

100 JAHRE
ANWR GROUP

JAHRE

ZUKUNFT

1919 - 2019

100

ANWR
GROUP



1919
1920
1921
1922
1923
1924
1925
1926
1927
1928
1929
1930
1931
1932
1933
1934
1935
1936
1937
1938
1939
1940
1941
1942
1943
1944
1945
1946
1947
1948
1949
1950
1951
1952
1953
1954
1955
1956
1957
1958
1959
1960
1961
1962
1963
1964
1965
1966
1967
1968
1969
1970
1971
1972
1973
1974
1975
1976
1977
1978
1979
1980
1981
1982
1983
1984
1985
1986
1987
1988
1989
1990
1991
1992
1993
1994
1995
1996
1997
1998
1999
2000
2001
2002
2003
2004
2005
2006
2007
2008
2009
2010
2011
2012
2013
2014
2015
2016
2017
2018
2019

100 JAHRE
ANWR GROUP

JAHRE
ZUKUNFT

1919 - 2019

100



Eine starke Gemeinschaft: die Mitglieder bei der Generalversammlung 2019 der ANWR GROUP eG in Hamburg

INHALT

04 BRIEF DES VORSTANDS

06 GENOSSENSCHAFTSMODELL

08 ANWR GROUP

10 VORSTÄNDE

1 1919 – 1959

ANFÄNGE & ETABLIERUNG

12 ZEITSTRAHL:
vom Einheitspreis zum
Fußballwunder

14 DER ERSTE VON
12 MOMENTEN:
1919 – Die Nord-West Schuh-
waren-Einkaufsgenossenschaft eG
wird gegründet.

GESCHICHTCHEN ZUR GESCHICHTE

100 Jahre Genossenschaftsgeschichte sind eine lange Zeit. Deshalb präsentieren wir sie Ihnen in vier aufschlussreichen Kapiteln. Jedem Abschnitt vorangestellt haben wir einen Zeitstrahl, dessen kleine Geschichten Sie auf die jeweilige Epoche einstimmen sollen.

2 | 1960 – 1971

MODE &
PROFILIERUNG

26

ZEITSTRAHL:
von der Damenhose
zur ersten E-Mail

28

DER ERSTE VON
10 MOMENTEN:
1960 – Der Arbeitskreis
„NORD-WEST-Junioren“
bildet sich

3 | 1972 – 2000

VIELFALT &
ENGAGEMENT

36

ZEITSTRAHL:
von der eigenen Bank
zum Online-Shopping

38

DER ERSTE VON
9 MOMENTEN:
1979 – Die ANWR GROUP
bekommt ihre eigene Bank

4 | 2001 – 2019

INNOVATION &
ZUKUNFT

48

ZEITSTRAHL:
von der Euro-Einführung zum
ANWR GROUP-Jubiläum

50

DER ERSTE VON
15 MOMENTEN:
2001 – Die NORD-WEST-RING
und die Ariston fusionieren

68

STICHWORTVERZEICHNIS
IMPRESSUM

MOMENTE

AUS

100

JAHREN

GEMEINSCHAFT ERLEBEN

Liebe Leserinnen und Leser,

ein besonderes Jubiläum wie 100 Jahre Geschichte unserer genossenschaftlichen Gemeinschaft bietet die beste Gelegenheit, um zurückzublicken auf große und kleine Momente einer langen Wegstrecke. Seit der Gründung unserer Genossenschaft haben wir mit unseren Partnern viele spannende Momente erlebt. Momente, die uns auf dem Weg in die Zukunft vorangebracht haben.

Mit der Gründung der Nord-West Schuhwareneinkaufsgenossenschaft wurde 1919 der Grundstein für die heutige ANWR GROUP

gelegt. Seither sind wir zu einer der großen Handelskooperationen heran- und zusammengewachsen. Zeitgeist und politische Entwicklungen, Modetrends und technologische Innovationen, zukunftsweisende Ideen und kreative Gestalter, engagierte Mitarbeiter und Tausende in ihrem geschäftlichen Umfeld engagierte Fachhändler haben den Weg unserer Gemeinschaft entscheidend mitgeprägt.

August Blanke, einer der Gründerväter unserer Genossenschaft, hat das Wesen unserer Gemeinschaft beschrieben:

„ZWEI SÄULEN TRAGEN GLEICHGEWICHTIG DAS GEBÄUDE EINES VERBANDES: ACHTUNG VOR DER TRADITION UND UNBÄNDIGER WILLE ZUM FORTSCHRITT.“

Diesem Leitgedanken ist die ANWR GROUP bis heute verpflichtet. Auf den Punkt gebracht findet er sich deshalb auch im Leitsatz für unser Jubiläumsjahr 2019: „100 Jahre Zukunft!“

Begleiten Sie uns beim Blick in die Vergangenheit und auf dem Weg in die Zukunft! ●

Der Vorstand der
ANWR GROUP eG



Matthias Grevener
Vorstand der ANWR GROUP



Frank Schuffelen
Vorstand der ANWR GROUP



Fritz Terbuyken
Vorstand der ANWR GROUP



Franz Klimesch
Vorstand der ANWR GROUP
(nebenamtlich)

DIE GENOSSEN- SCHAFT: DIE KRAFT EINER ZEITLOS STARKEN IDEE

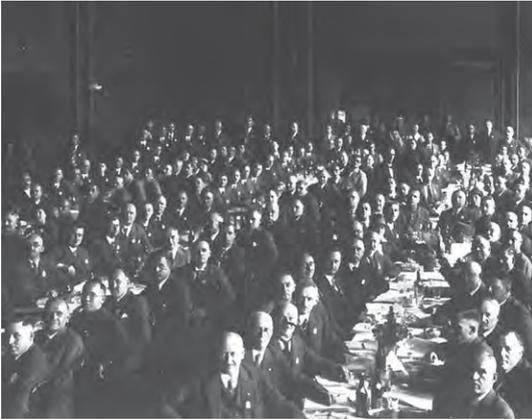
2012 riefen die Vereinten Nationen das internationale Jahr der Genossenschaften aus. Seitdem erlebt diese Organisationsform eine Renaissance. 2016 wurde sie zudem von der UNESCO als immaterielles Kulturerbe anerkannt.

Lange haftete den Genossenschaften ein eher verstaubtes Image an. Ihre Zahl war durch Fusionen und Auflösungen auch in Deutschland stark zurückgegangen. Vor allem in den letzten Jahren hat sich das wieder geändert.

Friedrich Wilhelm Raiffeisen, einem der Väter der Genossenschaftsidee im 19. Jahrhundert, wurde 2018 ein ganzes Jahr gewidmet.

Vertrauen in die eigene Kraft

Kennzeichnend für Genossenschaften ist das Vertrauen in die eigene Kraft, das sich in den Prinzipien der Selbsthilfe, Selbstverantwortung und Selbstorganisation ausdrückt. In der Praxis bedeutet das unter anderem, dass die Mitglieder ihrer Genossenschaft Kapital zur Verfügung stellen und dafür an wichtigen Entscheidungen zu Ausrichtung und Geschäftszweck beteiligt sind.



Das Parlament der Genossenschaft: die Generalversammlung einst und jetzt

Ein Mitglied – eine Stimme

In der mindestens einmal pro Jahr stattfindenden Generalversammlung gilt das demokratische Prinzip: ein Mitglied, eine Stimme – unabhängig von der Größe des eigenen Unternehmens und der Zahl der jeweiligen Mitgliedsanteile. Für jedes einzelne Mitglied bedeutet die Versammlung: Hier kann ich meine Mitgliedsrechte uneingeschränkt ausüben. Die Generalversammlung ist in dieser Form das oberste Willensbildungsorgan einer Genossenschaft, quasi ihr „Parlament“. Zu ihren Aufgaben gehören unter anderem Änderungen der Satzung, Genehmigung des Jahresabschlusses, Verteilung von

Gewinn und Verlust, Wahl des Aufsichtsrats, Entlastung von Vorstand und Aufsichtsrat sowie die Entscheidung über Auflösung oder Verschmelzung der Genossenschaft.

Aufsichtsrat als Kontrollinstanz

Der von der Generalversammlung gewählte Aufsichtsrat ist eines der entscheidenden Organe innerhalb einer Genossenschaft. Er setzt sich aus Mitgliedern der Genossenschaft zusammen und hat in deren Interesse den Vorstand zu beraten und seine Geschäftsführung zu beaufsichtigen. Solange Vorstand und Aufsichtsrat vertrauensvoll und offen zusammenarbeiten, kann

im Sinne der Genossenschaft und des einzelnen Mitglieds viel bewegt werden.

Die aktuelle Bedeutung der Genossenschaften zeigt, dass sich Solidarität und Gewinnerzielung in der freien Marktwirtschaft nicht ausschließen müssen. Die Genossenschaft bildet eine soziale Form des Wirtschaftens. Genossenschaften verfolgen keine kurzfristigen Ziele, sondern arbeiten generationenübergreifend. Derzeit sind in Deutschland rund 8.000 Genossenschaften getreu dem Leitsatz „Gemeinsam mehr erreichen!“ aktiv. ●

DER WILLE ZUM FORT- SCHRITT:

TRAGPFEILER
DER
ANWR GROUP

Die ANWR GROUP feierte am 1. Juli 2019 in der Hamburger Elbphilharmonie ihren 100. Geburtstag. Das Motto des Jubiläums lautete: „100 Jahre Zukunft“. Denn bereits seit der Gründung der Vorgängerorganisation Nord-West 1919 war die aktive Zukunftsgestaltung der vordringliche Auftrag.

Hätte man August Blanke als einen der Gründerväter der heutigen ANWR GROUP und seine Mitstreiter 1919 darum gebeten, ihrer Nord-West ein Motto mit auf den Weg zu geben, so wäre der Begriff „Zukunft“ bestimmt ein wesentlicher Bestandteil davon gewesen. Denn es war bereits damals die maßgebliche Aufgabe der Genossenschaft: die Zukunftsfähigkeit ihrer Mitglieder über das Prinzip „Hilfe zur Selbsthilfe“ zu sichern.

August Blanke prägte den Satz „Zwei Säulen tragen gleichgewichtig das Gebäude des Verbands: Achtung vor der Tradition und unbändiger Wille zum Fortschritt“, der auch heute noch gilt. Dieser unbedingte Wille zum Fortschritt und das Grundprinzip aller Genossenschaften – gemeinsam mehr zu erreichen, als der Einzelne es könnte – hat die Gruppe durch ihre 100-jährige Geschichte begleitet. Beide Aspekte haben sie zu dem

gemacht, was sie heute ist und wofür sie steht: eine innovative, international tätige und erfolgreiche Handelskooperation in den Branchen Schuhe, Sport und Lederwaren, zusammengeschlossen in einer Unternehmensgruppe und ergänzt um Finanzdienstleistungen mit Zentralregulierung und Factoring.

100 JAHRE ZUKUNFT 100 JAHRE ANWR GROUP



Bereit für die Zukunft: Die ANWR GROUP blickt zuversichtlich auf die nächsten 100 Jahre

Name mit Historie

Das Motto „100 Jahre Zukunft“ berücksichtigt sowohl Tradition als auch Fortschritt. Den Weg zu dem, was die heutige Genossenschaft ANWR GROUP darstellt, dokumentiert auch der Name „ANWR“ als Kürzel für „Ariston-Nord-West-Ring“. Stationen dabei waren:

- Gründung als Nord-West-Schuhwaren-Einkaufsgenossenschaft eG in Hamburg im Jahr 1919
- Fusion der beiden Verbände Nord-West-Schuhwaren-Einkaufsgenossenschaft eG und Ring-Schuh Einkaufsvereinigung e.G.m.b.H. zur Nord-West-Ring-Schuheinkaufsgenossenschaft eG im Jahr 1971
- Fusion der Nord-West-Ring-Schuheinkaufsgenossenschaft eG mit der Ariston Schuh-Einkaufsvereinigung eG zur Ariston-Nord-West-Ring eG im Jahr 2000

2012 wird schließlich aus der Ariston-Nord-West-Ring eG die ANWR GROUP eG.

Bei der Jubiläumsfeier in Hamburg konnte der Genossenschaftsverband – Verband der Regionen e.V. die ANWR GROUP mit der auch im traditionellen Genossenschaftswesen nicht alltäglichen 100-Jahre-Jubiläumsurkunde auszeichnen. Die ANWR GROUP ist bereit dazu, den erfolgreichen Weg fortzusetzen. ●

DIE VORSTÄNDE:

VISIONÄRE MIT WEITBLICK

Die 100-Jahr-Feierlichkeiten zum Jubiläum der ANWR GROUP wären ohne das fortlaufende Engagement des Vorstands undenkbar gewesen. Glücklicherweise war in der wechselvollen Geschichte der Gruppe jede Vorstandsgeneration weitsichtig und mutig, um die notwendigen Weichenstellungen zum richtigen Zeitpunkt einzuleiten.

Innerhalb des demokratischen Gebildes der Genossenschaft kommt dem Vorstand die Funktion der Exekutive zu. Damit ist er für Strategie, Organisation und die gesamte Geschäftspolitik verantwortlich.

Sieben Vorstandsvorsitzende bis heute

Ohne Visionäre, die aus Überzeugung auch den Sprung ins kalte Wasser wagen, kann eine Genossenschaft den Wandel der Zeit nicht überdauern. Gemeinsam mit ihren jeweiligen Vorstandskollegen führten sieben Vorstandsvorsitzende die Gruppe in den vergangenen 100 Jahren. Dabei zeigte sich vor allem eines: Kontinuität.

Der Mitgründer August Blanke war beinahe 30 Jahre Vorsitzender „seiner“ Nord-West, von 1919 bis 1948. Er institutionalisierte die Grundlagen der Arbeit zwischen Zentrale und Mitgliedern und half maßgeblich dabei, die großen wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Krisen zu überstehen.

Dr. Walter Pelletier, der Wunschnachfolger Blankes, führte die Nord-West von 1949 bis 1968 in und durch die Jahre des Wirtschaftswunders. Mit diplomatischem Geschick und Gespür lenkte er in den 60er-Jahren den Blick auch in andere europäische Länder. Der Umzug von Hamburg

nach Frankfurt im Jahr 1954 war ein wichtiger Schritt für die wachsende überregionale Bedeutung.

Sein Nachfolger Dr. Georg C. Neumann übernahm 1968 das Ruder und sollte in den nächsten 20 Jahren mit wegweisenden strategischen Konzepten und Entscheidungen das Bild und den Erfolg der heutigen ANWR GROUP prägen. Ob die Einführung des ersten Franchisekonzeptes im Schuhfachhandel, Quick-Schuh, die Gründung der DZB BANK oder die Fusion mit der Ring-Schuh: Mit Klugheit, diplomatischem Gespür und Weitsicht erkannte Dr. Neumann stets die Zeichen der Zeit.



August
Blanke



Dr. Walter
Pelletier



Dr. Georg C.
Neumann



Dr. Manfred T.
Wellenbeck



Joachim
Siebert



Roland
Schwerdtfeger



Günter
Althaus

1988 betrat Dr. Manfred T. Wellenbeck die Bühne der Nord-West-Ring und führte die Internationalisierungs- und Wachstumsstrategie fort. Er verantwortete entscheidende Schritte wie den Umzug nach Mainhausen, die Ausweitung der Zentralregulierung auf weitere Verbundgruppen und die Fusion mit der Ariston. Auch die Integration vieler neuer Mitglieder aus den ostdeutschen Bundesländern fielen in die Amtszeit Dr. Wellenbecks.

