.“

Das Schöne ist: Wer mehr über die Welt der Schaumweine erfahren möchte, kann an Verkostungen und Workshops teilnehmen, die monatlich angeboten werden, oder das Ladenlokal für private Feiern und geschäftliche Veranstaltungen mieten. Was uns Petra Voigtmann zum Abschied auch mit auf den Weg gibt: „Champagner ist für viele nur für den ganz besonderen Moment. Doch dieser Moment ist genau jetzt. Denn ein besserer kommt nicht.“





Start ins Weihnachtsgeschäft

„Shopping brummt fast wie vor Corona“, titelte die in Düsseldorf erscheinende „Rheinische Post“ über das 1. Adventswochenende in der NRW-Landeshauptstadt. Die Kundenfrequenzen in Nordrhein-Westfalen waren in der Tat am 1. Adventswochenende vielerorts vielversprechend, reichten jedoch noch nicht wieder an die Zeit vor der Pandemie heran. Das ergab eine Umfrage unter den Einzelhandelsunternehmen in NRW.

Auch in Bezug auf den Umsatz ist bei vielen Händlern noch Luft nach oben. Aber die Aktionstage rund um den Black Friday, die eröffneten Weihnachtsmärkte sowie andere Events lockten bei zumeist gutem Wetter zahlreiche Menschen vor die Tür und in die Städte. Durch den Black Friday und den Cyber Monday ist inzwischen auch hierzulande eine leichte Verlagerung des Weihnachtsgeschäftes in den November spürbar. So konnten einige Unternehmen im Rahmen der Black oder Cyber Week einige Umsatzimpulse mitnehmen, andere berichten zwar auch von guten Frequenzen, aber vielfach noch eher stöbernden Kunden.



Energiesparen: Einzelhandel leistet Beitrag

Auch wenn dies für das Wochenende des 1. Advents nicht ganz ungewöhnlich ist, dass sich die Kunden noch orientieren, so spielt hier sicherlich auch die anhaltende Verunsicherung im Rahmen der Energiekrise mit rein. Hier bleibt zu hoffen, dass die versprochenen Entlastungen noch in diesem Jahr bei den Verbrauchern – und natürlich den Unternehmen – ankommen, damit die Bilanz am Ende des Weihnachtsgeschäftes passt.

Übrigens: In puncto Energiesparen leistet der Einzelhandel seinen Beitrag: Es gibt kaum einen Händler, der nicht mindestens an einer Stellschraube gedreht hat. Die meisten Händler haben auf LED umgestellt und die Beleuchtungszeiten angepasst, außerdem wurden in vielen Geschäften die Raumtemperatur gesenkt und das Lüftungsverhalten angepasst. Eher kleine Handgriffe wie Stand-by-Geräte auszuschalten werden ebenso umgesetzt wie große Maßnahmen in Form von neugebauter Photovoltaik. Auch das ergab eine Umfrage des Handelsverbandes NRW.



Fotos: Fotos aus Neuss und
Düsseldorf; Eckart Gömer,
HV NRW





Dialog in Münster u.a. mit (v.l.n.r.): Stefan Grubendorfer, Bastian Sick, Karin Eksen, Bürgermeisterin Angela Stähler, Moderatorin Anne Legat und Thomas Schäfer. Fotos: Michael Kuhlmann

Dialog in Münster: „Wir sind begeisterte Händler!“

Jedes Jahr im Herbst lädt der Handelsverband NRW Westfalen-Münsterland zum mittlerweile traditionellen „Dialog“ ein, damit Vertreter von Handel, Politik und Verwaltung in entspannter Atmosphäre miteinander ins Gespräch kommen. Nach zweijähriger Pause war es Ende Oktober wieder so weit.

