

Pressemitteilung, 14. April 2022:

## **Retail Tour & Retail Talk: Premiere für zwei neue Förderformate der Günther Rid Stiftung für den bayerischen Einzelhandel**

**Die Rid Stiftung beschreitet neue Wege zur Förderung des Einzelhandels: große Kongresse zu den Zukunftsthemen des Handels wurden von der Rid Stiftung über viele Jahre veranstaltet.**

**„Wir haben im Frühjahr 2022 mit der Retail Tour und dem Retail Talk neue Wege zur Förderung des Einzelhandels erkundet.“**

*Michaela Pichlbauer,  
Vorständin Günther Rid Stiftung für den bayerischen Einzelhandel*

**Der Grundgedanke der Retail Tour: zukunftsweisende Geschäftsmodelle werden nicht in einem Konferenzraum vorgestellt, sondern direkt vor Ort. Die Experten und Expertinnen, mit denen man sich austauscht, sind die Unternehmerinnen und Unternehmer selbst. Den Handel erleben, inspirierende Menschen treffen und exemplarisch sichtbar machen, wie innovativ die Unternehmen sind, in denen rund 400.000 Menschen in Bayern arbeiten – das war das Ziel der ersten Retail Tour „Auf Zukunft eingerichtet!“. Die vielen positiven Reaktionen zeigen, dass die Einrichtungsbranche auch für andere Branchen sehr inspirierend ist und dass es viel zu entdecken gab am 23. März bei der Retail Tour nach Raubling und am 30. März bei der Retail Tour durch München.**

**Raubling.** Erste Station der Retail Tour: das werkhaus.

Das werkhaus in Raubling im Landkreis Rosenheim: ein großer Rundbau auf zwei Ebenen, mit freiliegenden Betondecken, viel Holz und Stahl. 20 Gewerke haben sich seit dem Bau des Hauses vor 22 Jahren hier angesiedelt. Nahezu alle Sparten der Inneneinrichtung sind vertreten. Ihr gemeinsames Markenzeichen: hohe Qualität und Einzigartigkeit. Hier gibt es nichts von der Stange, alles ist liebevoll bis ins Detail durchdacht. Wer etwa eine moderne Küche sucht oder eine Lichtberatung wünscht, wer mit neuen Möbeln, Vorhängen, Fenstern und Türen liebäugelt oder wer sich einfach nur inspirieren lassen will, der ist hier am richtigen Ort. Die Firmen ergänzen einander, stehen in einem lebendigen Austausch, empfehlen die Kund\*innen wechselseitig weiter, wenn neue Einrichtungswünsche geweckt wurden. Wie Zahnräder greift alles ineinander. Davon konnten sich die Teilnehmer\*innen der Retail Tour im direkten Austausch überzeugen.

### **Marianne Schönauer | Raumausstattung Schönauer**

Auf die Frage von Moderator Dr. Oliver Herwig, ob die Entscheidung, sich hier im werkhaus niederzulassen, zum erhofften Ergebnis geführt hat, muss Marianne Schönauer nicht lange nachdenken: „Voll und ganz“, sagt die Raumausstatterin, die mit ihrer Firma - Raumausstattung Schönauer - von der ersten Stunde an mit dabei war. Für die Besuchergruppe der Retail Tour skizziert sie schlaglichtartig den Weg ihrer Erfolgsgeschichte. Sie erinnert sich, wie im Herbst 2000 vieles noch unfertig war in dem neuen Gebäude, das Willi Bruckbauer – ein gelernter Schreinermeister – konzipiert hatte. Wie Handwerker noch laufend ein und aus gingen, wie sie und ihre Mitarbeiter\*innen „bis drei Uhr morgens putzten und strichen“, wie sie gemeinsam mit den anderen Unternehmen im werkhaus im Lauf der Jahre Höhen und Tiefen durchlebten. Die Kunden und Kundinnen haben schnell den Charme und das ganzheitliche Konzept des Hauses an der Rosenheimer Straße zu schätzen gelernt: „Wir können nicht klagen, wir haben mittlerweile eine Stammkundschaft und auch viele, die einfach nur so vorbeischaun.“ Womit man allerdings – wie zahlreiche andere Branchen auch – zu kämpfen habe, sei der Fachkräftemangel. Trotzdem sei das werkhaus stetig gewachsen. „Wahrscheinlich auch deswegen, weil unsere Kunden und Kundinnen sehen, wie wir alle an einem Strang ziehen und uns gegenseitig motivieren.“