Nach dem Zusammenschluss mit der Ariston im Jahr 2001 übernahm Joachim Siebert, vormaliger Vorstandsvorsitzender der Ariston, das Ruder. Während sei-

ner Amtszeit bekamen die Mitglieder mit der Gründung der ANWR Schuh GmbH einen starken Partner innerhalb der ANWR-Familie. Außerdem übernahm die DZB BANK die AKTIVBANK.

Von Mitte 2007 bis April 2009 führte Roland Schwerdtfeger die Genossenschaft. Zum 1. Mai 2009 übernahm Günter Althaus den Vorstandsvorsitz und stellte bis zu seinem Ausscheiden Ende November 2019 wichtige Weichen für die Zukunft des Handels. Er setzte seine Schwerpunkte bei der Digitalisierung von Prozessen, die Omnichannel-Fähigkeit des Fachhandels sowie auch der Datennutzung und -teilung im Interesse der Gemeinschaft.

Sonderrolle „nebenamtlicher Vorstand“

Einer Person innerhalb des Vorstands kommt eine besondere Rolle und damit auch eine besondere Bedeutung zu: der des nebenamtlichen Vorstands. Dieser wird vom Aufsichtsrat bestellt und ist das einzige Mitglied, das gleichzeitig als Einzelhändler agiert.

In seiner doppelten Funktion als Vorstandsmitglied und von Entscheidungen betroffener Händler ist der nebenamtliche Vorstand ein wichtiger Vermittler. ●

ANFÄNGE & E

1919 – 1959

EINHEITSPREIS- REVOLUTION

Neue Schuhwaren-Einheitspreisgeschäfte wie Salamander und Mercedes verkaufen erstmals Damen- und Herren-Markenschuhe zu einem einheitlichen Preis.



DIE WURZELN

Die Nord-West-Schuhwaren-Einkaufsgenossenschaft wird in Hamburg gegründet.

WEGGEFÄHRTEN I

Die beiden Schuh-Einkaufsvereinigungen Ringia und EVE zur Ringia/EVE schließen sich zusammen und legen damit die Basis für die spätere Ring-Schuh.

WEGGEFÄHRTEN II

Die Rheinisch-Westphälische Schuhwaren-Einkaufsvereinigung wird in Wuppertal gegründet – die spätere Ariston.



1906

1919

1920

1926

1927

ALL STAR

Der knöchelhohe Converse All Star betritt den Markt und wird für Jahrzehnte zum Inbegriff des Sneakers.



WEGGEFÄHRTEN III

In Berlin schließen sich Händler zur „Interessen-Gemeinschaft größerer Schuhwaren-Detailhändler Deutschlands e.V.“ zusammen – der späteren GARANT Schuh + Mode AG.

MODEARTIKEL & VERSANDHANDEL

Die „Goldenen Zwanziger“ machen den Schuh zum Modeartikel. Für vermehrten Absatz von Mode sorgt zudem die Gründungswelle von Versandhandelshäusern wie Quelle, Baur oder Bader.

TABLIERUNG

SCHUHFACHMESSE
Erstmals nach dem Krieg
wird die Schuhfachmesse
Köln als wichtiger Branchen-
event ausgerichtet.



80 MARK
So viel verdiente eine
Schuhverkäuferin im
Durchschnitt monatlich in
diesem Jahr.



**DAS WUNDER
VON BERN**
Der sensationelle Weltmeister-
schaftssieg der deutschen Fuß-
ballnationalmannschaft war nicht
nur ein Wendepunkt für die junge
Bundesrepublik, sondern auch für
den Sportschuhmarkt. Der Fuß-
ballschuh mit Schraubstollen von
Adidas leitete den Siegeszug eines
völlig neuen Fußballschuhs ein.

1929

1946

1948

1953

1954

AB IN DEN SÜDEN
Die Nord-West verlegt
den Firmensitz von
Hamburg nach Frankfurt.



DIE BRANCHE IM FOKUS
„Leder und Schuh“, das „Mitteilungsblatt
für die gesamte britische Zone“ lenkt den
Blick auf die Branche. Später wird daraus
der „Schuhkurier“. Der „Schuhmarkt“ ist
zu dieser Zeit schon fast 90 Jahre alt.



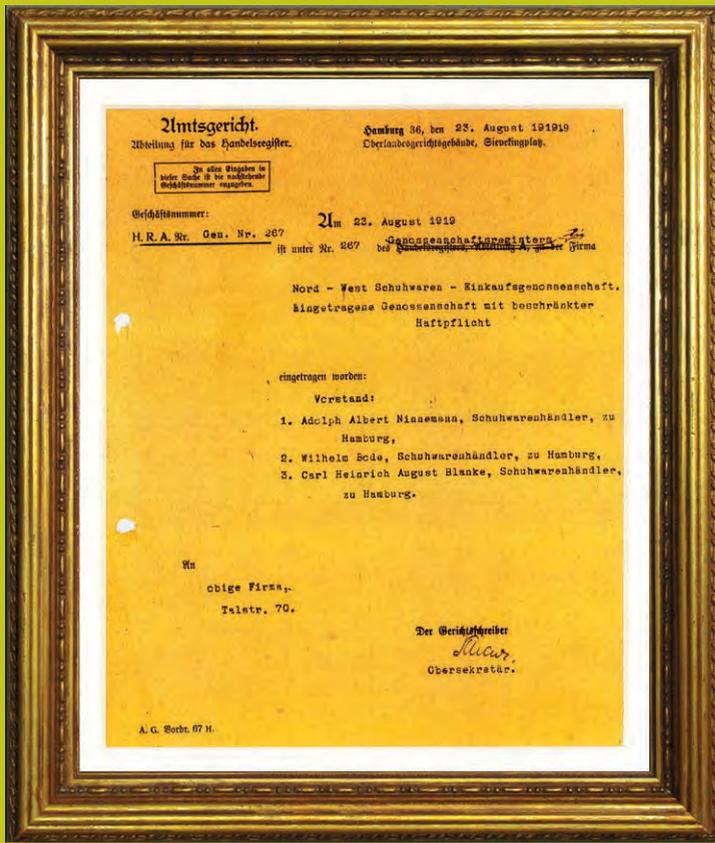
1919

DER MOMENT, ALS EINE IDEE GESTALT ANNAHM

30. Juli 1919 – August Blanke macht den entscheidenden Schritt vom „Ich“ zum „Wir“. Mit der Unterzeichnung des Gründungsprotokolls in Hamburg nimmt die Nord-West Schuhwaren-Einkaufsgenossenschaft eG ihre Geschäftstätigkeit auf.

Ob sich Albert Ninnemann und Wilhelm Bode – neben August Blanke die ersten Vorstände der Genossenschaft – und die weiteren 18 Gründungsmitglieder der Bedeutung des Tages bewusst waren, ist nicht überliefert. Sicher ist allerdings, dass die Gründer mit ihrer Unterschrift nicht nur ihre Namen auf ein Stück Papier schrieben. Vielmehr schrieben sie den Anfang einer Erfolgsgeschichte – der Geschichte der ANWR.

Der gelernte Schuhmacher und Initiator der Genossenschaft August Blanke hatte schon früh erkannt, dass sich der neuen



Originaldokument
des Eintrags der Nord-West-
Schuhwaren-Einkaufsgenossenschaft im Genossen-
schaftsregister der Stadt
Hamburg

Marktmacht der sogenannten „selbstdetailierenden Schuh-Hersteller“ nur schwerlich als Einzelner entgegneten lässt. Aber umso besser gemeinsam: Schnell schlossen sich 21 Hamburger Schuheinzelhändler in der Genossenschaft zusammen. Mit ihren gut entwickelten und angesehenen Fachgeschäften bildeten sie eine wirtschaftlich und kaufmännisch starke Basis. Im Verbund ließ sich mit den selbstdetailierenden Schuhherstellern, die für die damalige Zeit unerhört niedrige Preise bieten konnten, auf Augenhöhe agieren.

Die Genossenschaft war der richtige Weg. Das zeigt sich in ihrer Entwicklung bis zur ANWR GROUP. Einziger Zeitzeuge für den 30. Juli 1919 ist heute das sorgfältig ausgearbeitete Gründungsprotokoll. Es markiert den Anfang einer besonderen Solidargemeinschaft. August Blanke steuerte ihre wechselvolle Geschichte bis zu seinem Tod auf einer Geschäftsreise 1948 kurz vor dem 30. Geburtstag seiner Nord-West. Inzwischen hatte sich das Grundprinzip aller Genossenschaften „Gemeinsam mehr erreichen, als der Einzelne es könnte“ nicht nur weitere 70 Jahre lang

bewährt. Es ist das Fundament der heutigen ANWR GROUP, um zuversichtlich in die Zukunft zu blicken.

August Blanke wäre stolz auf das Erreichte – und darauf, dass mit Schuh Bode tatsächlich das Geschäft eines seiner Mitgründer zeitgleich mit dem ANWR-Jubiläum die 100-jährige Mitgliedschaft feiern konnte.

1920

DER MOMENT, ALS SPÄTERE PARTNER IN ERSCHEINUNG TRATEN

Eine Revolution verlangt revolutionäre Antworten: Als Reaktion auf die Einführung günstiger Einheitspreise für Damen- und Herrenschuhe durch große Wettbewerber gründeten sich mit der Ringia und der Einkaufs-Vereinigung Deutscher Schuhwarenhändler, Sitz Eisenach (EVE) erste Einkaufsorganisationen mittelständischer Schuhhändler. Beide schlossen sich 1920 zusammen.



Historisches Gemälde der Gründungsversammlung der EVE

1906 boten Schuhwaren-Einheitspreisgeschäfte wie Salamander oder Mercedes erstmals Goodyear-Herren- und -Damenschuhe zu einem einheitlichen Verkaufspreis von 12,50 Reichsmark an – eine Revolution für den Schuhhandel. Denn bisher wurde jedes Damen- oder Herren-Schuhpaar individuell bepreist. Es schien absurd, einen Budapester für Herren genauso zu bewerten wie einen Spangenschuh für Damen. Doch die beiden Unternehmen preschten voran und die Kundschaft verlangte plötzlich von allen „Einheitspreise“.

Die Folge war eine Krise bei den kleinen und mittleren Schuhhändlern, denen schlagartig eines bewusst wurde: Um die neue Preisgestaltung der großen, selbstdetailierenden Fabrikanten mitgehen zu können, waren engere Formen der Zusammenarbeit erforderlich.

So entstand mit der Ringia der älteste Einkaufsverbund der Branche. 1908 unterzeichneten 17 Mittelständler den Gründungsvertrag der EVE. 1920 trat ihr die Ringia bei und 1933 gehörten der neuen Ringia/EVE bereits 450 Häuser an.

Mit der Ringia/EVE hatte sich eine ganz neue Form eines Einkaufsverbunds erfolgreich entwickelt, deren Satzung in vielerlei Hinsicht der einer Genossenschaft glich. Auch der Zweite Weltkrieg konnte die Idee nicht stoppen. Zwar wurde die Ringia/EVE nach Kriegsende unter Zwangsverwaltung gestellt, aber bereits am 26. April 1949 gründeten 63 ihrer ehemaligen Mitglieder die neue Ring-Schuh-Einkaufsvereinigung eGmbH.

Am 31. Dezember 1949 zählte die Ring-Schuh schon 230 Mitglieder und stand so wieder an der Seite der führenden Schuh-Einkaufsgenossenschaften – und blieb es bis zum Zusammenschluss mit der Nord-West im Jahr 1970. ●

1926

DER MOMENT, ALS „DER TÜCHTIGSTE“ HINZUKAM

Ein wichtiger späterer Fusionspartner der ANWR ist die Rheinisch-Westphälische Schuhwaren-Einkaufsvereinigung. 1926 wurde sie in Wuppertal-Barmen gegründet.

Es waren neun Schuhhändler, die die Gründung einer Einkaufsvereinigung zwischen Rhein und Weser beschlossen, die allerdings zunächst als Rheinisch-Westphälische Schuhwaren-Einkaufsvereinigung eGmbH firmierte. Auch diese selbstständigen Mit-

telständler suchten ein Gegengewicht zu den Großproduzenten. In den nächsten Jahren wuchs die Gemeinschaft rasant. 1932 zählte sie bereits 178 Mitglieder. In den Kriegsjahren waren die Rahmenbedingungen für selbstständige Schuhhändler schwierig. Den-

noch konnte die Rheinisch-Westphälische ihr Wirken auf das gesamte Land ausweiten. 1942 folgte entsprechend die Umbenennung in Deutsche Schuh-Einkaufsvereinigung eGmbH.

Den Namen behielt die Einkaufsvereinigung bis 1974, als sie in Ariston Schuh-Einkaufsvereinigung eG umfirmierte. Ariston, „der Tüchtigste“, wie der griechische Name in der deutschen Übersetzung heißt, wurde dem in der Folge als eine der großen Vereinigungen der Branche gerecht. Das „A“ ist auch nach der Fusion 2001 mit der Nord-West-Ring zur Ariston-Nord-West-Ring eG noch Namensbestandteil der heutigen ANWR GROUP. ●

1927

DER MOMENT, AB DEM VERLÄSSLICHKEIT GARANTTIERT WURDE

Den Vorgängerverein der späteren GARANT Schuh + Mode AG, die Interessen-Gemeinschaft größerer Schuhwaren-Detail-Händler e. V., gründete Carl Rudolf Goldmann mit 24 Kollegen 1927 in Berlin.

In der ersten Satzung wurde der gemeinsame Einkauf von Schuhen definiert, ebenso das „gemeinsame Vorgehen gegen alle Maßnahmen, die geeignet sind, den Schuhwaren-Einzelhandel auszuschalten oder zu schädigen.“ Gemeint waren auch hier markenführende Fabrikanten, große Einzelhändler mit vielen Filialen und auch Warenhäuser.

Aber: Aller Anfang ist schwer. Das zeigte die erste Bilanz am Jahresende 1929. Lediglich 36.669,08 Mark blieben im ersten Geschäftsjahr übrig. Immerhin konnte ein Überschuss von 8.766,11 Mark erwirtschaftet werden. Die spätere Garant Schuh + Mode AG ging trotzdem ihren Weg. 2010 erwarb die ANWR GROUP die Aktienmehrheit der GARANT Gruppe. ●



Logo der früheren GARANT-SCHUH

20er- JAHRE

DER MOMENT, AB DEM WISSEN WEITER- GEGEBEN WURDE

Bereits seit den 20er-Jahren bietet die ANWR GROUP ihren Mitgliedern vielfältige Weiterbildungsmöglichkeiten zur Verkaufsförderung.

Der Gründer der Nord-West August Blanke hatte schnell erkannt, dass es nicht genügt, lediglich gemeinsam Schuhe einzukaufen, um ein wirksames Gegengewicht zur großen kapitalstarken Konkurrenz zu bilden. Deshalb sollten die angeschlossenen Schuhhändler nicht nur auf dem Gebiet des Schuhs an sich, sondern auch in der Kundenberatung, der Werbung, im Ladenbau und nicht zuletzt auch in der Betriebswirtschaft mehr Kompetenzen entwickeln.

Es galt, eine regelrechte Infrastruktur des Lernens aufzubauen. Zunächst wurden erste Kurse und Informationsveranstaltungen in Uhlenbusch bei Hamburg abgehalten. Nach Ende des Zweiten Weltkriegs fand sich nach Zwischenstationen in Bad Seebach und Sandplacken schließlich 1960 in Bergen-Enkheim bei Frankfurt eine stillgelegte

Zigarettenfabrik, die perfekt für ein dauerhaftes Schulungszentrum geeignet war. Übernachtungsmöglichkeiten, ein Schulungsraum im Look eines Schuhgeschäfts und eine 20 Meter lange Dekorationshalle konnten eingerichtet werden.

