



ZUKUNFT . HANDEL(N)

Branchentreffen des sächsischen Handels

Jahreshauptveranstaltung
des Handelsverbandes Sachsen

MANUFATUR

24.09.2025

**ZUKUNFT HANDEL(N):
BRANCHENTREFFEN DES
SÄCHSISCHEN HANDELS**

ALLE INFOS
ZUM EVENT
IM INNENTEIL

#1

September 2025

IMPULSE AUS DEM HANDEL – FÜR DEN HANDEL

SCHAUFENSTER
Das Branchenmagazin für
erfolgreiches Unternehmertum **HANDEL**

INHALT

SEITE 3
IMPULSE FÜR DEN HANDEL

SEITE 4
IM GESPRÄCH MIT MARIA-THERESA SCHINNERL

SEITE 6
ZUKUNFT HANDEL(N)
BRANCHENTREFFEN DES SÄCHSISCHEN HANDELS

SEITE 8
DRESDNER WHISKY-MANUFAKTUR

SEITE 10
NEUERÖFFNUNG REWE DRESDEN-KLOTZSCHE

SEITE 12
WORLD OF MALL

SEITE 14
FUTURESAX INNOVATIONSKONFERENZ 2025

SEITE 16
STORE.VISIT BEI 3NRG GmbH

SEITE 18
MITTELDEUTSCHES
HANDELSTREFFEN

SEITE 22
30 JAHRE SANITÄTSHAUS
HETKE & SENGEWITZ

SEITE 24
DAS CREATIVE HOBBY GmbH

SEITE 26
STORE CHECK

SEITE 28
FÖRDERMÖGLICHKEITEN & NEWS AUS DEM VERBAND

SEITE 30
SAVE THE DATE: 30.09.2026

PARTNER DES HANDELS

AOK Arbeitgeberservice

Die AOK Online-Geschäftsstelle für Arbeitgeber jetzt mit neuen Funktionen wie dem elektronischen Postfach: Einfach und sicher kommunizieren.

AOK PLUS 



WAS VERLEIHT DEM HANDEL AUS IHRER SICHT FRISCHE IMPULSE?

Der Handel bedient seine Kunden seit jeher immer dann am besten, wenn er über seine klassische Funktion hinausgeht. Die richtige Ware, zur richtigen Zeit am richtigen Ort in der richtigen Menge und Qualität anzubieten, ist die grundlegende Eigenschaft des Handels. Die besondere Bindung gelingt dort, wo Menschen Beziehungen aufbauen und besonders überrascht werden durch Service, Erlebnisse oder Kreativität. Mit dem alljährlichen Branchentreffen des sächsischen Handels möchten wir unseren Mitgliedern frische Impulse liefern und freuen uns 2025 über Anregungen, wie Service-Exzellenz gelingen und die besondere Wirkung von Farbe und Licht genutzt werden kann. Dabei war und ist der Handel einem Wandel an Konsumverhalten, Einkaufsgewohnheiten und technologischen Entwicklungen unterworfen. Um unsere sächsischen Ladengeschäfte, häufig Traditionsunternehmen über mehrere Generationen, in ihrer Wettbewerbs- und Zukunftsfähigkeit zu stärken, braucht es deshalb den engen Schulterschluss mit der Politik und ein gemeinsames Verständnis für die Relevanz des Einzelhandels als das Gesicht unserer Städte. Nur so können sich die frischen Impulse nachhaltig entfalten – für einen starken Handel in einem starken Sachsen.

Joachim Otto | Präsident des Handelsverbandes Sachsen e. V.



© Kenny Pool – Marketing Service Strobel

Frische Impulse im Handel entstehen, wenn sich traditionelle Werte mit kreativen, mutigen und vor allem praktischen Ideen verbinden. Es ist besonders wichtig, Kundinnen und Kunden in den Mittelpunkt zu stellen und ihnen persönliche Erlebnisse zu bieten, die Mehrwert schaffen – nicht Standard von der Stange. Heute gelingt es Händlern, mit einem cleveren Einsatz digitaler Technologien viel flexibler auf die Wünsche ihrer Kunden einzugehen. Darüber hinaus gilt es, unsere Innenstädte attraktiver zu machen – wie es beispielsweise der vom Land unterstützte Wettbewerb „Ab in die Mitte!“ macht. So entsteht im besten Fall nicht nur mehr Wachstum, sondern echte Begeisterung und damit ein großer Nutzen für unsere Gesellschaft.