Mit der Retail Tour „Auf Zukunft eingerichtet!“ setzt die Rid Stiftung auf den persönlichen Kontakt der Händler\*innen untereinander und auf die Bedeutung des unmittelbaren Erlebens im Einzelhandel: weder die Produkte, noch die Geschäftsmodelle, noch die Händler\*innen selbst blieben abstrakt, sie waren unmittelbar im Scheinwerferlicht auf ihrer eigenen Bühne zu erleben und standen für den Austausch unter Kolleg\*innen zur Verfügung.

### **Sabine Weber | Licht im werkhaus**

Wie wichtig das richtige Licht für die wohnliche Gestaltung auch der eigenen vier Wände ist, erfuhren die Teilnehmer\*innen, die aus allen Branchen des Handels kamen, von Sabine Weber. „Eine gute Beleuchtung ist unerlässlich, ohne sie geht es nicht. Vielen ist das nicht bewusst“, sagte die Mitarbeiterin des Gewerkes „Licht im werkhaus“. Moderne Technologie sei in der Lage, den unterschiedlichsten Stellen eines Raumes, einen ganz eigenen Charakter zu geben, sie so auszuleuchten, dass Wohlfühl-Nischen entstehen, quasi ein eigener Raum inmitten eines Raumes, eine Art Mikrokosmos. Das Ergebnis: pure Gemütlichkeit. Und auch ein ganz simpler Nutzeffekt, denn dunkle Ecken können beispielsweise sehr gewinnen durch eine gedämpfte, farbige Note. Und dort wo gearbeitet oder gelesen wird, muss natürlich ein heller Strahler sein. Wer sein Haus oder seine Wohnung danach ausrichtet, steigert spürbar seine eigene Lebensqualität. Und das mit einem ganz einfachen Medium, einem, das es seit Anbeginn der Welt gibt, mit Licht.

Lebensqualität – eine Dimension, die untrennbar mit Individualität verbunden ist. Kund\*innen von heute möchten eine ganz eigene, ganz auf ihre jeweiligen Vorlieben und Lebensgewohnheiten zugeschnittene Möbellandschaft – eine Grunderkenntnis, die die Retail Tour selbst auch zum Ausdruck brachte, denn auch jedes Handelsunternehmen findet seinen höchst individuellen Weg in die Zukunft.

### **Max Kaltner | werkhaus Küchen**

Was Individualität heute für den Raum bedeutet, „in dem der Herd steht, der Kaffee dampft, die Zeitung gelesen wird und die Familie zusammenkommt“, das weiß Max Kaltner am besten: „Die Küche ist heute ein zentraler Lebensort, für viele Menschen der wichtigste Raum in der Wohnung“, schilderte der Einzelhändler und gelernte Schreinermeister, der die Abteilung „werkhaus Küchen“ leitet und er weiß auch, was zeitgemäße Lebenskultur heißt. Wer sich in seinem Studio umsieht, den springt als erstes eine tonnenschwere Steinplatte ins Auge, in die ein edles Stahl-Waschbecken eingefasst ist. Mehrere Monteure seien nötig gewesen, um das Objekt aufzustellen, ein wahrer Kraftakt, schilderte Kaltner begeistert. Wer sein Schneidebrett auf einem solchen Untergrund stehen hat und Zwiebeln schält oder Gemüse zubereitet, in dem dürften Urgefühle wach werden. Moderne verbindet sich hier mit Steinzeit – einfach überwältigend. Die Küchen, die hier angeboten werden, sind wirklich einzigartig.

