

Andreas Bartmann
Erneut zum Präsidenten
gewählt [S. 06](#)

Einzelhandel neu Denken
Geschäftsmodelle mit
neuem Mind-Set [S. 14](#)

 **Handelsverband
Nord**
Hamburg · Schleswig-Holstein
Mecklenburg-Vorpommern

Handel(n) im **NORDEN**

Das neue digitale Mitgliedermagazin des Handelsverbands Nord

11.2022 **#1**



**Tag des Norddeutschen
Handels**

[S. 04](#)



Liebe Mitglieder des Handelsverbands Nord,

der Handel steht weiterhin vor großen Herausforderungen, gleichzeitig zeigen unsere Mitglieder immer wieder, wie innovativ die Branche selbst in schwierigen Zeiten ist. Neben den aktuell beherrschenden Themen Energiekrise, Corona-Pandemie, Personalmangel oder Lieferschwierigkeiten steht auch das Thema Digitalisierung bei vielen Unternehmen weit oben auf der Agenda. Auch wir beschäftigen uns nahezu täglich mit den Herausforderungen der Digitalisierung für den Handel – dies gilt natürlich auch für unsere Verbandsarbeit. Aus diesem Grund möchten wir Ihnen heute unser neues digitales Mitgliedermagazin **„Handel(n) im Norden“** vorstellen.

Diese erste Ausgabe erreicht Sie ergänzend auch im Printformat; zukünftig unterrichtet das als E-Paper konzipierte Magazin Sie exklusiv viermal im Jahr in digitaler Form über aktuelle und wissenswerte Themen unserer Branche.

Das E-Paper ist ein ergänzendes Informationsangebot, welches wir bewusst neben unsere E-Mail Newsletter stellen, die sich insbesondere in den zurückliegenden Krisenjahren als schnelles und zuverlässiges Kommunikationsmedium bestens bewährt haben. In unserer **„Handel(n) im Norden“** finden Sie daher umfassendere Beiträge und Hintergrund-

informationen, die in Ruhe studiert werden können. Digital sind wir mit diesem Magazin auf kurzem Wege bei Ihnen. Die Online-Verlinkungen in den Texten ermöglichen es Ihnen, komfortabel und dort, wo es Sie interessiert, Zusatzinformationen zu erhalten. Probieren Sie es einfach mal aus!

In unserer ersten Ausgabe erfahren Sie Neues aus unseren drei Bundesländern und wir berichten insbesondere für diejenigen, die nicht dabei sein konnten, über unseren „Tag des Norddeutschen Handels“, der nach zwei Jahren Corona-bedingter Pause endlich wieder stattfinden konnte. Zusätzlich enthält das Magazin wertvolle Rechtsbeiträge - dieses Mal zum Thema „Urlaub in Corona-Quarantäne“. Ich bin gespannt, wie unser neues Angebot bei Ihnen ankommt und wünsche Ihnen viel Spaß beim Lesen.

Handel braucht Verbündete, wir sind an Ihrer Seite!

Bleiben Sie gesund und viel Erfolg für den Jahresendspurt, Ihr

DIERK BÖCKENHOLT

Hauptgeschäftsführer
Handelsverband Nord

Die Geschäftsstellen des Handelsverbands Nord

Hauptgeschäftsstelle Kiel

Hopfenstraße 65
24103 Kiel
0431-97407-0
info@hvnord.de

Geschäftsstelle Hamburg

Große Bäckerstraße 3
20095 Hamburg
040-369812-0
hh@hvnord.de

Geschäftsstelle Rostock

Kröpeliner Str. 92
18055 Rostock
0381-453332
hro@hvnord.de

Geschäftsstelle Schwerin

Graf-Schack-Allee 10a
19053 Schwerin
0385-3977136
sn@hvnord.de

Geschäftsstelle Neubrandenburg

Jahnstr. 3 d
17033 Neubrandenburg
0395-581480
nb@hvnord.de

04



Tag des Norddeutschen Handels – Rückblick

Foto: Bea Marquardt



TAG DES NORDDEUTSCHEN HANDELS

- 04 **Handel in bewegten Zeiten**
Rückblick auf den „Tag des Norddeutschen Handels“
- 06 **Wiederwahl**
Andreas Bartmann erneut Präsident des Handelsverband Nord



AUS UNSEREN BUNDESLÄNDERN

- 07 **Es ist 5 nach 12**
Mecklenburg-Vorpommern macht zu
- 08 **REWE Gruppe**
Modernster Logistikstandort in Schleswig-Holstein eröffnet
- 10 **Hamburg Innenstadt**
Die City braucht den Handel
- 11 **Eimsbüttel shoppt**
Neuer Online-Marktplatz für den Stadtteil
- 12 **Generationsfreundliches Einkaufen**
Auszeichnung für viele Märkte im Norden
- 13 **Dialogforum Einzelhandel Mecklenburg-Vorpommern**
Starkes Netzwerk für den Einzelhandel

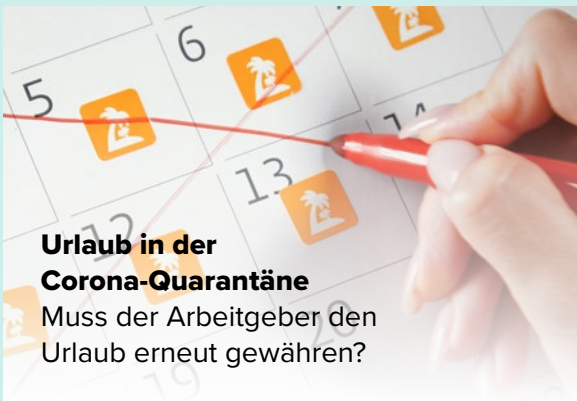
08



Foto: Rewe Nord

REWE Gruppe
Modernster Logistikstandort eröffnet

16



Urlaub in der Corona-Quarantäne
Muss der Arbeitgeber den Urlaub erneut gewähren?

Foto: adobestock/Azhorov



TOP THEMA

- 14 **Einzelhandel im Hypercompetition**
Geschäftsmodelle mit neuem Mind-Set denken



RECHT

- 16 **Urlaub in der Corona-Quarantäne**
Muss der Arbeitgeber den Urlaub erneut gewähren?



3 FRAGEN AN ...

- 18 **... Bettina Ernst**
Inhaberin des ‚Kinderkram‘ in Lübeck



AUS DEM PARTNERNETZWERK

- 20 **MEWA**

IMPRESSUM

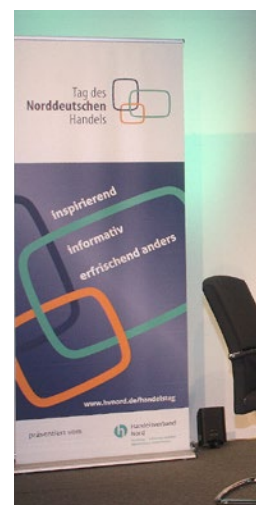
Herausgeber: Handelsverband Nord e. V., Hopfenstraße 65, 24103 Kiel,
info@hvnord.de | Redaktion: Annett Rabe, Hopfenstraße 65, 24103 Kiel,
Telefon: 0431 97407 0, Fax: 0431 97407 24
V.i.S.d.P. Dierk Böckenholt



Handel in bewegten Zeiten



Wirtschaftspolitiker aus allen drei Bundesländern stellten sich den Fragen der Händler.