Thomas Kralinski |
Staatssekretär und Amtschef im Sächsischen Staatsministerium
für Wirtschaft, Arbeit, Energie und Klimaschutz



© SMWA/Ronald Bonß

IM GESPRÄCH MIT DER AUTORIN MARIA-THERESA SCHINNERL

Mag. (FH) Maria-Theresa Schinnerl, CMC
Am Mühlbach 1, 5151 Nussdorf am Haunsberg,
ÖSTERREICH
☎ +43 (0)664 4256760 | ✉ service@schinnerl.com

» Frau Schinnerl, Sie zählen zu den führenden Service-Experten im deutschsprachigen Raum. Was hat Sie zum Schreiben Ihres ersten Buches motiviert?

Schinnerl: Ein Buch zu schreiben, gehörte schon immer zu meinen großen Zielen. Um ehrlich zu sein, habe ich mir früher oft vorgestellt, wie es sich wohl anfühlt, mein eigenes Buch zu signieren und dem Leser eine bleibende Botschaft mit auf den Weg zu geben. Nach Vorträgen kamen immer wieder Anfragen aus dem Publikum, ob es denn keine weiterführende Literatur zu meinen Thesen gäbe. Nachdem ich im ersten Schritt eine fortführende Kolumne im Magazin „PHOENIXprint“ verfasst habe, wagte ich mich im Vorjahr an das Buchprojekt. Ein ganzes Jahr lang nutzte ich die freien Minuten, um an dem Buch zu arbeiten. Nun freue ich mich sehr, das Resultat in den Händen zu halten – und dieses an die Kunden weiterzugeben, um Wissen zu transferieren.

» Inwiefern kann guter Kundenservice den Unterschied ausmachen?

Die Ansprüche und Erwartungen der Kunden haben sich enorm verändert. Kunden sind wählerisch und vergleichen stark. Dazu kommt, dass Produkte austauschbar und Qualität vergleichbar ist. Was also veranlasst Kunden, abgesehen vom besten Preis, genau bei dem einen Anbieter zu kaufen? Perfekter Service, der durch menschliche Fähigkeiten wie Kreativität und Einfühlungsvermögen parallel zur digitalen Welt kredenzt wird, liefert den entscheidenden Unterschied und gibt Kunden einen Grund, einem bestimmten Unternehmen sein Vertrauen zu schenken.

Ich bin absolut davon überzeugt, dass in Zukunft jene Unternehmen die Nase vorne haben werden, die auf Service setzen. Es sind meist Kleinigkeiten, Nuancen und Details, die den Unterschied ausmachen können, und ich möchte Unternehmen und Mitarbeiter dazu motivieren, diese Chancen für sich zu nutzen.“

» Wen möchten Sie mit Ihrem Buch ansprechen bzw. wer kann davon profitieren?

In erster Linie möchte ich mit dem Buch Klein- und mittelständige Betriebe ansprechen, in denen Service das Alleinstellungsmerkmal sein kann. Das Buch kann aber auch ein guter Begleiter für einzelne Abteilungen großer Konzerne sein. Ich habe versucht, mit dem Buch einen ständigen Begleiter und Ratgeber zu kreieren, der Inputs und Praxistipps dazu liefert, wie die Umsetzung am besten gelingen kann.

» Das Buch besteht aus 31 Praxistipps, was hat es damit auf sich?

Die meisten Monate im Jahr haben 31 Tage. Daher stammt die Idee mit den 31 Tipps. Wenn man möchte, kann man sich jeden Tag die Umsetzung eines Tipps vornehmen und am Ende wieder von vorne beginnen, um so ein „Controlling“ zu inszenieren.



» Haben Sie einen persönlichen Lieblingstipp?

