



Peter K. Sudholt freut sich aufs Jubiläumsjahr. Gefeiert wird in allen Warenhäusern. Im Uhrzeigersinn von oben rechts: Friedberg, Gelnhausen, Gotha, Saalfeld und Zwickau. Der Zylinder stammt aus dem 19. Jahrhundert.



„Wir sehen uns als Nahversorger“

Die Kaufhausgruppe Joh in Gelnhausen feiert ihr 250-jähriges Bestehen und denkt mittelfristig an Expansion



Das Jahr 2010 steht bei Joh in Gelnhausen ganz im Zeichen des Jubiläums. 250 Jahre Unternehmensgeschichte wollen gewürdigt werden. Am Donnerstag wird so an allen Joh-Standorten das Jubiläum mit einem Empfang und anschließender Shopping-Night gefeiert. Rund 100.000 Joh-Kundenkarteninhaber, die Lieferanten und örtliche Prominenz sind eingeladen. Im Jahresverlauf sollen 30 Prospekte mit einer Auflage von je rund 235.000 Stück verteilt werden. Gleichzeitig startet eine Out-of-Home-Kampagne, die neue Joh-Homepage wird freigeschaltet und Guerilla-Marketing-Aktionen sind in Planung. Im zweiten Halbjahr soll es an allen Standorten ein Charity-Event geben, und erst Anfang 2011 soll mit einer großen Feier der Schlusspunkt gesetzt werden. „Wir wollen mit unseren Aktionen zum Jubiläum auch unseren Kundenkreis erweitern“, sagt Peter K. Sudholt, Geschäftsführer von Joh. Das Unternehmen soll wachsen – auch mit mehr Häusern.

Seit 2002 ist Sudholt bei der Kaufhausgruppe Joh an Bord. Mit seinem Geschäftspartner Dr. Michael Nave und der gemeinsamen Firma USP Deutschland GmbH übernahm er damals die inhabergeführte Warenhausgruppe. Die solide Finanzierung und die Alleinstellung der Kaufhäuser an ihren Standorten gaben damals den Ausschlag. Sudholt glaubt an inhabergeführte Warenhäuser und die Innenstädte. Neben Mode gehören etwa Schreib- und Süßwaren, Heimtextilien, Sportartikel, Bücher und Drogerieartikel zum Sortiment. „Wir sehen uns als Nahversorger, der den Leuten etwas bietet, damit sie nicht in andere Städte fahren“, sagen Sudholt und Finanzchef Robert Bathe.

Um diesen Anspruch halten zu können, hat er in den vergangenen Jahren die Weichen neu gestellt. Dabei schreckte er bei Sortiment und Filialen auch vor tiefen Einschnitten nicht zurück. So trennte er sich im Herbst 2006 von den Technikabteilungen. „Gegen die Media Märkte dieser Welt kommen wir nicht an“, kommentierte Sudholt damals. Im vergangenen Jahr wurden dann neben dem ebenfalls zur Gruppe gehörenden Kaufhaus Claus Mode & Leben in Neuwied auch die Joh-Filiale in Büdingen geschlossen. Während in Neuwied die Frequenz nicht mehr gestimmt hätte, habe in Büdingen das Konzept nicht mehr gepasst. „Da Büdingen direkt zwischen Friedberg und Gelnhausen liegt, stärkt die Schließung diese beiden Standorte“, sagt Sudholt. In der ehemaligen Joh-Filiale entsteht jetzt ein innerstädtisches Einkaufszentrum mit einem Rewe-Markt (2500 m²) als Ankermieter. „Das wird die Büdinger Innenstadt stärken“, so Sudholt. Unternehmensweit hat Sudholt zudem Verkauf und Einkauf gestärkt. Bereits 2007 startete er ein 150-Punkte-Programm für mehr Service und Profil. Grundlage war eine Ana-

lyse der Zielgruppen und eine Definition ihrer Bedürfnisse. Sukzessive soll für die Kunden das passende Umfeld geschaffen werden. „Wir wollen uns auf die Bedürfnisse der Kunden vor Ort noch stärker einstellen.“ Das gilt auch für den Einkauf. Die Sortimente der verschiedenen Filialen sind auf örtliche Gegebenheiten ausgerichtet. Unterschiede gäbe es vor allem zwischen Ost- und West-Filialen. Einen zentralen Einkauf soll es nicht geben, doch trotzdem hat Sudholt jetzt für die einzelnen Sortimentsbereiche Category Manager ernannt. So kümmert sich Nina Kristin Gür um Mode, Peter Lothmann ist für Heimtextilien, Heinrich Bühler für Wäsche und Claudia Deus für Accessoires zuständig. Durch die Schaffung dieser Positionen wolle er vor allem den Außenauftritt zentralisieren und den Einkauf verbessern, so Sudholt. Die Category Manager koordinieren die Beziehungen zu den Lieferanten und sind deren zentrale Ansprechpartner.

