



Pressemitteilung, 2. Oktober 2015:

Münchens Erste Häuser

Fünf Münchner Traditionshäuser gründen Wertegemeinschaft im Einzelhandel.

München, Oktober 2015. Die fünf traditionsreichen Münchner Unternehmen HIRMER, SPORThAUS SCHUSTER, KUSTERMANN, BETTENRID und KAUT-BULLINGER schließen sich unter dem Namen „MÜNCHENS ERSTE HÄUSER“ zu einer neuen Wertegemeinschaft zusammen. Gemeinsam wollen sie die Werte und Kultur der Traditionshäuser und die Einzigartigkeit von Münchens Innenstadt hervorheben.

Münchens Erste Häuser: HIRMER, SPORThAUS SCHUSTER, KUSTERMANN, BETTENRID und KAUT-BULLINGER – fünf traditionsreiche Unternehmen und die ersten Adressen für ein unvergleichliches Einkaufserlebnis im Herzen Münchens. Fünf einzigartige Häuser, Münchner Unikate mit der gemeinsamen Leidenschaft für erstklassige Produktqualität, persönliche Beratung und herzlichen Service – aus Tradition. Als Familienunternehmen stehen sie seit Generationen für überragende Servicequalität, typische Lebensart und höchste Ansprüche. Sie machen Einkaufen in München zu einem authentischen und emotionalen Erlebnis. *„Wenn du in München warst und hast ‚die Häuser‘ nicht besucht, warst du nicht in München“*, so Flori Schuster, Geschäftsführer vom Sporthaus Schuster.

Dass Einzelhandelshäuser den Titel „Einzelhändler“ tragen, weil diese einzeln handeln, wird nun eindrucksvoll von den Münchner Traditionsunternehmen HIRMER, SPORThAUS SCHUSTER, KUSTERMANN, BETTENRID und KAUT-BULLINGER widerlegt. Sie gründen mit „Münchens Erste Häuser“ eine Wertegemeinschaft, um gemeinsam ihre Werte und ihr Verständnis von Einkaufs- und Servicekultur im Verbund zu stärken, voneinander zu lernen und Kompetenzen zu bündeln.

Gemeinsam schauen sie auf 740 Jahre Handelserfahrung und eine erfolgreiche Positionierung in der Münchner Einzelhandelslandschaft zurück – und sind bis heute identitätsstiftende Familienunternehmen geblieben, die das Sinnbild des Münchner Lebensstils widerspiegeln. Sie prägen das Gesicht der Innenstadt und heben durch ihre Präsenz die Qualität der Münchner Einkaufsstraßen deutlich von der Uniformität anderer Fußgängerzonen ab. Für sich ist jedes Haus ein Spezialist, gemeinsam sind sie handelsstarke Traditionsgeschäfte, die man in den Großstädten in dieser Anzahl nur noch selten findet. Sie kommen aus unterschiedlichsten Branchen – für ihren Bereich sind sie die führenden, die „Ersten Häuser Münchens“, wenn es um Herrenbekleidung, Sport, Küchen-, Ess- und Wohnkultur, guten Schlaf und Badkultur sowie Büro, Schule und Schreibkultur geht.

Wertegemeinschaft statt Werbegemeinschaft

Die fünf Traditionshäuser sehen ihre neue Gemeinschaft im Sinne einer kulturellen ‚Wertegemeinschaft‘. *„Wir sind keine weitere Aktions- oder Marketinggemeinschaft, sondern wollen unsere gemeinsamen Werte, Stärken und Kultur in den Vordergrund stellen“*, so Frank Troch, Geschäftsführer von HIRMER. *„Tradition, das Münchnerische, Qualität, Service, Beratung und Wertschätzung unserer Mitarbeiter sind Begrifflichkeiten, die in allen Häusern gleichermaßen gelebt werden. Diese gemeinsamen Werte sind der Ursprung unserer Kooperation“*, sagt Caspar-Friedrich Brauckmann, Geschäftsführer von KUSTERMANN.