### **Kai Windmann | BORA Academy**

Kochen, dampfen, garen: Das sind auch die Begriffe, die den Küchengeräthersteller BORA bewegen und zu einer bahnbrechenden Innovation, fast zu einer Küchenrevolution geführt haben: ein Abzugssystem, das in das Kochfeld integriert ist, so dass der Rauch nicht nach oben – in eine meist klobige Apparatur – sondern seitlich nach unten in zwei kleine Gitterroste mit Filteranlagen gezogen wird. Das Grundprinzip von Willi Bruckbauer, dem Gründer des werkhauses und späteren BORA-Erfinder: Alles muss funktional und schön sein, höchste Ansprüche an Technik und an Ästhetik werden hier verbunden. Die Reinigung der Filter – bei vielen Geräten eine zeitraubende Tätigkeit – geschieht hier in Sekundenschnelle, dank modernster Materialien und dank einer ausgefeilten Technologie. Selbst die Bedienungsanleitung ist auf ein paar Seiten beschränkt. „Bei uns wird kein dickes Buch mitgeliefert“, erfuhren die Teilnehmer\*innen der Retail Tour von Kai Windmann, dem Leiter der BORA Academy. Denn BORA – das Firmengebäude befindet sich übrigens direkt neben dem werkhaus – ist auch ein best practise Beispiel für die Zusammenarbeit eines Herstellers mit dem Handel. Über 4000 Handelspartner werden jedes Jahr direkt geschult um im Gespräch mit ihren Kund\*innen wiederum beste Beratung bieten zu können. Abends, zum Ausklang des Besuchs im werkhaus, durften die Teilnehmer\*innen noch erleben, was es heißt, hier zu Gast zu sein und mit Essen verköstigt zu werden, das auf einem BORA-Herd zubereitet wurde: pure Gaumenfreuden zum Abschluss der Retail Tour „Auf Zukunft eingerichtet!“ in Raubling.

## **München. Zweite Station der Retail Tour: durch die Münchner Innenstadt.**

Durch die Theatinerstraße führt die Retail Tour „Auf Zukunft eingerichtet!“, vorbei an der Rid Stiftung und am stiftungseigenen Unternehmen BETTENRID. Gemeinsam erkundet man unterschiedliche Handelskonzepte und lernt die Unternehmerinnen und Unternehmer und deren Erfolgsgeschichten persönlich kennen.

### **Stephanie Thatenhorst | Showroom Stephanie Thatenhorst**

Unverwechselbarkeit im Verbund mit wahrer Sinnesfreude: Das ist das Gütesiegel der Kleider, Stoffe, Kissen, Vasen, Steinmöbel und vieler anderen Produkte der Interiordesignerin Stephanie Thatenhorst. Startpunkt des Münchner Teils der Retail Tour „Auf Zukunft eingerichtet!“ in war ihr Showroom in der Theresienstraße. Er ist wie ein kleines Appartement gestaltet und hieß die Teilnehmer\*innen in der ersten der vier Stationen in der Landeshauptstadt willkommen. Von Moderatorin Anita Güssing nach ihrer Motivation befragt, danach, was sie antreibt, seit das Studio 2019 an den Start ging, spricht Stephanie Thatenhorst von einem „Elefantenschritt“: Es sei immer ihr Bedürfnis gewesen, sich ganz klar vom „Prinzip Masse“ abzugrenzen, eine eigene kleine, aber feine Kreation zu schaffen, eine, die in der Welt Einmaligkeit beanspruchen darf. „Ich habe häufig festgestellt, dass ich den Mainstream nicht bedienen mag, dass es mir einfach auf Individualität ankommt. Ich habe mir meine eigene Handschrift angeeignet und bin froh, dass ich dieser Linie treu geblieben bin.“ Dabei entscheide sie immer aus dem Bauch raus, Systematik, Analytik ergänzt sie mit eigenem Stil und zwar ganz konsequent bis in ihren Online-Shop und ihren ganzen online Auftritt. Wie schafft sie es, diesen Geist an ihr 20-köpfiges Team weiterzugeben, möchte eine Teilnehmerin wissen. „Sie sind ja der kreative Kopf.“ Die sofort einleuchtende Antwort: „Alle schätzen meine Handschrift und haben sie adaptiert. Sonst funktioniert es nicht.“

