

Regensburg als Vorbildregion für Deutschland

Projekt „Gesunde Unternehmen in Bayern“ startet mit 22 Unternehmen / Stadt und Landkreis Regensburg unterstützen Initiative

VON MARTIN ANGERER

REGENSBURG. Mit viel Rückenwind startet das Projekt „Gesunde Unternehmen Bayern“ in die Umsetzungsphase. Die vom Bundesverband mittelständische Wirtschaft (BVMW) und der Professor Wühr und Simmel Gesundheitsmanagement GbR (GMS-Institut) ins Leben gerufene Initiative wird nun auch offiziell vom Bundesministerium für Arbeit und Soziales gefördert. Regensburg ist eine von vier Modellregionen in Deutschland, die im Rahmen der bundesweiten Initiative „GE-MIT – Gesunder Mittelstand“ Unternehmen dabei unterstützen soll, ein nachhaltiges betriebliches Gesundheitsmanagement (BGM) aufzubauen. Dass es der Regensburger BVMW-Beauftragten Beate Wassmer und dem Leiter des GMS-Instituts Martin Simmel gelang, in kürzester Zeit 22 Unternehmen aus der Wirtschaftsregion Regensburg für das Projekt zu begeistern, hat man auch in Berlin mit Bewunderung zur Kenntnis genommen. „Die haben da schon große Augen gemacht, was wir hier auf die Beine stellen. Wenn man sieht, dass von den insgesamt 36 am Projekt beteiligten Firmen in Deutschland 22 aus unserer Region kommen, macht uns das schon stolz“, so Wassmer.

Schlüsselthema für die Zukunft

Bei so viel regionalem Engagement wollten dann auch die Vertreter von Stadt und Landkreis Regensburg nicht zurückstehen. Und so sagten der Oberbürgermeister Joachim Wolbergs und die Landrätin Tanja Schweiger gerne ihre Unterstützung zu. Beide übernahmen sofort die Schirmherrschaft des Projekts, das zunächst auf drei Jahre angelegt ist. Bei der Pressekonferenz zum Auftakt machte Wolbergs deutlich, wie wichtig das Thema betriebliche Gesundheit vor allem für mittelständische Unternehmen ist: „Gerade die kleineren Firmen haben ja gar nicht die Ressourcen, um sich um ein betriebliches Gesundheitsmanage-



Machen sich stark für gesunde Unternehmen in der Region (v. re.): OB Joachim Wolbergs, Martin Simmel (GMS Institut), Beate Wassmer (BVMW), stellvertretender Landrat Willibald Hogger, Martin Angerer (WZ). Foto: Deyerl

ment zu kümmern. Darum ist es toll, wenn sie hier mit so einem sinnvollen Projekt professionelle Unterstützung erhalten. Denn der Mittelstand ist die tragende Säule unserer Wirtschaft.“ Für Wolbergs sei das betriebliche Gesundheitsmanagement sogar ein echtes „Schlüsselthema für die Zukunft, das auch im Bereich der Wirtschaftsförderung eine große Rolle spielt“.

Der stellvertretende Landrat Willibald Hogger verwies auf die gute Zusammenarbeit von Stadt und Landkreis Regensburg. „Die Wirtschaftsregion Regensburg kann nur so gut funktionieren, wenn Stadt und Landkreis Hand in Hand arbeiten.“ Daher freue er sich, dass aus der Region so viele Unternehmen mitmachen.

Die Wirtschaftszeitung ist der Medienpartner des Projekts. Die teilneh-

menden Firmen werden in den kommenden drei Jahren in der Wirtschaftszeitung vorgestellt. Für den Redaktionsleiter Martin Angerer ist es eine Selbstverständlichkeit, diese Initiative zu unterstützen. „Das Projekt passt perfekt zur WZ. Die Wirtschaftszeitung versteht sich als Plattform für die regionale Wirtschaft. Und ich denke, dass die Verbindung der Themen Gesundheit und Wirtschaft für die Region Regensburg ein enormes Potenzial besitzt.“

Wie funktioniert das Projekt?

