

„Wir müssen das Leben lieben, schon allein der Arbeit wegen, die man darin entfalten kann.“

Auguste Rodin

Start frei für das Modejahr 2012: Unser Rundgang auf der zweiten SABU-Messe in Heilbronn

FARBE BEKENNEN

Der Mode-Frühling ist ausgebrochen! Im Rahmen der Orderrunde II feiert die Schuhmode Frühjahr/Sommer 2012 in der SABU-Zentrale ihren ersten großen Auftritt - und das in einer nie da gewesenen Vielfalt und Farbenpracht. Zum ohnehin schon breiten Panorama der Premierenmesse sind diesmal zwanzig zusätzliche Aussteller hinzugekommen. Eine weitere Anerkennung der Relevanz des Termins sind auch die rund 500 Messegäste aus dem Kreis der Mitgliedsunternehmen. Der Weg nach Heilbronn hat sich gelohnt. 16.000 Muster und Modelle von rund 120 Top-Schuh- und Accessoire-Lieferanten werden präsentiert. Auf den über 6.000 Quadratmetern Ausstellungsfläche sind darüber hinaus auch die SABU-eigenen Kollektionen zu sehen. Aber was bringt nun der Auftakt des Modejahrs 2012? SABU-Chef Ralph Hanus legt - wie immer bei der Vorstellung kommender Trends - seinen ganzen Ehrgeiz in die Formulierung eines so knappen wie prägnanten Satzes, der die Ausrichtung der diversen Neuheiten auf einen Nenner bringt. Dieser Satz lautet diesmal: „Die Farbe ist der Motor der neuen Mode.“ Es geht im kommenden Frühling und Sommer weniger um Schnitte und Material. Es geht vielmehr um Rot kombiniert mit

Pink oder Orange. Mut wird belohnt. Entsprechend spielen Farben und Kontraste die unangefochtene Hauptrolle bei den insgesamt drei spektakulären Modenschauen der Messe. Es kann aber auch über neuartige Verarbeitungstechniken berichtet werden. Einige Modelle verfügen über reizvolle Perforationen und Lasercuts. Transparenz und Leichtigkeit ist das Ziel vieler Innovationen. Weil Schuhe aber nur ein Teil der Mode sind, werden auf dem Laufsteg Kombinationen mit aktuellen Textilkollektionen gezeigt. Erwähnt werden sollen hier nur die Marken Strenesse Blue und Custo aus Barcelona, die erstmals bei einer SABU-Modenschau zu sehen sind. Die Mode steht natürlich immer im Mittelpunkt, ein ergänzender Schwerpunkt der Ausstellung ist dieses Jahr aber der Service. An prominenter Stelle werden verschiedenste Dienstleistungen für den Schuhfachhandel vorgestellt. Die RSB Retail+Service Bank GmbH, die SBS

→



„Menschen sind nicht austauschbar!“



„INTERSPORT und SABU ... das passt“, so die Worte von PUMA-Geschäftsführer Matthias Bäumer. Recht hat er. Nach nunmehr zwei Jahren funktioniert die Zusammenarbeit wirklich gut. Alle Beteiligten profitieren von dieser Erfolgsstory.

Warum?

Weil es die Menschen - Manager, Mitarbeiter, Lieferanten und Kunden, einfach alle Beteiligten - wollen. Denn Konzepte sind austauschbar. Menschen nicht.

Trotzdem ist bei uns in Heilbronn nicht der Alltag eingekehrt. Jeden Tag, jede Woche, jeden Monat kommen neue Ideen, neue Anforderungen auf uns zu. Und wieder sind es die Menschen, die für den gemeinsamen Erfolg alles möglich machen.

Viel Spaß bei der Lektüre der neuen WIR-Zeitung.

Ralph Hanus
Ihr Ralph Hanus

LUST AUF
SCHÖNE SCHUHE
2.0

Seite 3

59. GENERAL-
VERSAMMLUNG

Seite 4

KNUTSCHEN &
KNUDELN

Seite 6

UNTERNEHMER-
REISE NACH
AMSTERDAM

Seite 8



Steuerberatungsgesellschaft mbH, die SABU Warenwirtschaft, die Serviceberater der SABU Schuh & Marketing GmbH, die Firmen Goretex, Ruco-Licht und Schweitzer Ladenbau zeigen auf insgesamt 200 Quadratmetern, was sie können. Flankiert wird die Präsentation auf den Ständen durch eine Informationsveranstaltung zum Thema „Pflege- und Comfortartikel“ der Unternehmen Melvo und Bergal. Unser Rundgang soll jedoch nicht enden, ohne eine weitere gelungene Veranstaltung zu erwähnen.

Das „High Heel-Lauftraining“ von Expertin Ingrid Martin-Zick für die Messebesucherinnen. Gestraffte Schultern. Leicht erhobenes Kinn. Ein leichter Schwung in der Hüfte. Die zwanzig Teilnehmerinnen sind mit sichtlichem Spaß bei der Sache. Frau Martin-Zick ist sich ganz sicher: „Selbstbewusstsein war schon immer eine Frage des Auftretts.“ – Und gute Vorbereitung ist alles. Der Meinung sind übrigens auch viele Aussteller, die schon im Vorfeld der Messe Termine mit den Messegästen vereinbart haben. Die ersten Besucher wechseln

gerade zum Messeausklang zur Happy Hour in die Messebar und auch wir stehen schon auf dem Platz vor der Halle. Es ist tatsächlich Sommer. Der abschließende Appell von Ralph Hanus fällt uns wieder ein: „Sicherlich ist die aktuelle Frühjahr/Sommer-Saison aufgrund des Wetterverlaufs nicht optimal für den Fachhandel gelaufen. Trotzdem müssen wir mit Zuversicht die neue Saison angehen.“ Hier draußen bemüht sich der August im letzten Moment um Wiedergutmachung. Beim morgigen SABU-Sommerfest wird sicher niemand frieren müssen.

Grund zum Feiern in Oberbayern!

Wir gratulieren Schuhhaus Heumann, Oberaudorf, zum 100. Jubiläum & Herrn Toni Müller, Bad Endorf, zum 80. Geburtstag!

POST FÜR DIE ZENTRALE

Das Burgauer Schuhhaus Ehnmann eröffnet neu und setzt erfolgreich das Laufgut-Konzept ein

Burgau, Mo. 08. 2011

Sehr geehrter Herr Hanus, liebes Sabu-Team!