Ja, das habe ich tatsächlich. Das Kapitel „Fan-Potential“ entpuppte sich bereits beim Schreiben als mein persönliches Highlight. Wenn es gelingt, Kunden so sehr zu begeistern, dass sie Fans einer Marke bzw. eines Unternehmens oder Dienstleisters werden, dann ist man in der Service-Oberliga angekommen. Treue Anhänger in seinem Kundenkreis zu haben, ist für jedes Unternehmen ein unschätzbar wertvolles Kapital. Fans fühlen sich mit der Marke verbunden und selbst wenn einmal etwas schiefgeht, legt dieser Kunde den Fehler nicht auf die Goldwaage und kommt trotzdem wieder. In meinen Augen sollte genau das das Ziel eines jeden Dienstleisters sein.

Die Autorin

Die erfolgreiche Salzburger Keynote-Speakerin zählt zu den führenden Experten auf dem Gebiet der Kunden- und Serviceorientierung im deutschsprachigen Raum. In ihren Vorträgen, Workshops und Trainings vermittelt sie mit viel Kreativität, Charme und Praxisnähe ihr umfangreiches Know-how und jene Erfahrungen, die sie in zahlreichen namhaften Unternehmen der Dienstleistungsbranche sammeln konnte.



SERVICE geht uns alle an!
Das wichtigste Alleinstellungsmerkmal für ein erfolgreiches Unternehmen ist Kundenservice. Egal in welcher Branche oder Position Sie arbeiten, mit welcher Art von Kunden Sie täglich zu tun haben – es gibt sie, die universellen Fähigkeiten und Kenntnisse, die jeder Mitarbeiter haben sollte, um exzellenten Service anzubieten. Mit viel Humor, neuen Denkanstößen und erprobten Tipps zeigt Maria-Theresa Schinnerl, wie intelligente Dienstleistungen und Services zum Wachstumsmotor Ihres Unternehmens werden.

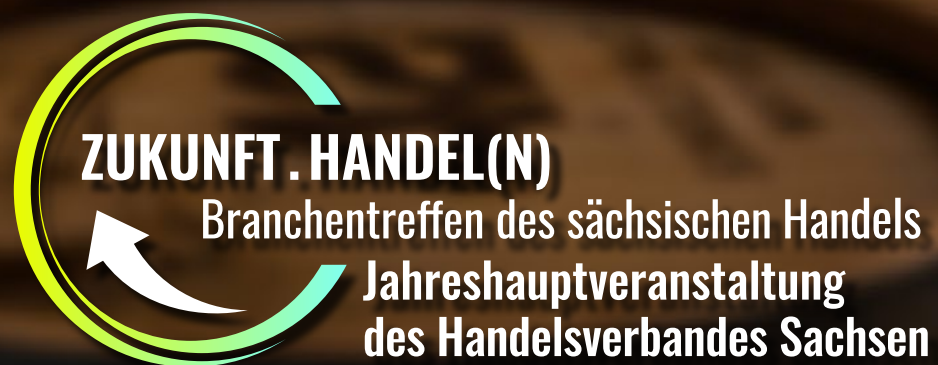


WWW.SCHINNERL.COM

ZUKUNFT HANDEL(N): HERZLICH WILLKOMMEN ZUM DIESJÄHRIGEN BRANCHENTREFFEN DES SÄCHSISCHEN HANDELS

24.
SEPTEMBER

»SERVICE-EXZELLENZ UND INSZENIERUNG IM HANDEL«



MARIA-THERESA SCHINNERL EXPERTIN FÜR KUNDEN-SERVICE-QUALITÄT

**SERVICE-EXZELLENZ IM HANDEL: POTENZIALE FÜR EINE
NACHHALTIGE ZUKUNFT**

Erleben Sie **Maria-Theresa Schinnerl**, wie sie eindrucksvoll zeigt, wie perfekte Kunden-SERVICE-Qualität im Handel einen entscheidenden Wettbewerbsvorteil schafft und Kunden begeistert. Sie beleuchtet, wie man in Kundenbegegnungen stets Haltung bewahrt und die Gunst der Kunden durch einen sensiblen und wertschätzenden Zugang nutzt. Besonders in kritischen Momenten, wie Beschwerden, Reklamationen und Kritik, kann der engagierte Mitarbeiter den Unterschied machen und als Botschafter für das Unternehmen auftreten.



