

Kaufangebote gab es, sind aber keine Option für Handelshof-Chef Wolfgang Baer.



**„Wir bleiben
eigenständig“**

Fotos: Hoppen

Im C&C-Geschäft profiliert sich die Kölner **Handelshof-Gruppe** seit 50 Jahren als Markenspezialist. Geschäftsführer Wolfgang Baer sieht noch Wachstumspotenzial.

Text: **Sonja Plachetta**

»»

Seit nunmehr 50 Jahren trotz der Kölner Handelshof-Gruppe erfolgreich der Konkurrenz – und betreibt inzwischen 16 Cash- und Carry-Märkte. Die meisten davon finden sich in Nordrhein-Westfalen und im Norden Deutschlands. Wolfgang Baer, Sprecher der Geschäftsführung, plant auch für die Zukunft ein moderates Wachstum des Familienunternehmens.

Der Handelshof feiert in diesem Jahr 50-jähriges Bestehen. Wie beurteilen Sie die Entwicklung Ihres Unternehmens?

Wolfgang Baer: Wir können im Großen und Ganzen mit der Entwicklung zufrieden sein. Natürlich gibt es Unternehmen, die vor 50 Jahren genauso groß oder klein waren wie wir – zum Beispiel die Schwarz-Gruppe, die ist inzwischen wesentlich bedeutender als wir. Es gibt aber auch nicht minder viele, die vom Markt verschwunden sind.

Wie schätzen Sie die momentane Position ein?

Ganz gut. Sie wird ein bisschen getrübt durch unsere beiden Neueröffnungen – den Neubau in Hamm und die Übernahme eines Marktes von der Metro in Rostock. Beide laufen schwerer an, als wir gedacht haben. Was die Altbetriebe angeht, ist alles in Ordnung.

Planen Sie weitere Neueröffnungen?

Heutzutage dauert es einige Jahre, bis Sie so einen Markt entwickelt haben, insofern beschäftigen wir uns immer mit neuen Standorten, zurzeit ist aber noch keiner spruchreif.

Das heißt aber, dass Sie weiter expandieren wollen?

Ja, ich nenne das moderates Wachstum. Der Zielkorridor ist, alle drei, vier Jahre einen Markt zu eröffnen. Wir werden keine riesigen Sprünge

Das Unternehmen

Die Handelshof-Gruppe betreibt 16 C&C-Märkte in Nordrhein-Westfalen, im Großraum Hamburg und in Mecklenburg-Vorpommern. Das 1961 von der Franz Willick KG (heute: GmbH) und der A. Himmelreich KG (heute: GmbH & Co. KG) gegründete Unternehmen beschäftigt derzeit rund 2.300 Mitarbeiter. 2010 lag der Umsatz bei 672 Mio. Euro, 2,9 Prozent mehr als 2009. Geplantes Plus für dieses Jahr: 10,0 Prozent, flächenbereinigt 3,6 Prozent.

machen, wir werden auch nicht ins Ausland gehen. Da muss man einfach die Kirche im Dorf lassen. Wir sind ein Familienunternehmen, wir haben keinen Konzern im Rücken mit viel Geld. Wir müssen vorsichtig wirtschaften, denn so ein Objekt wie in Hamm kostet 20 Mio. Euro.

Wollen Sie in Deutschland regional expandieren? Sie sind ja sehr stark in NRW und im Norden vertreten.

Die Klümpchenbildung ist historisch gewachsen. Im Süden bekommen wir sofort das Problem mit dem Namen, weil die Schwarz-Gruppe teilweise unter Handelshof firmiert. Deswegen bewegen wir uns in Regionen, wo kein anderer mit dem Namen arbeitet. Die Nordbetriebe stammen aus der Übernahme von Behn und Behn, die Ostbetriebe haben wir im Ost-Boom 1991/1992 eröffnet. Bekämen wir aber ein Angebot aus Berlin, würden wir nicht sagen: „Da gehen wir nicht hin.“

Sie arbeiten in Einkauf sowie in der Frische- und Tiefkühllogistik mit Edeka zusammen. Warum kommt es Ende 2011 zur Trennung?

Der Vertrag wäre Ende des Jahres ohnehin ausgelaufen. Durch die Ratio-Übernahme hat sich die Situation ergeben, dass die Edeka nun auch

in unserem Stammgebiet C&C-Märkte betreibt und wir jetzt Wettbewerber sind. Das war der Auslöser für die Trennung. Wir wechseln zur Markant, werden uns aber keiner Unterkooperation anschließen. Wir wollen jetzt erst mal allein bleiben.

Sie betreiben 16 C&C-Märkte. Wie behaupten Sie sich gegen die Konkurrenz?

Wir sagen immer, es ist das Personal. Wir sind ein Familienbetrieb, da laufen viele Dinge noch anders als in einem Konzern. Zum zweiten behaupten wir uns über das Sortiment. Wir sind sehr vertriebsorientiert, während unsere Mitbewerber alle sehr einkaufskonzentriert arbeiten. Wir haben ein unglaublich ausuferndes Sortiment, teilweise bis zu 80.000 Artikel, darunter kaum Eigenmarken. Wenn Sie das mit der Metro vergleichen: Die kommen bei der gleichen Fläche vielleicht auf 50.000 Artikel. Wir haben uns sehr früh auf Food konzentriert, wir haben keine riesigen Nonfood-Flächen. Außerdem haben wir uns auf das Thema Zustellung spezialisiert. Wir betreiben im Gegensatz zu manchem Mitbewerber schon seit 15 Jahren Liefergroßhandel, der heute knapp 20 Prozent des Gesamtumsatzes ausmacht.

Hat die Metro oder ein anderes Unternehmen schon mal die Führer nach Ihnen ausgestreckt?

Nein, die Metro noch nie. Es gab ein, zwei Kaufanfragen im Laufe der Jahre, aber das ist für uns keine Option. Wir haben uns erfolgreich behauptet, und wir bleiben eigenständig. Meist verkauft man ja auch, wenn man kein Geld mehr verdient, aber wir verdienen Geld!

Gibt's nach den Jubiläumswochen weitere Jubiläumsaktionen?

Wir veranstalten noch ein Fest und eine Jubiläums-Ideenmesse im September in Köln. Wir benutzen aber das Jubiläum nicht ein ganzes Jahr über wie so mancher Mitbewerber. Mit den Jubiläumswochen ist jetzt Schluss, nun kommt wieder das normale Geschäft. □

Zum 50-Jährigen sind die Handelshof-Geschäftszahlen gut. Das bereitet Geschäftsführer Wolfgang Baer gute Laune.



Zur Person

Der 45-jährige Wolfgang Baer ist seit zehn Jahren Sprecher der Geschäftsführung der Kölner Handelshof-Gruppe. Baer hat an der Berufsakademie Betriebswirtschaft studiert und später noch einen MBA gemacht. Er ist verheiratet und hat zwei Söhne. In seiner Freizeit fährt er gerne Rad.