Herzlichen Dank für die guten Wünsche und die Flasche mit dem erlesenen Tropfen, die mir Herr Duda-Höfner auflässlich der Wiederöffnung meines umgestalteten Geschäftes mit der neuen Laufgut-Abteilung überbracht hat. Daß der Umbau und die Umsetzung des Laufgut-Konzeptes so gut und fast reibungslos geklappt hat, ist sicher auch ein Verdienst Ihres

Hauses und Ihrer Mitarbeiter. Ich möchte mich sehr für die gute Zusammenarbeit bedanken: bei Herrn Duda-Höfner für die Beratung und Begleitung bei der Einführung des Laufgut-Konzeptes und der Planung des Raumverkaufs; bei der Marketingabteilung, speziell bei Herrn Gnoki für die tolle und schnelle Umsetzung aller Werbetechnischen Maßnahmen; bei der Einkaufsabteilung um Herrn Schneider für die umfassenden Informationen bezüglich der neuen Kollektions-

Gestaltung; bei der Abteilung Warenwirtschaft, die mich bei der Einführung der Sepp-Kasse beraten, unterstützt und oft „Sofort-Hilfe“ geleistet haben und nicht zuletzt bei allen Sabu-Mitarbeitern, die im Hintergrund zum Gelingen dieses Projektes beigetragen haben!

Miele Grüße aus Burgau
Irene Ehnmann

Impressum

Herausgeber:
SABU Schuh & Marketing GmbH
Wannenäcker Straße 50
74078 Heilbronn

Verantwortlich:
Ralph Hanus

Redaktion:
Angelika Dunda-Schubert
Tel.: 07131-9737-462
Fax: 07131-9737-490
a.dunda-schubert@sabu.de

Redaktionelle Bearbeitung und Gestaltung:
GRAS
Corporate Marketing GmbH
Kleines Feldlein 1
74889 Sinsheim

Herstellung:
WVD
Werbe- und Verpackungsdienst GmbH
Am Leitzelbach 25
74889 Sinsheim

Erscheinungsweise:
2 x jährlich

FRISCHER WIND IM NETZ!

Der neue Internetauftritt für „Lust auf schöne Schuhe“ macht Schuhe zum sinnlichen Erlebnis

„Wer heute im Internet noch den Feind des klassischen Einzelhandels sieht, hat die Zeichen der Zeit nicht erkannt und wird über kurz oder lang aus dem Markt verschwinden.“ Mit diesen zwar hart klingenden, aber um so offensiver wirkenden Worten stellt SABU-Geschäftsführer Ralph Hanus klare Anforderungen an den neuen Internetauftritt „Lust auf schöne Schuhe“. Dieser Ball wurde von der GRAS Corporate Marketing gerne aufgenommen. Seit ein paar Monaten sind sie zusammen mit einem erfahrenen Internetspezialisten und Community-Betreiber dabei, die Vorgaben des „Chefs“ umzusetzen. Ganz klar war dabei von Anfang an, dass die Lösung nicht darin liegen kann, eine überdimensionale, starre „Visitenkarte“ ins Netz zu stellen. Realisiert werden soll ein Auftritt voller Bewegung, Gedankenaustausch, Interaktion und Kommunikation. So werden nicht einfach Schuhe gezeigt, sondern der Schuh wird zum modischen Thema gemacht. Zu einem Thema, bei dem jeder in verschiedenen Blogs mitreden kann. Zu einem Thema, das letztendlich in die Geschäfte der Mitglieder führt. Auf der

Seite werden Hersteller mit guten Produkten genauso vorgestellt wie Händler mit guten Ideen. Trends werden nicht nur aus der Schuhwelt gezeigt, im Gegenteil, das ganze Modesppektrum bis hin zu Lifestyle-Themen wird präsentiert. Außerdem kann sich jedes Mitglied zum Thema machen: Ein aktueller Blog wird immer für die SABU-Händler freigehalten. Hier können sie sich in einem Blog mit ihrem Geschäft, ihren Ideen, ihren Aktionen und ihren Mitarbeitern präsentieren. Betreut wird der Auftritt „Lust auf schöne Schuhe.de“ von einer Administratorin, die sowohl in der Schuh- wie auch in der Modewelt seit Jahren zu Hause ist. Regelmäßig wird sie mit neuen Beiträgen für frischen Wind auf der Seite sorgen, Blogbeiträge überwachen, Anregungen aufnehmen und die Seite mit den aktuellsten News aus der Modewelt füttern.

Für Frequenz auf der neuen Seite sorgen die Verlinkung mit Facebook und den verschiedensten Mode-Sites, ein großes Gewinnspiel, diverse Maßnahmen zur Google-Such-

maschinenoptimierung und vieles mehr.

„Ein hartes Stück Arbeit, das hinter uns liegt und noch viel Feinarbeit, die vor uns liegt“, so äußern sich Georg Rakutt und Sina Hanus von der GRAS Corporate Marketing, wenn man sie nach dem aktuellen Stand fragt. „Wir sind jedoch sehr zuversichtlich, dass wir den geforderten Starttermin Anfang Oktober einhalten können“ freuen sich die beiden auf die Online-Stellung ihres „Babys“.



UNSER TEAM VON DER SPORTLICHEN SEITE

Die Mitarbeit in den Musterungskommissionen für Outdoor- und Sportschuhe hat sich bestens bewährt

Willkommen im Who-is-Who der Sportwelt. Wer kennt sie nicht? adidas, PUMA, Nike, Reebok und ASICS auf der einen Seite. LOWA, Meindl, Salomon und HANWAG auf der anderen. Die ausgewiesenen Spitzenmarken in den Bereichen Sport- und Outdoor-Schuhe. Durch den Zusammenschluss mit INTERSPORT verfügen die SABU-Mitgliedsunternehmen über eine erweiterte Angebotspalette zu besonders attraktiven Konditionen. Und sie haben die Möglichkeit zur Mitsprache in den relevanten Musterungskommissionen.

Kommissionsarbeit bedeutet Beratung der zuständigen Facheinkäufer durch versierte Händler mit ausgezeichneten Praxiskenntnissen in der jeweiligen Sparte. Im Sortimentsbereich Sportschuhe (Running, Kinder, Freizeit, Fußball etc.) finden zwei Einkaufskommissions-Sitzungen pro Jahr statt, 1 x F/S, 1 x H/W.

Im Sortimentsbereich Outdoor-Schuhe findet eine weitere Einkaufskommissions-Sitzung pro Jahr statt, nur F/S. Nach ersten kritischen Prognosen sind heute auch konkrete Erfahrungen in der Zusammenarbeit vorhanden. Eine gute Gelegenheit für uns, einige kompetente Stimmen zur Bewertung der Kommissionsarbeit zu sammeln.