Der Idee des Dialogs entsprechend waren zahlreiche Gäste aus dem Handel, aber auch aus Verwaltung und Politik der Einladung gefolgt. Stefan Grubendorfer, Vorsitzender des Handelsverbandes NRW Westfalen-Münsterland, verwies in seinen Begrüßungsworten auf die Herausforderungen, denen sich der Handel erst durch die Corona-Pandemie und aktuell mehr noch durch die zusätzlichen Probleme in Zusammenhang mit dem Ukraine-Krieg ausgesetzt sieht: „Was uns Menschen ausmacht, das wurde uns zeitweise genommen. Corona schien überwunden, es keimte Hoffnung auf Normalität - und dann kam der 24. Februar. Das

hat uns Europäer bis ins Mark getroffen und unsere Wertevorstellung erschüttert!“

Die Auswirkungen des Krieges hätten nicht nur den Handel vor neue Herausforderungen gestellt. Grubendorfer: „Eine gute Planung macht uns Kaufleute aus. Aktuell ist das aber kaum möglich. Personalengpässe, Lieferprobleme, Preissteigerungen seien aktuell täglich zu bewältigen. Hinzu kämen die Sorgen um die Energiepreise und -verfügbarkeit, die Kunden, Mitarbeitende und Unternehmen gleichermaßen beschäftigen.“

Handelslagen zu Erlebnisorten machen

Nichtsdestotrotz betonte Grubendorfer seine ungebrochene Leidenschaft für den Handel, der er als Lebensmittelhändler gerne nachkommt: „Zum jetzigen Zeitpunkt lassen sich viele Dinge nicht maßgeblich beeinflussen, dennoch



Für Karin Eksen (r.), die im Frühjahr 2023 als Geschäftsführerin des Handelsverbandes in Münster in den Ruhestand geht, war es der letzte Dialog, den sie maßgeblich mitverantwortet hat.



„Schlagen Sie dem Teufel ein Schnäppchen“, so der doppeldeutige Ratschlag von Bastian Sick.



„Wir sind begeisterte Händler. Und wir werden uns nicht klein kriegen lassen“, Stefan Grubendorfer, Vorsitzender des Handelsverband NRW Westfalen-Münsterland.

können wir jetzt handeln. Denn: Wir sind begeisterte Händler. Und wir werden uns nicht klein kriegen lassen.“ Jetzt handeln bedeutet für Grubendorfer u.a. Handelslagen zu

Wohlfühl- und Erlebnisorten zu machen, die Infrastruktur weiter digital auszubauen sowie einen guten Mix aus Online- und stationärem Handel zu schaffen.

„Schlagen Sie dem Teufel ein Schnäppchen“

Das Thema des Abends war aber keineswegs die weltpolitische Lage mit ihren Auswirkungen. Vielmehr ging es um Sprache. Allerdings befand Bastian Sick, Buchautor und Kolumnist, durchaus auch die deutsche Grammatik in der Krise. Unter dem Titel „Schlagen Sie dem Teufel ein Schnäppchen“ stellte er unter Beweis, dass der Umgang mit der deutschen Sprache auch im Hinblick auf die Rechtschreibung nicht immer einfach sei. Viele Beispiele, mit denen der Handel für seine Produkte wirbt, verursachten große Heiterkeit im Publikum, seien es die günstigen „Ananässe“, die „spanischen Avogados“, die Nussnougatcreme „Nuttela“ oder das Schnäppchen „Shit“, das eigentlich ein günstiges T-Shirt bewerben sollte.

Quer durch die Republik ließen sich die Stilblüten der deutschen Sprache verfolgen. Der Genitiv schein in der deutschen Sprache mehr und mehr verloren zu gehen, monierte der Referent, der geradezu eine „Vonnitis“ feststelle: Zur Vermeidung des ungeliebten Genitivs werde immer häufiger eine Umschreibung mit „von“ gewählt. Aber auch das Publikum musste seine Kenntnisse unter Beweis stellen und gab dabei – freundlich ausgedrückt – ein recht heterogenes Bild ab. So zeigte sich Karin Eksen, Geschäftsführerin des Handelsverbandes, im Anschluss enttäuscht: „Ich habe angenommen, die Gäste seien mir wohlgesonnen. Nun habe ich kapiert, dass das nicht stimmt.“ Bastian Sick hatte in seinem Vortrag erklärt, dass es „wohlgesinnt“ heißen müsse. Nicht nur dem Referenten war das Publikum deutlich wohlgesinnt, sondern auch der Geschäftsführerin, die die Veranstaltung nutzte, um sich im Hinblick auf den in wenigen Monaten anstehenden Ruhestand mit einem kleinen Rückblick auf dann 26 Jahre Verbandsarbeit zu verabschieden.