NORA SCHMID INTENDANTIN SEMPEROPER DRESDEN

MODERATION & IMPULS

In Bern geboren, studierte **Nora Schmid** in ihrer Heimatstadt sowie in Rom Musikwissenschaft und Betriebswirtschaft. Neben dem Studium widmete sie sich dem klassischen Gesang und sammelte Bühnenerfahrung am Stadttheater Bern. Zudem war sie als Assistentin bei Prof. Anselm Gerhard am Institut für Musikwissenschaft der Universität Bern tätig.

Seit der Spielzeit 2024/25 ist Nora Schmid Intendantin der Semperoper Dresden.



ANNE OPITZ INHABERIN PLUS INTERIOR DESIGN UND EXPERTIN FÜR LICHT- UND FARBBALANCE IN INNENRÄUMEN

MEHR MUT ZU WOW – INSZENIEREN VON RÄUMEN MIT FARBE UND LICHT

Anne Opitz ist die Gründerin von PLUS Interior Design und eine Expertin für die perfekte Balance von Farbe und Licht in Innenräumen. Mit ihrem klaren Ansatz und einem Fokus auf hochwertige Materialien sowie durchdachte Raumplanung schafft sie funktionale und ästhetisch ansprechende Designs, die das Wohlbefinden der Nutzer steigern und stets auf die individuellen Bedürfnisse ihrer Kunden eingehen. Als Colour Consultant nutzt sie ihre Expertise, um durch gezielte Farb- und Lichtwahl einzigartige Atmosphären zu kreieren, die weit über das Visuelle hinausgehen.



UNSERE DIESJÄHRIGE LOCATION: DRESDNER WHISKY- MANUFAKTUR



© Dresdner Whisky Manufaktur



Mitten in Dresden, im Alberthafen, steht die aktuell **größte Whisky-Brennerei Deutschlands**.

Gebrannt wird nach schottischem Vorbild und umgesetzt wird dies mit sächsischer Präzision. Hier atmet der Single Malt die bewegte Geschichte der Landeshauptstadt ein – die HELLINGER 42 zur einzig wahren Antwort für Whisky-Kenner macht. Direkt in der Manufaktur befindet sich das Besucherzentrum inklusive dem im September 2024 neueröffneten Veranstaltungszentrum. Das Besucherzentrum bietet alles rund um den sächsischen Whisky und ist Start- und Endpunkt für Führungen und Tastings.

SCHOTTISCHE TRADITION TRIFFT AUF SÄCHSISCHE HANDWERKSKUNST.



ZUKUNFT . HANDEL(N)

Branchentreffen des sächsischen Handels
Jahreshauptveranstaltung
des Handelsverbandes Sachsen

WWW.HELLINGER42.DE

NEUER REWE IN DRESDEN-KLOTZSCHE ERÖFFNET

Mehr Frische, mehr Regionalität, mehr Nachhaltigkeit

Am 31. Juli 2025 hat in Dresden-Klotzsche der komplett neugestaltete REWE mit integriertem Aldi-Markt wiedereröffnet. Mit der selbständigen Kauffrau Susanne Werner als Existenzgründerin hat der Standort nun wieder einen REWE-Markt in frischem Design.

Eine XXL-Bedientheke, eine Sushibar und ein markt-eigenes Bistro: Im modernisierten und vergrößerten REWE-Markt an der Travemünder Straße spielen frische Lebensmittel die Hauptrolle im 20.000-Produkte-Sortiment. Geöffnet ist der Markt von Montag bis Samstag von 6 bis 22 Uhr. Auf rund 1.900 Quadratmetern erwartet die Kundschaft eine breite Auswahl an Bio-Lebensmitteln, regionalen Produkten und frischem Obst und Gemüse. Die seitliche Fassade des Gebäudes wird begrünt, die Solaranlage auf dem Dach versorgt das REWE Green Building mit Ökostrom. Es ist der umweltschonendste Markt des Händlers in ganz Dresden. Die 36-jährige Kauffrau Susanne Werner, die den Standort bestens kennt, startet mit viel Herzblut in die Selbstständigkeit.