Im Frühjahr 1980 wurde das Schulungszentrum um den Zusatz „Akademie für Verkaufsförderung“ erweitert. Mitglieder wurden von Experten fortgebildet und trainierten anschließend ihrerseits das Verkaufspersonal weiterer Genossenschaftler. Dieses Prinzip „Train the Trainer“ entspricht dem genossenschaftlichen Prinzip der „Hilfe zur Selbsthilfe“. Mit dem Umzug der Nord-West nach Mainhausen entstand dort auch ein neues Trainings- und Seminarzentrum, das 1993 bezogen werden konnte. Mittlerweile ist dort die SPORT 2000 zu Hause. Fortbildungen finden heute dezentral statt. ●

Historisches Motiv des Schulungsraums
„Schuhhaus Werbefroh“ in Bergen-Enkheim





Anteilnahme- schreiben der Nord-West anlässlich der kriegsbedingten Ladenzerstörung eines Mitglieds

1945

DER MOMENT, ALS UNSERE SCHWERSTEN JAHRE ENDETEN

8. Mai 1945 – Ende des Zweiten Weltkriegs in Europa. Die Zeit des Nationalsozialismus und des Krieges waren auch für unsere Genossenschaft Schicksalsjahre. Aber in Zeiten schwerer Krisen rückte man noch enger zusammen.

In der Zeit des Nationalsozialismus war das Genossenschaftswesen heftigen Angriffen ausgesetzt. Man sagte ihm kollektivistische Tendenzen nach und forderte zum Teil sogar die Auflösung der Einkaufsvereinigungen, die dem „Führerprinzip“ ablehnend gegenüberstanden. Zudem wurde durch die sogenannte „Arisierung“ die Struktur des Schuhhandels gewaltsam verändert. Viele florierende Geschäfte mussten schließen und zahlreiche fähige Geschäftsleute das Land verlas-

sen. Als schließlich der Krieg begann, reduzierten Einberufungsbefehle die Mitgliederzahlen.

Dazu kamen veränderte Rollen auf die Genossenschaftsleitungen zu. Diese versuchten, das Warengeschäft auszuweiten, um die Mitglieder versorgen zu können. Aber die Zuweisungen von Schuhen an Einzelhändler wurden immer geringer, daran änderte auch die Ausweitung nichts, da sie abhängig vom Bezugsscheinwesen war.

Schließlich beschädigten oder zerstörten Bombenangriffe die Zentralen der Nord-West und weiterer Genossenschaften.

Es waren schwierige Jahre, „in denen Aufsichtsrat und Vorstand ihre Aufgabe darin sahen, das wirtschaftliche Gerippe der Nord-West durch die Zeiten hindurch zu halten, um es nach Eintreten in neue Verhältnisse mit neuem Leben zu befüllen“ (aus: 30 Jahre Nord-West, 1949).

1948

DER MOMENT, ALS DIE WÄHRUNG WIEDER HART WURDE

20. Juni 1948 – der Tag, auf den ganz Deutschland gewartet hatte. Die Währungsreform wird mit der Einführung der D-Mark Wirklichkeit und das Geld ist endlich wieder etwas wert.

Bis Mitte 1948 hatte die Reichsmark ihre Funktion als Zahlungsmittel weitgehend eingebüßt. Auch Schuhverkäuferinnen legten in dieser Zeit wenig Wert auf eine monetäre Entlohnung. Schuhe, die sie beim Bäcker gegen Brot oder beim Kohlehändler gegen Heizmaterial tauschen konnten, waren sehr viel beliebter.

Vor diesem Hintergrund ist es verständlich, dass das ganze Land eine Währungsreform herbeisehnte. Als es am 20. Juni 1948 endlich so weit war, begannen Land und Handel langsam wieder aufzublühen. Bei der Nord-West fiel die DM-Eröffnungsbilanz per 21. Juni 1948 mit 13.880 DM Guthaben entsprechend

mager aus. Bereits 1950 betrug der Umsatz aber wieder 26 Millionen DM – 16 mehr als geplant. Bald konnte der Vorstand den Mitgliedern mitteilen, dass ihre Genossenschaft wieder auf eigenen Füßen steht. ●



Anstehen zum Währungs-umtausch 1948

1950

DER MOMENT, ALS DER KUNDE ANSPRUCHSVOLL WURDE



In den 50er-Jahren rollt nicht nur der Verkehr wieder.

Nach der Währungsreform 1948 war die Zeit der knappen Waren vorbei. In der Folge entwickelte sich ab den 50er-Jahren durch die gesteigerte Angebotsvielfalt und die verbesserten Informationsmöglichkeiten zu den Produkten aus dem Verkäufer-zunehmend ein Käufermarkt.

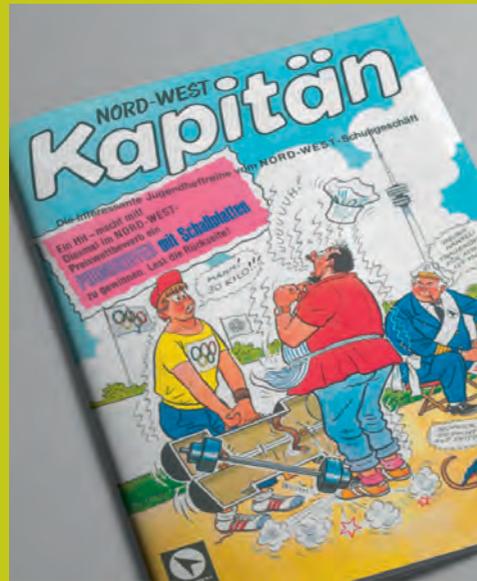
Angebot und Nachfrage nahmen immer weiter zu. Produzenten starteten durch, die Mode kam in Gang, der Kunde konnte nun aus einem größeren Angebot wählen. War der Markt bislang ein Verkäufermarkt gewesen, bei dem sich der Schuh quasi von selbst verkaufte, entstand nun ein Käufermarkt. Der selbstständige Schuhhändler musste zunehmend um die Gunst des Kunden werben.

Das bedeutete auch neue Herausforderungen bei Ladenbau, Werbung und Marketing. Die Händler mussten ganzheitlich als Unternehmer denken. In dieser Situation entwickelte die Nord-West neue Dienstleistungen für ihre Mitglieder: Die Service-Genossenschaft war geboren. ●

DER MOMENT, ALS EIN KAPITÄN DAS RUDER ÜBERNAHM

1952

Unter der Leitung von Direktor Alfred Schubert baute die Nord-West für die damalige Zeit typische Einzelhandels-Werbemittel auf. So kam der „Nord-West-Kapitän“ an Bord.



Typisches Werbematerial zur Marketing-Hausfigur der Nord-West: der „Nord-West-Kapitän“

Das frühe Marketing eines Schuhhändlers sah so aus, dass er nach Ladenschluss, wenn die Schaufenster aber noch beleuchtet waren, mit Schiebermütze auf dem Kopf zur Konkurrenz ging, um das Schaufenster auszuspionieren. Ab Anfang der 50er-Jahre jedoch gewann die Werbung für Konsumgüter parallel zum entstehenden Käufermarkt an Bedeutung. Der Händler musste aktiv seine eigenen Produkte bewerben. Auch der Schuhsektor wachte auf.

Bei der Nord-West wurde Werbung zu einem zentralen Thema. So gab es Schaufensterwerbung, es wurde eine Hausillustrierte („Charlott“) herausgegeben und eine Hausfigur aufgebaut: der „Nord-West-Kapitän“.

Bereits in den ersten Jahren stieg die Auflage des Comics „Nord-West-Kapitän“ gewaltig an. Zudem wurden unterschiedlichste Deko-Materialien rund um die beliebte Kinderfigur entworfen. Die Mitglieder erwarben sie für ihre Schaufenster oder sogar für den Weiterverkauf. Außerdem traten Schauspieler als Kapitäne bei Kinder-Aktionstagen von Mitgliedsunternehmen auf.

DER MOMENT, ALS WIR UNS FIT FÜR DIE ZUKUNFT MACHTEN

1953

Bereits seit 1953 und damit mehr als ein halbes Jahrhundert lang unterstützt die ANWR GROUP ihre Mitglieder bei betriebswirtschaftlichen Fragen.

Anfang der 50er-Jahre begann sich der Markt infolge des Wirtschaftswunders stetig zu wandeln und komplexer zu werden. Die Nord-West nahm daher den sogenannten „Betriebsvergleich“ in ihr Serviceportfolio für die Mitglieder auf. Er bot die Möglichkeit, die Entwicklung von Umsatz, Wareneinkauf und Kosten im eigenen Unternehmen zu beobachten und sie mit den Kennzahlen anderer Unternehmen zu vergleichen.

Damals nahm meist der Außendienstmitarbeiter die Unterlagen noch direkt mit in die Zentrale. Zunächst manuell, dann per Lochkarten und schließlich im Rechenzentrum wurden die Daten ausgewertet. Diese Auswertung ging dann auf dem Postweg wieder an das Mitglied. Ein heute undenkbar langwieriger Prozess.

Die Welt des Handels ist seitdem um ein Vielfaches komplexer geworden und eine schnelle Datenanalyse unverzichtbar. Deshalb hat den einstigen Betriebsvergleich längst das heutige HandelsCockpit ersetzt – das praxisnahe Steuerungsinstrument für das Erfolgscontrolling. Mit ihm können die Händler selbst Betriebsvergleiche, POS-Analysen und Monatsreports erfassen, auswerten und einsehen.

Die präzisen Analysemöglichkeiten des HandelsCockpits ermöglichen es, die richtigen Entscheidungen zum richtigen Zeitpunkt zu treffen. So macht die ANWR GROUP die Händler fit für die Zukunft.



Aus dem historischen „Betriebsvergleich“ entwickelte sich das moderne Steuerungsinstrument „HandelsCockpit“.

DER MOMENT, IN DEM WIR FLÜGGE WURDEN.

1954

Immobilien spielten in der Geschichte der ANWR GROUP schon immer eine wichtige Rolle: erst von 1919 bis 1954 am Gründungsort Hamburg und dann auch mit dem Umzug nach Frankfurt.

Die erste Zentrale der Nord-West war noch das Wohnhaus des Gründers August Blanke. Schon bald folgte der Umzug in ein eigens eingerichtetes Gebäude. Bis 1954 blieb die Nord-West in Hamburg verwurzelt. Mitglieder hatte sie da aber schon längst im gesamten Bundesgebiet.

Der nach dem Tode August Blankes an das Ruder der Nord-West getretene Nachfolger Dr. Walter Pelletier war davon überzeugt, dass eine erfolgreiche Vergangenheit kein Garant für eine ebenso erfolgreiche Zukunft sei. Daher müsse es grundlegende Anpassungen an die neuen Herausforderungen geben. Zwei Überlegungen gingen der Entscheidung für eine Verlegung des Hauptsitzes voraus: Richtet man sich danach, wo mehr Mitglieder oder mehr Industriepartner vor Ort sind?

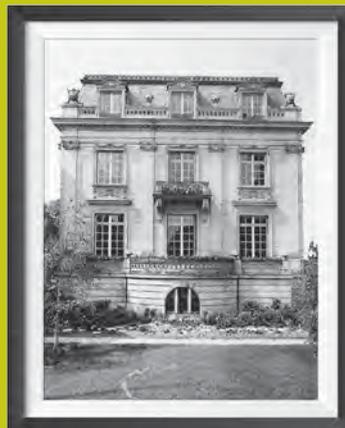
Die Wahl fiel auf Frankfurt am Main und damit auf eine Stadt, die beides abdeckte. Frankfurt war nicht nur den Hauptproduktionsgebieten des Südens vorgelagert, es war auch gut mit dem Rheinland verbunden. Dort war mittlerweile der Hauptteil der Mitglieder angesiedelt. So wurde schließlich am 21. September 1954 der neue Sitz der Nord-West im ehemaligen

Palais der Familie Rothschild festlich eingeweiht. Auf das zu klein gewordene Palais folgte die neu gebaute Zentrale am Schaumainkai und in den 70er-Jahren ein weiterer Umzug ins Umland.

Als der damalige Vorstandsvorsitzende der Nord-West Dr. Georg Neumann 1970 vom Bau der A 45 erfuhr, beschloss er, in der günstigen gelegenen Gemeinde Mainhausen eine Parzelle Land zu kaufen.

Diese Entscheidung erwies sich als wahrer Glücksgriff. Denn dort sollte seit 1970 nach und nach das entstehen, was wir heute als Zentrale der ANWR GROUP kennen.

Neben der Zentrale in Mainhausen und einem Bürogebäude in Düsseldorf verwaltet die ANWR weitere Gebäude in exponierter Lage zur nachhaltigen Vermögenssicherung. Dazu zählen unter anderem Objekte in Frankfurt und Düsseldorf.



Historische Immobilien und Architekturskizzen der ANWR GROUP in Hamburg und im Rhein-Main-Gebiet

DER MOMENT, ALS UNSERE INTERNATIO- NALISIERUNG BEGANN

19 54

*Frankreich, Niederlande,
Schweden und Österreich –
bereits in den 50er- und
60er-Jahren entstanden
Schuhhandelsgenossen-
schaften in verschiedenen
Ländern, die heute zur
ANWR GROUP gehören.
Sie alle ermöglichten eine
schrittweise Internationa-
lisierung.*



Frankreich: Hier gründete sich 1954 die französische Schuhhandelsgenossenschaft UCF (Union des Chausseurs Français). Mehr als in anderen europäischen

Märkten machte dem französischen Schuheinzelhandel Ende der 80er-Jahre das Aufkommen großer Supermarktketten das Leben schwer. Aufgrund des Konkur-

renzdrucks schloss sich die UCF 1991 der Nord-West-Ring an. Später kaufte GARANT die UCF, und dann ging der Weg mit der Übernahme von GARANT durch die

ANWR GROUP wieder zurück. Seit 2012 werden die französischen Fachhändler von der ANWR-GARANT France S.A.S. betreut.

Niederlande: Bis ins Jahr 1956 gehen die ersten Kontakte zwischen niederländischen Schuheinzelhändlern und der Nord-West zurück. Die Landesgruppe der ANWR-Händler in den Niederlanden besteht seit 1958. Im Jahr 1962 bezog sie die stilvolle Villa Bene Sita in Velp, wo sie bis zum Umzug nach Nieuwegein im Jahr 2006 ihr Zuhause hatte. Dieser Umzug wird als einer der zentralen Momente für die Gemeinschaft in den Niederlanden der heutigen ANWR-GARANT Nederland B.V. angesehen.

Schweden: 1959 knüpfte die Nord-West erste Verbindungen in den hohen Norden. 1975 erfolgte die Eintragung der Schweden-Niederlassung per königliches Dekret offiziell als „NWR Europeisk Skoinköpsförening Svenska“, heute ANWR Norden AB.

Österreich: 1961 wurde in Wien die Einkaufsgenossenschaft österreichischer Schuhhändler, EGÖS, gegründet. Aus der EGÖS wurde 1974 die Nord-West-Ring Austria AG, die sich 1992 mit der Ariston Schuhvertrieb GmbH zusammenschloss. Mit der Übernahme der GARANT Schuh + Mode AG im Jahr 2010 ist die ANWR GROUP mit der ANWR GARANT AUSTRIA GmbH in Österreich aktiv.