Letzter Trialog für Karin Eksen

Ihre Handelsaffinität hat Karin Eksen schon früh erkannt (ihr Berufswunsch mit acht Jahren: Eierverkäuferin). Gerne habe sie sich immer mit den Mitgliedsunternehmen und ihren unterschiedlichen Problem- und Interessenlagen befasst, aber auch mit Kollegen und Vertretern von anderen Institutionen und der Politik (manchmal auch bei der Politik) um Verständnis für den Handel geworben. Besonders der Dank an das Team der Geschäftsstelle Münster, das Eksen als „quasi ihre zweite Familie“ beschrieb, ging ihr dann aber doch merkbar nahe.

Mit einem regen Austausch beim abschließenden Imbiss füllten die Teilnehmenden die Ursprungsidee des Trialogs mit Leben.







Sonja Meier (Mama rockt) und Axel Ellsiepen (Bovensiepen) stellen das virtuelle Shop-in-Shop-Konzept vor. Fotos: Markus Schaaf, Matthias M. Machan

Virtuelles Konzept: „Mama rockt“ jetzt auch in Mettmann

Von Matthias M. Machan

Sonja Meier und Axel Ellsiepen sind Handelskollegen mit Herzblut und Visionen im Kreis Mettmann, die über den Tellerrand ihres eigenen Unternehmens hinausblicken. Sie führt den beliebten Concept-Store „Mama rockt“ in der Gartenstadt Haan, er das Traditionsfachgeschäft für Bürobedarf Bovensiepen in Mettmann. Jetzt hat die beiden Unternehmer, die jeweils auch Ortsvorstände im Handelsverband sind, ein virtuelles Shop-in-Shop-Konzept zusammengeführt. Ein Konzept, das Schule machen könnte.

Sonja Meier, engagierte Inhaberin der Haaner Kinderboutique „Mama rockt“, fiel in Gesprächen mit lokalen Unternehmern immer wieder auf, dass ihr Geschäft für Kinderkleidung und Spielwaren über die Stadtgrenzen der

Gartenstadt hinaus nicht ausreichend bekannt ist. „Auch, wenn die Wege im Kreis Mettmann eigentlich übersichtlich sind, musste eine Lösung her, um auch städteübergreifend viel präsenter zu werden“, so Meier.

Gesagt, getan: In Zusammenarbeit mit dem Virtual-Reality-Experten Christian Prison, Björn Musiol vom Handelsverband NRW – Rheinland und Digitalcoach Markus Schaaf entwickelte die Ortsvorsitzende des Handelsverbandes in Haan ein innovatives Konzept in Form einer Stele mit zahlreichen, durchdachten digitalen Features. Im Mittelpunkt steht ein 360-Grad-Rundgang des Concept Stores in Haan, der durch eine auf der Stele bereitgestellten VR-Brille oder alternativ auf einem Tablet durchlaufen werden kann.



Aufmerksamkeitsstark an der Stele präsentiert wird auch ein Auszug des Sortiments.



Über das Tablet ist es möglich die Website oder den Onlineshop aufzurufen, oder sogar einen Live-Chat mit dem Geschäft zu starten.



Die Initiatoren und Möglichmacher des virtuellen Shop-in-Shop-Konzeptes.



Die Premiere des Konzeptes sorgte für ein großes Medieninteresse.

Damit ist es jetzt möglich, auch an einem anderen Standort das Geschäft virtuell zu betreten, kennenzulernen und zu erleben. So kann beispielsweise ein anderes Handelsunternehmen – wie jetzt Bürobedarf Bovensiepen – sein Sortiment auf der eigenen Verkaufsfläche erweitern und das liebevoll kuratierte „Mama rockt“-Sortiment als Kooperationsmodell ergänzend vor Ort präsentieren. Zudem wird eine kleine Auswahl besonderer Produkte neben der Stele präsentiert.