„INTERSPORT und SABU ... das passt. Schuhe und Sport ergänzen sich ideal. Die Menschen verstehen sich gut. Eine fruchtbare Zusammenarbeit, dies merken wir immer wieder bei den Kollektionsterminen. Das hat Zukunft.“



Helga Enchelmaier, SABU

„Beide Seiten – Schuhhändler und Sporthändler – können in den gemeinsamen Kommissionen unglaublich viel voneinander lernen. Die SABU-Mitglieder haben die Möglichkeit, an der INTERSPORT-Messe teilzunehmen und sich dort über die aktuellen Kollektionen zu informieren. Aus der Zusammenarbeit mit der INTERSPORT ergibt sich für unsere Mitglieder abgesehen von sehr attraktiven Konditionen eine enorme Zeit- und Arbeitersparnis. Wir SABU-Mitarbeiter stehen mit den Kollegen der INTERSPORT zudem im regelmäßigen Austausch bezüglich neuer Lieferanten. Für alle Beteiligten lässt sich zusammenfassen: Gemeinsam sind wir ein starkes Team!“



Helmut Lindner, Schuhhaus Schoy

„Zur ersten Kommissionsitzung trafen wir uns am Sonntag, den 24.05.2009 im Hotel Ramada in Herzogenaurach. Sowohl meine Kollegen Herr Friebe und Herr Schumkamp als auch ich führen mit gemischten Gefühlen zu diesem ersten Treffen, wussten wir doch nicht, inwiefern sich die Arbeit nach dem Zusammenschluss mit INTERSPORT verändern würde. Vor Ort verfolgten all unsere Zweifel. Freundlich wurden wir von Herrn Moller und seinem Team empfangen. Während der Zusammenarbeit stellte sich heraus, dass unsere Vorstellungen von der Auswahl der Sportschuhe sehr nahe beieinander lagen. Durch die gegenseitige Bereicherung sind wir zu einem großen und erfolgreichen Team zusammengewachsen. Für die SABU-Händler ergaben sich aus diesem Zusammenschluss neue Konditionen, die sich für alle als vorteilhaft erwiesen. So erhalten die SABU-Händler heute bei der Bestellung von Exklusivartikeln Top-Konditionen, Höchstskalkulationen und die Bonusstaffel bei den Herstellern. In diesem Zusammenhang möchte ich mich bei unserem ehemaligen Sportchef Herrn Stefan Kretschmer und Frau Helga Enchelmaier bedanken, die mich vor vielen Jahren als Kommissionsmitglied berufen haben. Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass die SABU- und INTERSPORT-Kommissionen zu einem starken Team zusammengewachsen sind, in dem es Spaß macht, zu arbeiten.“



Rege Teilnahme beim Golfturnier SABU-Cup 2011 „ANDIAMO“

VON BIRDIES UND BOGEYS

Bunte Golfbekleidung vor saftig grünem Rasen unter strahlend blauem Himmel. Eine Szenerie wie mit kräftigen Pinselstrichen und üppigen Farben

gemalt. Das Einladungsturnier um den SABU-Cup 2011 „ANDIAMO“ fand bei herrlichem Sonnenschein und unter idealen

Bedingungen statt. Die mit 4 Sternen klassifizierte Anlage des Golfclubs Marhördt gab den würdigen Rahmen für die Austragung des alljährlichen Wettbewerbs. Golf Freunde aus Handel, Industrie und nahestehenden Organisationen waren gerne der Einladung in die Hügel und Senken des Schwäbisch-Fränkischen Waldes gefolgt, ging es doch neben dem sportlichen Erfolg nicht zuletzt um den guten Zweck, dem der Erlös des Turniers letztlich zufließt. SABU-Geschäftsführer Ralph Hanus ließ vierzig aktive Spieler und deren Begleitung am 29. Mai, dem Vorabend des SABU-Cups, herzlich willkommen. Bei einem lockeren Get-Together ging es um das Kennenlernen und den Austausch mit den anderen Teilnehmern. Schon beim Einspielen am Sonntag und erst recht am Montag lief der Frühsommer zur Höchstform auf. Genau wie die Spieler. Bruttosieger wurde Peter Weber

(Schuhhaus Winkler, Aichach). Die A-Klasse wurde von Rolf Wagner (Schuhhaus Wagner, Bad Bramstedt), die B-Klasse von Matthias Bäumer (Puma,

Herzogenaurach) gewonnen. Bei der C-Klasse kam Maritta Hanus, Ehefrau des SABU-Chefs, auf den ersten Platz. Für Ralph Hanus war die Ehrung

der Sieger daher ein noch größeres Vergnügen als ohnehin schon. Gleich im Anschluss konnte er den „Longest Drive“ seiner Frau feiern. Bei den Herren gewann diese Auszeichnung Matthias Bäumer. „Nearest to the Line“ der Herren erreichte David Carvalho (SCHUHWELT Schuhhandels-GmbH, Waldfischbach-Burgalben). Bei den Damen ging es um den Titel „Nearest to the Pin“, über den sich Ute Bäumer freute. Und so würdigte Ralph Hanus im gleichen Schwung auch die Sponsoren der Veranstaltung: die Firmen Ecco, GRAS Corporate Marketing, SO! Concepts und Schweizer Verkaufseinrichtungen sowie Real Innenausbau AG. Zum Ausklang der Veranstaltung im Clubhaus Noller wurde ein zünftiges Grillfest gefeiert, bei dem schon deutlich die Vorfreude auf den nächsten SABU-Cup zu spüren war.

WAS FÜR EIN JAHR!

Ein erfreulicher Blick auf das vergangene Jahr: die 59. Generalversammlung der SABU eG



Die guten Vorsätze für das folgende Jahr fasst man noch in der Silvesternacht. Aber der offizielle Schlussstrich für das abgelaufene Jahr wird beim SABU endgültig erst am 29. Mai 2011 gezogen. An diesem Termin findet die 59. Generalversammlung der SABU eG statt. Sektgläser klingen auch zu diesem Anlass. Und zwar bereits am Vorabend der Generalversammlung. Während des Sektempfangs im Innenhof von Schloss Lehen in Bad Friedrichshall kommen die teilnehmenden Mitglieder und Funktionsträger zusammen. Der Begrüßungstrunk bildet den feierlichen Auftakt zum Galadinner in der Kelter des traditionsreichen Wasserschlosses. Nach Genuss des Menüs bringt das Huub Dutch Duo die Mauern aus dem 16. Jahrhundert zum Erzittern. Die Stimmung ist ausgelassen.