Verlässlichkeit und Individualität stehen für Flori Schuster, Geschäftsführer und dritte Generation vom gleichnamigen SPORThAUS SCHUSTER für den Erfolg der Ur-Münchner Häuser. *„Diese Unikate im Einzelhandel zeichnen sich ganz besonders durch ihre Persönlichkeit und die unverwechselbare Philosophie aus, die sie über Jahrzehnte und Jahrhunderte gebildet haben. Ihr Charisma trägt dazu bei, dass München weltweit einzigartig ist und sich klar von anderen austauschbaren internationalen Einkaufsquartieren unterscheidet“*, so Flori Schuster.



Herausforderungen, Ziele und Chancen

„Der Handel steht vor großen Herausforderungen“, so Robert Waloßek Geschäftsführer von BETTENRID. „Das veränderte Einkaufsverhalten, der zunehmende Online-Handel, die Anonymisierung der Innenstädte – überall die gleichen Ketten, egal ob Köln oder Barcelona – und die steigenden Mieten sind nur einige Themen, welche die Einzelhändler umtreiben und auf die es zu reagieren gilt. Jedes unserer Häuser, egal aus welcher Branche, sieht sich mit den gleichen Entwicklungen konfrontiert. Mit unserem Bündnis stärken wir unsere Stimmen als Familienunternehmen, auch in der Stadtpolitik und in den Tourismusgremien“, so Waloßek weiter.

Robert Waloßek sieht die Lösung in einem Wort zusammengefasst: STIMMUNG im Handel. Jeder Buchstabe des Wortes steht für einen Begriff: **S**ervice, **T**radition, **I**ndividualisierung der Produkte, **M**ulti-Channel, **M**itarbeiter, **U**nterhaltung im Sinne von Einkaufserlebnis, **N**eueiten im Produktsortiment und **G**emeinschaft wie die Kooperation der Häuser sind für ihn die entscheidenden Faktoren, die den Unterschied ausmachen.

„Wir sind überzeugt von unserer intensivierten Partnerschaft, eine Partnerschaft die viel mehr ist als nur eine Zusammenarbeit. Wir wollen miteinander unsere Kunden nachhaltig begeistern. Wir wollen uns miteinander intensiv auf verschiedensten Ebenen austauschen, voneinander lernen, wir wollen uns fördern und gegenseitig unterstützen – so wie dies eben in einer Familie geschieht“, so Frank Troch. Die kurzen Wege innerhalb der Familienunternehmen und die räumliche Nähe der fünf Häuser zueinander begünstigen diese Ziele.

Und sie wollen sich gegenseitig ihren Stammkunden empfehlen, denn dieser ist im Grunde derselbe. Er schätzt Qualität, Service, Kompetenz, Tradition und Individualität. Er ist Münchner, aus dem Umland oder (internationaler) Tourist. Christin Lüdemann, Geschäftsführerin der Einzelhandelssparte von KAUTBULLINGER, sieht genau im Bereich der gemeinsamen Zielgruppe großes Potential. „Der Kunde aller unserer Häuser ist anspruchsvoll und auf der Suche nach individuellen Produkten, die seine Persönlichkeit unterstreichen. Bei Qualität und Service hat er keine Kompromissbereitschaft. Eine große Überschneidung der Kunden besteht allerdings in unseren Häusern noch nicht. Hier sehe ich die Chance, unsere Kunden gemeinsam zu erreichen“, so Lüdemann. Jedes Jahr besuchen etwa 7 Millionen Kunden die Ersten Häuser in München auf der Suche nach einem inspirierenden Einkaufserlebnis und Produkten, die das Leben schöner machen.