Prof. W. Merkle fordert den Handel zum Umdenken auf.



„Nicht der Große schlägt den Kleinen, auch schlägt nicht der Schnelle den Langsamen, sondern der Mutige schlägt den Zauderer.“

A. Bartmann



„Gerade der Einzelhandel kann in seiner Vielfalt, seinen schönen Welten und Produkten Hilfe und Orientierung in solchen Zeiten geben.“

A. Bartmann

Handel braucht Verbündete: Der HV Nord ist der starke Partner an Ihrer Seite.



Nach zwei Jahren pandemiebedingter Pause versammelten sich in den Lübecker media docks rund 150 Teilnehmerinnen und Teilnehmer aus Handel, Politik, Kammern und Verbänden, um sich über aktuelle Themen zu informieren, sich auszutauschen und zu vernetzen. Unter dem Motto ‚Handel in bewegten Zeiten‘ lag der Fokus in diesem Jahr auf den zahllosen Herausforderungen, mit denen sich Einzelhändler aktuell konfrontiert sehen: verwaiste Innenstädte, schwindende Kauflaune, kaum Fachpersonal und immense Energiekosten.

Andreas Bartmann, Präsident des Handelsverbands Nord brachte in seiner Begrüßungsansprache auch eine Grußbotschaft aus Berlin mit – Wirtschaftsminister Robert Habeck bezog Stellung zu den akuten wirtschaftlichen Problemen – auch mit Blick auf den Einzelhandel.

Professor Wolfgang Merkle von der renommierten University of Europe for Applied Sciences in Hamburg zeigte in seinem Vortrag auf, wie Einzelhändler sich trotz vielfältiger Herausforderungen besser profilieren können.



Wir danken unseren Premiumpartnern:

NETTO **REWE** **famila**
besser als gut!

LIDL **EDEKA** **SIGNAL IDUNA**
Handelsgesellschaft Nord mbH gut zu wissen

Volksbanken Raiffeisenbanken **Kieler Volksbank** **Kieler**

Wir danken unseren Partnern:

Karls **elroto** **SCHNEEKLOTH**

80s 80s **RSH** **AUDIO HOUSE** **X** **Fliegward**

Tag des Norddeutschen Handels **Handel in bewegten Zeiten**
27. September 2022, Lübeck

Dankeschön

Ein ganz besonderer Dank gilt den Partnern, Sponsoren und Ausstellern der Veranstaltung: allen voran den Premiumpartnern Kaufland, Netto, Signal Iduna, Edeka Nord, Lidl, REWE, famila und der Kieler Volksbank. Aber selbstverständlich auch bei allen anderen Unterstützern aus der Handels- und Unternehmenswelt sowie den Medienpartnern bedankt sich der HV Nord. Hier ganz besonders Radio R.SH und 80's80's sowie Audiohouse in Kooperation mit Dr. X.



Fotos: Bea Marquardt

Das zeichnet den TNH aus: wissenswerte Themen und inspirierender Austausch



Im nachfolgenden Handelsgespräch diskutierten die Landespolitiker/-innen Julia Carstens (Staatssekretärin Wirtschaftsministerium Schleswig-Holstein), Jochen Schulte (Staatssekretär Wirtschaftsministerium Mecklenburg-Vorpommern) und Andreas Rieckhof (Staatsrat in der Hamburger

Behörde für Wirtschaft & Innovation) mit dem Vizepräsidenten des Handelsverband Nord, Knud Hansen (Geschäftsführer Inter-sport), zu den drängendsten Themen und über die Perspektiven, die sich dem Handel in der aktuell herausfordernden Situation bieten.

DER TAG DES NORDDEUTSCHEN HANDELS

Bereits seit 2008 ist der Tag des Norddeutschen Handels der Treffpunkt und die Plattform für den Handel im Norden. Hier treffen Entscheider und Stakeholder aus Handel, Politik, Kammern und Verbänden zusammen, um sich auszutauschen, Kontakte zu knüpfen und um sich über aktuelle Themen zu informieren. In Vorträgen, Workshops und Podiumsdiskussionen führen renommierte Experten und Referenten durch die Veranstaltung. Regelmäßig wird außerdem der Norddeutsche Handelspreis an herausragende Unternehmen verliehen. Mehr Infos unter <https://bit.ly/3EeAiC8>

Wiederwahl in herausfordernden Zeiten

Andreas Bartmann erneut zum Präsidenten des Handelsverband Nord gewählt

Der Beirat des Handelsverband Nord (HV Nord), das höchste Gremium des Verbandes, hat am 27. September in seiner Jahreshauptversammlung in Lübeck Andreas Bartmann erneut zu seinem Präsidenten gewählt. Bartmann ist Geschäftsführer der Globetrotter Ausrüstung GmbH und steht nach dem einstimmigen Votum für weitere vier Jahre an der Spitze des Verbandes.

Bartmann dankte den Delegierten für seine Wiederwahl und damit für das ausgesprochene Vertrauen. Er verlängert sein Amt in besonders herausfordernden Zeiten: „Die Folgen der aktuellen Krisen für unsere Ge-

schäfte sind dramatisch und in ihrer letzten Konsequenz aktuell kaum abzuschätzen. Die bislang beschlossenen Entlastungsmaßnahmen haben nahezu keine positiven Auswirkungen auf den wirtschaftlichen Mittelstand und den Handel. Daher hat für mich in diesem Moment allerhöchste Priorität, dass unsere diesbezüglichen Forderungen kurzfristig und unkompliziert politisch umgesetzt werden. Hierfür werde ich mich mit aller Kraft einsetzen“, so der wiedergewählte Präsident.

Der Hauptgeschäftsführer des HV Nord, Dierk Böckenholt (re.), gratuliert dem frisch gekürten Präsidenten zur Wiederwahl.



Foto: Bea Marquardt

MV Protestaktion

Es ist 5 nach 12! Mecklenburg-Vorpommern macht zu

Wochenlange, fruchtlose politische Diskussionen um einen Energiepreisdeckel und eine Energiepreisbremse trieben im Oktober Wirtschafts- und Handelsunternehmen in Mecklenburg-Vorpommern auf die Straße.

Die Mitte Oktober vorgestellten Vorschläge der Gaspreis-Kommission lösen die Probleme insbesondere der Mittelständler nicht: Die Dezember-Abschlagszahlung sei ein gut gemeinter Tropfen auf den heißen Stein, die Gaspreisbremse ab Januar kommt vorwiegend industriellen Gas-Großverbrauchern zugute und die allgemeine Gaspreisbremse ab Frühjahr 2023 kommt für einen Großteil der Mittelständler schlichtweg zu spät. Für Kay-Uwe Teetz vom Handelsverband Nord war es 5 Minuten nach 12: „Alles was es bisher gibt, sind Absichtserklärungen“, konstatierte er. „Zu wenig für die Unterneh-

men. Sie brauchen jetzt Unterstützung und Planungssicherheit!“, so Teetz weiter.