Der nächste Tag dagegen wird von nackten Zahlen dominiert. Er führt die Gäste des Abends nach Heilbronn. Vorstandssprecher Ulrich Rau begrüßt die Teilnehmer der Generalversammlung im Veranstaltungszentrum redblue und erläutert den aufmerksamen Zuhörern die Positionen der Gewinn- und Verlustrechnung sowie die Bilanz. Er würdigt die Stärken der Zusammenarbeit im Verbund und schaut auf ein erfolgreiches Geschäftsjahr zurück: Das Wirtschaftsjahr 2010 schließt mit einem Jahresüberschuss von € 249.000 ab. Zuzüglich des Gewinnvortrags von € 1,4 Mio. ergibt sich ein Bilanzgewinn von € 1,6 Mio.



Restrukturierungsmaßnahmen und Erträge aus Beteiligungen stehen hinter diesem Ergebnis. Maßgeblich für die wirtschaftliche Lage der SABU Schuh-Verbund eG ist die Entwicklung der Erträge von RSB Retail+Service Bank GmbH und SABU Schuh & Marketing GmbH. Die Bilanzsumme der SABU Schuh-Verbund eG erhöht sich um € 814.000 auf insgesamt € 16,8 Mio. Die Eigenkapitalquote hat sich dadurch leicht von 92,1 Prozent auf nunmehr 89,1 Prozent verringert. Trotzdem erhöhte sich die Liquidität deutlich. Die SABU Schuh-Verbund eG ist – saldiert betrachtet – schuldenfrei. Und der Trend zeigt für die Zukunft klar nach oben. Ulrich Rau

prognostiziert für 2011 aufgrund von höheren Beteiligungserträgen, sinkenden Aufwendungen und dem Wegfall von Sondereinflüssen ein noch wesentlich besseres Ergebnis. Auch bei der Entwicklung der Mitgliederzahlen gibt es Erfreuliches zu berichten. Stand Ende April 2011 gehören dem Verbund heute insgesamt 929 aktive Händler an. Die von Aufsichtsratsvorsitzendem Joachim Seibel geleitete Generalversammlung beschließt die Entlastung von Vorstand und Aufsichtsrat sowie die Verwendung des Jahresüberschusses. Die Mitglieder erhalten aus dem Jahresüberschuss eine Basisdividende von fünf Prozent und zusätzlich eine nach der Anzahl der Geschäftsanteile gestaffelte Mehrdividende von bis zu drei Prozent. Zahlen sind aber nicht alles. Den Abschluss unseres Berichtes soll eine Personalie bilden. Stefan Klindwort aus Bad Schwartau wird neues Mitglied des Aufsichtsrats. Die Wahl war durch den Wechsel von Peter Werner aus dem Aufsichtsrat in den Vorstand notwendig geworden. Wir wünschen Stefan Klindwort einen erfolgreichen Einstieg.

MODE IM BLUT



Immer in Hörweite zum letzten Schrei – ANDIAMO-Mann Peter Kachler im Portrait

Allora: ANDIAMO. Schon der Klang des Wortes verspricht italienischen Stil und mediterranes Flair. ANDIAMO ist die Exklusiv-Marke für hochwertige Damenschuhe im SABU-Programm. Wer sich hinter den Kulissen der Marke einen ledernen Chefessel mit einer so schlanken wie eloquenten Mailänderin im strengen Businesskostüm vorstellt, liegt allerdings völlig falsch. Nicht selten steht hinter filigraner Damenmode ja ein gestandener Mann. So auch hier. Peter Kachler ist „Signor ANDIAMO“. Er betreut die ausländischen Vertragslieferanten, von preiswert bis hochmodisch. Kein Italiener, sondern Schwabe von Geburt. Familienvater, Sportsfreund, Kaufmann, schon seit 1980 beim SABU.

Bei soviel Beständigkeit überraschen die Begeisterung und die Energie, mit der sich Peter Kachler den Themen Mode und Schuh verschrieben hat. In jedem Urlaub, auf jeder Dienstreise ist er den jeweils neuesten Trends auf der Spur. Der Einsatz lohnt sich. Das Modebewusstsein der Verbraucher ist gestiegen. Wer den hohen Ansprüchen gerecht werden kann, hat Erfolg. Peter Kachler versteht sich als fairer Partner der Lieferanten wie der Kunden mit dem festen Ziel, für beide Seiten das Beste zu tun. Das gibt dem Branchen- und Modefachmann die notwendige Bodenhaftung. Kontinuität ist eine Herausforderung in der schnelllebigen Modewelt – Peter Kachler hat sich dieser Herausforderung mit ganzer Seele angenommen.

MODEL, MAMA, MAINZ 05

Model Madeleine Wendt steht auf Auftritte für den SABU und auf den Fußballverein ihrer Heimatstadt

Wenn beim SABU Modenschau ist, achtet jeder nur auf die Füße der Models. Das liegt einfach in der Natur der Sache. Bei Madeleine Wendt muss das irgendwie anders sein. Denn fast jedes SABU-Mitglied kennt ihr Gesicht. Liegt es an der freundlichen Ausstrahlung? Liegt es an ihrem einnehmenden Wesen? Die geborene Mainzerin kommt einfach gut rüber. Kein Wunder, dass sie seit ihrem ersten Engagement im Sommer 2000 immer wieder für Modenschauen oder Fotoshootings beim SABU gebucht wird. Die gelernte Augenoptikerin ist Sternzeichen Widder, was zunächst nicht recht zu ihrer Erscheinung passen will. Aber es spricht für eine gewisse Entschlossenheit in der Lebensplanung. Die ist zweifelsohne vorhanden. So hat Madeleine Wendt beherzt zugegriffen, als sich die Gelegenheit zum Einstieg in den Model-Beruf bot – auf Empfehlung einer Freundin übrigens, die schon erfolgreich auf dem Laufsteg unterwegs war. Und sie hat, trotz Fulltime-Job in der Modewelt, ein harmonisches Familienleben organisiert – inklusive Mann, Sohn, Eltern und Hauskaninchen „Stupsi“. Die begeisterte Flamenco-Tänzerin arbeitet gerne für den SABU und freut sich auf weitere Einsätze. Gerne auch mal in Rot und Weiß. Das sind die Farben von Mainz 05. Als Fan der sympathischen Bundesligatruppe hätte sie absolut nichts dagegen einzuwenden.