Die 22 teilnehmenden Unternehmen aus der Region Regensburg – dabei sind Firmen mit fünf bis 5000 Mitarbeitern – erhalten professionelle Hilfe beim Aufbau eines betrieblichen Gesundheitsmanagements. Dafür müs-

sen sie lediglich einen Beauftragten benennen und für die Workshops und Seminare freistellen. Das Projekt ist zunächst auf drei Jahre angelegt. Die Unternehmen werden aber auch danach betreut, um einen nachhaltigen Erfolg des betrieblichen Gesundheitsmanagements sicher zu stellen. Unterstützung erhalten die beiden Initiatoren Beate Wassmer und Martin Simmel auch von Mario Ohoven, dem Präsidenten des Bundesverbandes mittelständische Wirtschaft. Zum bundesweiten Projektstart von „GE-MIT – Gesunder Mittelstand“ sagte Ohoven: „Der Mittelstand braucht gesunde, motivierte und produktive Mitarbeiter, gerade vor dem Hintergrund älter werdender Belegschaften und längerer Lebensarbeitszeiten. Deshalb muss das betriebliche Gesundheitsmanagement

im Betrieb Chefsache sein.“ Bei den teilnehmenden Firmen ist diese Botschaft längst angekommen. „Alle 22 Betriebe haben das Thema in der Chefetage angesiedelt“, freut sich Martin Simmel. „In dem Moment, in dem Gesundheitsmanagement Chefsache ist, wird es die wesentliche Säule der wirtschaftlichen Entwicklung“, ist sich der Diplompsychologe sicher.

Bei Beate Wassmer hatten sich sogar noch weitere Firmen gemeldet, die gerne an dem Projekt teilgenommen hätten. Da jedoch nur eine Förderung für 22 Unternehmen möglich ist, sind Beate Wassmer und Martin Simmel derzeit auf der Suche nach Finanzierungsmöglichkeiten, damit weitere Firmen an dem Projekt teilnehmen können. Die Region Regensburg als Modellregion soll nur der Anfang einer großen Gesundheitsinitiative sein. „Nach dem Rollout hier wollen wir das Projekt auf Bayern ausweiten“, kündigt Wassmer an.

KONTAKT

Informationen zum Projekt „Gesunde Unternehmen Bayern“ gibt es bei Beate Wassmer, Telefon (09 71) 3 19 96 60, E-Mail beate.wassmer@bvmw.de oder bei Martin Simmel vom GMS-Institut, Telefon (09 41) 28 09 43 40, E-Mail info@gms-institut.de.



Garhammer zählt zu den besten Modehäusern der Welt

Modehaus Garhammer ist Finalist bei den „World Retail Awards“ in Paris: Johannes und Christoph Huber realisieren Großes in der Kleinstadt

WALDKIRCHEN. Peking, Seoul, Sydney, London, Düsseldorf – Waldkirchen: Als Finalist der „World Retail Awards“ in Paris zählt das Modehaus Garhammer in der Kategorie „Store Design of the year“ zu den sechs besten Modehäusern der Welt.

„Unwirklich“ und „überwältigend“, beschreibt Johannes Huber, der gemeinsam mit seinem Bruder Christoph das Waldkirchener Modehaus in vierter Generation leitet, die Situation, als er die Nachricht von der Nominierung erhielt. Die „World Retail Awards“ gelten als der Oscar auf Welthandelsebene und als Maßstab der Branche. Nominiert werden kann nur, wer durch ein Jurymitglied vorgeschlagen wird.