Gemeinsam mit der DeHoGa MV e.V., der Marketinggesellschaft der Agrar- und Ernährungswirtschaft MV e.V. sowie weiteren Verbänden und Berufsgruppen stellte der Handelsverband Nord daher eine landesweite Aktion auf die Beine, um den Bund auf die existenzbedrohende Lage der Unternehmen aufmerksam zu machen.

Unter dem Motto „ES IST 5 NACH 12!“ ließen im Oktober jeden Mittwoch um 5 Minuten

nach 12 Uhr an vielen Orten in Mecklenburg-Vorpommern die Geschäfte den Betrieb kurz ruhen und die Belegschaft trat mit Protestplakaten vor die Tür. Zahllose Unternehmen folgten dem Aufruf, der einen großen Wiederhall in der Öffentlichkeit und in den Medien fand.

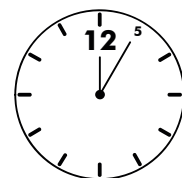
Die Botschaft der Aktion ist bei den politischen Akteuren angekommen: Die Landesregierung in Mecklenburg-Vorpommern reagierte prompt und bekräftigte noch einmal, wie auf dem Energiegipfel vereinbart, sich für die Forderungen der Händlerinnen und Händler gegenüber der Bundesregierung einzusetzen. Erste Erfolge, wie die Dezember-Soforthilfe in Form der Übernahme der Abschlagszahlung, zeigen, dass es sich durchaus lohnen kann, die Initiative zu ergreifen!

Mehr Infos zur Kampagne:

► <https://bit.ly/3UWTV8a>



Viele Einzelhändler aus MV folgten dem Aufruf, so auch das Kröpi 38 in Rostock und das Brausekontor in Wismar.



ES IST 5 NACH 12!

**ENERGIEPREISDECKEL JETZT.
SCHLUSS MIT DEM GEREDE!
HANDELT!**

„MV MACHT ZU“

SH REWE

Modernster Logistikstandort der REWE Gruppe in Schleswig-Holstein eröffnet

Die REWE Nord hat im August ihr neues Logistik- und Verwaltungszentrum in Henstedt-Ulzburg eröffnet. Nach etwas über zwei Jahren Bauzeit werden zukünftig von dem hochmodernen Standort aus mehr als 350 Lebensmittelmärkte in Schleswig-Holstein und Hamburg zentral beliefert.

Über 350 Millionen Euro hat die REWE Nord investiert, um das Bauvorhaben auf dem etwa 250.000 qm fassenden Areal zu realisieren, auf dem etwa 1.000 Mitarbeitende beschäftigt sind. Im ersten und zweiten Obergeschoss des Neubaus ist die Regionalverwaltung untergebracht. Dreh- und Angelpunkt der Supply Chain ist jedoch das neue Waren-Zentrallager im Erdgeschoss: Modernste Fördertechnik, Technologien für die Kommissionierung und Systeme für die Lagerverwaltung erleichtern die Abläufe, so dass an einem Tag bis zu 417.000 Handelseinheiten filialgerecht kommissioniert werden können. Damit hat im Süden Schleswig-Holsteins das technisch modernste Lager der REWE Gruppe in Deutschland seinen Betrieb aufgenommen.

Jochen Vogel, Vorsitzender der Geschäftsleitung REWE Nord, hat das Projekt seit Beginn begleitet und unsere Fragen beantwortet.

Mit welchen Vorteilen konnte der Standort Sie überzeugen?

JV: Da gibt es gleich mehrere Faktoren: Die Nähe zu Hamburg und unserer bisherigen Verwaltungszentrale in Norderstedt, die gute Verkehrsanbindung an die A7 sowie das ideal gelegene Grundstück im Gewerbegebiet Nord.

Gemessen an der eigentlichen Bauzeit von rund zwei Jahren hat die Planung bis zur Erteilung der Baugenehmigung ein Vielfaches an Zeit benötigt. Wie lange dauerte das Bauverfahren und welche Faktoren haben zu dieser Verzögerung geführt?

JV: Insgesamt hat uns die Planung und Realisierung genau 10 Jahre gekostet. Die Vorbereitung eines solch gewaltigen Bauvorhabens war hier nahezu acht Jahre und war eine besondere Herausforderung. Die behördlichen Mühen mahlen in Deutschland bekannter-

maßen etwas langsamer. Uns war es außerdem wichtig, bei dem Projekt Hand in Hand mit der Gemeinde zu arbeiten und transparent an die Bürger zu kommunizieren.

Welche Schwierigkeiten galt es zu überwinden?

JV: Es gab vonseiten der Gemeinde u. a. Bedenken hinsichtlich des Lieferverkehrsaufkommens und möglicher Umweltauswirkungen. Im gemeinsamen Dialog mit Vertretern der Gemeinde sowie den Bürgerinnen und Bürgern konnten wir diese Bedenken aber ausräumen und haben für alle Seiten die bestmöglichen Lösungen gefunden. Dafür haben wir uns auch gerne die Zeit genommen.

Der Logistikbereich ist technisch auf dem modernsten Stand. Welche besonderen Techniken kommen hier zum Einsatz?

JV: Das Logistikzentrum ist aktuell das technisch modernste Lager der REWE: Auf ca.

Fotos: REWE Nord





Ideale Lage kombiniert mit modernster Technik – das zeichnet den neuen Standort aus.



auch mit dem Gold-Zertifikat von der DGNB (Deutsche Gesellschaft für Nachhaltiges Bauen) ausgezeichnet, worauf wir natürlich sehr stolz sind.

Was sind Ihre persönlichen Highlights?

JV: Der neue Standort hat eine Menge Highlights. Dass jetzt alle Abteilungen und Kolleginnen unter einem Dach nahe zusammenarbeiten, ist für mich das Größte. Für ein starkes Miteinander und für ein modernes Arbeiten dient vor allem der eigene REWE-Markt und das Fitnessstudio für die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Aber auch die neue Gastrowelt sowie die Parkanlagen auf dem Dach können sich sehen lassen. Ich bin überzeugt, dass sich jeder an seinem neuen Arbeitsplatz sehr wohlfühlen wird.

90.000 Quadratmetern stehen etwa 35.000 Palettenplätze zur Verfügung. Insgesamt bietet das Lager für ca. 16.000 Artikel Platz. Viele Bereiche sind automatisiert. Im Trockensortiment etwa kommt eine Kommissionieranlage von Witron zum Einsatz, die Rollwagen und Paletten schnell, fehlerfrei und transportoptimiert belädt. Das spart Lkw-Kilometer bei der Filialbelieferung ein. Außerdem sorgt die Automatisierung dafür, dass viele Arbeitsplätze ergonomischer gestaltet sind. In anderen Warengruppen erfolgt die Kommissionierung teilautomatisiert oder manuell.

Welche ökologischen Aspekte konnten Sie beim Neubau berücksichtigen?