Gerade in Zeiten der Etablierung neuer Vertriebswege wie Onlinehandel sei es sehr wichtig, mit den Lieferanten auf Augenhöhe zu verhandeln. Beim Sortiment setzt Sudholt weiter auf Marken wie S. Oliver, Tom Tailor, Biba, Opus, Gerry Weber, Lerros, Olsen, Gardeur, Olymp, Daniel Hechter, Tommy Hilfiger Tailored, Selected Homme, G-Star, Täly Weijl, Wrangler und Camel active. Zudem ist Joh der EK Bielefeld, der Katag und Intersport angeschlossen. Gleichzeitig ist Sudholt immer auf der Suche nach neuen, frischen Marken. „Der Anspruch der Kunden an unser Sortiment ist hoch“, sagt Sudholt.

Bei der Gestaltung der Flächen setzt er auch auf Shop-in-Shops. „Man muss dem Kunden ein Signal geben, wo er welche Marke findet“, sagt der Geschäftsführer. Allerdings habe auch das Grenzen. Joh verstehe sich nicht als Showroom der Industrie. Sowie so müsste die Zusammenarbeit zwischen Handel und Lieferanten gerade in diesen Zeiten überdacht werden. „Die angebotene Kalkulation reicht oft nicht. Wir müssen uns Gedanken machen, wie die Erträge entlang der Wertschöpfungskette anders verteilt werden“, sagt Sudholt.

Gedanken macht er sich gerade im Jubiläumsjahr auch über die Zukunft von Joh. Langfristig sei das Unternehmen mit seinen sechs Häusern an fünf Standorten zu klein. „In unserer jetzigen Form werden wir irgendwann keine Daseinsberechtigung mehr haben“, sagt Sudholt. Er hält die Augen nach geeigneten Objekten offen. Ein innerstädtisches und inhabergeführtes Warenhaus – das soll es in jedem Fall sein. Neben einer Expansion stehen auch Umbau und Erweiterung auf der Agenda. Allerdings frühestens im nächsten Jahr. 2010 soll erst einmal kräftig gefeiert werden. ■

AZIZA FREUTEL

250 JAHRE JOH

- 1760 lässt sich der Schneidermeister David Joh in der Pfarrgasse in Gelnhausen nieder. Neben der Schneiderei kommt im Laufe der Zeit die Hutmacherei dazu.
- 1967 eröffnet Peter Joh in der Gelnhäuser Unterstadt das erste Kaufhaus Joh mit einer Fläche von 100 m². Mit Peter Joh ist die siebte Generation am Ruder. Er führt das Unternehmen gemeinsam mit seiner Frau Helma, seiner Schwester Christa Iwanitzky und seinem Schwager Dieter Iwanitzky.
- 1969 wird mit der Filiale in Büdingen das erste Kaufhaus Joh außerhalb Gelnhausens eröffnet. 1972 wird der Standort Gelnhausen erweitert. Das neue Haus hat eine Fläche von rund 3500 m². 1983 eröffnet das Haus in Friedberg.
- Nach dem Fall der Mauer eröffnet das Unternehmen mehrere Kaufhäuser in Thüringen und Sachsen. Darunter Gotha (1990), Zwickau (1991), Saalfeld (1994).
- Am 14. September 1993 stirbt Peter Joh überraschend mit 52 Jahren. Zu diesem Zeitpunkt ist Kaufhaus Joh nach Herten der größte Kaufing-Aktionär. Joh war 1964 in den Einkaufsverband eingetreten und zeitweilig dessen stellvertretender Vorsitzender.
- Dr. Petra Joh, die Tochter von Helma und Peter Joh, übernimmt immer mehr Aufgaben in der Geschäftsleitung. Bestehende Filialen werden vergrößert und modernisiert. Im Oktober 1999 stirbt sie nach schwerer Krankheit.
- Im November 2002 übernimmt die USP Deutschland GmbH Joh. Die Familie zieht sich zurück. Der langjährige Geschäftsführer Friedrich W. Siebert bleibt im Unternehmen. Das Unternehmen USP ist eine Tochter der United Store Partners AG im schweizerischen Zug, die von Peter K. Sudholt und Dr. Michael Nave geführt wird und zu dem auch seit 2002 das Kaufhaus Claus in Neuwied gehört. Nave ist für den Immobilien zuständig, Sudholt für den Einzelhandel.
- Im Herbst 2006 trennen sich die Kaufhäuser von ihren Technikabteilungen.
- 2009 schließen das Kaufhaus Claus in Neuwied und das Büdinger Haus.
- Joh-Filialen: Gelnhausen (10.000 m² Warenhaus und 2000 m² Kinderhaus), Friedberg (6000 m²), Gotha (7000 m²), Zwickau (7000 m²), Saalfeld (4000 m²). Das Unternehmen beschäftigt 400 Mitarbeiter.