Über das Tablet ist es möglich, die Website oder den Onlineshop aufzurufen, die Social-Media-Kanäle zu besuchen oder einen Live-Chat mit dem Geschäft zu starten. Das Konzept präsentierte sich bei seiner Premiere im Handel Ende November in Mettmann als eine durchdachte, kombinierte Hard- und Softwarelösung, die die Ausstellungsfläche von Ladenlokalen in die digitale Welt, das sogenannte Metaverse, erweitert. Übrigens: Bei der Finanzierung des Projektes hat der zuletzt angebotene Förderzuschuss im Rahmen des Landesprogramms Digihandel NRW für Hard- und Software des Landes Nordrhein-Westfalen maßgeblich geholfen.

Nur „lokal“ reicht heute nicht mehr aus ...

Seine eigentliche Premiere hatte das „Mama rockt“ Pop-up-Store-Konzept im Rahmen einer Präsentation eines Treffens der Ortsvorstände im Kreis Mettmann des Handelsverbands NRW – Rheinland. Dabei weckte es bei den Händlerinnen und Händlern großes Interesse. „Im nächsten Schritt wurde ein passendes Kooperationsgeschäft ausgewählt, um das Konzept zum ersten Mal in den Livebetrieb zu nehmen“, so Meier. Am 24. November wurde im Traditionsfachgeschäft für Bürobedarf, Bovensiepen, das digital-stationäre Konzept erstmals an den Start gebracht. Dadurch hat Bovensiepen Geschäftsführer Axel Ellsiepen jetzt „Mama rockt“ zeitweise mit einem Auszug des Sortiments nach Mettmann geholt. Ellsiepen: „Die Menschen nutzen ihre Innenstädte. Aber lokal reicht heute nicht mehr aus. Wichtig ist die Sichtbarmachung der Sortimente auch in anderen Städten. Das vergrößert das Einzugsgebiet und ist zukunftsweisend.“ Mit einem Augenzwinkern ergänzte Markus Schaaf, Digitalcoach des Handelsverbands NRW:



Der Concept Store „Mama rockt“ ist eine Wundertüte und Fundgrube für Kinder, Eltern und Großeltern.

„Bei diesem Projekt wurde das Wort Einzelhandel nicht wörtlich genommen. Man handelt gemeinsam!“

Sonja Meier gründete den Conceptstore „Mama rockt“ 2017 gemeinsam mit ihrem Mann Pete. Als Eltern von vier Kindern wissen beide worauf es ankommt, was junge Familien brauchen und was den Alltag mit der Rasselbande erleichtert. Durch einen gut eingerichteten Onlineshop und funktionierende Social-Media-Auftritte ist das Unternehmen seit geraumer Zeit ein Best-Practice und Vorbild für viele Händler.

Wundertüte für Weltentdecker

„Mama rockt“ ist ein Anlaufpunkt für junge Familien (und die Großeltern) mit Kindern im Kindergarten- und Grundschulalter. Zu sehen, zu erleben und zu kaufen gibt es dort alles, was es in Haan zuvor viele Jahre nicht gab: Spielzeug und Kindermode, darunter auch eigene Entwürfe und Designs. Nichts von der Stange, alles individuell und mit Bedacht und Leidenschaft für ihre Klientel ausgewählt.



Vor allem aber ist es ein inhabergeführter, liebevoll eingerichteter Concept Store, nein, besser: eine Wundertüte für kleine Weltentdecker, die mit Spielzeug, Mode, Accessoires, Stoffen und Deko den Branchenmix in jeder Großstadt ergänzen und bereichern würde. Coole Mode, kreatives Spielzeug, trendige Accessoires, witzige Deko.