Kampagne, Logo und Claim

Die Interessensgemeinschaft wird nach außen mit einem gemeinsamen, visuellen Auftritt repräsentiert. Der Name „Münchens Erste Häuser“ symbolisiert die Stärke und den Stolz, den die fünf Traditionshäuser für ihre gemeinsamen Werte empfinden. Und er steht gleichzeitig für den Anspruch, in ihrem jeweiligen Bereich die führende Adresse in München zu sein. „Das Logo ist von der Form eines Würfels abgeleitet und assoziiert gleichzeitig einen Kristall mit unterschiedlichen Facetten, die jeden der fünf Häuser einzigartig machen“, so Christin Lüdemann. Das Logo bildet das gemeinsame Gütesiegel für „Münchens Erste Häuser“. Der englische Zusatz MUNICH SHOPPING CULTURE ist als Art Claim zu verstehen, der zum einen die übergreifende anspruchsvolle Einkaufskultur verstärkt, zum anderen auch internationale Gäste ansprechen soll.

Ab Ende September startete der gemeinsame visuelle Auftritt nach außen, der sich auf den jeweiligen hauseigenen Flächen und Kundenmagazinen wiederfinden wird.



Förderung der Mitarbeiter und gemeinsame Aktivitäten

Erlebniseinkauf, das besondere Produktsortiment aber vor allem der service-orientierte, engagierte Mitarbeiter sind der Schlüssel für den Erfolg der Traditionshäuser. Dazu gehört auch die Investition der Traditionsunternehmen in ihre Mitarbeiter.

So bildete auch Mitte September ein großes gemeinsames Mitarbeiter-Fest aller fünf Häuser den Auftakt zu „Münchens Erste Häuser“. Ca. 800 Mitarbeiter waren der Einladung ihrer Unternehmen gefolgt, ihre Kolleginnen und Kollegen der anderen Partner-Häuser besser kennenzulernen und sich auszutauschen. *„Letztendlich sind es unsere Mitarbeiter, die täglich und gegenüber jedem Kunden diese neue Botschaft vertreten werden. Wir wollen, dass sie diese neue Partnerschaft aktiv leben und sie von Beginn an eng mit in das Gemeinschaftsprojekt einbinden“*, so Caspar-Friedrich Brauckmann.

Ein gemeinsames Projekt der drei Häuser BETTENRID, KAUT-BULLINGER und KUSTERMANN zeigt den Erfolg, die Mitarbeiter gemeinsam zu fördern. In 2014 starteten sie mit dem „Azubi College“ ein einzigartiges Pilotprojekt im Ausbildungsmarkt, unterstützt von der Rid Stiftung. Mit ihrer jahrzehntelangen Erfahrung wollen die drei Unternehmen jungen Menschen mit einer unternehmensübergreifenden Ausbildung einen außergewöhnlichen Start in das Berufsleben bieten. So entwickeln sie heute schon für den zweiten Azubi-College-Jahrgang gemeinsam ihre Zukunft.

Weitere Maßnahmen sind geplant, wie ein gemeinsamer Adventskalender mit ausgewählten Produkten aus allen Häusern, der gezielt an die Stammkunden aller fünf Häuser verschickt wird.

Das gemeinsame Ziel und der Anspruch, heute wie morgen die ERSTE ADRESSE in München für den anspruchsvollen Kunden zu sein, wird nun in der neu gebildeten Wertegemeinschaft häuser- und mitarbeiterübergreifend weiter aktiv und gemeinsam in die Zukunft getragen.

HIRMER – Die Institution für Männermode

Über 200 Modeberaterinnen und -berater betreuen Hirmer-Kunden auf rund 9.000 Quadratmetern und 6 Etagen als Gastgeber. Exzellente Fachkenntnis, eine Größenauswahl von XS bis 10XL und ein perfekter Service prägen dieses Münchner Traditionshaus für modebegeisterte Männer.