Heute ist die ANWR GROUP mit starken Netzwerken unter anderem auch in Belgien, Norwegen und der Schweiz vertreten. ●



MODE & PR

1960 – 1971



VOM ROCK ZUM RÖCKCHEN

Während die Frauenhosen allmählich länger werden, rutschen die Rocksäume immer mehr nach oben. Zunächst als skandalös empfunden, avanciert der Minirock zum weltweiten Verkaufsschlager.

1960

1964

1965

BANKDRÜCKEN

Das Schulungszentrum in Bergen-Enkheim bei Frankfurt wird eröffnet und bleibt über viele Jahre ein wichtiger Ort der Begegnung.

DAMEN IN HOSEN

Das von den Männern entlehnte Beinkleid kommt erstmals im Modealltag der Frauen an – Jahrzehnte nach Marlene Dietrich und ihren heute als Klassiker geltenden Outfits.



PROFILIERUNG



MATSCH FUN

Drei Tage Musik unter chaotischen Bedingungen und bei teils schlechtem Wetter: Das Woodstock-Festival markiert den Höhe- und Endpunkt der Hippie-Bewegung.

AUS ZWEI MACH EINS

Nord-West und Ring-Schuh fusionieren zur Nord-West-Ring-Schuheinkaufsgenossenschaft eG.



1966

1969

1971

DIGITALE WURZELN

Die Nord-West stellt die Datenverarbeitung auf ein elektronisches System um.



„SIE HABEN POST!“

Ray Tomlinson verschickt die erste E-Mail der Welt. Ohne sie wären Kommunikation und Austausch heute kaum möglich.



NEUES FORMAT

Das heute etablierte Franchise-Konzept Quick Schuh wird gegen teils heftigen Widerstand als Teil der Nord-West eingeführt.

1960

DER MOMENT, IN DEM ERBE DURCH LEISTUNG GERECHTFERTIGT WURDE

Der Arbeitskreis „Nord-West-Junioren“ wird neu gegründet.



Der ANWR-Kurier berichtet regelmäßig über den Arbeitskreis der Junioren, hier im Oktober 2002.

Auch in einer Genossenschaft ist es wichtig, die Nachfolgenerationen rechtzeitig in die Gestaltung der Zukunft einzubeziehen. In Familienunternehmen liegt es in der Natur der Dinge, dass irgendwann auf alt folgt – meist geplant, aber nicht immer.

Insofern war es seit den Zeiten August Blankes immer das Bestreben, die junge Händlergeneration in die Aktivitäten der Genossenschaft zu integrieren. Daher waren gemeinsame Treffen der

„Nord-West-Junioren“ zum Lernen und Austausch und auch Reisen feste Bestandteile des Jahreskalenders.

Diese Tradition lebt heute fort: Das Netzwerk, das jetzt „Junge Unternehmer“ heißt, trifft sich regelmäßig an wechselnden Orten und diskutiert aktuelle Themen und Fragestellungen. Externe Experten und Quellen für Inspiration sind fester Bestandteil des Formats. ●

1966

DER MOMENT, ALS DIE DIGITALISIERUNG BEGANN

Die elektronische Datenverarbeitung (EDV) wird bei der Nord-West eingeführt.



Die Digitalisierung begann einst mit Lochkarten, die noch viel Handarbeit erforderten.

Die Digitalisierung basierte vor Jahrzehnten zunächst auf analogen Medien. In den ersten Jahren der Datenverarbeitung wurden sämtliche Prozesse noch manuell von einer Vielzahl an Mitarbeitern durchgeführt. Später erleichterten Lochkarten und Mikrofiches das Speichern und Verarbeiten

von Daten, um Arbeitsprozesse zu beschleunigen und zu rationalisieren.

1966 stellte die Nord-West ihre Datenverarbeitung auf ein elektronisches System um. Diese Anlage allein füllte einen ganzen Raum.

Ohne leistungsfähige elektronische Systeme wäre heute eine zeitgemäße Zusammenarbeit nicht mehr denkbar – von der Orderabwicklung über die Rechnungsstellung und -archivierung bis hin zur zeitnahen Analyse von Verkaufsdaten. ●

19 68

DER MOMENT, ALS WIR UNSER NEUES HEIM SELBST BAUTEN

Der Umzug der Nord-West in ein neues Gebäude am Frankfurter Schaumainkai

Beim Umzug von Hamburg nach Frankfurt 1954 quartierte sich die Nord-West zunächst in einem Palais an der Frankfurter Taunusanlage ein, das jedoch schon bald zu eng wurde.

Am Schaumainkai stand eine Fläche zum Verkauf, die perfekt geeignet war. Die Bauaufsicht wies jedoch darauf hin, dass diese Mainseite Museen vorbehalten sei und der Bau einer Genossenschaft daher nicht infrage käme. Daraufhin versicherte der Vorstandsvorsitzende Dr. Georg Neumann den Behörden, dass man sehr wohl ein Museum sei, denn man habe eine schuhhistorische Sammlung und werde diese in Schaukästen im Erdgeschoss aufstellen. Damit stand dem Bau der neuen Räumlichkeiten nichts mehr im Wege.

Nun konnte die Nord-West in die neuen Räumlichkeiten einziehen und den modernen Anforderungen einer Genossenschaftszentrale gerecht werden. Mitarbeiter wie Mitglieder hatten für die nächsten 20 Jahre ein Zuhause – einen Ort für Austausch und Begegnungen – gefunden. Bis auch dieses wieder zu eng wurde. ●

Eigentlich sollen am Frankfurter Schaumainkai nur Museen gebaut werden. Die damalige Nord-West löste diese Auflage elegant.



19 69

DER MOMENT, ALS EIN FROSCH AUS DEM TEICH SPRANG

Mit der Gründung des Franchisekonzepts Quick Schuh 1969 betritt die Nord-West Neuland. Die Idee der neu aufkommenden Lebensmittel-Discounter wird auf den Schuhhandel übertragen.

In den 60er-Jahren begannen Discounter, die Handelslandschaft durcheinanderzuwirbeln. Das Team um den damaligen Vorstandsvorsitzenden Dr. Georg C. Neumann analysierte den Markt und entwickelte die Idee für ein Franchisekonzept für den mittelständischen Schuheinzelhandel: Quick Schuh, ein Aktionsgeschäft mit einem modisch orientierten Niedrigpreisangebot.

Im Jahr 1969 waren Verfechter der Idee, Franchisestrukturen beim auf seine Selbstständigkeit eisern bedachten Einzelhandel einzurichten, mit „suizidalen Absichten“ unterwegs, wie es der ehemalige Marketing-Direktor

Walter J. Langela ausdrückt. Ein entsprechend strenger Wind blies dem Team ins Gesicht, als der Beschluss dazu bei einer außerordentlichen Generalversammlung in Travemünde gefasst werden sollte. Um vier Uhr morgens schließlich stimmte die Mehrheit für den Antrag.

Die Opposition war gut organisiert und dem Vorstandsvorsitzenden Dr. Neumann wurde für seine Idee Verrat der genossenschaftlichen Sache vorgeworfen. Bei dem neuen System habe das Mitglied im eigenen Geschäft nichts mehr zu sagen. Es gab aber auch Befürworter. Schließlich sollte sich das Quick Schuh Sortiment bewusst

von dem der Fachgeschäfte absetzen, sodass beide nebeneinander existieren konnten. Quick Schuh sollte das Nord-West-Mitglied als Lizenznehmer in die Lage versetzen, den Markt noch besser und gezielter abzudecken.

2019, 50 Jahre nach der Gründung, feiert Quick Schuh das 50-jährige Bestehen und präsentiert sich dazu in neuem Look und mit neuen Leistungen: Die Werbung geht über viele Kanäle – von klassischen Anzeigen bis zu Social Media –, Kundenbindung erfolgt über die Quick Card. Das markenbewusste Sortiment bestimmt das Warenangebot. ●

FIT MIT QUICK



**Hurra! QUICK-SCHUH
eröffnet das 150. Geschäft
in Europa**



Tiere sind als Sympathieträger beliebt. Bei Quick Schuh entschied man sich für einen fitten Frosch, der im Lauf der Zeit in verschiedenen Varianten auftauchte.



1970

DER MOMENT, DER LICHT IN DEN STEUERDSCHUNDEL BRACHT

Die Gründung der Conventa Treuhandgesellschaft mbH.



Die Original-Anerkennungsurkunde der Conventa

Seit vielen Jahren betreut die Conventa Treuhandgesellschaft Wirtschaftsprüfungsgesellschaft mbH Händler der ANWR GROUP in allen Bereichen der Wirtschaftsprüfung und Steuerberatung. Gegründet wurde die Conventa als 100-prozentige Tochtergesellschaft der Ring-Schuh-Einkaufvereinigung e.G.m.b.H. Dies war ausgesprochen weitsichtig, denn eine Zulassung zur Wirtschaftsprüfungsgesellschaft mit einer Verbundgruppe als Alleingesellschafter wäre heute nicht mehr möglich.

Bis heute führt die Conventa unter dem Dach der ANWR GROUP Händler durch den Steuerdschungel. Im Gegensatz zu vielen Steuerberatungsgesellschaften hat sie sich bereits vor vielen Jahren auf den Handel konzentriert. Von dieser Branchenerfahrung profitieren nun die Handelspartner. •

1970

DER MOMENT, IN DEM AUS SYNERGIE PARTNERSCHAFT WURDE

15. Dezember 1970 – Die Fusion zur Nord-West-Ring wird beschlossen.

1971

DER MOMENT, ALS WIR UNS IM IRAN ENGAGIERTEN

Zu Beginn war es nur ein Erfahrungs- und Meinungsaustausch der Verantwortlichen beider Genossenschaften. Sie sprachen etwa über EDV-Probleme bei der Einführung der Mehrwertsteuer 1968. Die Nord-West hatte gerade eine neue EDV-Anlage mit der Verarbeitungskapazität von vier Kilobyte bestellt! Was heute wie ein Witz klingt, war damals eine Sensation.

Auch die Ring-Schuh trug sich mit dem Gedanken, eine solche Anlage anzuschaffen. Die Nord-West bot der Ring-Schuh-Einkaufsvereinigung e.G.m.b.H. jedoch an, noch freie Kapazitäten auf dem eigenen System zu nutzen.

Beide Genossenschaften hatten ihre Zentralen in Frankfurt. Die Chemie stimmte und so wurden

weitere Felder der Zusammenarbeit angegangen. Dabei wuchs die Überzeugung, dass eine Verschmelzung richtig sei. Beide Genossenschaften beschlossen schließlich auf außerordentlichen Generalversammlungen am 15. Dezember 1970 die Fusion. Damit war die Nord-West-Ring Schuheinkaufsgenossenschaft eG geboren!



Elegant verschmolzen: Nord-West und Ring-Schuh werden auch optisch eins.

Die Nord-West-Ring engagierte sich gemeinsam mit verschiedenen deutschen Schuhherstellern in einem Entwicklungshilfeprojekt im Iran – noch zu Zeiten des letzten Schahs.

In der Nähe von Teheran wurde von deutschen Herstellern eine Schuhproduktion aufgebaut – die Schuhe sollten an etwa 200 Geschäfte rund um den Persischen Golf verkauft werden. Doch bei der Verteilung der Ware gab es Probleme: Das Land war logistisch nicht auf westliche Produktionsmethoden und -kapazitäten vorbereitet. Unbekannt war auch das Konzept einer Lieferung in (Pirmasenser) Größensortimenten.

So wurden angeforderte Schuhe etwa nicht sortimentsweise geliefert, sondern oft nur in einer einzigen Größe. Dies führte zu gewaltigen Rückstaus in den Lagern und zu Überhängen an falschen Größen in den Läden.

Mit den veränderten politischen Rahmenbedingungen 1979 im Iran endete das Engagement.

1971

DER MOMENT, IN DEM DIE PROFILIERUNG BEGANN

Mit dem Zusammenschluss der Nord-West mit der Ring-Schuh werden nicht nur betroffene Mitglieder, sondern auch die Führung der Genossenschaft vor eine Herausforderung gestellt.

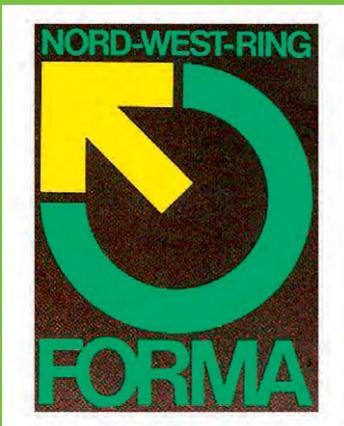
An vielen Standorten gehörten nun Händler zu einer Genossenschaft, die zuvor Konkurrenten in zwei Verbänden gewesen waren. Die „Platzschutzklausel“, mit der früher jedes Mitglied Protest gegen einen zu nahen Händler der eigenen Genossenschaft einlegen konnte, funktionierte nicht mehr.

Nach eingehenden Analysen entschied man, zwei Dachmarken mitsamt individuellen Marke-

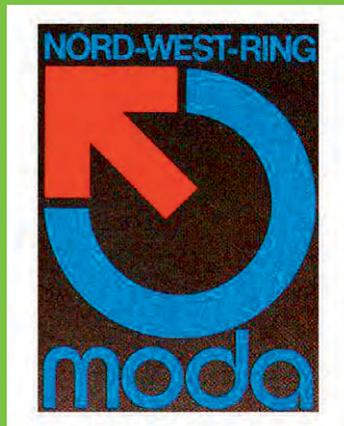
ting-Konzepten zu kreieren, um so den Ärger zu bändigen, der durch die Fusion der beiden Genossenschaften entstanden war: „moda“ und „FORMA“. „moda“ war das Konzept für den modischen Schuh, „FORMA“ sah eine Profilierung in Richtung Bequemschuh vor.

Doch so einfach war es nicht. Manche Händler waren mit dem ihnen zugedachten Konzept nicht einverstanden. Insbesondere solche, die dem „FORMA“-Kreis zugeordnet wurden, meinten oft, ihr modischer Sachverstand würde damit infrage gestellt und dem „moda“-Genossen zugesprochen.

Es war das erste Mal, dass umfassende Marketing-Konzepte zur unterschiedlichen Profilierung auf dem Markt eingeführt und viele Jahre erfolgreich umgesetzt wurden. Mit der Zeit wurde es jedoch immer schwieriger, diese Differenzierung aufrechtzuerhalten, und „moda“ und „FORMA“ liefen aus.



FORMA und moda sollten unterschiedliche Käufertypen anziehen. Das sorgte für Diskussionen.



70er-Jahre

DER MOMENT, IN DEM WIR „SCHUH- VERLÄSSIG“ WURDEN



Ein Kunstwort macht Karriere: Fast 20 Jahre lang warb Nord-West-Ring mit „Schuh-verlässigkeit“.

Nach der Fusion von Nord-West und Ring-Schuh kamen mit „moda“ und „FORMA“

unterschiedliche Marketing-Konzeptionen auf. Sie sollten in der Außendarstellung eine gemeinsame Klammer erhalten: „Schuh-verlässig“ wurde über viele Jahre zum Leistungsversprechen der Nord-West-Ring – und zum Gütesiegel.

Die Akademie für Verkaufsförderung hielt „schuh-verlässige“ Seminare ab, es wurden „schuh-verlässige“ Werbungen geschaltet. Sogar eine „schuh-verlässige“ Sprache wurde kreiert, die „Schuhten-Sprache“ (leider gibt es heute keine aktiven Sprecher mehr).