Meier zur DNA von „Mama rockt“: „In unser Sortiment schaffen es nur Waren, die außergewöhnlich sind, die sich toll anfühlen und die jedes Abenteuer mitmachen. Dazu gibt es wunderbare Designs, die die Phantasie beflügeln.“



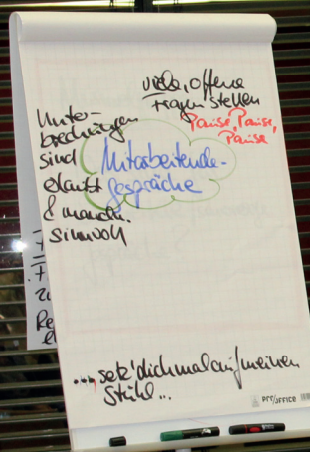
Virtual-Reality-Experte Christian Prison erläuterte die Technik hinter dem Projekt.



Freuen sich gemeinsam über die gelungene Umsetzung: Sonja Meier und Axel Ellsiepen.

Ob Kleidung, Kreide oder Knete: Ins Sortiment von „Mama rockt“ schaffen es Produkte und Marken, die besonders hochwertig, ökologisch und sozial produzieren. „Unserer Natur und unserer Kinder zuliebe“, sagt Meier. Und ergänzt: „Kinder sind fantasievoll und neugierig. Sie toben, singen, basteln, bauen, tanzen. Und für sie kann die Welt oft nicht

bunt genug sein. In unserem Concept Store können sich Eltern, Großeltern, Patentante und -onkel und natürlich unsere kleinen Besucher rundum wohlfühlen.“ Neugierig macht darauf jetzt auch der digitale Shop von „Mama rockt“ bei Bovensiepen in Mettmann. Ein Video zum Projekt finden Sie hier: <https://vimeo.com/776142195>



Top-Thema Mitarbeitergespräche mit Referentin Wiebke Böhmer in Recklinghausen.

Wie begeistern Sie die Generation Z für Ihr Unternehmen?

Als hätte der Einzelhandel mit den Folgen von Corona, Energiepreis-Explosion, Inflation und Frequenz-Rückgängen in den Innenstädten nicht schon genug Herausforderungen, ist mit dem Thema Fachkräftemangel – übrigens quer durch alle Branchen und das nicht nur, aber auch dem demographischen Faktor geschuldet – eine weitere hinzugekommen.

Wie man die Generation Z für sein Unternehmen begeistern kann, aber auch wie sich mit wertschätzender Personalarbeit Fachkräftesicherung betreiben lässt, erläuterte Trainerin Wiebke Böhmer bei zwei Veranstaltungen des Handelsverbandes NRW Ruhr-Lippe in Bochum und Recklinghausen. Wiebke Böhmer (www.punkt100.de) zeigte u.a. auf, welche kreativen und vielseitigen Möglichkeiten es auch in Zeiten wie diesen in der Mitarbeitergewinnung gibt. Zudem gewährte das Bildungszentrum des Handels, vertreten durch die Abteilungsleiter Berufsvorbereitung und Ausbildung, Tobias Schäfer und Holger Buchholz, einen

informativen Einblick in die Projektarbeit mit Jugendlichen. Sie zeigten den anwesenden Händlerinnen und Händlern Möglichkeiten der kooperativen Ausbildung auf und halfen beim Matching von geeigneten Bewerbern.

Personalmarketing – abseits der gewohnten Wege

Die eigene Karriereseite auf der Website eines Handelsunternehmens ist für Wiebke Böhmer unerlässlich: „Das ist das A und O, denn BewerberInnen wollen natürlich wissen, wo sie landen.“ Finden also potentielle neue Mitarbeiter auf der Website alle wichtigen Informationen? Und bekommen Interessierte dort auch einen Eindruck über die Arbeitsbedingungen vor Ort, die Stimmung im Team, die Arbeitsatmosphäre und über die Kultur meines Unternehmens?

Genauso wichtig ist auch der Bewerbungsprozess? Gibt es auf Nachfragen der potentiellen Interessenten schnelle



Seminar zur Mitarbeitergewinnung mit Wiebke Böhmer in Bochum.

Antworten und schnelle Einladungen? Mehr noch: Braucht es wirklich noch Bewerbungsunterlagen oder geht der Prozess auch niederschwellig via Telefon oder per WhatsApp?