### **Stefan Rollwagen | Egetemeier Wohnkultur**

Eine eigene Handschrift: Darum dreht sich auch alles in der Minotti-Welt, einem italienischen Möbelhersteller, dessen Kernelemente dunkles Holz, Wände aus Calcatta-Marmor und graue Zementböden sind. Der 500 Quadratmeter große Showroom an der Brienner Straße ist damit bestückt und hat seit seiner Eröffnung im Jahr 2017 eine Stammkundschaft aufgebaut. Für Stefan Rollwagen und seine Ehefrau Petra Egetemeier, beide Inhaber von „Egetemeier Wohnkultur“, war das zusätzliche Anmieten der unerwartet frei gewordenen Ladenfläche nach eigenen Worten „ein Glücksfall“: „Als ich den Raum sah, wusste ich sofort: Das ist der perfekte Laden für Minotti.“ Er ist auch eine ideale Ergänzung des Egetemeier-Stammhauses an der Nymphenburger Straße. Einzigartigkeit, Sichtbarkeit, Gegenständlichkeit: Wie lassen sich diese Qualitätsmerkmale eigentlich im Netz vermitteln, welche Rolle spielen bei „Egetemeier Wohnkultur“ E-Commerce-Strategien, fragt eine Teilnehmerin der Retail Tour. In puncto Beratung und Verkauf eher weniger, sagt Rollwagen, dafür umso mehr in der administrativen Abwicklung. Im Gespräch mit Moderator Dr. Oliver Herwig wird deutlich, dass die Exklusivität der Möbel und Einrichtungsgegenstände einen lebendigen Austausch vor Ort bedingen, man müsse mit den Kunden und Kundinnen auf Tuchfühlung sein, sich ihre Wünsche anhören und verstehen, intensive Gespräche führen. „Das geht digital nicht.“ Es gebe Menschen, die komplett in die Minotti-Welt eintauchen, „die in ihr leben wollen“. Dem müsse man durch größtmögliche Präsenz Rechnung tragen.

### **Ruth Gombert | Sois Blessed**

Auf dem Programm der Retail Tour „Auf Zukunft eingerichtet!“ durch die Münchner Innenstadt stand als nächstes der Concept-Store „Sois Blessed“ (eine französisch-englische Wortschöpfung mit der Bedeutung „Sei gesegnet“) von Ruth Gombert. Für die Geschäftsinhaberin lautet das Motto „zurückgeben“, wie sie gegenüber Moderator Prof. Dr. Klaus Gutknecht und den Teilnehmer\*innen der Retail Tour ausführt. Die kommen aus dem Staunen angesichts der vielen Unikate in dem Geschäft an der Pranner Straße – darunter Vintage Möbel, handbemalte Karten, handgestrickte Kissen, farbenfrohe Kleider, ausgefallene Kochbücher und vieles mehr – gar nicht mehr heraus. Dieses Möbelgeschäft ist nämlich auch ein Modegeschäft und es ist auch eine Day Bar und es auch ein Blumenladen. Ihren Trendshop könnte man auch als eine Art Gemischtwarenladen auf höchstem Niveau bezeichnen – und als sichtbaren Ausdruck eines hohen ethischen Anspruchs, eben das, was die Unternehmerin mit „zurückgeben“ meint. Bei ihr werden Werte gefeiert: Die Grußkarten tragen die Zeichnungen der Kinder aus den „Hope Schools“ in Südafrika, die Kissen sind in Zusammenarbeit mit einer Klinik für psychisch erkrankte Menschen entstanden. Zurückgeben wolle sie damit die Wertschätzung, wie sie betonte: „Ich möchte zeigen: Du bist es wert, Du bist wundervoll.“ Immer wenn sie nach Südafrika fahre, um die Kinder zu besuchen, und ihnen die bemalten Stoffe zeige, sei sie zutiefst gerührt von den Reaktionen. Dieser Concept-Store ist ein Ort mit Ausstrahlung, ein Ort für Unikate.