Die Blüte erlebte „Schuh-verlässig“ Mitte bis Ende der 80er-Jahre, doch irgendwann ging auch diese Zeit zu Ende. Die Nord-West-Ring trat als Absenderin wieder mehr in den Hintergrund – und mit ihr das Label. ●

Die Nord-West-Ring entwickelt ein Verbraucherversprechen für sämtliche Kommunikationsmaßnahmen: „Schuh-verlässig“.

70er-Jahre

DER MOMENT, ALS ZEITGEIST UND MODE SICH WANDELTEN

In einem Jahrhundert Genossenschaftsgeschichte kamen und gingen viele Modetrends. Steter Wandel ist die dabei einzige Konstante.

Auf Modetrends, gerade auch bei Schuhen, trifft die Weisheit auf jeden Fall zu. Dabei wandelte sich die Mode früher weit langsamer als heute.

In den Wirtschaftswunderjahren stand dann Geld für Konsum zur Verfügung und Modeschöpfer lieferten mehr Ware. Den Einkaufsgenossenschaften fiel dadurch vermehrt die Aufgabe zu, ihre Mitglieder in Sachen Mode zu beraten.



Schuhkäufer gehen mit der Mode. Das war in den 60er- und 70er-Jahren nicht anders als heute.

Die ANWR GROUP richtete in den 70er-Jahren eine Einkaufskommission zur Vorbereitung der neuen Saison ein: Berater, Einkäufer und Vermarkter kamen zusammen, um einen Zeitgeist zu definieren und die Mode damit zu verknüpfen. So entstand eine Orientierung für die gesamte Saison. Heute sind Händler ein wichtiger Teil der Einkaufskommissionen, die mit ihrer täglichen Erfahrung die Entscheidungen maßgeblich prägen. ●

VIELFALT & E

1972 – 2000



WWW

Die Entwicklung des World Wide Web nimmt entscheidende Formen an. Gleichzeitig entstehen damit die Grundlagen für das Online-Shopping.

SPORTLICHER GRUNDSTEIN

Mit der Gründung der Fachsport-Gruppe wird die Basis für die heutige SPORT 2000 gelegt.

1974

1979

1980

WELTMEISTER ZU HAUSE

Die deutsche Nationalmannschaft gewinnt die Fußball-WM in Deutschland. Zum ersten Mal wird damit ein aktueller Europameister auch Weltmeister.

MIT EIGENER BANK

Die Nord-West-Ring-Bank eG – die heutige DZB BANK GmbH – wird gegründet, die Finanzdienstleistungen werden dort gebündelt.



SPENDEN STATT GESCHENKE

Der Grundstein für die ANWR Kinderhilfe wird gelegt, und der Verein unterstützt seither viele soziale Projekte.

NGAGEMENT



BUM-BUM-BORIS

Mit seinem Finalsieg in Wimbledon schrieb Boris Becker im Alter von 17 Jahren nicht nur Sportsondern auch Schuhgeschichte. Als einer der ersten Spitzenspieler trug Becker Tennisschuhe, die über die Knöchel reichten und so mehr Stabilität verliehen. Und auch im Schuh- und Sportartikelhandel sorgte „Bum-Bum-Boris“ für steigende Umsatzzahlen.

NEUE HEIMAT

1991 zieht die Nord-West-Ring eG mit Verwaltung und Ausstellungsräumen von Frankfurt nach Mainhausen.



1985

1989

1991

1995

SNEAKER IM LANDTAG

Joschka Fischers berühmter Verteidigungsauftritt im hessischen Landtag in weißen Turnschuhen hatte nicht nur einen politischen Nachhall. Der sportliche Schuh etablierte sich mehr und mehr im Alltag.

DIE MAUER IST WEG

Mit der Öffnung der Mauer zwischen West und Ost und der folgenden Wiedervereinigung öffnen sich auch für die Genossenschaft neue Regionen.

ONLINE-SHOPPING

Start des Verkaufs via Internet: Amazon und ebay bieten Produkte online an.



1979

DER MOMENT, ALS WIR UNSERE EIGENE BANK BEKAMEN

Bereits seit 1979 verfügt die ANWR GROUP über eine eigene Bank. Das Spezialinstitut für den Handel richtet sich bis heute an den Anforderungen und Bedürfnissen des Mittelstands aus.

Die Bundesregierung schaffte 1978 unter Bundeskanzler Helmut Schmidt das Körperschaftsteuerprivileg der Kreditgenossenschaften ab. Das stellte die Nord-West-Ring vor ein Problem. Für die Vergangenheit sollten Steuernachzahlungen in Höhe von 400.000 Mark geleistet werden. Intensive Beratungen im Vorstand ergaben: Die beste Lösung wäre die Gründung einer eigenen Bank.

Die hohen Voraussetzungen für eine Bankgründung konnten erfüllt werden. Der damalige Vorstandsvorsitzende Dr. Georg C. Neumann hatte die Qualifikation zum Führen einer Bank. Und auch der Nachweis des nicht unbeträchtlichen Haftungskapitals

in Höhe von 20 Millionen D-Mark konnte erbracht werden. Am 21. Dezember 1979 wurde die Nord-West-Ring-Bank eG gegründet.

Den Mitgliedern der Nord-West-Ring kam dies sogleich zugute. Durch die Übernahme der für Genossenschaften obligatorischen Zentralregulierungsfunktion entwickelte die Bank die Zahlungen zwischen Handel und Lieferanten deutlich effizienter ab. Die nach außen offensichtliche Änderung kam 1995: Aus der Nord-West-Ring Bank eG wurde die DZB – Die Zentralregulierungsbank GmbH. 2007 wurde der Name in DZB BANK GmbH geändert und die Zentralregulierung auf weitere Branchen außerhalb von Schuhwaren und

Sportartikeln ausgeweitet. Zuvor konnte 2005 das 25-jährige Bestehen gefeiert werden.

Aus dem geradezu spontanen Gedanken einer Bankgründung heraus schaffte die Verbundgruppe es so, mit der DZB BANK Neuland zu betreten. Als Spezialbank für den Handel ist sie heute Finanzdienstleistungspartner für mehr als 20 nationale und internationale Handelskooperationen, Verbundgruppen und Franchisesysteme. Mehr als 16.000 Mitglieder dieser Kooperationen in 18 europäischen Ländern und über 5.000 Lieferanten nutzen ihre Services. ●

Logo der DZB BANK
an der Zentrale in
Mainhausen



1979 DER MOMENT, AB DEM WIR NEUE MÄRKTE ERSCHLOS- SEN

*Aus der ursprünglichen Fach-Sport entsteht einer der erfolgreichsten europäischen Einkaufsverbände im Sportfachhandel: **SPORT 2000**.*



Von der Fach-Sport zu SPORT 2000, einem der führenden Einkaufsverbände Deutschlands

Mitte der 70er-Jahre stellten viele Mitglieder der Nord-West-Ring eine sehr unrentable Diskrepanz zwischen der Größe mancher Abteilungen und dem Umsatz pro Quadratmeter fest. Die Rentabilität musste verbessert werden. In der Genossenschaftszentrale entstand die Idee, unrentable Flächen für Sportschuhe und -artikel zu nutzen. Das Shop-in-Shop-Konzept „Sport Corner“ war geboren.

Der Erfolg ließ nicht lange auf sich warten, sodass der nächste Schritt auf der Hand lag: Die Nord-West-Ring gründete im Jahr 1979 die Fach-Sport GmbH. Das war keine einfache Entscheidung. Drei etablierte Einkaufsverbände hatten

damals den Sportmarkt weitgehend unter sich aufgeteilt. Das neu gegründete Unternehmen profitierte aber von der 60-jährigen Erfahrung der Schuh-Einkaufsgruppe.

Im Jahr 1994 stellte Fach-Sport eine weitere entscheidende Weiche für eine erfolgreiche Zukunft. Es kam zur Fusion mit der Union-Sport und zur Kooperation mit der französischen Gruppe SPORT 2000. Um die internationale Ausrichtung widerzuspiegeln, wurde Fach-Sport zur SPORT 2000 Deutschland GmbH umfirmiert. Damit konnten international einsetzbare Marketingkonzepte mit dem neuen SPORT 2000 Logo ihre Wirkung entfalten.

Seither ist viel passiert! Die SPORT 2000 ist in Deutschland mit über 1.000 Händlern und mehr als 1.400 Sportgeschäften als einer der führenden Einkaufsverbände im Sportfachhandel etabliert und nutzt auf internationaler Ebene eine starke Vernetzung. Prägend für das heutige positive Auftreten der Verbundgruppe ist unter anderem die Spezialisierung eines Teils der Händler in den Bereichen Running, Outdoor und Teamsport. Dies steht für die grundlegende Strategie, den Händlern eine klare Profilierung gegenüber den Kunden zu ermöglichen. ●

1980

DER MOMENT, AB DEM KINDER ZUR HERZENSSACHE WURDEN

Mit der Gründung des Vereins Nord-West-Ring Kinderhilfe zeigte die Gruppe ganz offiziell soziale Verantwortung. Bis heute wurden viele unterschiedliche Projekte für Kinder und Jugendliche gezielt unterstützt.

Bis weit in die 70er-Jahre wurden von Geschäftspartnern, vor allem zur Weihnachtszeit, immer wieder „kleine Geschenke“ an die Zentrale der Nord-West-Ring geschickt. Die damals üblichen Geschenkkörbe gerecht zu verteilen, war schwierig genug. Aber vielleicht könnte man Zuwendungen dieser Art auch einer „guten Sache“ zuführen? So beschloss die Führung der Nord-West-Ring, die Partner zu bitten, auf den Versand von „Geschenken“ zu verzichten, und

die eingesparten Barmittel für einen guten Zweck zu spenden.

Das war der Beginn der Nord-West-Ring Kinderhilfe. Bereits 1972 wurde das erste Projekt realisiert. 1980 folgte die Gründung des Vereins. Er fördert seither benachteiligte Kinder und soziale Projekte und verfolgt streng das Prinzip, eingenommene Spenden direkt für konkrete Hilfsmaßnahmen zu verwenden. Jährlich werden neue Projekte gefördert. Waren bis in

die 2000er-Jahre noch vornehmlich Kinder mit körperlichen oder geistigen Behinderungen die Zielgruppe, werden heute Projekte für Kinder und Jugendliche unterstützt.

Im Laufe der Jahre unterstützte die ANWR Kinderhilfe viele wichtige Projekte – von Urlaubsreisen über Spielplätze bis zum Bau von Wohnheimen. Auch heute und in Zukunft bekennt sich die ANWR GROUP mit Projekten dieser Art zu ihrer sozialen Verantwortung. ●



Die Kinderhilfe unterstützte unter anderem die Kindertagesstätte in Dietzenbach.



1988

Ursprüngliches
GOLDKRONE-Gebäude
in Offenbach

DER MOMENT, ALS WIR UNS DIE KRONE AUFSETZTEN

Neben Schuhen gehören auch Lederwaren zum Geschäft der ANWR GROUP. 2018 konnte die GOLDKRONE Lederwaren-Handelsgesellschaft mbH ihr 30-jähriges Bestehen feiern.

Das Unternehmen war ursprünglich eine Gemeinschaftsgründung der GARANT Schuh AG und der Z.E.G. GOLDKRONE e.G., der zu dieser Zeit 166 deutsche Fachhändler angehörten.

Die Anfänge reichen bis 1954 zurück: Damals entstehen die Z.E.G. (Zentrale Einkaufsgenossenschaft des deutschen Lederwaren-Einzelhandels) und die GOL (Großeinkauf Offenbacher Lederwaren GmbH), die bereits die Handelsmarke GOLDKRONE führt. Beide schließen sich 1974 zur Z.E.G. GOLDKRONE e.G. zusammen.

Ab 1988 folgte eine rasante Entwicklung. GOLDKRONE verbreitete sich zunächst in den neuen Bundesländern, danach auch in den Niederlanden und Österreich. Weitere neue Märkte wurden Ende der 1990er durch Fusionen in Frankreich und der Schweiz erschlossen. Seit 2010 ist GOLDKRONE Teil der ANWR GROUP und mit über 350 Fachhandelspartnern die größte international aktive Verbundgruppe des Lederwaren-Facheinzelhandels in Europa. ●

DER MOMENT, IN DEM WIR EIN GEMEINSAMES ZUHAUSE BEKAMEN

1990

17. Oktober 1990 – Mit der Grundsteinlegung für die neue Zentrale in Mainhausen wurden alle Unternehmensbereiche an einem Ort vereint.



Architekturmodell
der 1991 eröffneten
Zentrale

Bereits 1970 hatte der Vorstandsvorsitzende der Nord-West Dr. Georg C. Neumann in weiser Voraussicht Bauland in der Gemeinde Mainhausen erworben. Infrastruktur und Anbindung waren perfekt. Entsprechend wurde zunächst der Vertrieb in Mainhausen eingerichtet. Spätestens Ende der 80er-Jahre war die Zentrale am Frankfurter Schaumainkai „nicht mehr funktional“, wie es Dr. Manfred T. Wellenbeck als Nachfolger von Dr. Neumann formulierte. Unternehmensbereiche waren auf Frankfurt, Bergen-Enkheim und Mainhausen verteilt. Somit lag für Dr. Wellenbeck die Lösung Mainhausen nahe. Dort gab es ausreichend Platz, um alle Betriebszweige an einem Ort zu bündeln. Am 29. Januar 1991 war Richtfest. Pünktlich zum 1. Juli desselben Jahres konnte der erste Arbeitstag in den neuen, repräsentativen Räumlichkeiten starten. ●



Die Sprecher der neuen ostdeutschen Landesgruppen

1
9
9
0

DER MOMENT, ALS DEUTSCH- LAND WIEDER EINS WAR

Nach dem Mauerfall am 9. November 1989 wagen viele ehemalige Mitglieder und Neueinsteiger aus der DDR 1990 den Schritt in die Selbstständigkeit und suchen eine neue wirtschaftliche Heimat. Sie finden sie bei der Nord-West-Ring.

Die genossenschaftlichen Bande zu ehemaligen Mitgliedern, die in der DDR kein Geschäft mehr betreiben konnten, waren nie ganz zerrissen. Die Nord-West und später die Nord-West-Ring blieben mit ihnen solidarisch und freundschaftlich verbunden.

Als dann die Wiedervereinigung kam, hatte niemand eine klare Vorstellung von der Zukunft. Der selbstständige Schuheinzelhandel lag im Osten am Boden. Für private Geschäftsleute war es beinahe unmöglich gewesen, an Ware zu gelangen. Nur wenige der ehemaligen Mitglieder waren noch im Schuhhandel tätig.

Mit der Wende eröffneten sich neue Möglichkeiten. Insbesondere Familien mit Schuhhandelstradition erkannten die Chance, wieder selbstständig tätig zu werden. Wer

noch Verbindungen zu seiner alten Genossenschaft hatte, knüpfte die Bande neu. Auch die Genossenschaften engagierten sich schnell in den neuen Bundesländern.

Für die Nord-West-Ring fiel der Startschuss der aktiven Mitgliederakquisition aus der DDR am 6. März 1990. Andreas Lobert aus Gera, Vertreter einer der wenigen Händlerfamilien, die ihre Selbstständigkeit während der DDR-Jahre bewahrt hatten, nahm Kontakt zum Vorstandsvorsitzenden Dr. Manfred T. Wellenbeck, auf. Er schilderte, dass viele ostdeutsche Händler wieder eine Selbstständigkeit im Schuhhandel anstrebten, aber noch keine genossenschaftliche Bleibe hatten. Gemeinsam mit dem Bereichsleiter Außendienst Rudolf Borek beschloss Dr. Wellenbeck direkt aktiv zu werden. ●

19 90

DER MOMENT, ALS EIN ORT UNS ZUSAM- MENBRACHTE

Das Schulungszentrum in Bergen-Enkheim wird zum zentralen Ort für die Schuhhändler aus der ehemaligen DDR.