In einem zweiten Seminar gab Böhmer Tipps für eine wertschätzende Personalarbeit und Fachkräftesicherung. Werden insbesondere heikle Gespräche wertschätzend und verbindlich geführt, sind sie ein wichtiges Instrument zur Bindung der Fachkräfte: Wichtige Elemente einer wertschätzenden Personalarbeit sind für Böhmer u.a. die Vorbildfunktion (Mitarbeitende orientieren sich an den Führungskräften) sowie die individuelle Unterstützung der Mitarbeitenden. Denn alle Mitarbeitenden sind unterschiedlich und so sollte sich auch die Führungskraft entsprechend anpassen.

Mehr Fragen statt Sagen

Es ist die Führungskraft, die für eine gelungene Kommunikation verantwortlich ist. Gespräche auf Augenhöhe zu führen sei auch als Führungskraft möglich. Wichtig sei es, bei Mitarbeiter-Gesprächen viele, möglichst offene Fragen stellen zu stellen – eben mehr Fragen statt Sagen. Ein sinnvolles Stilelement seien Skalenfragen, etwa auf einer Skala von „1“ bis „10“: „Wie gerne kommst du zur Arbeit? Warum als Antwort beispielsweise nur eine „6“? Woran lässt sich das festmachen? Und was fehlt für eine „8“?



Wie man die Generation Z für sein Unternehmen begeistern kann, aber auch wie sich mit wertschätzender Personalarbeit Fachkräftesicherung betreiben lässt, erläuterte Trainerin Wiebke Böhmer bei zwei Veranstaltungen des Handelsverbandes NRW Ruhr-Lippe.



Die Klimaschutzoffensive des HDE hat beim Klima- und Energiekongress 2022 des EHI Retail Institute in Köln zwei Handelsunternehmen für ihr Klimaschutz-Engagement ausgezeichnet.

Ausgezeichnet! HDE-Klimaschutzoffensive ehrt Mode- und Sporthaus Klingemann

Die Klimaschutzoffensive des Handelsverbandes Deutschland (HDE) hat beim Klima- und Energiekongress 2022 des EHI Retail Institute in Köln Ende November zwei mittelständische Handelsunternehmen für ihr herausragendes Klimaschutz-Engagement ausgezeichnet. Das Mode- und Sporthaus Klingemann aus Höxter sowie Edeka Hauschildt (Schleswig-Holstein) sind die Gewinner der neuen und zum ersten Mal verliehenen Auszeichnung für besonderes Klimaschutz-Engagement eines mittelständischen Handelsunternehmens der Klimaschutzoffensive des Handelsverbandes Deutschland (HDE).

Die Ehrung wurde verliehen, um herausragende Beispiele für die Einsparung von Energie in Handelsunternehmen bekannt zu machen. „Mit der Auszeichnung wird das Engagement von Einzelhandelsunternehmen gewürdigt, die sich aktiv und mit einem ganzheitlichen Anspruch in die Energiewende und eine nachhaltige Trans-



„Die Preisträger beweisen mit ihren herausragenden Energieeffizienzprojekten und ihrem umfassenden Engagement, wie die Handelsbranche eine nachhaltigere und klimafreundlichere Wirtschaftsweise praktisch umsetzen kann. Sie haben Nachhaltigkeit als strategischen Faktor erkannt und zur Chefsache gemacht“, Jelena Nikolic, Projektleiterin der HDE-Klimaschutzoffensive.

formation einbringen“, erläutert Jelena Nikolic, Projektleiterin der HDE-Klimaschutzoffensive. Und weiter: „Energiesparen und Effizienzmaßnahmen sind wichtiger denn je. Der bewusste und sparsame Umgang mit Ressourcen ist der Schlüssel für mehr Klimaschutz im Einzelhandel. Wir setzen mit dieser Ehrung darauf, Erfolgsbeispiele bekannter zu machen, damit sie möglichst viele zur Nachahmung anregen.“

Klingemann: Ambitioniert in die Klimaneutralität

Jens Klingemann, Geschäftsführer und Inhaber des Mode- und Sporthauses Klingemann im nordrhein-westfälischen Höxter, sicherte sich als Non-food-Händler die Auszeichnung. Mit großem Einsatz realisierte der Kaufmann, der das Modehaus mit einer über 260-jährigen Geschichte in der achten Generation erfolgreich führt, auf einer Verkaufsfläche von rund 7.000 Quadratmetern zahlreiche beispielgebende Energieeffizienzmaßnahmen.