## **Matthias Böhmler | Böhmler**

Es dürfte wenige Münchner\*innen geben, die das Einrichtungshaus „Böhmer“ im Tal nicht kennen. Dort fand 2015 ein Generationenwechsel statt: Matthias Böhmler, Urenkel des Gründers Johann Georg Böhmler, stieg in das Geschäft ein. Für den jungen Unternehmer und kreativen Kopf des Hauses war es schnell klar, dass die Digitalisierung auf neue Füße gestellt werden müsse, wie er erläuterte: „Das kann in unserer Branche die Beratung erheblich kundenfreundlicher machen.“ Allerdings zieht auch er eine klare Grenze zum Internet: „Jeder, der bei uns ein Sofa kaufen will, möchte natürlich auch darauf sitzen, jeder möchte den Stoff anfassen“ - und das kann man hier auf 1500 m<sup>2</sup> wirklich nach Herzenslust. Ziel der Digitalisierung muss es sein, Abläufe effizienter und komfortabler zu gestalten, um dadurch auch den Service zu erhöhen. „In unserem Unternehmen gibt es Bereiche, die komplett handwerklich ablaufen, wie zum Beispiel die Fußbodenverlegung.“ Aber auch eine Videoberatung gibt es als add-on für die Kundenbetreuung bei Böhmler. Dass das Einrichtungshaus Böhmler mit seinen 220 Beschäftigten einen so hohen Bekanntheitsgrad hat, sei nicht nur ein Segen, sondern auch problematisch – suggeriert dies doch, dass es eine Art eingeschworene Gemeinschaft gibt, die dort ihre Möbel und Böden kauft, so dass neue Kunden nicht ausreichend angezogen werden. Böhmler hat zudem auch gewerblich Großkunden und ein Objektgeschäft. „Die Kunst ist, diejenigen, die wir noch nicht als direkte Kunden und Kundinnen auf uns aufmerksam machen konnten, für einen Besuch in unserem Haus zu gewinnen“, sagt Mathias Böhmler mit Blick in die Zukunft.

## **Auf die Retail Tour „Auf Zukunft eingerichtet!“ folgte der Retail Talk „Wo ist der Handel der Zukunft zuhause?“**

### **Zwei neue Förderformate der Günther Rid Stiftung für den bayerischen Einzelhandel**

Möbel, Stoffe, Lampen, Kleider: Ganz im Zeichen des reichhaltigen, lebendigen und inspirierenden Austausches unter Händler\*innen über die unterschiedlichsten Geschäftsmodellen stand die Retail Tour in München und Raubling. Aber auch über das einzelne Geschäft hinaus, über die Innenstadt und den Handel will man ins Gespräch kommen bei der Rid Stiftung. „Wo ist der Handel der Zukunft zuhause?“ lautete die Fragestellung des ersten Retail Talks, denn die beiden letzten Jahre haben gezeigt, wie unverzichtbar die gemeinsame Gestaltung des öffentlichen Raumes ist und wie wichtig das Zusammenwirken von Handel und Politik vor Ort ist. Zum Retail Talk hatte daher die Rid Stiftung in das Munich Urban Colab eingeladen. Dieser neue geschaffene Ort in der bayerischen Landeshauptstadt hat sich das Ziel gesetzt, die Themen einer lebenswerten Stadt der Zukunft zu bündeln. Neben Politik und Handel war auch Fachpublikum aus der Verwaltung und der Wissenschaft unter den rund 120 Gästen. Münchens 2. Bürgermeisterin Katrin Habenschaden, Rosenheims 2. Bürgermeister Daniel Artmann und Franz Müller aus dem Bayerischen Wirtschaftsministerium diskutierten mit Stefan Rollwagen, dem Geschäftsführer von Egetemeier Wohnkultur und Karin Stäbler, der Geschäftsführerin der eatenet GmbH aus Rosenheim. Sabine Hansky, die Programmdirektorin des Munich Urban Colab moderierte die Podiumsdiskussion.