Nachdem Rudolf Borek sich ein Bild vom Schuhhandel im Osten Deutschlands gemacht hatte, holte er ausgewählte Experten der Nord-West-Ring-Gruppe an einen Tisch – aus dem Schuh- sowie Sportbereich und auch aus der Bank. Bergen-Enkheim wurde zum Koordinationszentrum aller Aktivitäten: Mit den Räumlichkeiten dort stand die notwendige Infrastruktur zur Verfügung. Inhaltlich sah das Team aus Frankfurt die Schulung der neuen Mitglieder in marktwirtschaftlichem Denken an erster Stelle.

Die neuen Mitglieder sahen die Prioritäten etwas anders. Zum ersten Treffen in Bergen-Enkheim kamen etwa 30 Interessierte. Borek berichtete von den geplanten Schulungsmaßnahmen zum Start in eine

erfolgreiche Selbstständigkeit. Die Worte eines Teilnehmers spiegeln die Prioritäten der Neumitglieder wider: „Wir machen alles, was ihr sagt, und werden lernen, lernen, lernen. Aber was wir brauchen, jetzt und sofort, ist Ware, Ware, Ware!“

Das Team der Nord-West-Ring hatte bereits einen Lagerraum mit Ware vorbereitet, die sofort zu bestellen war. Aber das genügte nicht – alle Anwesenden verlangten nach mehr. Über Nacht wurden Großhändler und Importeure aktiviert. Sie waren am nächsten Morgen mit ihren Kollektionen vor Ort. Dann ging es ums Disponieren, was auch Delkredere bedeutete, also Bürgschaft gegenüber den Lieferanten. Bis tief in die Nacht wurden Standorte und Potenziale analysiert und erste Verträge aufgesetzt.

In den Verträgen stand eine entscheidende Zeile: „Das Vertrauenslimit für die Disposition ist in der Größenordnung von ... DM festgelegt.“ Diese Größenordnung ging als Blankolimit ohne jede Absicherung an die Bank, die akzeptierte. Mit diesem Vertrauensvorschuss ging es an die Disposition. Am Ende wurde jede einzelne Bestellung bezahlt – bis auf den letzten Pfennig.



Gebäude des Schulungszentrums in Bergen-Enkheim und Pressemeldung zur ersten Begegnung mit DDR-Schuhhändlern

Informations-Seminar für DDR-Schuhhändler

Die erste Gruppe von DDR-Schuhhändlern und Existenzgründern besuchte Ende März das NORD-WEST-RING - Schulungszentrum in Bergen-Enkheim. In einem dreitägigen Informations-Seminar hatten die Teilnehmer Gelegenheit, sich über Aufgaben und



Dienstleistungen der NWR sowie über eine Mitgliedschaft zu informieren.

Aber auch das „Lernen für die Marktwirtschaft“ und praktischer Erfahrungsaustausch standen auf dem Programm. 05/90

1990er- JAHRE

DER MOMENT, ALS WIR HELMUT KOHL SCHUHE SCHICKTEN

Viele Jahre war die Nord-West-Ring mit der Motto „Schuh-verlässlich“ in der Werbung aktiv. Eine Kampagne sorgte dabei für besonderes Aufsehen: Schuhe für Prominente.

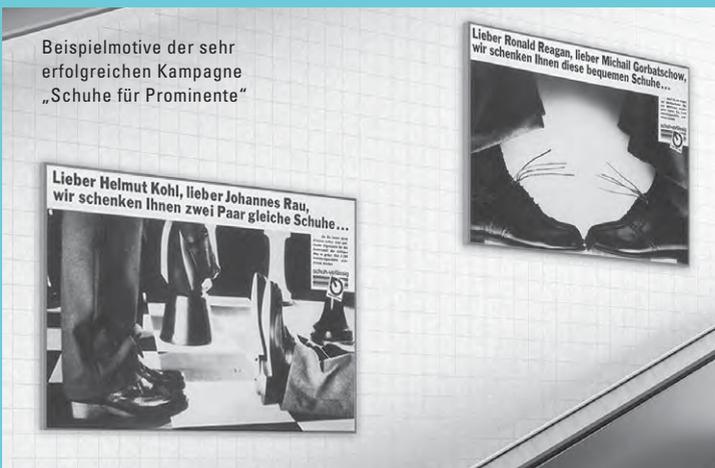
Die Werbung zeigte Schuhe, in denen Füße und Beine von Prominenten aus Politik und Showbiz abgebildet waren. Mit einer direkten Anrede wie „Lieber Helmut Kohl“ an den deutschen Bundeskanzler war das Versprechen an die Übersendung eines Paares Schuhe und eine knackige und augenzwinkernde Botschaft verbunden. Den beiden Ex-Präsidenten der USA und der Sowjetunion Reagan und Gorbatschow schenkte die Nord-West-Ring symbolisch „...diese bequemen Schuhe, damit Sie den langen und beschwerlichen Weg zum Weltfrieden leichter gehen können“. Absender waren „Ihre 2.385 Schuhfachgeschäfte“ unter dem „Schuh-verlässlich“-Zeichen der Nord-West-Ring.

Diese Imagekampagne fand in der Öffentlichkeit und bei den Mitgliedern ein äußerst positives Echo. Und da es nicht bei dem Versprechen blieb, sondern die Schuhe auch tatsächlich verschickt wurden, gab es auch von verschiedenen Adressaten Rückmeldungen. Den Ministerpräsidenten Bayerns, Franz-Josef Strauß, beeindruckte die „Originalität der Werbemaßnahme.“ Sogar aus dem Büro des US-amerikanischen Präsidenten kam ein Dankeschreiben.

Bundeskanzler Helmut Kohl bedankte sich, merkte aber an, dass die ihm übersandten Schuhe nicht die richtige Größe hätten. Diesem Problem wurde Abhilfe geschaffen. Beim nächsten Besuch in Bonn überreichte

der Vorstandsvorsitzende der Nord-West-Ring, Dr. Georg C. Neumann, ein Paar in der richtigen Größe 12 ½.

Sogar die Bild-Zeitung berichtete über die Aktion. Das Ziel, eine aufmerksamkeitsstarke Imagekampagne für die Mitglieder zu platzieren, wurde voll erreicht. Und es zeigte sich eine Gesetzmäßigkeit, die auch heute noch uneingeschränkt gültig ist: Ein wenig Mut gepaart mit überraschenden Inhalten und einer Portion Augenzwinkern kann für große Aufmerksamkeit sorgen. ●





Der ehemalige
Vorstandsvorsitzende Dr. Manfred
T. Wellenbeck
spricht auf dem
Euroforum.

2000–2001

DER MOMENT, ALS DIE EURO-EINFÜHRUNG BEVORSTAND

1. Januar 2002 – Neben der Bundesrepublik Deutschland führten elf weitere Mitgliedsstaaten der Europäischen Union den Euro als Währung ein. Die Vorbereitungen dafür hatten aber für die Nord-West-Ring-Gruppe schon viel früher begonnen.

Neben den Verbrauchern waren natürlich auch der Handel und das Bankenwesen nachhaltig von der Umstellung betroffen – somit bestand gleich in mehrfacher Hinsicht der Bedarf, sich frühzeitig mit dem Thema zu beschäftigen.

Die Nord-West-Ring-Gruppe hatte bereits Jahre vorher begonnen, Mitglieder und Partner intensiv auf die Einführung der neuen Währung vorzubereiten. Der Euro-Info-Dienst, zu dem unter

anderem Workshops, Erfahrungsgruppen, regelmäßige Informationsschreiben und diverse Veranstaltungen gehörten, stellte sicher, dass die Mitglieder zu den Bestinformierten der Branche gehörten.

Der Handel hatte eine Vorreiterrolle bei der Einführung des Euros, da er die Instanz war, der die neue Währung unmittelbar in den Geschäften umsetzte. Daher machte die Nord-West-Ring ihren gesamten Einfluss über Inter-

sen- und Wirtschaftsverbände geltend, um den Übergang so fachhandelsfreundlich wie möglich zu gestalten.

Nicht nur für den Fachhandel, auch für die DZB BANK war die Euro-Einführung eine große Herausforderung. Denn es war nicht nur die D-Mark, sondern auch Gulden, Kronen oder Lire waren betroffen. Die gesamte Zentralregulierung musste nicht nur für die D-Mark, sondern auch für alle anderen Währungen, in denen dieser Service genutzt wurde, umgestellt werden. Am 1. Januar 2002 war daher keine Zeit für einen Silvesterkater: Alle Mitarbeiter waren in der Zentrale, um die Systeme zu testen und den reibungslosen Übergang zu überwachen. Zur allgemeinen Erleichterung funktionierte alles. ●

INNOVATION 2001 – 2019

MIT BESTEN EMPFEHLUNGEN

Ab 2010 wird Community Marketing wichtiger. Die Vermarktung erlebt dank Web 2.0 und sozialen Netzwerken eine neue Dimension. Davon profitiert auch der Handel.



DAS ENDE VON DM, LIRA & CO.

Am 1. Januar 2002 bezahlen wir erstmals mit Euro-Bargeld. Das macht auch die Abrechnung von Schuhen einfacher.



2001

2002

2007

2010

ROT UND BLAU

Ariston und Nord-West-Ring schließen sich zur Ariston-Nord-West-Ring eG zusammen. 2012 wird daraus die ANWR GROUP eG.

SHOPPEN VIA TELEFON

Mit der Markteinführung des ersten internetfähigen Mobiltelefons und seinem berührungsempfindlichen Bildschirm wird auch der Grundstein für mobiles Marketing und für das Shoppen via Smartphone gelegt.



& ZUKUNFT



STATIONÄR GOES ONLINE

Mit dem Launch der Online-Plattform schuhe.de macht die ANWR GROUP den Schuhhandel der Gruppe im Internet sichtbar und eröffnet neue Verkaufskanäle.

80 SHOWROOMS

Mit der Eröffnung des O1, des Ordercenter Mainhausen, wird der Standort noch wichtiger.



EIN WÜRDIGES FEST

100 Jahre Zukunft – die ANWR GROUP feiert am Gründungsort in Hamburg das 100-jährige Bestehen, u. a. mit einer Geburtstagstorte.

2013

2014

2017

2019



INSPIRING RETAIL

Die Strategie der ANWR GROUP für eine erfolgreiche Zukunft des Handels nutzt die Kraft der modernen Gemeinschaft.



FÜR MUT UND ENTSCLOSSENHEIT

Seit 2014 vergibt die ANWR GROUP jährlich den August-Blanke-Preis für herausragende Ideen und Konzepte im Handel.



2001

Die österreichischen Gesellschaften hatten es schon vorgemacht: 1992 waren dort die Gesellschaften der Nord-West-Ring und der Ariston zur Nord-West-Ariston Schuhverbund GmbH zusammengegangen. Am 1. Januar 2001 folgte die Fusion in Deutschland.

**DER MOMENT,
ALS DIE „BLAUEN“
UND DIE „ROTEN“
SICH ZUSAMMEN-
TATEN**



Nord-West-Ring und Ariston schließen sich zur ANWR zusammen.

Wie im Jahr zuvor beschlossen, entstand aus der Nord-West-Ring Schuh-Einkaufsgenossenschaft eG und der Ariston Schuh-Einkaufvereinigung eG am 1. Januar 2001 die Ariston-Nord-West-Ring eG.

Beide Genossenschaften hatten zum Ende des letzten Jahrtausends erkannt, dass keine allein Möglichkeiten für signifikantes Wachstum haben würde. Trotz unterschiedlicher Unternehmenskulturen und anfänglicher Vorbehalte der Mitglieder auf beiden Seiten wuchsen die „Blauen“ (NWR) und die „Roten“ (Ariston) schließlich zusammen.

Bereits ein Jahr später, am 1. Januar 2002, wurde die Ariston-Nord-West-Ring Schuh GmbH gegründet. Hier haben die Fachhändler aus Deutschland ihre Heimat und profitieren von vielen Leistungen.

Die Rückvergütung ist eine davon: Im Jahr 2018 erhielten die Mitglieder 37,5 Millionen Euro an Rückvergütung. Wer bei Vertragslieferanten einkauft, an Messen auf dem Campus Mainhausen teilnimmt oder das Handelscockpit nutzt, bekommt diese zusätzlichen Erträge. Die Nutzung von Leistungen und Angeboten zahlt sich also aus und ist ein wichtiger Aspekt für die Mitgliedschaft in der ANWR GROUP.

Erfa steht für Erfahrungsaustausch. 2018 nahmen 469 Teilnehmer aus 192 Unternehmen an den ANWR-Erfa-Treffen teil. In einer Atmosphäre der Offenheit und des Vertrauens wird in den Gruppen an den Themen gearbeitet, die den Fachhandel betreffen.

Der Kontakt und die Unterstützung gehen vielfach über die Erfarunden hinaus. Das ist gelebte Gemeinschaft.

Jedes Jahr gibt es außerdem Tausende Kontakte zwischen den Fach- und Handelsberatern der ANWR und den Mitgliedern. Denn die Berater sind gleichzeitig auch Coach, Analyst und Netzwerker sowie Sprachrohr zwischen den Mitgliedsunternehmen und der Zentrale.

Egal welches Thema – die Vermittlung bei einer Unternehmensnachfolge durch Generationswechsel, allgemeine Betriebsberatungen oder Räumungsverkäufe –, die Berater vermitteln, beraten und entwickeln vor Ort individuell die optimale Strategie als „Hilfe zur Selbsthilfe“.

2002 DER MOMENT, IN DEM WIR GENOSSENSCHAFTLICHE SOLIDARITÄT IM BESONDEREN LEBTEN

August 2002 – Wir alle müssen mit ansehen, wie das Jahrhunderthochwasser eine Schneise der Verwüstung in vielen Teilen Deutschlands hinterlässt. Auch bei vielen Mitgliedern der ANWR.

Im Sommer 2002 traten die Elbe und ihre Nebenflüsse über die Ufer. Das Hochwasser kostete 21 Menschen das Leben, Tausende verloren Hab und Gut. Auch viele Einzelhändler, insbesondere in Sachsen und Bayern, mussten mit ansehen, wie die dramatisch steigenden Flüsse ihre Ladengeschäfte überfluteten und ihre Existenz bedrohten.

Was folgte, war eine unvergleichliche Welle der Solidarität. Mitglieder sammelten Spenden, die Außendienstmitarbeiter gaben diese zusammen mit Zuschüssen aus der Zentrale an die betroffenen Händler vor Ort weiter. Mitglieder gaben zinslose Darlehen an betroffene Handelskollegen, um ihnen den Neustart nach der Katastrophe zu erleichtern. So hat diese viele Menschen näher zueinander gebracht und gezeigt, wozu genossenschaftliche Solidarität in der Lage ist.



Der ANWR-Kurier berichtete 2002 über das Jahrhunderthochwasser.

2004 DER MOMENT DER BESONDEREN HERAUSFORDERUNG

Im September 2004 beginnen in Düsseldorf schwierige Zeiten: Die GARANT Schuh + Mode AG, eine der größten europäischen Einkaufsgemeinschaften mit starkem Fokus auf das Auslandsgeschäft, muss Insolvenz anmelden.