AUS CMS WURDE GRAS

Kaum jemand kennt den Schuhhandel und die Funktionsweisen und Eigenarten der Handelskooperationen besser als das „Urgestein“ des deutschen Schuhfachhandels, Walter Langela. Doch als echter Profi erkennt auch er die Zeichen der Zeit, weiß um den stetigen Wandel innerhalb der Kommunikationsformen und Medien und plant nicht kurzfristig, sondern mit Blick über den Horizont. So stand sein Entschluss, die Geschäftsführung seiner Agentur CMS mit einem jüngeren Partner zu teilen und auch in die Mitarbeiterriege neue Gesichter einzubringen, seit längerer Zeit fest. Und nach einigem Suchen ist es ihm gelungen, mit Georg Rakutt einen Partner zu finden,

mit dem es sowohl fachlich als auch menschlich „funktioniert“. Mit viel Handels- und Modekompetenz ausgestattet, beherrscht Georg Rakutt nicht nur die klassischen Werkzeuge der Kommunikation, sondern bringt vor allem auch viel Wissen im Bereich der neuen Medien mit ein. Ein gutes Beispiel dafür ist die völlig neue Konzeption des Internetauftritts für „Lust auf schöne Schuhe“, der im Herbst startet und über den an anderer Stelle in dieser Ausgabe ausführlicher berichtet wird. Auch in der neuen Kampagne und den diversen Kommunikationsmitteln zeigen sich die ersten Einflüsse der neuen Teammitglieder, die mehr frisches Weiß



Ein neuer Name, neue Leute, neu gestaltete und deutlich vergrößerte Agenturräume – beim SABU-Werbepartner hat sich zum Jahreswechsel einiges getan



Georg Rakutt

Jassina Friedrich

und bunte Zwischentöne in die SABU-Kommunikation einfließen lassen. Als gleichberechtigter geschäftsführender Gesellschafter teilt sich Georg Rakutt für die nächsten zwei Jahre die Verantwortung mit Walter Langela und wird dann für eine kontinuierliche Weiterführung der Kundenbeziehung

und bunte Zwischentöne in die SABU-Kommunikation einfließen lassen. Als gleichberechtigter geschäftsführender Gesellschafter teilt sich Georg Rakutt für die nächsten zwei Jahre die Verantwortung mit Walter Langela und wird dann für eine kontinuierliche Weiterführung der Kundenbeziehung

WIE AUF WOLKEN *Joya* beflügelt!

„Der weichste Schuh der Welt“ – mit Joya hält eine Marke der Superlative Einzug ins SABU-Programm



„Aus Freude am Laufen.“ Der leicht abgewandelte Slogan einer sportlichen, bayerischen Automarke könnte das passende Motto für Joya sein. Joya ist ein erst 2008 gegründeter Produzent von Komfortschuhen und als Hersteller ganz neu im SABU-Programm. Joya-Schuhe sind etwas ganz besonderes. Der außergewöhnliche Aufbau der Modelle für Damen und Herren nimmt dem Gehen alles Beschwerliche. Die auffallend leichten und weichen Sohlen scheinen wie aus Wolken gemacht. Der Aufbau der Schuhe folgt den aktuellen biomechanischen Erkenntnissen. „Für uns ist wichtig, dass sich jeder bereits ab dem ersten Schritt in unseren Joya-Schuhen wohlfühlt“, erklärt Karl Müller, einer der beiden Firmengründer. So jung wie die Marke Joya noch ist, so groß sind schon ihre Erfolge. In weltweit 23 Ländern begeistern sich inzwischen Kunden dafür. Der Start der neuen Marke war alles andere als mühelos. „Aber die

positiven Rückmeldungen unserer ersten Kunden haben uns gezeigt, dass es sich lohnt weiter zu machen“, sagt der zweite Joya-Gründer Claudio Minder. Allein in Deutschland wurden bisher 500.000 Paar Schuhe abgesetzt. Heute arbeiten 45 Mitarbeiter für die schweizerische Schuhmarke. Aus dem beschaulichen Roggwil im südlichen Hinterland des Bodensees stammt eine umfassende Kollektion unterschiedlicher Modelle. Die Idee, die hinter jedem Modell im Programm steht, überzeugt beim ersten Tragen genauso wie über lange Zeiträume. Im „Laufe“ seines Lebens legt ein Mensch durchschnittlich 160.000 Kilometer zu Fuß zurück. Kein Problem für unsere Füße, sind sie doch von Natur aus sogar noch größeren Belastungen gewachsen. Im Vergleich zu unserer



bewegungsarmen Bürowelt war der Mensch in vergangenen Zeiten über viel größere Distanzen aus eigener Kraft mobil. Das Problem ist dem entsprechend auch nicht die Strecke, sondern vielmehr der Untergrund. Naturböden sind nachgiebig und weich. Genau darauf ist unser Bewegungsapparat abgestimmt. In der heutigen Welt besteht der Untergrund dagegen aus Asphalt, Beton und Stein und ist zu hart für das natürliche und eigentlich so gesunde Barfußlaufen. Wir brauchen also Schuhe mit hoher Dämpfung. Deshalb sind Joya-Schuhe besonders weich. Studien des Biomechanischen Instituts der ETH Zürich aus dem Jahr 2011 zeigen, dass das Barfußlaufen auf harten, ebenen Flächen dem Joya-Konzept unterlegen ist. Die weichen Sohlen der Joya-Schuhe simulieren den natürlichen, nachgiebigen Boden und geben der Muskulatur bei jedem Schritt mehr Reaktionszeit, die Gelenke zu stabilisieren und zu schützen. Dr. Ronald J. Sabitzer, Facharzt für Neurochirurgie, plädiert für den Einsatz der weichen Sohlen: „Die

keilförmige Spezialsohle wirkt sich positiv auf die Wirbelsäule aus und sorgt für eine innere Spannkraft. Es ist als hätte man eine Feder im Körper, die

eine schlechte Haltung automatisch korrigiert. Die Dämpfung im Sohlenkern entlastet spürbar den Rücken und die Gelenke!“ Diesen Punkt hebt auch Dr. med. M. Fürst, Chefarzt der Hofgartenklinik in Bad Waldsee, hervor: „Wir empfehlen Joya-Schuhe Personen, die Gelenkprobleme haben. Auch bei Wirbelsäulen-Verschleißerkrankungen empfehlen wir sie und haben dabei sehr gute Erfahrungen gemacht, da sie bei Längsstauchungen eine Dämpfung der Wirbelsäule bewirken.“ Gesundheitliche Probleme sind aber nicht das einzige Kaufargument. Geeignet sind Joya-Schuhe auch für bestimmte Berufsgruppen. Etwa für alle Beschäftigten, die viel stehen müssen. Die nachgiebige Sohle der Joya-Schuhe reduziert spürbar den Druck auf die geplagten Füße. Das macht sie auch zur ersten Wahl bei allen Schuhkäufern, für die vor allem der Tragekomfort zählt. Ralph Hanus sieht für den Handel interessante Perspektiven: „Joya ist ein zukunftsorientiertes Unternehmen mit einem innovativen und hochwertigen Produkt, das perfekt auf einen Großteil unserer Mitglieder zugeschnitten ist. Wir freuen uns auf die Zusammenarbeit.“ Na dann, herzlich willkommen im Programm!