„Ich gehe wirklich mit Herzblut und Leidenschaft in die Selbstständigkeit. Mir ist wichtig, dass mein Team und ich nicht nur Produkte verkaufen, sondern auch ein Gefühl von Heimat und Gemeinschaft für die Bewohner in Dresden-Klotzsche vermitteln.“

Susanne Werner | Filialleiterin REWE Klotzsche



» Von der Kassiererin zur engagierten Unternehmerin

Susanne Werner ist in Dresden aufgewachsen und begann 2015 als Kassiererin einen Teilzeitjob bei REWE. „Schon damals hatte ich ein klares Ziel: die Selbstständigkeit.“ Über Stationen als Assistentin und Marktleiterin im bisherigen REWE in Klotzsche hat sie sich diesen Traum nun erfüllt. „No risk, no fun“, ist das Motto der Kauffrau. „Natürlich gehe ich mit der Selbstständigkeit auch ein Risiko ein, aber es ist eine große Freude, dass es jetzt endlich losgeht“, sagt Werner. Ihr Vater, ebenfalls selbstständiger Kaufmann im Handel, war ihr dabei stets ein Vorbild. Der Supermarkt in Klotzsche liegt Werner besonders am Herzen, „auch weil ich bei dem früheren, leider verstorbenen Kaufmann gearbeitet habe.“ Mit ihrem hochmodernen Energiespar-Markt beginnt für sie und ihr Team eine neue Ära. Zum Start sind 54 Mitarbeitende im Einsatz, perspektivisch sollen es 60 werden.



» Vom grünen Apfel bis zur mediterranen Pasta

Das Sortiment des neuen Marktes lässt kaum Wünsche offen: Neben einem erweiterten Angebot an frischem Obst und Gemüse finden Kundinnen und Kunden eine zwölf Meter lange Bedientheke mit Fleisch, Wurst und Käse – darunter auch Spezialitäten der Fleischerei Dürrröhrsdorfer. Die Salatbar bietet täglich frisch zubereitete, gesunde Snacks. Von Blattsalaten über verzehrfertigem Gemüse wie Mais, Paprika und Tomate bis hin zu individuell kombinierbaren Salatvariationen ist alles dabei. In der „Eat Happy“-Sushibar bereiten gelernte Sushi-Köche täglich frisches Sushi, Bowls und Sommerrollen zu. Im Bistro „deli am Markt“ gibt es heiße und kalte Getränke, belegte Brötchen, Suppen, Pasta und mehr.

» Innovative Technik erleichtert den Einkauf

Eine Reihe technischer Neuerungen machen den Einkauf jetzt noch einfacher. Dank der mobilen Zahlungsfunktion REWE Pay – abrufbar in der REWE-App – kann die Kundschaft ihre Einkäufe schnell, bequem und sicher über ihr Smartphone direkt im REWE-Markt bezahlen. Dafür reicht das Scannen des auf dem Smartphone angezeigten App-Codes an der Bedien- oder Selbstscan-Kasse. Der Einkaufsbetrag wird per Lastschrift vom Girokonto abgebucht. Neben vier klassischen Bedienkassen gibt es sechs moderne Self-Checkout-Kassen, an denen die Kunden ihre Ware selbst scannen und wahlweise mit Bargeld oder kontaktlos bezahlen können. Eine Kasse mit DHL-Paketshop und Lotto-Annahmestelle rundet das Serviceangebot ab. Mit dem neuen Abholservice lässt sich der Wocheneinkauf jetzt auch bequem von zu Hause aus oder schnell unterwegs erledigen. Die Kunden und Kundinnen können ihre Lebensmittel online auf www.rewe.de oder in der REWE-App bestellen und im selbst gewählten Zeitfenster im Markt abholen.

