

Heiko Kalitowitsch und Jury-Mitglied Stefan Schneider bei der Preisverleihung.

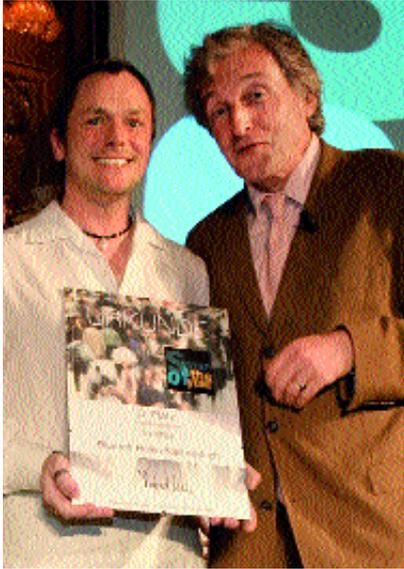


Foto: Schnödt

## Store of the Year

(DS/HDE) Um als Unternehmer im hart umkämpften Markt zu bestehen, braucht man Mut, eine neue Idee und ein überzeugendes Konzept. Um neue Konzepte zu würdigen, wurde der Preis „Store of the Year“ ins Leben gerufen – vom Hauptverband des Deutschen Einzelhandels (HDE), der Kölner BBE-Unternehmensberatung und Unternehmensberater Daniel Schnödt, Eichholz. Schöne, ungewöhnliche und erfolgreiche Shopkonzepte haben in den Kategorien „Food“, „Fashion“, „Living“ und „Out-of-Line“ die Chance auf Auszeichnung.

Die diesjährigen Preise wurden Ende Juni in Baden-Baden verliehen. Für Dr. Robert Weitz vom HDE sind die Preisträger „beispielhaft für die vielen kreativen Unternehmen der Branche. Sie zeigen, dass die 08/15-Läden, die so oft die Einkaufsstraßen beherrschen, nicht alles sind. Denn daneben gibt es sehr viele lebendige, anspruchsvolle und innovative Einzelhandelskonzepte.“

Bewertet werden die Kriterien Innovationsgrad, Kundennutzen, Wertschöpfungspotenzial, Erlebniswert, Leitbildfunktion und Alleinstellungsmerkmal. Für die Eindeutigkeit spielen Raum und Design des Shops, das Sortiment,

das Personal und die Wareninszenierung eine Rolle.

In der Kategorie „Living“ belegte der japanische Lifestyle-Laden Muji, Düsseldorf, den ersten Platz, das Geschäft Carl Abt, „Schöner leben“, Ulm, den zweiten. Den 3. Platz erreichte Heiko Kalitowitsch mit seinem Blumengeschäft. Es wurde als das bisher „kleinste, erfolgreichste und effektivste“ Ladengeschäft nominiert, platziert und geehrt. Seine Antwort zur Nominierung: „Unser Blumengeschäft mit seinen 30 m<sup>2</sup> ist in der Kölner Neumarktpassage neben Habitat und Thalia ein wesentlicher Ankermieter. Wir sind für alle Käuferschichten der Ansprechpartner für anspruchsvolle Floristik und Dekoration. Durch unser ständig wechselndes Shopdesign versu-

chen wir, unseren Kunden über die Ware hinaus noch das Besondere auch für die eigenen vier Wände als Idee zu bieten.“ Einen Eindruck vermittelt das Internet: [www.heiko.kalitowitsch.de](http://www.heiko.kalitowitsch.de) Die Laudatio hielt Daniel Schnödt. Er ist Buchautor, Marketingexperte und Unternehmensberater, unter anderem für die grüne Branche (inklusive Vermittlung von Fördermitteln). Raum, Mensch und Leistung müssen optimal aufeinander abgestimmt sein, so der Experte. Die wesentliche Frage ist: „Wer (ver)kauft was wo und warum?“ Handlungsmaxime ist Reduzierung, Strukturierung, Logik im Gesamtbild und das Aufbrechen von Gesetzmäßigkeiten. Unternehmen müssen attraktiv und authentisch am Markt platziert werden ([www.teamscio.de](http://www.teamscio.de)). ■