www.joyaschuhe.de

2011 DAS JAHR DES FACHHANDELS. DER SABU IST DABEI!

Anlässlich seines 40-jährigen Jubiläums ruft die markt intern Verlag GmbH das Jahr 2011 zum „Jahr des Fachhandels“ aus. Branchenübergreifend setzt sich die streitbar-kritische Redaktion seit ihrer Gründung vehement für die Belange des Fachhandels und dort vor allem des familien- oder inhabergeführten Mittelstandes ein. Deshalb ist es den Verantwortlichen beim SABU auch leicht gefallen, diese Aktion zu

unterstützen und somit allen Mitgliedern die Möglichkeit zu geben, dabei zu sein. Mit dem Einsatz der kostenlosen Werbemittel und sonstigen Kommunikationshilfen kann so jeder Schuhfachhändler zum einen in seinem Einzugsgebiet für die Waren- und Beratungskompetenz des Fachhandels werben und zum anderen von der überregionalen Kampagne, die in der zweiten Jahreshälfte unter anderem noch eine doppelseitige Anzeige im

FOCUS beinhaltet, profitieren.

Ihr Fachhandel – so kauft man heute.

Stressfrei

Oben rechts, ohne Zeitdruck, ohne unheimliche Kaufdränge – bei uns kaufen Sie in entspannter Atmosphäre.

Gut beraten

Wir sind nicht nur erzieher und geschult. Wir nehmen uns auch ausreichend Zeit für eine persönliche, direkte Beratung.

Umwelthewusst

Umweltfreundliche Produkte und kurze Wege – mit einem Einkauf bei uns unterstützen Sie unsere Umwelt und Ihre Gesundheit.

2011 JAHR DES FACHHANDELS

Line Initiative von:

www.jahrdesfachhandels.de

Klar, dass der SABU in dieser Anzeige mit dem „Lust auf schöne Schuhe“-Logo vertreten ist. Jedes SABU-Mitglied ist berechtigt, Informationsmaterial, Plakate, eine CD mit Musterwerbeprospekt, dem Aktionslogo und vielen weiteren Hilfen, Thekenaufsteller und weiteres Material direkt beim markt intern Verlag zu bestellen.

Ihr Kontakt:
markt intern Verlag GmbH
Herr Christoph Diel
Telefon: 0211/6698-224
E-Mail: diel@markt-intern.de

Machen Sie mit und stärken Sie damit die Position des Fachhandels und somit Ihres eigenen Unternehmens in der Einzelhandelslandschaft.

Wir wünschen Ihnen viel Erfolg dabei.





Der 1. Preis beim „Knutschen&Knuddeln“ - Fotowettbewerb geht nach Erfurt NACH LAS VEGAS GEKNUTSCHT

Im Frühling erwachen die Gefühle neu. Vor diesem Hintergrund hat die SABU-Aktion „Knutschen&Knuddeln“ exakt den Nerv der (Jahres)zeit getroffen. Genau in den Wochen zwischen Frühlingsbeginn und Valentinstag konnten die Kunden der zweihundert teilnehmenden Schuhgeschäfte aus dem Verbund ihre schönsten Fotos zum Thema in den Wettbewerbs einschicken. Der 1. Preis war verbunden mit einer Flugreise nach Las Vegas für zwei Personen. Nun steht es fest - das Siegerfoto kommt aus Erfurt. Heike Aßmann und SABU-Geschäftsführer Ralph Hanus begrüßen die strahlenden Gewinner im

Schuhhaus Aßmann. Die beiden Erfurter Jenny Langhammer und Denis Schimanski sind gleichzeitig auch die Stars und Hauptdarsteller der siegreichen Fotoinszenierung. Das Foto wurde mit Selbstauslöser aufgenommen. Das Paar freut sich unendlich über den wertvollen Reisegutschein ins berühmte Honeymoon- und Spielerparadies. „Unsere ganze Familie kauft schon lange bei Schuhhaus Aßmann und ist von dem Angebot begeistert. Dass wir nun auch noch so eine tolle Reise gewonnen haben, macht uns sicherlich zu lebenslangen Stammkunden“, sagt Jenny Langhammer in ihrem überschwänglichen Glück.

Wir wünschen gute Reise und unvergessliche Eindrücke. Die übrigen Preise des rundum gelungenen Wettbewerbs sind inzwischen per Post verschickt. Unsere kleine Galerie zeigt eine Auswahl der originellsten eingereichten Fotos. Gewonnen haben alle Teilnehmer. Die Kunden Freude am Mitmachen und so ganz nebenbei auch Einblicke in die aktuelle Frühlingsschuhmode, die Händler Publikumsverkehr im Laden und gestärkte Kundenbindungen.



Die glücklichen Gewinner mit ihrem Siegerbild oben.



„DAS PROJEKT UNSERES LEBENS“

Silke Schneider-Hoffmann verwirklicht ihre Geschäftsideen im eigenen Neubau



Geradeaus, Richtung Zukunft. Wer mit Silke Schneider-Hoffmann spricht, erlebt eine Frau, die keine Minute ihre anvisierten Ziele aus den Augen verliert.

Selbst widrige Umstände bringen die junge Frau kaum vom eingeschlagenen

Weg ab. So war es ausgerechnet das Krisenjahr 2008, in dem sie einen lange gehegten und sorgsam durchdachten Plan in die Wirklichkeit umsetzte. Neue, großzügige Räumlichkeiten für das eigene Schuhgeschäft in einem speziell dafür konzipierten Wohn- und Geschäftshaus. Die Schuhhändlerin als Bauherrin. Es gibt keine bessere Möglichkeit, die eigenen Vorstellungen bis auf das i-Tüpfelchen zu realisieren. Zumal Baugeld in der

Finanzkrise sehr günstig zu bekommen war. Das allein gab aber nicht den Ausschlag für den Startschuss, denn das Projekt war ohnehin sehr gut mit Eigenmitteln ausgestattet. Es sollte ein Haus werden, das sich nicht einfach übergangslos in das historische Umfeld im Zentrum des Städtchens Eibenstock einfügt.