» Ein echter Energiespar-Markt

Im REWE Green Building kommen besonders umweltfreundliche Baustoffe und Technologien zum Einsatz. Darunter sind verglaste Kühlregale, LED-Beleuchtung und moderne Heizungs- und Lüftungssysteme. Die Photovoltaikanlage auf dem Dach unterstützt die Stromversorgung, der gesamte Supermarkt wird vollständig mit Grünstrom versorgt. Die vorgelagerte Parkplatzanlage bietet E-Ladesäulen zum Laden von Elektroautos. Neben der seitlichen Fassade wird auch das Dach teilweise begrünt. Seit 2009 hat REWE bundesweit bereits mehr als 400 Energiespar-Märkte realisiert, davon 29 in Sachsen.





WORLD OF MALL

– Von Dekoration zu messbaren Erlebniswelten

Wenn im Winter Straßen im Lichterglanz erstrahlen, LED-Rentiere Kinderaugen leuchten lassen oder ein Safari-Gorilla zum Fotospot wird, steckt oft ein Team aus Sachsen dahinter: World of Mall. Gemeinsam mit dem Onlineshop Deko Designstore hat sich das Unternehmen zu einem der spannendsten Player im Bereich Shoppingcenter- und Stadtdекoration entwickelt.

» Vom Schmücker zum Erlebnisgestalter

Gestartet als klassischer Dekorateur erkannte World of Mall früh, dass Kunden Erlebnisse statt Kulisse erwarten. Daraus entstand ein Wandel: weg vom reinen Schmuck hin zu Erlebniswelten mit messbarem Mehrwert. LED-Skulpturen, Themenwelten und Module wie der „Pixel-Bär“ oder die „Safari-Center-Tour“ verbinden Emotion, Interaktion und KPIs. Zahlreiche Center in Deutschland und darüber hinaus setzen auf diese Konzepte.



» Erfahrung mit Marktblick

Gründerin Eileen Schroth war über 13 Jahre Centermanagerin. Sie weiß, wie Center funktionieren, welche Herausforderungen Betreiber bewegen und welche Maßnahmen Frequenz, Verweildauer und Umsatz steigern. Dieses Marktverständnis macht World of Mall zu einem Partner auf Augenhöhe.

» Ganzjährig relevant

Dekoration ist mehr als Weihnachten: Aktionen zum Schulstart, Outdoor-Szenen im Sommer oder herbstliche Themen sorgen dafür, dass Flächen das ganze Jahr belebt werden – als kontinuierliche Ankerpunkte für Besucherbindung.

» Mehrwert über Dekoration hinaus

Viele Konzepte enthalten soziale Komponenten. Beim „Pixel-Bär“ werden Bildpunkte für gute Zwecke verkauft. Wunschbäume erhalten digitale Verlängerungen, sodass Spenden auch online möglich sind. So verbindet World of Mall emotionale Wirkung mit gesellschaftlichem Nutzen.



» USP: Decorative Performance Concepts

Unter dem Label „Decorative Performance Concepts“ versteht das Unternehmen Dekoration als strategisches Marketinginstrument. Neben emotionaler Wirkung liefern die Konzepte messbare Ergebnisse: Besucherströme, Interaktionen, Aufenthaltsdauer – klare Nachweise für den Return on Investment. Ergänzend bietet der Deko Designstore LED-Objekte und Großdeko exklusiv zur Miete und zum Kauf.

» Am Puls der Zeit

Ständige Weiterentwicklung ist Pflicht: effizientere LED-Technik, digitale Tools, Nachhaltigkeit und Datenauswertung prägen die Arbeit. In den eigenen Lagerhallen entstehen modulare Landschaften, gefertigt von Handwerkern, Elektrikern und Kreativen. Viele Elemente werden mehrfach genutzt und neu kombiniert – ressourcenschonend und nachhaltig.

» Fazit:

World of Mall verbindet Emotion und Messbarkeit und zeigt, wie Dekoration im Handel mehr sein kann: ein Instrument, das Menschen bewegt, Standorte stärkt und bleibende Werte schafft.



© World of Mall





EIN TAG IN SACHSENS INNOVATIONSÖKOSYSTEM



Die Sächsische Innovationskonferenz 2025 in der Messe Dresden bot einen eindrucksvollen Überblick über die Innovationskraft Sachsens. Mit rund 1.500 Teilnehmenden war sie die bislang größte ihrer Art.