Wie inspirierend die zwei Tage der Retail Tour „Auf Zukunft eingerichtet!“ gewesen seien, hob die Vorständin der Günther Rid Stiftung für den bayerischen Einzelhandel, Michaela Pichlbauer bei ihrem Dank an die Händler\*innen in Raubling und München hervor. Nicht erst die Pandemie der letzten beiden Jahre habe gezeigt, wie wichtig die direkten Begegnungen der Menschen sind, was uns alles fehlt, wenn wir nicht im öffentlichen Raum oder in den Geschäften persönlich sein können. Die Krise habe aber auch gezeigt, wie sehr Stadt und Handel Teil eines gemeinsamen Ökosystems sind und daher auch der gemeinsamen Gestaltung bedürfen.

Dass die Städte, ebenso wie der Handel bereits vielfach unter Beweis gestellt haben, dass sie Anpassungsfähigkeit und auch Stabilität gleichermaßen aufweisen, daran erinnerte die Stadtplanerin, Prof. Silke Weidner von der TUB Cottbus in ihrem einleitenden Vortrag. Das Zielbild einer „nachhaltigen Stadt“ müsse die Dimensionen Aufenthaltsqualität, Nutzungsmischung, Erreichbarkeit und bauliche Ästhetik auch ganz praktisch kombinieren können und dass es jetzt auch Mut zum gemeinsamen Experiment brauche, betonte die Wissenschaftlerin. Auch zu bisher unüblichen Akteurskonstellationen riet sie, zum direkten Austausch der Kommune mit den Immobilieneigentümer oder mit den Sozialpartnern. Und dass dies alles nicht von selbst gehen wird, sondern dass die Städte eine(n) Regisseur\*in für die Innenstädte brauchen werden, da war sich die Wissenschaftlerin sicher.

Der Handel verändert sich seit vielen Jahren durch die Möglichkeiten des Onlinehandels aber es verändert sich dadurch auch seine Bedeutung für die Städte. Sinkende Besucherfrequenzen und Leerstände waren in so manchen Innenstädten auch vor Corona bereits ein Thema. Die 2. Bürgermeisterin der LH München hob hervor, dass die Innenstadt ein lebenswerter Ort sein muss an dem man vieles „erledigen“ und genießen kann, auch konsumfreie, grüne Bereiche seien wichtig. Die Multifunktionalität in der Innenstadt begünstigen, dabei wolle die Stadt in Zukunft bis hin zu Genehmigungsverfahren stärker unterstützen. Stefan Rollwagen, der Geschäftsführer von Egetemeier Wohnkultur konnte ein ganz konkretes Beispiel dafür beisteuern, dass es manchmal nicht nur zeitraubende Verfahren sind, die dem Händler und dem Vermieter unnötig Geld kosten, sondern dass man bei so manchen Fragestellungen gar nicht wisse, an wen man sich bei der Stadt wenden soll – dafür soll aber es in München demnächst tatsächlich eine(n) City Manager\*in geben. Auch ein verbessertes Baustellenmanagement wird es bald geben, so dass Straßen nicht mehrmals hintereinander zum Leidwesen aller aufgerissen werden.