JV: Beim Thema Nachhaltigkeit punktet der Standort durch die Nutzung erneuerbarer Energien und die 10.000 Quadratmeter große Photovoltaik-Anlage auf dem Dach. Außerdem sind etwa 13.000 Quadratmeter

Fläche auf dem Dach begrünt. Darüber freuen sich nicht nur unsere Mitarbeitenden, die die parkähnliche Anlage für Spaziergänge in der Pause nutzen können, sondern auch Insekten. Außerdem verfügt der Standort über ein Wertstoffmanagement, energieeffiziente LED-Beleuchtungsanlagen und wird durch einen Mix aus 100% Grünstrom versorgt. Dafür wird der neue Zentralstandort



Key-Facts

Gesamtfläche (Logistik und Verwaltung):
104.000 qm
Größe des Lagers: 90.000 qm
Palettenstellplätze: 35.000
Anzahl Handelseinheiten: 16.000
Höhe Hochregallager: 30 Meter
Be- und Entladetore: 205
Sortiment: Obst & Gemüse, Kühl- und Tiefkühlartikel, Trockensortiment

HH Innenstadt

Die City braucht den Handel!

Hamburg hat seit einigen Monaten eine **Innenstadtkoordinatorin**. Die Erwartungen an die renommierte Stadtplanerin sind hoch. Es geht um nicht weniger als die Neugestaltung der City und ihres Angebots für Besucher.

„Ein multifunktionaler Ort mit großer Nutzungsvielfalt“ soll die Hamburger Innenstadt werden, jetzt, wo die Corona-Pandemie die Krisenanfälligkeit der Innenstadt auf die Tagesordnung des Senats gesetzt hat. Nun werden verborgene Potenziale gehoben, damit Hamburger und Besucher wieder stärker den Weg in die City auf sich nehmen. „Verborgene Potenziale“ heißt auch das aus Bundesmitteln geförderte Projekt, mit dem die Innenstadt neu gedacht werden soll. Nur ein Spielverderber würde jetzt die naheliegende Frage stellen, warum die Potenziale überhaupt verborgen sind.

Aber beginnen wir von vorne, etwa beim **Getrudenkirchhof**: Bereits im Jahr 2006 wurde dieser Platz zwischen Ballindamm und Mönckebergstraße mit finanzieller Beteiligung der Anlieger umgestaltet und blieb doch nur ein unschöner Durchgangsraum.

Wenn es nach dem Willen des neuen Oberbaudirektors geht, wird hier bald eine grüne Oase inmitten der Stadt entstehen. Allerdings kann mit den beabsichtigten weiteren Baumaßnahmen frühestens 2024 begonnen werden, wenn Stromnetz Hamburg die seit 2014 andauernden Baumaßnahmen am Umspannwerk Mitte beendet hat.

Und dann der **Burchardplatz**: Inmitten des Weltkulturerbes Kontorhausviertel befindet sich ein gut nachgefragter Parkplatz.

Im vergangenen Jahr wurde bereits im Rahmen eines freiraumplanerischen Ideenwettbewerbs ein Konzept gefunden, das nun auf die Umsetzung wartet. Vorab sind freilich die Bürger zu beteiligen.

Der **Gerhart-Hauptmann-Platz**, bereits im Jahr 2000 aufwändig umgestaltet und möbliert, wurde nie von einem breiteren Publikum angenommen. Mit dem Programm „Mach Platz“ hat Stadtentwicklungssenatorin Stapelfeldt im vergangenen Jahr Ange-



Gerhart-Hauptmann-Platz:
verborgenes Potenzial

bote geschaffen, die Menschen anziehen und die Innenstadt jenseits von Einzelhandel und Gewerbe attraktiv machen soll. Als der Platz ab Oktober nicht mehr bespielt wurde, blieben auch die Menschen aus.

Die Auflistung von Plänen und Maßnahmen könnte weitergeführt werden und am Ende bleibt doch die Frage unbeantwortet, was Menschen denn tatsächlich jenseits von Einzelhandel und Gewerbe in die City führt. Denn all diese Vorhaben und teilweise auch Umsetzungen haben bisher noch keine Er-



Gertrudenkirchhof zwischen Mönckebergstraße und Ballindamm:
provisorische grüne Oase zwischen Durchgangsverkehr und Baustelle

folge gezeigt. Die Frequenzen gehen unbeeindruckt von allen Marketingmaßnahmen tendenziell weiter zurück. Während die einen ihr Fernbleiben mit mangelndem Parkraum beklagen – obwohl die Parkhäuser un ausgelastet sind! – stören sich die anderen an der mangelnden Aufenthaltsqualität, auch durch parkende Autos.

Die neue Innenstadtkoordinatorin Elke Pahl-Weber will sich nun um Ausgleich kümmern. Neben klimafreundlichem Grün sieht sie die Lösung in mehr Wohnraum in

der Innenstadt. Wohnraum zu schaffen dauert indes Jahrzehnte in der bereits dicht bebauten City, und ob eine Wohnbevölkerung in der Innenstadt die Frequenz steigert, ist zudem fraglich. Wohnbevölkerung sucht Nahversorgung. Die Innenstadt ist aber Zentrum für ein großes Einzugsgebiet.

Und was wollen die Immobilieneigentümer? Wegen der hohen Baukosten müssen am Ende hohe Mieten verlangt werden. So hängt letztendlich alles an der Frage: Wer finanziert die Innenstadt? Bisher war das der Einzel-

handel und bei allen berechtigten Plänen für mehr Multifunktionalität sieht es so aus, als wäre das auch in Zukunft nicht anders.

Während allenthalben über Ziel und Weg einer multifunktionalen Innenstadt diskutiert wird, nimmt unbeeindruckt davon das Überseequartier in der HafenCity mit seinen 68.000 Quadratmetern Verkaufsfläche weiter Gestalt an und wird im Jahr 2024 seine Türen öffnen – in demselben Jahr, in dem mit der Umgestaltung der Maßnahmen am Gertrudenkirchhof begonnen werden könnte.

HH Eimsbüttel shoppt

Neuer Online-Marktplatz für den Stadtteil

Lokale Geschäfte und Zentren vor Ort stärken gegen den wachsenden Onlinehandel: Ein Dauerthema der letzten zehn Jahre. In der Zeit der Pandemie stieg der Handlungsdruck enorm und mit dem Handlungsdruck kam nicht nur die Kreativität, sondern auch die Unterstützung. Seit dem Sommer hat nun auch Eimsbüttel mit <https://eimsbuettel.shop> einen eigenen Online-Marktplatz. Mit dieser Plattform sollen insbesondere kleine Einzelhändler den Sprung in die digitale Welt schaffen.

Die Mittel aus dem Neustartfonds, der im letzten Corona-Jahr mit insgesamt 1,1 Millionen Euro ausgestattet wurde, haben den entscheidenden Schub gegeben. Werbegemeinschaften und Quartiersmanager konnten bei der Stadt Gelder für verkaufsfördernde Aktionen und Events beantragen. Die Zeit war im letzten Jahr günstig für den antragstellenden Osterstraßen e.V. – die Eimsbütteler

hatten in den Monaten der Geschäftsschließungen bewiesen, dass sie ihre lokalen Geschäfte unterstützen wollten. Im Juni diesen Jahres, als der Marktplatz schließlich an den Start ging, war die Verbraucherstimmung indes auf einem historischen Tiefpunkt.

Bequem lokal einzukaufen, anstatt bequem zum möglichst niedrigen Preis, setzt bei Verbrauchern ein Nachhaltigkeitsbewusstsein und ein bestimmtes Einkommensniveau voraus. Beides ist in Eimsbüttel zwar grundsätzlich gegeben, aufgrund der Energiekrise für Verbraucher aktuell jedoch weniger relevant.