Ein Gebäude, das die Blicke der Passanten auf sich zieht. Das ganze Projekt ist nicht zuletzt auch ein Bekenntnis zur eigenen Heimatstadt. Silke Schneider-Hoffmann und ihre Eltern sind seit Anfang der neunziger Jahre mit zwei Schuhgeschäften in der Stadt vertreten. Dazu kommen noch vier weitere Geschäfte im Umland. Das neue Geschäft wird so etwas wie ein „Flagshipstore“, ein gebautes Ausrufezeichen. Spiegelförmiges Glas und die Formensprache der klassischen Moderne, das ist vielleicht nicht unbedingt das, was man im idyllischen Erzgebirge erwartet. Aber es war schon immer der stetige Wandel, der das Leben in dieser Region bestimmte. Vom Bergbau zum Stickereigewerbe bis zur heutigen Ausrichtung auf den Tourismus. Eibenstock hat sich mehrfach in der Geschichte neu erfunden. Die heutigen Touristen haben bestimmte

Erwartungen bezüglich Einkaufserlebnis und Ladenausstattung. Fünfzehn verschiedene Entwürfe entwickelten die Architekten, bis Silke Schneider-Hoffmann die ideale Lösung in den Händen hielt. Hell, großzügig, energieeffizient. Wohnungen in den Obergeschossen, weitläufige Ladenflächen im Erdgeschoss. Hier finden die beiden Schuhgeschäfte, die Familie Schneider in Eibenstock betreibt, einen gemeinsamen modernen Standort. „Gebäude, Verkaufseinrichtung und Ware sollen als Einheit faszinieren“, sagt die begeisterte Chefin. Schuhe für Damen, Herren und Kinder, Taschen und Kleinleiderwaren von 24 verschiedenen Marken werden angeboten. Am 3. September ist der Tag der Eröffnung. Er wird Zeichen für ganz Eibenstock setzen.



SCHUHVERRÜCKT & SCHUHVERRÜCKT

Anke und Edda Tebartz frönen im eigenen Laden „Stöckelwild“ der Begeisterung für ausgefallene Schuhe

Die Jagd ist eröffnet. Im nieder rheinischen Schembeck finden sich seit dem 1. Juli im Schuhgeschäft „Stöckelwild“ die fantastischsten Trophäen der ganzen Region. Muss noch erwähnt werden, dass sich das Geschäft ausschließlich an weibliche Jäger wendet? Männer rücken in die Statistenrolle, wenn Pumps, Stiefel und Handtaschen ins Visier von zum Äußersten entschlossenen Amazonen geraten. In einem separaten Eckchen des Ladens können sie die Zeit überbrücken, bis nach erfolgreicher Pirsch das abschließende Halali geblasen wird. „Platzhirsche“

nennen die Schwägerinnen Anke und Edda Tebartz diesen geschützten Bereich für begleitende Männer und auch Kinder. Es gibt Kaffee, Süßigkeiten, Zeitschriften und PlayStation. Alles, was die süßen Großen und Kleinen vom zähen Verrinnen der Zeit ablenkt. Sollten die Herren sich dennoch vom Schuhfieber ihrer Damen anstecken lassen, schaffen rahmengenähte, handgearbeitete Modelle der englischen Marke Loake Abhilfe. Aber auch die Kundinnen können sich ganz besonderer Betreuung sicher sein. Zur hingebungsvollen Beratung wird auch schon mal ein Glas Sekt gereicht. Entscheidungsschwache können Wunschtermine vereinbaren, gesellige Naturen eine eigene Schuhparty ausrichten. „Stöckelwild“ wäre nicht „Stöckelwild“, wenn nicht auch die beiden Inhaberinnen ein überdurchschnittlich

entwickeltes Faible für eigenwillige Schuhmode mitbringen würden. Ein bisschen Selbstironie steckt schon hinter der originellen Wahl des Namens. Aber er trifft genau den Nerv. Hier verkaufen Schuhbegeisterte an Schuhbegeisterte. Damit ist klar, dass Frau eher die ausgefallenen Marken auf 40 Quadratmetern Ladenfläche findet: MTNG, YXXYs, Biviel, Cliptoos, Chinese Laundry, Moda di Fausto, Paco Gil, Objects in Mirror, ANDIAMO, Golden Rose... Der Start des Schuheldorados ist verheißungsvoll. Immer wieder sind es die verzückten Seufzer der Kundinnen, die im gut besuchten Laden zu hören sind. Speziell an Donnerstagen und Freitagen kommt „Stöckelwild“ schon jetzt an die eigenen Kapazitätsgrenzen. Die Jagd geht weiter.



ENDLICH FILIALIST

Mittendrin statt ab vom Schuss: Schuhhaus Trautmann jetzt mit Dependance im Zentrum von Kenzingen

Hinein ins Vergnügen: Historische Fassaden. Altes Pflaster. Vielfältiges Angebot. Die Läden im Stadtkern haben ihren Kunden ein ganz besonderes Verkaufserlebnis zu bieten. Christine und Frank Trautmann haben den ersten Ableger ihres bestehenden Schuhhauses in einer echten Toplage in der 10.000-Einwohner-Stadt Kenzingen eröffnet. Die Kaufkraft ist hier im nördlichen Breisgau, nicht weit entfernt von Freiburg, überdurchschnittlich hoch. Das neue Schuhhaus ist, umgeben von attraktiven Fachgeschäften, direkt an der Durchgangsstraße gelegen. Ganz bewusst suchen die Trautmanns hier den Wettbewerb zur lokalen Konkurrenz auf der grünen Wiese. Ihr neuer Standort hat bereits eine lange Tradition als Schuhgeschäft. Die Trautmanns setzen aber auf einen kompletten Neuanfang im 300 Jahre alten Haus. Der Laden wurde umgebaut, die Innenausstattung

mit sachkundiger Unterstützung durch die Firma Schweitzer Ladenbau ausgetauscht. Geschickt eingesetztes Kunstlicht und die Verwendung von viel Glas ergeben einen gelungenen Kontrast zum geschichtsträchtigen Rahmen. Kein Wunder, dass das Verkaufspersonal gerne bereit war, im neuen Glanz der alten Wirkungsstätte weiterzuarbeiten. Denn in diesem einen Punkt setzt das Ehepaar Trautmann konsequent auf Kontinuität. Die Mitarbeiterinnen des vorhergehenden Schuhgeschäftes wurden übernommen. Aber auch bei der Beratung und Finanzierung im Rahmen des neuen Projektes kamen „bewährte Kräfte“ zum Einsatz. Von Seiten des SABU haben die Herren Wagner und Dudenhöffer den Neustart begleitet. Ansprechpartner bei der RSB war Eugen Held. Seit Mitte März ist das neue Schuhhaus Trautmann nun geöffnet. Sozusagen als erste Filiale des Stammhauses im benachbarten Teningen.



