

fen, nach dem Beispiel von Ikea („Wohnst du noch oder lebst du schon?“). Dabei sollten die „Master Consumer“ unbedingt im Mittelpunkt stehen. Schließlich verfüge die Bevölkerungsgruppe der über 50-Jährigen über ein enormes Geldvermögen, das sie für den Konsum auszugeben bereit seien.

Udo Mett

Ihr Kontakt zur Redaktion

Mail handelsjournal@vhb.de

Web www.managementforum.com

Die Gewinner

Mit dem Deutschen Handelspreis des HDE wurden in diesem Jahr der im pfälzischen Landau ansässige Baumarktfilialist Hornbach und das Modehaus Garhammer aus dem niederbayerischen Waldkirchen ausgezeichnet. Hornbach überzeugte die Jury vor allem mit seiner konsequenten Qualitätsstrategie, mit seiner hohen Kundennähe und seiner wertorientierten Mitarbeiterführung. Dieses Konzept beschert dem Unternehmen überdurchschnittliches Wachstum beim Umsatz, vor allem aber bei der Flächenproduktivität und beim Ertrag. Hinzu kommen Bestwerte bei der Kundenzufriedenheit. - Dass auch Einzelunternehmen mit einem klaren Service-Konzept und kompromissloser Kundenorientierung ihr Geschäft als Marke profilieren und weit über ihr lokales Umfeld hinaus jedem Wettbewerb standhalten können, beweist aus Sicht der Handelspreis-Jury das Modehaus Garhammer.



Für sein Lebenswerk erhielt Heinz-Horst Deichmann, Begründer der inzwischen größten Schuhfilialkette Europas, den Lifetime-Award. Mit der Auszeichnung würdigte die Jury sowohl die unternehmerische Leistung Deichmanns als auch sein hohes karitatives Engagement für Menschen in Not. (Siehe auch Seite 16.)

Der Handelsinnovationspreis (H.I.P.) ging in diesem Jahr an Moki (Mode für Kinder), ein Geschäft, das ausschließlich von Auszubildenden betrieben wird. Moki ist ein Shop-Konzept, das mit maßgeblicher Unterstützung der Kaufhof Warenhaus AG gegen die Leerstandsproblematik in der City gerichtet ist und zusätzlich der Nachwuchsförderung dienen soll.