Herausragendes Klimaschutz-Engagement: Jens Klingemann (Mode- und Sportheim Klingemann, Höxter) freut sich zusammen mit Jelena Nikolic (Projektleiterin Klimaschutzoffensive des Handelsverbandes Deutschland) über die Auszeichnung. Fotos: EHI Retail Institute, HDE



Die Gewinner der Auszeichnung für herausragendes Klimaschutz-Engagement der Klimaschutzoffensive des Handelsverbandes Deutschland (v.l.n.r.): Jens Klingemann, Jelena Nikolic und Torge Wendt (CEO Nordgrön Energie), der die Auszeichnung für Marco Hauschildt (Edeka) entgegennimmt.

Dabei war der Umstieg auf LED-Beleuchtung nur der Anfang: Sukzessive folgten der Einbau neuer Lüftungs- und Klimageräte sowie die Installation einer Photovoltaikanlage – die mit 850 Modulen und einer Leistung von 300 kWp die größte in der Innenstadt von Höxter ist. Dank vieler weiterer Maßnahmen konnte der Stromverbrauch von ursprünglich 1,15 Millionen Kilowattstunden um 80 Prozent gesenkt werden.

Nachhaltigkeit: Chefsache & strategischer Faktor

Im November 2021 folgte dann der nächste Schritt: Jens Klingemann wurde im Rahmen eines Pilotprojekts mit der HDE-Klimaschutzoffensive klimaneutral. Im Fokus stand bei diesem Prozess die kontinuierliche Emissionsreduktion, die Klingemann seitdem ambitioniert und Schritt für Schritt umsetzt. Damit ist er als erster klimaneutraler Modehändler in Deutschland ein hervorragendes Beispiel für den gesamten Modehandel. „Der Einsatz für Klimaschutz und Nachhaltigkeit ist ein Herzensprojekt. Man kann viel erreichen und einen soliden Beitrag leisten“, sagte Jens Klingemann anlässlich der Preisverleihung. Und weiter: „Natürlich braucht es einen langen Atem und viel Geduld – aber das lohnt sich allemal, wenn wir den nachfolgenden Generationen eine intakte Umwelt hinterlassen möchten.“

Anlässlich der Verleihung betont Jelena Nikolic, Projektleiterin der HDE-Klimaschutzoffensive: „Die Preisträger beweisen mit ihren herausragenden Energieeffizienzprojekten und ihrem umfassenden Engagement, wie die Handelsbranche eine nachhaltigere und klimafreundlichere Wirtschaftsweise praktisch umsetzen kann. Die Gewinner zeigen eindrucksvoll, wie viele Möglichkeiten Unternehmen inzwischen haben, um Ressourcen effizient einzusetzen. Sie haben Nachhaltigkeit als strategischen Faktor erkannt und zur Chefsache gemacht.“



Der Handel spart Energie und Kosten!

Die Klimaschutzoffensive des Handels

Die Klimaschutzoffensive des Handels richtet sich an kleine und mittelständische Einzelhändler. Sie vermittelt praxisnahes Wissen über Energieeinsparmöglichkeiten und Klimaschutzmaßnahmen. Gleichzeitig unterstützt die Informationskampagne des HDE die Handelsbetriebe dabei, Effizienz- und Klimaschutzmaßnahmen umzusetzen und trägt so zu einer langfristigen Reduzierung von Energiekosten und CO₂-Emissionen bei.

Anhand von Praxisbeispielen aus dem Handel, einem umfangreichen Angebot an handelspezifischen Informationen auf der Webseite, Online- und Präsenzveranstaltungen sowie einer flankierenden Kommunikationskampagne zeigt das Vorhaben auf, wie ein klimafreundlich wirtschaftender Einzelhandel gelingen kann. Infos unter: www.HDE-Klimaschutz.de.

Haldenzauber

Der magische Lichterpark in Hückelhoven