Trotz aller Widrigkeiten lässt sich der Marktplatz mit derzeit über 20 teilnehmenden Geschäften zufriedenstellend an. Geliefert wird die bestellte Ware im Viertel per Lastenfahrzeug, auch eine Abholung im Geschäft vor Ort ist möglich.

Die lange Geschichte der lokalen Online-

Einfache Benutzerführung und ansprechendes Design zeichnen den neuen Online-shop aus.



plattformen kennt zahlreiche Sieger und auch reichlich Enttäuschung. In Hamburg ist seit Jahren Atalanda am Start, allerdings blieb hier die öffentliche Unterstützung bislang aus. Viele Händler nutzen Atalanda inzwischen als digitales Schaufenster und für eine bessere Sichtbarkeit im Netz. Dass auch in einem dicht besiedelten Stadtteil das Zentrum unterstützt werden muss, wollten die Verantwortlichen in Stadt und Bezirk nicht so recht glauben. Das ist nun anders.

Ausgezeichnet!

Allen Kundinnen und Kunden ein möglichst angenehmes und komfortables Einkaufserlebnis zu verschaffen – das sollte Anspruch und Ansporn eines jeden Händlers sein. Dies schließt beispielsweise auch Eltern mit Kinderwagen, Menschen im Rollstuhl oder Seniorinnen und Senioren mit ein.

Vor diesem Hintergrund hob der Handelsverband im Jahr 2010 das bundesweite Programm „Generationenfreundliches Ein-

kaufen“ aus der Taufe, durch welches Einzelhändler mit einem Qualitätszeichen ausgezeichnet werden können. Tester prüfen Geschäfte anhand eines speziell entwickelten Kriterienkatalogs auf ihre Generationenfreundlichkeit: 63 Aspekte werden hierbei näher betrachtet. Auf der Checkliste für das Gütesiegel stehen zum Beispiel Kriterien wie breite Gänge, gute Beleuchtung, lesbare Schriften, rutschfeste Böden, gute Orientierung, Ablageflächen und natürlich freundliches und hilfsbereites Personal.

Händlerinnen und Händlern, die den Test mit ausreichender Punktzahl bestehen, wird das Qualitätszeichen für drei Jahre verliehen. Zertifikat und ein dazugehöriger Aufkleber an der Eingangstür machen die Auszeichnung gegenüber den Kundinnen und Kunden sichtbar.

Im Verbandsgebiet des HV Nord sind über 100 Geschäfte zertifiziert, einige von ihnen sogar bereits zum dritten oder vierten Mal.



Die Qualität gehalten haben die toom Baumärkte in Neumünster (Marktmanager Sebastian Schuhmacher) und Geesthacht (Geschäftsführer Udo Sill) sowie der Edeka Markt Töpfer (Geschäftsführerin Sandra Töpfer) in Petersdorf / Fehmarn. Zum zweiten Mal konnte ihnen Tino Beig vom Handelsverband Nord die Urkunde überreichen. (v. l.)



Mehr Informationen unter:

► <https://bit.ly/3CDDAhA>



Überzeugen konnte auch der Edeka Markt Jens in Lensahn. Marktleiter Andreas Lüders nimmt von Tino Beig das Zertifikat entgegen.



Bereits zum dritten Mal konnten sich die toom Baumärkte in Schwerin (Marktleiter Uwe Schnippering), Henstedt-Ulzburg (Marktleiter Sören Bork) und Rendsburg (Marktleiter Janosch Sokolowski) über die Auszeichnung freuen. (v. l.)





Das „Dialogforum Einzelhandel Mecklenburg-Vorpommern“

Vor dem Hintergrund veränderter Einkaufsgewohnheiten und des fortlaufenden Strukturwandels der Innenstädte wurde die Plattform „Dialogforum Einzelhandel Mecklenburg-Vorpommern“ ins Leben gerufen. Ihr übergeordnetes Ziel ist es, den stationären Einzelhandel dabei zu unterstützen, sich auch für die Zukunft wettbewerbsfähig, modern und digital aufzustellen.

Mit dem institutionalisierten Informationsaustausch und Dialog zwischen Handel, Politik, Verwaltung, Land, Kommunen, Wissenschaft und Verbrauchern ist mit dem Dialogforum ein Instrument entstanden, das mit Fachexpertise und Gestaltungswillen konstruktive Ergebnisse erzielt: Gemeinsam entwickeln die Partner Lösungsvorschläge und Strategien, um den Strukturwandel im Handel und der Innenstädte zukunftsorientiert zu begleiten und gleichzeitig den Folgen der COVID-19-Pandemie entgegen zu wirken. Wesentliche Arbeitsfelder des Dialogforums sind Themen wie die Digitalisierung der

Handelsbetriebe, Liefer- und Logistikketten, die Versorgung im ländlichen Raum und die Innenstadtentwicklung.

Durch den kontinuierlichen Dialog mit der Landesregierung über die Situation des Einzelhandels und der Innenstädte ist es gelungen, im Jahr 2021 mit dem Sofortprogramm „Re-Start Lebendige Innenstädte M-V“ Fördermittel in Höhe von 10 Mio. Euro bewilligt zu bekommen. Das Land Mecklenburg-Vorpommern fördert damit Maßnahmen für kommunale und wirtschaftliche Aktivitäten sowie städtebauliche oder bauliche Projekte die geeignet sind, die Anziehungskraft der Innenstädte zu stärken und gute Rahmenbedingungen für einen größeren Zulauf zu schaffen, um Corona-bedingte Folgen abzumildern.

Entsprechend liegt der Arbeitsschwerpunkt des Dialogforums Einzelhandel im laufenden und kommenden Jahr 2023 auf dem Thema ‚Innenstadtentwicklung‘. Die durch Landesregierung und Partner des Dialogforums

gemeinsam initiierte „Dialogreihe Innenstadt“ richtet sich an Stadtgestalter, Wirtschaftsförderer, Citymanager und weitere Innentadtakteure. Die Veranstaltungsreihe thematisiert die vielfältigen Herausforderungen der Innenstadtentwicklung, wie zum Beispiel Leerstands- und Ansiedlungsmanagement, Sichtbarkeit in Zeiten der Energiekrise oder Vernetzung und effizienter Austausch von Innentadtakteuren.

Die kommenden Veranstaltungstermine des Dialogforums Einzelhandel Mecklenburg-Vorpommern finden Sie auf unserer Homepage:

► <https://hvnord.de/veranstaltungen/>

Mehr Infos zum Dialogforum:

► <https://bit.ly/3UoRCto>

DIALOGFORUM 
Einzelhandel
 MECKLENBURG-VORPOMMERN

Einzelhandel im Hypercompetition:

Geschäftsmodelle mit neuem Mind Set denken – ganzheitlich bis in alle Details

Lange Zeit gehörte der stationäre Einzelhandel zu den Wirtschaftsbereichen, denen eine besondere Anpassungsfähigkeit an die jeweilige Wettbewerbssituation und die sich wandelnden Erwartungen seiner Kunden attestiert wurde. Der Ausdruck ‚Handel ist Wandel‘ ist eine damit assoziierte Vokabel – mit der Entstehung hoch erfolgreicher und Branchen-prägender Betriebsformen wie Warenhäuser, Super- und Discountmärkte oder Shopping- und Outlet-Center. Immer mehr zeigt sich jedoch: Der stationäre Einzelhandel scheint seine frühere Innovationskraft verloren zu haben – und hat diese offensichtlich an das Online-Geschäft abgegeben. Zeit also, ein Umdenken einzuleiten.