Von Rosenheim und dem 2. Bürgermeister Daniel Artmann konnte man lernen, dass dort die Krise genutzt wurde um viele staatliche Fördergelder zu akquirieren, aber die Stadt selber auch beispielsweise kostenfreien Strom für Events in der Stadt beigesteuert habe. Auch wurden die Händler dabei unterstützt, ihre online Aktivitäten zu verbessern und um gemeinsam digital sichtbar zu werden. Eine ähnliche Initiative gab es auch in München.

Die Internetpionierin und CEO der eatenet GmbH Karin Stähler aus Rosenheim hob hervor, wie wichtig es sei, dass die Innenstadt nicht als monolithischer Block gedacht wird, sondern dass es gelte, sie mit Heterogenität und dadurch mit Leben zu füllen – Theater, Kinos, Orte für Kunst und Kultur nannte sie als Beispiele. Thematische Quartiere stelle sie sich vor und dass darüber auch medienwirksam kommuniziert werden müsse. Für den Handel besteht die Kernaufgabe online wie offline darin, aus der Sicht der Kund\*innen zu denken, kuratierte Sortimente anzubieten – etwas, das Egetemeier Wohnkultur und die anderen Teilnehmer der Retail Tour seit vielen Jahr konsequent entlang klarer Zielgruppen und perfektem Service machen.

Franz Müller vom bayerischen Wirtschaftsministerium wies nicht nur auf die Förderlinien „Digitale Einkaufsstadt“ und „Bayern unterstützt seine Händler“ hin, sondern erläuterte auch, warum es in Bayern so schwierig ist, das Ladenschlussgesetz zu liberalisieren und dass man sich an der Anlassbezogenheit der Marktsonntage besser nicht verkämpfen sollte – es gäbe wichtigere Handlungsfelder. Oft kam die Diskussion an Punkte, an denen rechtliche Grenzen deutlich wurden. Wenn Städte in Zukunft eigene Entwicklungsimpulse setzen müssen, weil nicht jede Stadt ein Selbstläufer ist oder bleiben wird, dann wird die Vereinfachung bzw. die Beschleunigung von Verwaltungs- und Genehmigungsvorgängen vielleicht eines der wichtigsten Instrumente im Wettbewerb der Kommune um experimentierwillige Investoren werden. „Es sind die Menschen, die darüber entscheiden, wo sie hingehen. Alle Städte sind unterschiedlich.“ Nach der gut eineinhalbstündigen, lebendigen und vielschichtigen Gesprächsrunde herrschte Einigkeit: Der Stadt als pulsierendem Mittelpunkt des wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Lebens kann nicht Aufmerksamkeit genug geschenkt werden, denn sie ist ein kostbares Gut.

Text: Rid Stiftung / Rafael Sala

### **Rid Stiftung**

Die Rid Stiftung fördert den mittelständischen bayerischen Einzelhandel mit hochkarätigen, kostenfreien Fortbildungsprogrammen. Sie wurde 1988 von Dr. Günther Rid gegründet, der nicht nur BETTENRID zu einem über Bayerns Grenzen hinaus bekannten Fachgeschäft gemacht hat, sondern dessen Vision es war, die Existenz des mittelständischen Einzelhandels zu sichern und damit auch die Vielfalt der Stadtkultur zu erhalten.

Gerne stehen wir Ihnen jederzeit für Interviewanfragen mit Michaela Pichlbauer, Vorständin der Günther Rid Stiftung sowie für weiteres Pressematerial zur Verfügung.

Presse-Kontakt Rid-Stiftung:  
MARKENKULTUR | Malte Perlitz  
Ruffinstr. 7 | 80637 München  
t: +49 (0)89 51 00 97 82  
ridstiftung@marken-kultur.com  
www.marken-kultur.com

**[www.ridstiftung.de](http://www.ridstiftung.de)**