Die Kategorie „Store Design of the year“ zeichnet Unternehmen über

1200 Quadratmeter aus, die in den letzten zwölf Monaten zukunftsweisend umgebaut, erweitert oder neu eröffnet haben. Neben dem Modehaus aus der Kleinstadt in Niederbayern zählten zu den sechs Finalisten unter anderem die Galeries Lafayette in Peking, The Galleria Luxury Hall in Seoul und New Look Retailers in London. Bei der Preisverleihung im September in Paris ging der Sieg zwar nach London, Geschäftsführer Johannes Huber zeigt sich aber dennoch stolz. „Als einziges Projekt in einer Kleinstadt überhaupt nominiert zu sein und in einem Atemzug mit den ganz Großen dieser Welt genannt zu werden, macht uns schon unfassbar stolz.“

Erst im September 2013 öffnete der Neubau seine Pforten. Das inhabergeführte Unternehmen investierte dabei rund 15 Millionen Euro in den Umbau und den Ausbau der Fläche von 6300 Quadratmeter auf 9000 Quadratmeter. Das Architekturbüro Blocher Blocher Partners in Stuttgart betreute und realisierte das Projekt. Entstanden ist eine Einkaufserlebniswelt mit zahlreichen Ruhezeiten, einer modernisierten Kinderwelt, einem eigenen Café und dem Restaurant Johans im Obergeschoss des Gebäudes, das Anfang November unter der Führung von Küchenchef Michael Simon Reis einen Michelin-Stern erhielt. Mehrere versetzt angeordnete Ebenen auf vier Etagen verbinden dabei Alt und Neu. Im südwestlichen Teil des Gebäudes sind denkmalgeschützte Teile der Ring-



Ausgezeichnet präsentiert: Das Modehaus Garhammer war Finalist in der Kategorie „Store Design of the year“.

Foto: Blocher Blocher Partners, Stuttgart



In vierter Generation leiten Christoph und Johannes Huber (v.l.) das Familienunternehmen. Foto: Garhammer

mauer sichtbar integriert. Auch den Handelsverband Deutschland (HDE) überzeugte das neue Design. So kürte der HDE das Modehaus im Januar zum „Store of the year 2014“.

„Wir haben gemerkt, dass wir mit unserem Wachstum flächenmäßig an Grenzen gestoßen sind, um unserem Garhammer-Anspruch gerecht zu werden“, erklärt Huber den Grund des Umbaus. Der Garhammer-Anspruch, das bedeutet vor allem Service. Um die 500 Mitarbeiter sorgen für den reibungslosen Ablauf im Modehaus. Vom individuell vereinbarten Beratungstermin bei der bevorzugten Verkäuferin über den Leihbrillen-Service dreht sich bei Garhammer alles um den Kunden. „Im Mittelpunkt all unserer Überlegungen steht der Kunde“,

bekräftigt Johannes Huber. Von den rund 62.000 Stammkunden, die bei Garhammer gelistet sind, nehmen viele stundenlange Anfahrten aus Österreich, Tschechien oder auch München in Kauf. „Viele Kunden schätzen die entspannte Einkaufsatmosphäre und dass sie bei uns alles unter einem Dach finden. Gerade in der Vorweihnachtszeit können sie bei uns der Hektik in den Großstädten entgehen“, erklärt Huber. So ist es auch keine Seltenheit, dass Kunden einen ganzen Tag bei Garhammer verbringen. Mit einer Million verkaufter Teile im Jahr, um die 62.000 Stammkunden und einem Planumsatz von 45 Millionen Euro 2014 trägt Garhammer mit dem Ausbau dem Wachstum des Unternehmens Rechnung.

Ob Damenmode, Herrenmode, Young Fashion, Kindermode, Schuhe & Accessoires oder der Wäschebereich – alle Bereiche profitieren von der Zusatzfläche. Die Vielfalt des Sortiments schafft dabei den Spagat zwischen den Altersgruppen, Preislagen und Bedürfnissen. Mit dem Anspruch, Mode für jeden Anlass und jede Generation anzubieten, finden die Kunden bei Garhammer sowohl den Schal von Burberry als auch das T-Shirt von S.Oliver oder die Handtasche von Michael Kors. Die Erfolgsgeschichte des Modehauses Garhammer zeigt, dass Mode nicht nur in Paris, London oder New York ihre Plattform hat, sondern auch in einer Kleinstadt im Bayerischen Wald einfach anziehend sein kann. (mbo)