2006 DER MOMENT, ALS DIE BANK AKTIV WURDE



Der Vorstand der GARANT Schuh + Mode AG nach der Übernahme durch die ANWR GROUP: Matthias Grevener, Robert Natter und Frank Schuffelen

Die Übernahme der Salamander-Gruppe im Jahr davor hatte das Unternehmen in Schieflage gebracht und für einen erheblichen Fehlbetrag in der Jahresbilanz gesorgt. Banken verlängerten daraufhin Kreditlinien nicht, ein Insolvenzverwalter übernahm das Ruder. Zum 31. Dezember 2007 konnte das Insolvenzverfahren erfolgreich abgeschlossen werden.

2010 übernahm die ANWR GROUP zunächst die Aktienmehrheit an

der GARANT Schuh + Mode AG. Die komplette Übernahme erfolgte 2012. Für die ANWR war die Verbindung mit GARANT der strategische Schlüssel zur Fortsetzung der Internationalisierungsstrategie. Während die ANWR GROUP den Großteil ihres Geschäftsvolumens in Deutschland abwickelte, war die GARANT Schuh + Mode AG in 19 Ländern aktiv und erzielte 70 Prozent ihres Geschäftsvolumens im Ausland. ●



Mit der Übernahme der AKTIVBANK wird die DZB BANK zu einem der wichtigsten Zentralregulierer Europas.

Die AKTIVBANK AG ist seit 1990 bundesweit als Spezialbank für Handel und Handwerk tätig. Ab 1995 konzentrierte sie sich – zu 40 Prozent in den Händen der Vereinigte Küchen-Großeinkauf (VKG) – mit Zentralregulierung und Factoring auf Verbundgruppen. 2006 drohte dem VKG die Insolvenz und er musste seinen Anteil an der Bank verkaufen.

Die DZB BANK sicherte sich zuerst die Mehrheit der Aktien anderer Gesellschafter und übernahm auch den 40-Prozent-Anteil vom VKG. Somit gehört die AKTIVBANK seit 2006 komplett zur ANWR GROUP und ist seit 2019 – durch die Übernahme der Zentralregulierung von VR-Leasing – gemeinsam mit der DZB BANK Deutschlands Zentralregulierer Nummer eins.

Das Spezialinstitut für Einkaufs- und Absatzfinanzierung für Bündnisse in Handel und Handwerk zählt insbesondere mittelständische Großhändler, Wiederverkäufer und Weiterverarbeiter, die sich in Verbundgruppen, Franchiseorganisationen oder Kooperationen zusammengeschlossen haben, zu seinen Kunden. ●

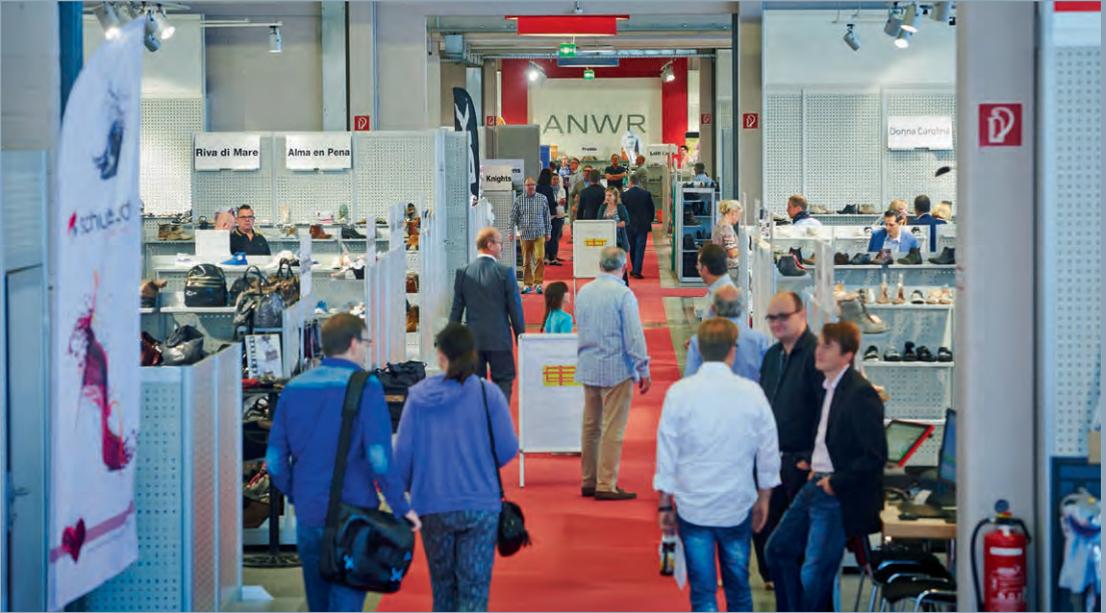


Die Aktivbank ist das Spezialinstitut für Zentralregulierung.

DER MOMENT, ALS WIR.. PLATZ FÜR DIE ORDER BOTEN

2009

1. August 2009 – Der Campus Mainhausen wird eröffnet und ist ein wichtiger Schritt für die Entwicklung des Standorts Mainhausen als Branchentreffpunkt für den Schuh- und Sportfachhandel.



Der Campus Mainhausen bietet viel Platz für Schuh- und andere Fachmessen.

Mit eigenen Messen bieten vor allem die ANWR Schuh und SPORT 2000 ihren Partnern optimale Ordermöglichkeiten in heute sechs Messehallen.

Bis zur Eröffnung des Campus als Messestandort fehlte der Platz für große Veranstaltungen. Da war es eine glückliche Fügung, dass die großen Hallen, als Lager für Sportartikel genutzt, nicht mehr den aktuellen Anforderungen entsprachen. Für eine leistungsfähigere Logistik wurde ein Partner in Aschaffenburg gefunden, womit die Hallen frei wurden für Messen und Events. Der Campus Mainhausen war geboren.

Auf 6.000 Quadratmetern in sechs Hallen finden seitdem gut 20 Fachmessen im Jahr statt. Über 2.000 Aussteller treffen dabei auf mehr als 6.000 Fachbesucher.

Seit 2010 speisen Solarmodule auf dem Dach des Campus jährlich 200.000 Kilowattstunden Strom ins öffentliche Netz ein – genug für etwa 50 Vier-Personen-Haushalte.

2014 kam auf dem Campus das Ordercenter, kurz O1 genannt, mit seiner zeitgenössischen Architektur dazu. Es bietet Fachhänd-

lern und Handelsvertretern auch perfekte Bedingungen zur Order. Strategisch günstig gelegen, werden im Ordercenter ganzjährig viele Top-Marken für den Schuh- und Sportfachhandel präsentiert. Gleichzeitig ist es ein Ort für Begegnungen und Gespräche zwischen Händlern, mit Lieferanten und Industriepartnern. ●



Moderne Architektur und 80 Showrooms: das O1 Ordercenter in Mainhausen.



Die Innovationsgruppe „Formel I“ bei der Arbeit.

2012

DER MOMENT, IN DEM GEMEINSAM NEUE IDEEN ENTSTANDEN

Im November fiel in London der Startschuss für ein ambitioniertes Vorhaben innerhalb der ANWR GROUP: die eigene Innovationsgruppe „Formel I“ (kurz für „Formel Innovation“).

Die Gruppe „Formel I“ ist besetzt mit kreativen, engagierten Schuhhändlern und dem Innovationsmanagement der Gruppe. Begleitet von Experten tauchte sie in die bunte Welt der Londoner Shopkonzepte ein und gewann einen Eindruck von erfolgreichen Umsetzungen sowie Einblicke in spannende Themen wie Ladenbau, Serviceideen oder auch Digitalisierung.

Aus den gewonnenen Erfahrungen wurden Prioritäten abgeleitet, in welchen Bereichen die ANWR GROUP aktiv werden soll.

Bei teilnehmenden Mitgliedsunternehmen werden regelmäßig Pilotprojekte in unterschiedlichen Themenfeldern umgesetzt. So wird die ANWR GROUP ihrer Rolle als Impulsegeber gerecht und es entstehen neue Ansätze für den Fachhandel und die Zukunftsfähigkeit der Mitgliedsunternehmen.

20 12

DER MOMENT, IN DEM DIE GROUP GEBOR- REN WURDE

*11. Juni 2012 – Aus der
Ariston-Nord-West-Ring eG
wird die ANWR GROUP eG.*

Die Namensänderung bringt operativ für die Mitglieder, die ihr auf der Generalversammlung in Dresden zustimmen, keine Veränderungen.

Spätestens seit der Übernahme der GARANT Schuh + Mode AG liegt ein starker Fokus auf der Entwicklung der internationalen Märkte. Diesem Aspekt trägt der neue Name Rechnung. Durch die Diversifizierung der Märkte innerhalb unserer Gruppe erzielen wir weiteres Wachstum bei gleichzeitiger Nutzung der Synergien. Wir lernen voneinander und investieren in die Erreichung gemeinsamer Ziele.

Die Herausforderungen der globalisierten Märkte fordern auch in der ANWR GROUP eine stärkere Ausprägung des europäischen Denkens und Handelns. Das perfekte Zusammenspiel einer starken Zentrale mit den Experten in den einzelnen Ländern sichert dem Handel eine erfolgreiche Zukunft.



Der ANWR-Konzern mit seinen vier Säulen: Handel und Kooperation, Finanzdienstleistung, Immobilien und Beteiligungen

Die ANWR GROUP ist in fast allen Ländern Europas vertreten.

ANWR GROUP eG



Handel & Kooperation

Die Kooperationen der ANWR GROUP sind Partner für rund 5.000 Einzelhändler in vielen Ländern Europas. Sie fördern und beraten den Handel in den Segmenten Schuhe, Sport und Lederwaren und bieten für den Wareneinkauf die Verbindung zu den wichtigen Marken der jeweiligen Branchen.



Finanzdienstleistungen

Erfahrene Finanzpartner sorgen dafür, Warenströme zu finanzieren: Zentralregulierung, Factoring und zeitgemäße Payment-Lösungen gehören zum Leistungsportfolio. Rund 19.000 Groß- und Einzelhändler greifen darauf zurück.



Immobilien

Bürogebäude in exponierter Lage werden zur nachhaltigen Vermögenssicherung verwaltet, bewirtschaftet und langfristig vermietet. Dazu gehört auch das Ordercenter O1 in Mainhausen.



Beteiligungen

Ergänzende Branchen und Themenfelder werden bewertet, spezielle Angebote – etwa in den Bereichen Multichannel-Handel, Warenwirtschaft oder Steuerberatung – runden die Kernaktivitäten des Konzerns ab.

Schuhe
ANWR-GARANT
INTERNATIONAL
ANWR
GARANT



Sport



Lederwaren
GOLDKRONE

Finanzdienstleistungen



Dienstleistungen für mehr als 40 nationale und internationale Handelskooperationen aus den Branchen:

Schuhe, Sport, Lederwaren, Spielwaren, Küchen, Bekleidung, Bücher und Medien, Baustoffe, Automobile

Standorte

Düsseldorf
Frankfurt am Main
Mainhausen

Digitalisierung



Einzelhandel



Steuerberatung



Handelskooperationen



2013

DER MOMENT, SEIT DEM DIE WELT IN UNSERE SCHAUFENSTER BLICKT

März 2013 – schuhe.de geht online und öffnet den Mitgliedern den Weg in die digitale Handelswelt.

Die digitale Entwicklung schreitet unaufhaltsam voran: Smartphones oder Tablets, soziale Netzwerke und neue Bezahl- und Warenwirtschaftssysteme verändern die betrieblichen Prozesse seit Jahren und werden dies in Zukunft noch weit tiefgreifender tun. Diese Entwicklung stellt den stationären Handel zwar vor Herausforderungen, eröffnet aber auch neue Perspektiven. Es gilt, die Geschäftsmodelle anzupassen und die Digitalisierung intelligent in die eigene Gesamtstrategie einzubinden.

Um die Händler bei diesem Prozess zu unterstützen, initiierte die ANWR GROUP die Top-Domain schuhe.de. Dort finden Verbraucher eine einzigartige Plattform für Schuhe, die neben der großen Sortimentsbreite auch allgemeine

Informationen zum stationären Fachhändler sichtbar macht. Jedes Fachgeschäft präsentiert sich mit seiner individuellen Visitenkarte: Kontaktdaten, Öffnungszeiten, Ansprechpartner, Serviceleistungen und Markenvielfalt.

Seit den Anfängen im Jahr 2013 hat sich schuhe.de als Plattform für den Handel deutlich weiterentwickelt. Alle verfügbaren Schuhe der teilnehmenden Händler werden auf schuhe.de gezeigt und können dort direkt bestellt werden. Die einzigartige Produkt- und Markenvielfalt der Plattform beeindruckt auch große Online-Plattformen. So ist die einfache Anbindung der Händler an die großen Online-Marktplätze wie Amazon, Zalando, eBay oder Spartoo möglich.

schuhe.de ist die Plattform für den Schuhkauf im Netz, mit Verknüpfung zum lokalen Handel.



schuhe.de
HAUPTNAVIGATION



- ✓ ÖFFNUNGSZEITEN
- ✓ KONTAKTDATEN
- ✓ BILDER
- ✓ STORE-SERVICES
- ✓ GEFÜHRTE MARKEN



- ✓ ABBILDUNG DES STATIONÄREN SORTIMENTS

MODÜL 1



✓ CLICK & COLLECT

MODÜL 2



✓ PAYMENT

DER MOMENT, ALS DIE GENOSSENSCHAFT EINZELHÄNDLER WURDE

2014

Im Mai übernahm die ANWR GROUP das bayrische Schuhhandelsunternehmen Schuh und Sport Mücke und sorgte damit bei vielen Mitgliedern für Diskussionsbedarf.

Schuh und Sport Mücke, ein Unternehmen, das aktuell mit Großflächen an zwölf Standorten in Bayern im Schuh-, Sport- und Textilbereich agiert sowie drei Outlets betreibt, ist seit vielen Jahren Mitglied der Genossenschaft. 2014 stand die Unternehmensgruppe zum Verkauf und es galt, eine zukunftsorientierte Entscheidung zu treffen.

Der Vorstand der ANWR GROUP sprach sich für den Erwerb des Unternehmens durch die Genossenschaft aus, um die Entwick-

lung der Mücke-Gruppe im Interesse der Mitglieder begleiten zu können.

Sowohl während der regulären Generalversammlung im Sommer als auch der außerordentlichen Generalversammlung wurde leidenschaftlich und kontrovers diskutiert. Dem Aufsichtsrat war vor allem wichtig, dass die Interessen der Mitglieder bei einem Handelsunternehmen in der eigenen Kooperation berücksichtigt bleiben. ●



Mit Schuh Mücke besitzt die ANWR GROUP ein Handelsunternehmen.

2014 DER MOMENT, DURCH DEN WIR PROZESSE UND RESSOURCEN BÜNDELTEN

Mit der Diskussion um die Übernahme von Schuh und Sport Mücke startet die ANWR GROUP das Projekt RetailLogistics.



Die Sneakerwand: eines von vielen Tools, mit denen die ANWR GROUP ihren Mitgliedern Mehrwerte bietet.

Das Projekt RetailLogistics berücksichtigte die Herausforderungen für den selbstständigen Fachhandel. Es galt, die Bestell- und Lieferprozesse zwischen Handel und Industrie zu optimieren (Logistikplattform), die Einkaufskraft der Gemeinschaft zu bündeln (Einkaufsplattform) und zum Beispiel über das Warentrading unter den Mitgliedern für eine Angebots- und Servicevielfalt bei den teilnehmenden Händlern zu sorgen (Handelsplattform).