Mit der Digitalisierung der Wirtschaft und der damit verbundenen Entstehung völlig neuer Geschäftsmodelle hat sich die Strahlkraft der ehemaligen Erfolgsformel deutlich abgeschwächt. Denn im Internet hat sich über die Etablierung hoch erfolgreicher Online-Shops, ganzer Marktplätze oder viel genutzter Preisvergleichsportale eine neue Konkurrenz entwickelt, die das Angebot sehr übersichtlich in einem virtuellen Umfeld präsentiert. Und das nicht nur ‚24/7‘ rund um die Uhr und sogar am Wochenende von zu Hause aus, sondern auch mit dem Smartphone von jedem beliebigen Ort unterwegs. Und während diese neuen Einkaufsmöglichkeiten mit ihrer Suchbegriff-Logik anfangs eher nur Zielkäufer bedienen

konnten, befriedigen die neuen Möglichkeiten des Social Shopping auch das Bedürfnis nach Inspiration und Anregung beim Einkauf.

Im Ergebnis werden in manchen Branchen mittlerweile mehr als 40 Prozent aller Einzelhandelsumsätze über onlinebasierte Geschäftsmodelle getätigt – mit steigender Tendenz. Während schon vor der Corona-Pandemie gemutmaßt wurde, dass der stationäre Einzelhandel zum Opfer der Digitalisierung zu werden drohe, so hat sich diese Entwicklung durch die Folgen der Lockdowns nochmals deutlich verstärkt: eine Vielzahl von Studien belegt, wie stark und dauerhaft sich die Einkaufsgewohnheiten durch die Pandemie verändert haben – mit einer noch intensiveren Nutzung von Online-Angeboten und einer noch kritischeren Hinterfragung des eigenen Konsumverhaltens.

Veränderte Einkaufsgewohnheiten und eine neue Konkurrenz erfordern massives Umdenken

Ein zusätzliches Bedrohungspotential für stationäre Händler ist der zunehmende Eintritt branchenfremder Unternehmen in den stationären Einzelhandel über die Eröffnung eigener Ladengeschäfte. Unter den Vokabeln ‚Direct-to-Consumer‘ und ‚Vertikalisierung‘ suchen Hersteller in mittlerweile

fast allen Sortimentsbereichen den direkten Weg zum Konsumenten – am klassischen Einzelhandel vorbei. Über hoch professionell realisierte Fachgeschäfte, über extrem spannend inszenierte Flagship- oder temporäre Pop-Up-Stores in den besten Lagen. Besonders interessant ist zudem auch, dass immer mehr ehemalige ‚Online Only‘ Unternehmen diesen Weg für sich entdecken und über außergewöhnliche, attraktive Ladenbau- und Inszenierungskonzepte neue Standards setzen – und das auch noch in einer nahezu perfekten Vernetzung von Offline- und Online-Welt.

Damit zeigt sich: Mit den Konsequenzen aus Digitalisierung und Wertewandel, mit

Prof. Dr. Wolfgang Merkle unterrichtet Marketing und Management an der UE in Hamburg und führt ein Beratungsunternehmen.



Foto: adobestock/Ingo Bartussek



dem parallel erstarkenden Selbstbewusstsein der Industrie und nunmehr auch mit den Folgen von Corona und den begleitenden Lockdowns hat sich aus einem früher gerade noch berechenbaren Wettbewerb für die tradierten Unternehmen des stationären Einzelhandels eine Konkurrenz entwickelt, die noch facettenreicher ist als jemals zuvor: Mit einer enormen Breite und einem immer professionelleren Auftritt werden mit einer bedrohlichen Geschwindigkeit höchst spannende Einkaufsalternativen eröffnet – ein Phänomen, das sich zum ‚Hypercompetitor‘ entwickelt hat.

Wenn der klassische Einzelhandel in einem solchen Umfeld überleben möchte, wenn die Unternehmen wirklich wollen, dass die Menschen weiterhin in ihre Geschäfte kommen, dann müssen die Läden deshalb mehr bieten als der Wettbewerb – und nicht weniger. Mit noch begeisternderen Sortimenten, mit aufregenden und inspirierenden Warenpräsentationen, mit relevanten Services und überzeugender Beratung, mit einer einladenden Atmosphäre und reibungslosen, mit dem Sortimentskonzept in Einklang stehenden, konsistenten Prozessen. Und einer noch stärkeren Fokussierung auf die Bedürfnisse und Wünsche der eigenen Kunden – in einer

solchen Situation muss die Kundenperspektive in den Vordergrund rücken, und nicht mehr die eigenen Prozesse: Nur wenn Einzelhändler aufhören, wie Einzelhändler zu denken, werden sie im Wettbewerbsvergleich wirklich innovativ sein und Kunden wieder für sich begeistern können.

Customer Experience: ,Lernen vom Online-Handel‘

Spannend in diesem Zusammenhang ist, dass traditionelle Geschäftsmodelle gerade von den Wettbewerbern im Internet lernen können. Zu den besonderen Erfolgsfaktoren des Online-Handels zählt eine unbedingte Kunden- und Erlebnisorientierung sämtlicher Gestaltungsaspekte und Prozessfaktoren in der Realisierung der jeweiligen Geschäftsmodelle – so wie es vom Amazon-Gründer Jeff Bezos oder About You-Brain Tarek Müller berichtet wird: Denn Onlineanbieter begnügen sich in der Gestaltung des Einkaufserlebnisses nicht nur mit einem auf den Kunden abgestimmten Sortiment, sondern beziehen sämtliche Bedien- und Abwicklungsprozesse bis in das kleinste Detail mit ein:

- Bei Online-Anbietern werden einzelne Produkte durch die Einbindung spannender Tutorials, lebendiger Bewegtbild-Sequenzen oder hilfreicher Erfahrungen anderer Kunden mit noch mehr Informationen versehen, während die meisten klassischen Anbieter ihre Sortimente zumeist kommentar- und emotionslos im Regal verräumt haben.
- Im Internet wird das eigentliche Produktangebot um sinnvolle Begleitartikel ergänzt – in vielen klassischen Geschäftsmodellen ‚stolpert‘ der Kunde über offensichtlich eher aus marginoptimierender Sicht ausgewählter Sonder- und Postenaufbauten.
- Während im Onlinehandel der Klickaufwand im Kassen- und Checkout-Prozess zur Erhöhung des Kundenerlebnisses programmiertechnisch ständig weiter optimiert wird, werden Konsumenten im klassischen Supermarkt an der Kasse getrieben, ihre Einkäufe schnellstens zu verpacken, um Platz für den nächsten Kunden zu machen.

