

PRESSEMITTEILUNG des GermanRetailLab e.V.

Reichenschwand, 04. März 2015

Experten arbeiten mit Nachwuchs an Innovationskonzepten für den Handel

Thinktank GermanRetailLab wächst und legt Ziele für 2015 fest

Die Bilanz des erst vor acht Monaten gegründeten Handels-Thinktanks GermanRetailLab e.V. kann sich sehen lassen: Der Verein konnte die Zahl seiner Mitglieder 2014 um rund die Hälfte steigern, das erste Nachwuchs-Camp produzierte bereits spannende Ergebnisse – „und in drei Unternehmen werden die Impulse aus der gemeinsamen Arbeit unserer gestandenen Handelsmanager und ambitionierten High Potentials bereits in diesem Jahr in konkreten Projekten umgesetzt“, resümierte der Vorstandsvorsitzende Thomas Vogler nach der Jahreshauptversammlung auf Schloss Reichenschwand zufrieden.

Mit dem GermanRetailLab (GRL) entstand auf Initiative von rund einem Dutzend renommierter Handelsexperten im vergangenen Jahr ein Thinktank, der die Förderung des Einzelhandels und seines Images sowie die Entwicklung strategischer Antworten auf die drängenden Zukunftsthemen der Branche zum Ziel hat. Im Zentrum seiner Aktivitäten steht die Förderung von Nachwuchsführungskräften – und das Angebot, die Expertise erfahrener Handelsmanager für deren Entwicklung zu nutzen. Dazu wurden Anfang Januar erstmals zehn High Potentials zum ersten GermanRetailLab Camp eingeladen. Dort setzten sie sich zwei Tage lang intensiv mit Themenaufträgen auseinander, die ihre Mentoren zuvor für sie erarbeitet hatten.

Imagepflege ist Branchenaufgabe

Die Ergebnisse präsentierten sie dieser Tage auf der Jahreshauptversammlung des mittlerweile auf 26 Mitglieder angewachsenen Gremiums: Strategievorschläge für einen konstruktiven Umgang mit den laufenden Veränderungen im Handel sowie die Chancen, die der Handel durch einen proaktiven Umgang mit Diversity gewinnen kann. „Es zeigte sich: Wir sind hier im Hinblick auf Strukturen und die Qualität der Führung ebenso gefordert wie in puncto Imagepflege. Letzteres kann zwar nur unternehmensübergreifend gelöst werden – aber auch dazu liefert das GRL die perfekte Ausgangsbasis“, sagt Thorsten Schmitz, Geschäftsführer Vertrieb der Rudolf Wöhrl AG und ebenfalls im GRL-Vorstand. Die Rudolf Wöhrl AG gehört, neben NKD und Adler, auch zu den Unternehmen, welche die Camp-Arbeit ihrer Talente bis zum Herbst in konkreten Projekten umsetzen wollen.

„Who is Who“ des Handels wächst

Ein wichtiger Punkt auf der Agenda der Versammlung war – neben der Diskussion weiterer Maßnahmen zur Stärkung des Handels – auch die Aufnahme von neun weiteren Mitgliedern. Dazu gehörten unter anderem der NKD-CEO Frank Beeck, der frühere ALDI-Geschäftsführer Dieter Brandes, der Vorstandsvorsitzende der Adler Modemärkte, Lothar Schäfer, Poco-Domäne Gründer Peter Pohlmann sowie Dr. Wolfgang Link, President Toys ‚R‘ Us Europe. Sie werden an der Seite von prominenten GRL-Mitgliedern der ersten Stunde, darunter OBI-Gründer Prof. Manfred Maus oder der ehemalige Geschäftsführer der Media-Saturn-Holding, Prof. Dr. Utho Creusen, in diesem Jahr vor allem Innovationsthemen im Handel adressieren. Das nächste Treffen des GermanRetailLab dazu ist für die Jahresmitte angesetzt; die nächsten Camps werden an je zwei Tagen im Juli und November stattfinden.

Anzahl der Anschläge (inkl. Leerzeichen): 3.166

Über das GermanRetailLab

Das GermanRetailLab (GRL e.V.) wurde 2014 von führenden deutschen Handelsmanagern mit dem Ziel des Erfahrungs- und Wissensaustausches zwischen erfahrenen Experten und

vielversprechenden Nachwuchsführungskräften gegründet. Der Verein hat die Förderung des Einzelhandels in Deutschland und Europa sowie die Verbesserung seines Images zum Ziel. Dazu beschäftigt er sich mit aktuellen Herausforderungen und Zukunftsfragen, entwickelt dafür neue Konzepte und fördert die Weiterbildung und Vernetzung von Nachwuchsführungskräften.

Möchten Sie zukünftig keine Pressemitteilungen des GermanRetailLab e.V. mehr erhalten, klicken Sie bitte [hier](#).

Bitte geben Sie im Falle einer Veröffentlichung des bereitgestellten Bildmaterials die „GermanRetailLab“ als Quelle an.

Bei Veröffentlichung freuen wir uns über Ihr kurzes Signal oder einen Beleg – vielen Dank!



v.l.n.r.: Thorsten Schmitz, Hans-Jürgen Kenziora, Dr. Sebastian Gradinger und Günter Althaus – [300dpi](#)



Logo des GermanRetailLab e.V. – [300dpi](#)

Pressekontakt:

HARTZKOM

Strategische Kommunikation

Dr. Sabine Gladkov

Tel 089 998 461-15

Fax 089 998 461-20

Anglerstraße 11

80339 München

germanretailab@hartzkom.de