Zum bisherigen Vollsortiment für Damen, Herren und Kinder sind frische Marken und auch Taschen hinzugekommen. Der Start ist vielversprechend. Die Perspektiven sind interessant. Die Stadt organisiert viele Veranstaltungen, Herbst-, Winter-, und Frühjahrsmarkt stehen in Kenzingen auf dem Festprogramm. Zusätzlich sind auch weitere Aktionen

einschließlich verkaufsoffener Sonntage eingeplant. Familie Trautmann propagiert den Komfort der kurzen Einkaufswegs: „Wir wollen die Nahversorgung aufrecht erhalten, gerade für ältere Menschen.“ Die Innenstadtlage hat unbestreitbare Vorteile. Man muss sie nur sorgfältig entwickeln und zur Geltung bringen.

VEEL GROETJES UIT AMSTERDAM



Immer eine Reise wert:
Die Unternehmerreise 2011
führte nach Amsterdam



Raus aus dem Laden. Neue Trends entdecken. Den eigenen Horizont erweitern. – Dafür hat man im alltäglichen Geschäftsleben leider viel zu selten Gelegenheit. Die raren Chancen dazu sollten also unbedingt genutzt werden. 35 SABU-Händler sind der Einladung zur diesjährigen Unternehmerreise gefolgt. Es ist Anfang Juni und die niederländische Hauptstadt zeigt sich wenig sommerlich. Wie findet man nun den besten Einstieg in das bunte Leben der Grachtenmetropole? Da kann es nur eine Perspektive geben: natürlich von den schwanken-

den Planken eines Bootes aus. So begann die Entdeckungstour durch Amsterdam mit einer „Canal Bike Teamrallye“. Nein, dabei handelt es sich nicht um die obligatorischen Touristenschiffe mit Glasdach. Das SABU-Organisationsteam rund um Annette Mack setzt die Teilnehmer in kleine weiße Tretboote. Bewaffnet nur mit knappen Instruktionen, einem guten Allgemeinwissen und kräftigen Waden. Denn es ist nicht nur Muskelkraft, die die Mannschaften der viersitzigen Boote ans Ziel bringen soll. Auch die richtigen Antworten auf Quizfragen und kleine Rätsel führen die deutschen Grachtenfahrer auf den vorbestimmten Kurs.

Vom Wasser aus erscheint Amsterdam als die Welthauptstadt der Brücken. Wieder mit festem Boden unter den Füßen festigt sich eher der Eindruck eines europäischen Dienstleistungszentrums. Geschäfte, Büros und Serviceeinrichtungen, wohin der Blick fällt. Auch die europäische Vertriebszentrale des dänischen Schuhherstellers Ecco befindet sich in Amsterdam.

Hier ist inzwischen der gesamte Kundenservice für Europa angesiedelt. Customer Service, Finanz- und Logistik-Abteilung und Retail Backoffice von 42 Märkten auf dem Kontinent werden von hier aus gesteuert. Die SABU-Unternehmer folgen gerne der Einladung zum Besuch und zur eingehenden Besichtigung. Sören Stier, Ecco-Chef für Zentraleuropa, und Uwe Janzen, Geschäftsführer der Ecco Deutschland, führen die interessierten Schuhhändler persönlich durch die Abteilungen des 2.300 Quadratmeter großen Service-Headquarters. Erschöpft von den vielfältigen Eindrücken und dem intensiven Austausch führt der Weg zurück aufs Wasser. Diesmal ganz gemütlich an Bord eines historischen Grachtenschiffes. Das Programm des folgenden Tages ist ganz auf Kultur ausgerichtet. Im Van Gogh Museum kann der kraftvolle Pinselstrich des genialen Malers im Original bewundert werden. Danach schwingen sich unsere Schuhhändler

auf die Sättel einer weiteren holländischen Institution. „Fiets“ heißt das Fahrrad in der Landessprache. Auf der geführten Zweirad-Tour wird keine Sehenswürdigkeit links liegen gelassen. Genauso wenig wie die zahlreichen interessanten Schuhgeschäfte im Stadtzentrum. Der dritte Reisetag gibt einen Einblick auf den letzten Entwicklungsstand internationaler Werbung und Public Relations. Die „Heineken Experience“ präsentiert die Markenwelt des erfolgreichen Weltkonzerns. Auch ganz handfest, in Form eines frischen, gut gekühlten Bieres aus dem umfangreichen Programm der Brauerei. In einem der gerade besonders angesagten Restaurants der Stadt wird Abschied von Amsterdam genommen. Abschied auch von den SABU-Kollegen, die man unterwegs kennen und schätzen gelernt hat. Bis zum nächsten Mal. Denn nicht nur Amsterdam ist eine (Unternehmer)reise wert.



made by me!
Workshops
AMSTERDAM

Kreativität
ohne
Grenzen:
SABU-Händler
beim
„made by me!“
-Kunstworkshop

DER KÜNSTLER IN DIR

Amsterdam ist das ideale Pflaster für Kunst und Design. Für Schüchternheit und Berührungsängste ist gar keine Zeit. Beim Kunstworkshop im Rahmen der diesjährigen Unternehmerreise liegen zwischen der ersten Annäherung an das Thema und dem fertigen Werk ganze vier Stunden schöpferischer Arbeit. Bei diesem Crashkurs in die Tiefen der bilden-

den Kunst soll niemand alleine gelassen werden. Das „made by me!“-Team unterstützt die sieben Teilnehmer bei Bedarf mit Ratschlägen, Anregungen und leistungsförderndem Catering. Bis auf eine Teilnehmerin, die sich für eine zweidimensionale „Mixed Media“-Arbeit entscheidet, arbeiten alle Kreativen an einer Skulptur. Vom groben Speckstein-



brocken zum ausgefeilten Kunstwerk braucht es gleich mehrere unterschiedliche Arbeitsschritte, die mit Intuition und Talent absolviert werden. Kann der versierte Kunstkenner

nun anhand bestimmter Merkmale ahnen, welcher Berufszweig hier am Werk war? Schauen Sie doch mal ganz genau hin.