Ein überzeugendes Einkaufs- und Konsumerlebnis ist deshalb so wichtig, weil es sich lange und fest im Gedächtnis des Konsumenten verankern kann – im Gegensatz zu den häufig eher unpersönlichen, hoch standardisierten und verstärkt als oberflächlich wahrgenommenen Marketingmaßnahmen. Damit wird deutlich, dass wir in der heutigen Welt nicht länger vom ‚Point of Sale‘ sprechen dürfen – von unserem gesamten Denken und Handeln müssen wir zur bewussten Gestaltung eines ‚Point of Experience‘ gelangen. Ganzheitlich aus Sicht der Kunden über sämtliche Gestaltungs- und Prozessebenen bis in das kleinste Detail. Nur so wird eine Customer Centricity für Kunden unmittelbar erlebbar. ● VON PROF. DR. WOLFGANG MERKLE | MERKLE. SPEAKING. SPARRING. CONSULTING.

Urlaub in der Corona-Quarantäne

Wer während des Urlaubs erkrankt, kann keinen Urlaub machen. Das folgt aus § 9 BUrlG: „Erkrankt ein Arbeitnehmer während des Urlaubs, so werden die durch ärztliches Zeugnis nachgewiesenen Tage der Arbeitsunfähigkeit auf den Jahresurlaub nicht angerechnet“.

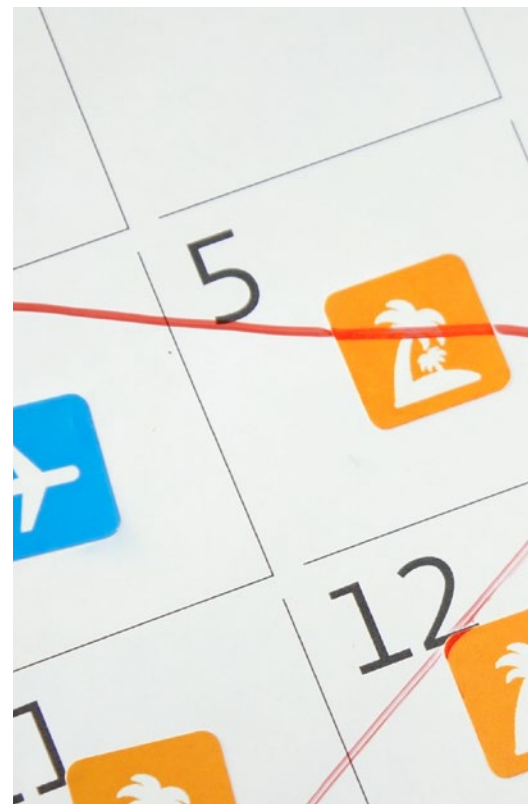
Was passiert aber, wenn der Arbeitnehmer während des Urlaubs zwar nicht erkrankt ist, sich aber aufgrund behördlicher Anordnung in häusliche Quarantäne begeben muss? Der Erholungszweck des Urlaubs kann dadurch erheblich beeinträchtigt sein, beispielsweise, weil die geplante Reise ausfällt. Muss der Arbeitgeber also den so verdorbenen Urlaub noch einmal gewähren?

Geklagt hatte ein vollzeitbeschäftigter Mitarbeiter, der den ihm gewährten Urlaub gerade angetreten hatte, als ihn eine Ordnungsverfügung zur häuslichen Quarantäne just bis zum Ende des Urlaubs erreichte, da er Kontakt zu einer infizierten Person gehabt hatte. Selbst war der Arbeitnehmer nicht erkrankt. Der Arbeitnehmer war der Ansicht, dass die Quarantäneanordnung dem Erholungszweck des Urlaubs entgegenstand und verklagte seinen Arbeitgeber zunächst erfolglos vor dem Arbeitsgericht Hagen.

Auf die Berufung des Klägers änderte das Landesarbeitsgericht Hamm die Entscheidung dahingehend ab, dass der Arbeitgeber dazu verurteilt wurde, dem Urlaubskonto

des Klägers die entsprechenden Urlaubstage hinzuzufügen. Das LAG Hamm begründete die Entscheidung damit, dass nach § 9 BUrlG zwar eine Erkrankung des Arbeitnehmers vorzuliegen habe, damit die Zeit der Arbeitsunfähigkeit auf den Jahresurlaub nicht angerechnet werde, der vorliegende Fall weise allerdings auf eine Regelungslücke hin, der zu einer analogen Anwendung des § 9 BUrlG führen müsse. Aus der Rechtsprechung des Europäischen Gerichtshofes gehe hervor, dass der Anspruch auf bezahlten Jahresurlaub es dem Arbeitnehmer ermöglichen soll, sich zu erholen, um über einen Zeitraum für Entspannung und Freizeit zu verfügen. Zwar schulde der Arbeitgeber dem Arbeitnehmer tatsächlich keinen Urlaubserfolg, aber auch nach der Rechtsprechung des Bundesarbeitsgerichtes soll der Arbeitnehmer zur Erfüllung des Urlaubsanspruchs von der Verpflichtung zur Arbeitsleistung freigestellt werden, um ihm die uneingeschränkte Möglichkeit selbstbestimmter Nutzung seiner Freizeit zu geben. Die Entscheidung des LAG Hamm wiche insofern von Entscheidungen anderer Landesarbeitsgerichte in ähnlich gelagerten Fällen ab.

Foto: adobestock/Azhorov



Der Arbeitgeber legte gegen die Entscheidung des LAG Hamm Revision vor dem Bundesarbeitsgericht ein. Das BAG entschied mit Beschluss vom 16.08.2022, Az. 9 AZR 76/22: Der EuGH soll entscheiden, ob es mit dem Europarecht zu vereinbaren ist, dass Urlaubstage nach deutschem Arbeitsrecht nicht noch einmal zu gewähren sind, wenn ein nicht an Corona erkrankter Arbeitnehmer eine Quarantäneanordnung beachten muss.

Tatsächlich hat sich der Bundestag der Frage angenommen und in überraschender Schnelligkeit zumindest für zukünftige Fälle die Streitfrage geregelt. **So heißt es in § 59 IfSG nun seit dem 17.09.2022 in Absatz 1: Wird ein Beschäftigter während seines Urlaubs (...), abgesondert (...), so werden die Tage der Absonderung nicht auf den Jahresurlaub angerechnet.**

Bewertung:

Die Entscheidung des Gesetzgebers wälzt das Risiko einer Quarantäne für die Zukunft



auf den Arbeitgeber ab. Dies weist darauf hin, dass der Gesetzgeber offensichtlich – übereinstimmend mit dem BAG – von einer klaren Rechtslage ausgegangen ist. Danach wäre ein bereits beantragter und gewährter Jahresurlaub, der sich mit einer später angeordneten Corona-Quarantäne überschneidet, nicht nochmals zu gewähren. Dies stimmt mit der früheren Rechtsprechung des BAG überein, wonach es eben gerade nicht auf die Frage ankommt, ob der Arbeitnehmer sich im Urlaub erholen kann oder nicht, sondern allein auf die krankheitsbedingte Arbeitsunfähigkeit. Etwas anderes wäre mit dem Wortlaut des BUrlG nicht vereinbar.