Gründungsjahr: 1914

Mitarbeiterzahl: 300

Geschäftsführer: Frank Troch

Kaufingerstraße 28, 80331 München

www.hirmer.de

SPORTHAUS SCHUSTER – Spezialist für Bergsport und Outdoor-Bekleidung

Es ist die Leidenschaft für die Bergwelt der Alpen und die Sportbegeisterung – egal ob im Tal oder auf dem Gipfel, die den Schuster heute wie vor 100 Jahren auszeichnen. Sie prägen das Haus und seine Mitarbeiter, die so passioniert beraten wie sie selbst sporteln.

Gründungsjahr: 1913

Mitarbeiterzahl: 320

Geschäftsführer: Flori Schuster, Rainer Angstl

Rosenstraße 1-5, 80331 München

www.sport-schuster.de



KUSTERMANN – Führend in Küche-, Ess- und Wohnkultur

Seit über 200 Jahren eine feste Größe direkt am Viktualienmarkt steht der Kustermann heute für eine einmalige Mischung aus Fachkompetenz, Qualität und Auswahl. Mit über 70.000 Artikeln des täglichen Bedarfs schöpft der Kunde hier aus der puren Fülle.

Gründungsjahr: 1798

Mitarbeiterzahl: 240

Geschäftsführer: Dr. Susanne Linn-Kustermann, Caspar-Friedrich Brauckmann

Viktualienmarkt 8, Rindermarkt 3-4, 80331 München

www.kustermann.de

BETTENRID – Experten für Schlaf und ein schönes Zuhause

Inspirierendes Sortiment, individuelle Beratung und stilvolles Ambiente sorgen für eine Einkaufserlebniswelt auf höchstem Niveau. Seit 1916 ist Bettenrid das Kompetenzzentrum für Bett-, Bad-, und Tischkultur – mit Persönlichkeits- und echtem Qualitätsbewusstsein.

Gründungsjahr: 1916

Mitarbeiterzahl: 200

Geschäftsführer: Robert Waloßek

Neuhauser Str. 12, 80331 München

Theatinerstraße 47, 80333 München

www.bettenrid.de

KAUT-BULLINGER – Büro. Schule. Schreibkultur.

Ob Büromaterial oder Schulsachen, Schreibwaren, Papeterie, Künstler- oder Bastelbedarf: Kaut-Bullinger ist Münchens erste Adresse für Liebhaber exquisiter Schreibkultur, Büro- und Organisationstafel, kreative Bastler und Geschenkspezialisten. Wer schöne Dinge liebt, ist hier richtig.

Gründungsjahr: 1794

Mitarbeiterzahl: 175

Geschäftsführerin: Christin Lüdemann

Rosenstraße 8, 80331 München

www.kautbullinger.de

MÜNCHENS ERSTE HÄUSER – Einkaufen in München: persönlich, herzlich authentisch.

Münchens Erste Häuser sind fünf traditionsreiche Unternehmen im Herzen der Stadt, die sich seit Generationen dem Einkaufserlebnis für lokale und internationale Kunden verschreiben. Sympathisch, authentisch und mit überragender Servicequalität stehen sie ebenso für eine typische Lebensart wie für höchste Ansprüche. Denn sie alle teilen eine Leidenschaft für erstklassige Produktqualität, persönliche Beratung und herzlichen Service – aus Tradition. Typisch München eben.

www.erste-haeuser.de

Presse-Kontakt:

Markenkultur PR

Ruffinistr. 7 | 80637 München

+49 89 51 00 97 84

contact@marken-kultur.com

www.marken-kultur.com



BILDÜBERSICHT:



1_MEH_Geschäftsführer



2_MEH_Geschäftsführer

vorne v.l.n.r.: Flori Schuster, Sporthaus Schuster / Christin Lüdemann, Kaut-Bullinger / Robert Waloßek, Bettenrid
hinten v.l.n.r.: Caspar-Friedrich Brauckmann, Kustermann / Frank Troch, Hirmer



3_Hirmer



4_Sporthaus_Schuster



5_Kustermann



6_Bettenrid



7_Kaut-Bullinger



8_MEH-Kampagne



9_MEH-Kampagne_Fassade