Mit der Einführung der Sneakerwand im Jahr 2018 setzt die ANWR GROUP konsequent ihre Strategie um, durch die Zentralisierung von digitalen Prozessen und Tools Mehrwerte für ihre Mitglieder zu generieren. Der Händler erhält ein Rundum-sorglos-Paket, das ihm nicht nur bessere Umsatzwerte beschert, sondern auch eine erhebliche Zeitersparnis: Möblierung, Ware, Nachversorgung und reibungsloses Online-Geschäft gehören zum Konzept. ●

2014

DER MOMENT, IN DEM VISIONÄRES DENKEN BELOHNT WURDE

Beim ANWR Kongress erhalten fünf Schuhhäuser erstmals den August-Blanke-Preis für innovatives unternehmerisches Handeln.

Gute Ideen haben wir alle – die einen hin und wieder, die anderen häufiger. Die Kunst besteht darin, aus einer Idee ein konkretes Projekt zu erschaffen. Dazu gehören Kreativität, Tatkraft, Entschlossenheit und Hartnäckigkeit. In erster Linie jedoch Mut! Mut, etwas zu wagen, ebenso wie der Mut, eventuell zu scheitern.

2014 entschloss sich die ANWR GROUP, der Innovationskraft des mittelständischen selbstständigen Einzelhandels ein sichtbares Zeichen zu setzen. Bei der ersten Ausschreibung des August-Blanke-Preises wurden so viele vielversprechende Konzepte eingesandt, dass die Jury statt der ursprünglich geplanten zwei gleich fünf Preise verlieh.

Benannt nach dem Gründer-vater der Nord-West-Schuhwareneinkaufsgenossenschaft, wurde der Innovationspreis der ANWR GROUP im Jubiläumsjahr in Hamburg zum sechsten Mal vergeben. ●

Der Jury-Vorsitzende Prof. Dr. Jörg Funder im Gespräch mit der Moderatorin des Abends, Amelie Fried, bei der ersten Verleihung 2014.



2016

DER MOMENT, IN DEM WIR HEUTE SCHON AN MORGEN DENKEN

Im November richtet die ANWR GROUP in Mainhausen das erste ANWR Zukunftsforum aus, auf dem aktuelle Themen, Projekte und Lösungsansätze für den Handel in einer zunehmend digitalen Welt vorgestellt werden.

Im Rahmen ihrer Zukunftsstrategie 2025, „Inspiring Retail“, interpretiert die ANWR GROUP auch die Rolle der Genossenschaftszentrale neu: Sie soll Entwickler neuer Lösungen sein, Impulsgeber für den Handel und aufzeigen, wie die Chancen der Digitalisierung und Vertikalisierung konsequent genutzt werden können.

Das ANWR Zukunftsforum, das im Herbst 2018 zum zweiten Mal stattfand, bietet Händlern und Industriepartnern die Möglichkeit, in die Welt von „Inspiring Retail“ einzutauchen. In den Messehallen des Campus Mainhausen stellten über 40 Anbieter ihre Produkte und Dienstleistungen vor, darunter viele Start-ups. Expertenvorträge rundeten das inspirierende Angebot ab.



Das Zukunftsforum der ANWR GROUP – ein wichtiger Branchentreffpunkt für Innovation.

Im ANWR Innovation Bootcamp entwickelten Mitarbeiter in Projektteams mit Kollegen und Start-up-Experten in kurzer Zeit neue Geschäftskonzepte, die für die ANWR umgesetzt werden können. Gesellschaftsübergreifend und quer durch alle Abteilungen bewarben sich Mitarbeiter um die Teilnahme.

Fünf Tage lang tauchten sie in die Welt eines Start-ups ein. Mit allem, was dazugehört: validieren, kritisieren, redigieren ... und dabei auch mal scheitern, Frust, schwierige Momente und Erfolge erleben.

Am Ende stand für jede Projektgruppe die Präsentation eines fertig ausgearbeiteten Geschäftskonzepts vor einer Jury. Diese hatte die schwierige Aufgabe, ein Gewinnerprojekt auszuwählen, das mit dem August-Blanke-Innovationspreis ausgezeichnet wurde. Das Feedback der Teilnehmer lautete unisono: eine wertvolle und positive Erfahrung.

2016

DER MOMENT, IN DEM AUS ZUSAMMENARBEIT ETWAS NEUES ENTSTEHT

1. November 2016 – Das ANWR Innovation Bootcamp hat Premiere.

Ideenumsetzung in Start-up-Manier: das Innovation Bootcamp.



2017

DER
MOMENT,
IN DEM
WIR AKTIV
UNSERE
ZUKUNFT
GESTALTEN

Die ANWR GROUP bringt die Zukunftsstrategie auf den Weg: Inspiring Retail.



„Inspiring Retail“:
die Zukunftsstrategie
der ANWR GROUP.



Auch nach 100 Jahren in einer führenden Branchenposition muss sich die ANWR ständig weiterentwickeln, sich verändernden Kundenbedürfnissen und technischen Möglichkeiten stellen und diesen Wandel aktiv mitgestalten.

Mit „Inspiring Retail“ wurde deshalb die Strategie für die nächsten Jahre definiert. Damit machen wir uns fit für die Zukunft und vernetzen Prozesse, Wissen und Daten zum Mehrwert für Mitglieder, Kunden und Partner.

Die ANWR GROUP will mit ihrem umfassenden Know-how auf allen Ebenen des Handels zur treibenden Kraft werden und Kundenwünsche schnell, flexibel und effizient erfüllen.

Wir bleiben unserem genossenschaftlichen Grundprinzip treu und bauen die Kraft der Kooperationen und die Marktstärke unserer Händler weiter aus. Wir vernetzen Industrie und Handel und bieten mit innovativen und bedarfsge-

rechten Produkten und Services Mehrwerte für jeden Einzelnen.

Die Umsetzung von „Inspiring Retail“ bedeutet auch, dass sich die zentrale Organisationsstruktur der ANWR GROUP weiterentwickeln muss. Dabei setzen wir weiterhin auf unsere nachhaltige Personalpolitik. Wir wollen unseren Mitarbeitern ein Arbeitsumfeld bieten, in dem sie sich wohlfühlen und entfalten können und so flexibel wie möglich berufliche mit privaten Anliegen vereinbaren können. Zum anderen wollen wir die Mitarbeiter bestmöglich stärkenorientiert einsetzen. Dies schaffen wir, wenn sie ihre individuellen Fähigkeiten in die Gestaltung von Arbeitsprozessen und die Unternehmensentwicklung einfließen lassen. Dafür entwickeln wir unsere Organisationsstruktur weiter – hin zu einer Teamorganisation.

Rund 1.300 Beschäftigte arbeiten heute bei uns in allen Bereichen des Konzerns – eine erhebliche Weiterentwicklung gegenüber den

Anfängen, als die Mitglieder die Aufgaben der Genossenschaftszentrale noch ehrenamtlich übernahmen. Wir legen größten Wert darauf, dass unsere Mitarbeiter bestmöglich befähigt sind, ihre Aufgaben zu erfüllen. Wir fördern sie durch Weiterbildungen; unsere Auszubildenden durchlaufen alle relevanten Unternehmensbereiche. Und wir geben schon Schülerinnen und Schülern beim jährlichen „Girls' & Boys' Day“ Gelegenheit, Arbeitsluft zu schnuppern, und helfen ihnen so bei der beruflichen Orientierung.

Die Digitalisierung setzen wir auch mit unserem Konzept Retail-Tech um. Dabei bündeln wir alle Produktbereiche, die digitale Lösungen für Händler, Industrie und Endverbraucher anbieten. Retail-Tech ist der fachkundige Partner für alle Händler auf dem – jeweils individuellen – Weg in eine zunehmend digitalisierte Welt. ●

DER MOMENT,
DER DEM
FESTAKT DEN
WÜRDIGEN
RAHMEN GAB

20
19

*100 Jahre Geschichte
lassen sich auch musikalisch
interpretieren.*



Zurück zu den Wurzeln: Die ANWR startete einst in Hamburg.

Zur 100-Jahr-Feier kehrte die ANWR GROUP nach Hamburg zurück, wo einmal alles begann. Die Elbphilharmonie mit ihrem Zusammenspiel aus Moderne und Historie beeindruckte unsere mehr als 900 Gäste.

Der Musik war ein wesentlicher Teil des Festaktes gewidmet: The Big Noise Orchestra führte durch 100 Jahre ANWR-Geschichte. Unter der musikalischen Leitung des Dirigenten Hans Steingen ließen die ausgewählten Stücke neben dem musikalischen Genuss Raum für hintergründige Geschichten, verbindende Themen und Assoziationen. Für die Inszenierung war der Regisseur Andreas Roos verantwortlich.

Die Elbphilharmonie bot den Rahmen für den großen Festakt.



Ebenfalls mit von der Partie: der bekannte Schauspieler Peter Lohmeyer. Er packte als Schuhputzer seine Utensilien aus und erzählte – begleitet von Moderatorin Sandra Riess – Geschichten aus den Epochen der ANWR.

Als Festredner lobte Bundeswirtschaftsminister Peter Altmaier die Unternehmensform der Genossenschaft für ihre Modernität: „Genossenschaften sind im Zeitalter eines sich verstärkenden Wettbewerbs und einer notwendigen Bündelung der Kräfte moderner denn je. Deshalb haben wir die Stärkung dieser nachhaltigen und krisenfesten Unternehmensform im aktuellen Koalitionsvertrag festgeschrieben.“ Als Infrastrukturgeber begleite die Genossenschaft ihre angeschlossenen mittelständischen Fachhändler in 100 Jahre Zukunft, sagte der Minister.

Der Vorstandsvorsitzende Günter Althaus betonte die wichtige

gemeinsame Aufgabe, an der Widerstandskraft des Handels zu arbeiten: „In einer zunehmend digitalisierten Welt gilt es, erfolgreiche Konzepte weiterzuentwickeln und gleichzeitig heute schon für morgen zu denken. Wir verstehen uns als Infrastrukturgeber für unsere Mitglieder mit dem Ziel, sie bei der Sicherung ihrer Zukunftsfähigkeit zu unterstützen. Dabei nutzen wir die Stärke der Gemeinschaft.“

Nach dem Festakt in der „Elphi“ wurde im Schuppen 52 weitergefeiert – mit Musik und Ehrungen für Mitgliedsjubilare und Unternehmen, die ebenfalls 100-jähriges Bestehen feiern. Auch der August-Blanke-Preis wurde zum sechsten Mal vergeben. Nachdem die obligatorische Geburtstagstorte angeschnitten war, ging der Galaabend in eine Galaparty über. ●



Erinnerungen, die bleiben.

FESTAKT-IMPRESSIONEN

Vom Festakt über den Galaabend bis zur Gala-party reihten sich wie in der 100-jährigen Geschichte der ANWR GROUP viele Höhepunkte aneinander.





STICHWORTVERZEICHNIS

A	Aktivbank.....	11, 53
	ANWR Kinderhilfe.....	42
	Ariston.....	9, 11, 17, 25, 50, 51, 57
	Aufsichtsrat.....	7, 11, 19, 60
	August-Blanke-Preis.....	62, 67
B	Bergen-Enkheim.....	18, 26, 43, 45
	Bootcamp.....	63
C	Campus Mainhausen.....	51, 54, 55, 63
	Conventa.....	32
D	DZB BANK.....	10, 11, 39, 47, 53
E	Erfa.....	47, 51
	Euro.....	47, 48, 51
	EVE.....	16
F	Formel I.....	56
	Frankfurt.....	10, 18, 23, 26, 29, 33, 43, 45, 57
G	GARANT (Schuh + Mode AG)....	17, 24, 25, 43, 52, 53, 57
	Generalversammlung.....	2, 7, 30, 33, 57, 60
	Goldkrone.....	43
H	Hamburg.....	2, 8, 9, 10, 14, 15, 18, 23, 29, 62, 66
	Hochwasser.....	52
I	Inspiring Retail.....	63, 64, 65
	Internationalität.....	24
J	Junge Unternehmer/Junioren.....	28
M	Mainhausen.....	11, 18, 23, 39, 43, 51, 54, 55, 57, 63
	Marketing.....	20, 21, 30, 34, 35, 41, 48
	Messen.....	51, 55
	Mitarbeiter.....	5, 22, 28, 29, 47, 52, 63, 65
	Moda/Forma.....	34, 35

N	Nord-West ..	5, 8, 9, 10, 14, 15, 16, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 25, 28, 29, 30, 33, 34, 35, 43, 44, 50, 62
	Nord-West-Kapitän.....	21
	Nord-West-Ring.....	9, 11, 17, 24, 25, 32, 33, 35, 39, 41, 42, 44, 45, 46, 47, 50, 51, 57
O	O1.....	55, 57
Q	Quick Schuh.....	10, 30, 31
R	RetailLogistics.....	61
	Ringia.....	16
	Ring-Schuh.....	9, 10, 16, 32, 33, 34, 35
	Rückvergütung.....	51
S	schuhe.de.....	58, 59
	Schuh Mücke.....	60
	Schuh-verlässlich.....	35, 46
	Sneakerwand.....	61
	SPORT 2000/Fach-Sport.....	18, 40, 41, 55
V	Vorstand/Vorstandsvorsitzende	5, 7, 10, 11, 14, 19, 20, 23, 29, 30, 39, 43, 44, 46, 47, 53, 60, 67
W	Werbung.....	18, 20, 21, 30, 35, 46
	Wiedervereinigung.....	44
Z	Zukunftsforum.....	63

IMPRESSUM

HERAUSGEBER

ANWR GROUP eG Telefon +49 6182 928-0
Nord-West-Ring-Straße 11 Fax +49 6182 928-2200
D-63533 Mainhausen info@anwr-group.com

KONZEPTION, GESTALTUNG, PRODUKTION

MPM Corporate Communication Solutions, Mainz, Düsseldorf

BILDNACHWEISE

AdobeStock: Archivist (S. 12), Coprid (S. 12), Frank (S. 13), stokkete (S. 13), maratta1 (S. 15), chrupka (S.24), stas111 (S. 25), chrupka (S. 25), 12ee12 (S. 25), michelangeloop (S. 27), Brian Jackson (S. 27), foto_don (S. 48), SasinParaksa (S. 48), abdullah (S. 48), benik.at (S. 59); DLM, C.Perl-Appl (S. 37); imago images: HJS (S. 37); iStock: atlantic-kid (S. 20), Shanina (S. 26), RetroAtelier (S. 26), vm (S. 36); alle übrigen Bilder: ANWR Group

ANWR
GROUP

1919
1920
1921
1922
1923
1924
1925
1926
1927
1928
1929
1930
1931
1932
1933
1934
1935
1936
1937
1938
1939
1940
1941
1942
1943
1944
1945
1946
1947
1948
1949
1950
1951
1952
1953
1954
1955
1956
1957
1958
1959
1960
1961
1962
1963
1964
1965
1966
1967
1968
1969
1970
1971
1972
1973
1974
1975
1976
1977
1978
1979
1980
1981
1982
1983
1984
1985
1986
1987
1988
1989
1990
1991
1992
1993
1994
1995
1996
1997
1998
1999
2000
2001
2002
2003
2004
2005
2006
2007
2008
2009
2010
2011
2012
2013
2014
2015
2016
2017
2018
2019