Es bleibt in der Frage trotzdem abzuwarten, wie der EuGH hierzu entscheidet. Der EuGH hatte bisher den in Art. 7 Abs. 1 Arbeitszeitrichtlinie garantierten vierwöchigen Mindesturlaub als wichtigen Pfeiler des Sozialrechts der Europäischen Union angesehen. Dies geht aus einer Vielzahl von Entscheidungen des EuGH hervor. Eine Entscheidung zugunsten des Arbeitnehmers würde den Erholungszweck der

Urlaubsgewährung gegen Quarantäneanordnungen bis zu der Gesetzesänderung absichern. Neben einer Corona-Quarantäne sind allerdings auch eine Vielzahl anderer Gründe denkbar, warum sich der erhoffte Erholungszweck eines Urlaubs für einen Arbeitnehmer nicht erfüllen mag. Hier hat unser Gesetzgeber durch die erwähnte Änderung des Infektionsschutzgesetzes (IfSG) einen deutlichen Hinweis darauf gegeben, dass nur ausnahmsweise der erhoffte Erholungszweck das Risiko des Arbeitgebers darstellen soll. **An diese Auffassung ist der EuGH jedoch nicht gebunden. Entscheidet er trotzdem auch für die Fälle vor der geänderten Gesetzgebung zugunsten des Arbeitnehmers, öffnet er die Tür auch für andere denkbare Fälle, in denen sich der Erholungszweck eines Urlaubs für den Arbeitnehmer nicht verwirklicht. Daher bleibt die Entscheidung des EuGH auch für zukünftige Fragen spannend; selbst wenn inzwischen einige Bundesländer aufgrund der aktuellen Pandemielage auf eine Quarantäne-Pflicht verzichten.**

● VON RECHTSANWALT RALPH HELLWIG

Sie haben Fragen zu rechtlichen Themen?

Unsere Rechtsexperten helfen Ihnen weiter:
Tel. 0431-97407-0



Ralph Hellwig
Syndikusrechtsanwalt
des HV Nord

...

Bettina Ernst

**Inhaberin des
Spielwarengeschäfts
„Kinderkram“ in
Lübeck**



Bettina Ernst führt seit 27 Jahren das Spielwarengeschäft „Kinderkram“ in der Lübecker Mühlenstraße. Seit kurzem ist sie neues Mitglied im Handelsverband Nord. Wir haben ihr drei Fragen gestellt.

Was hat Sie bewogen, Mitglied im HV Nord zu werden?

BE: Von Kolleginnen und Kollegen aus der Branche habe ich bereits gehört, wie der Handelsverband Nord seine Mitglieder unterstützt – auch kleine und mittelständische Händler. Die Mitgliedschaft hat für mich zweierlei Aspekte: Einerseits ist für meine tägliche Arbeit das gebündelte Informationsangebot sehr hilfreich, so werde ich zeitnah über wichtige handelsrelevante Themen und rechtliche Änderungen informiert und bekomme auch Hilfestellungen an die

Hand. Andererseits ist mir aber auch der Austausch und der Zusammenschluss mit anderen Händlerinnen und Händlern wichtig. Obgleich jeder für sich natürlich ein Einzelkämpfer ist, haben wir branchenübergreifende Themen, für die wir uns gemeinsam stark machen sollten. Das geht nur über eine Interessensgemeinschaft wie den HV Nord.

Wie schaffen Sie es, sich als kleines, inhabergeführtes Unternehmen in diesen (Krisen)Zeiten zu behaupten?

BE: Das ist ein Zusammenspiel aus richtigem Sortiment, guter Beratung und der Liebe zu dem, was wir tun und den Dingen, die wir anbieten. Nicht der Preis, sondern der Wert, den gutes Spielzeug hat, steht bei uns im Vordergrund. Essentiell ist natürlich unser liebevoll und sorgfältig zusammengestelltes Sortiment. Statt auf ein Gesamtsortiment

mit Massenware und Lizenzen zu setzen, legen wir Wert auf Individualität und Qualität. Unsere Kundinnen und Kunden finden hier Angebote, die sie sonst nicht finden. Wir haben ein hohes Niveau, was Sortiment, Beratung, Service und Dekoration betrifft. Das wissen unsere Kundinnen und Kunden sehr zu schätzen, und so kommen manche von ihnen auch schon in der zweiten Generation.

Trotz aller Schwierigkeiten, warum leben Sie für den Einzelhandel?

BE: Wir sind ein tolles Team, das mit Begeisterung die eigenen Produkte ausprobieren und empfehlen kann. Und wir haben das Glück, in einer Branche zu arbeiten, die Kindern und Erwachsenen richtig viel Freude und Spaß bietet. So ist jeder Tag ist voller positiver Emotionen – wo hat man das sonst schon?



MEWA – Partner des Handelsverbands Nord

Beim Thema Teamkleidung entspannen: Mewa übernimmt die Ausstattung von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern mit Berufskleidung von A wie Anschaffung bis Z wie Zubehör.

Die Partner des Handelsverbands Nord bieten für verschiedene Bereiche im und rund um den Einzelhandel Lösungen und Dienstleistungen für den Geschäftsalltag an. Mit ihren qualifizierten Angeboten leisten sie einen Beitrag für erfolgreiches Handeln. Viele Unternehmen räumen darüber hinaus für bestimmte Leistungen den Mitgliedern des Handelsverbands Sonderkonditionen ein. Einer dieser Partner ist die MEWA Textil-Service AG.

Als Europas führender Anbieter im Bereich Textil-Management liefert die MEWA zuverlässig Berufs- und Schutzkleidung, textile Putztücher, Ölauffang-/Fußmatten und Waschraumhygiene in einem fest vereinbarten Lieferrhythmus. Gleichzeitig werden bereits benutzte Textilien abgeholt, gewaschen, repariert und bei Bedarf ausgetauscht.

Welche Vorteile bietet Mewa den Mitgliedern des HV Nord?

- attraktive Sonderkonditionen auf alle Artikel/5% Preisvorteil für Mitgliedsunternehmen
- Individualisierte Kleidung durch Besticken oder Bedrucken mit Mitarbeiternamen, Logo oder Emblem
- Professionelles Auftreten durch funktionelles und einheitliches Erscheinungsbild
- Entlastung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter
- Jederzeit hygienisch saubere und gepflegte Berufsbekleidung
- **#textilsharing:** Textilien immer dann zur Verfügung haben, wenn sie gebraucht werden – ohne sie besitzen zu müssen

Und ganz nebenbei auch noch etwas für den Umweltschutz tun

Durch das Mehrwegprinzip des Mewa Textil-Managements wird Müll vermieden und wertvolle Ressourcen geschont. So wird auch beim Transport und der Lagerung der Produkte auf textile Wäschebeutel und langlebige Container gesetzt. Ein verantwortungsvoller Umgang mit der Natur wird darüber hinaus durch umweltschonende Produktionsprozesse, Wärmerückgewinnung, thermische Verwertung von Reststoffen, Abwasseraufbereitung, Rohstoffrecycling und nicht zuletzt durch ein technisch ausgereiftes Kaskadensystem für den sparsamen Gebrauch von Frischwasser garantiert.

Alle Angebote unserer Partner finden Sie hier: <https://bit.ly/3G3rXCV>



**Handelsverband
Nord**

Hamburg · Schleswig-Holstein
Mecklenburg-Vorpommern

Noch kein Mitglied?



Jetzt alle Vorteile
kennen lernen!

► www.hvnord.de