Schon am Morgen herrschte reger Betrieb: Ausstellende bezogen ihre Stände, innovative Ideen wurden im Showcase-Bereich präsentiert und Netzwerke rund um Gründung, Transfer und Finanzierung waren präsent – ein idealer Ort für Kontakte und Impulse.

Im Zentrum standen die **Nominierten der Sächsischen Staatspreise für Gründen, Transfer und Innovation**. Ihr Erfindergeist spiegelte sich in Exponaten wie autonomen Landmaschinen, lautlosen Musikräumen oder humanoiden Robotern wider – Beispiele, die auch für den Handel Denkansätze bieten. Unternehmer, Gründende und Forschungsteams sorgten durch ihre Begeisterung für einen lebendigen Austausch auf Augenhöhe.

Der offizielle Start erfolgte durch Wirtschaftsstaatssekretär Thomas Kralinski gemeinsam mit Vertreterinnen und Vertretern von **futureSAX, Bürgschaftsbank und Mittelständischer Beteiligungsgesellschaft Sachsen**.

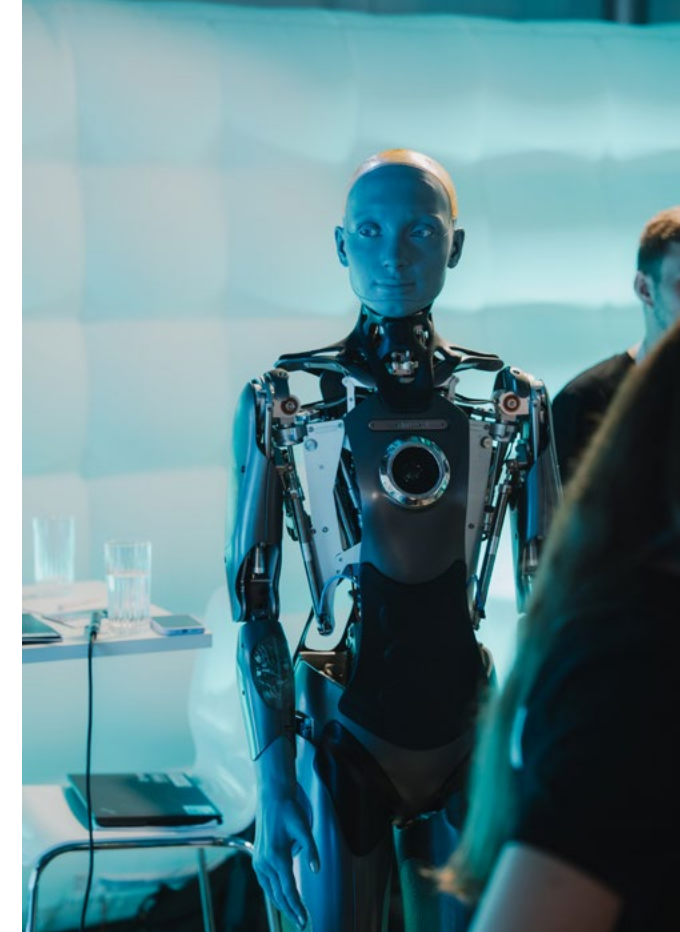
Das Konferenzmotto „**SCALE2030 – Mit Wachstum in die Zukunft**“ zog sich durch das gesamte Programm.

Mehr als 100 Speakerinnen und Speaker auf fünf Bühnen setzten Akzente. Darunter Philipp Westermeyer (OMR), Gülsah Wilke (2hearts) und Dr. Alexander Mrozek (Oetker Digital) mit Impulsen zu Digitalisierung, Wachstum und Innovation. Für Unternehmer im Handelsbereich besonders spannend: Panels zu Deep-Tech, Venture Clienting und Finanzierung sozialer Innovationen – Themen mit direktem Bezug zur unternehmerischen Praxis. Auch junge Talente zeigten bei der „NextGen“-Session eindrucksvoll, wie früh Innovationsgeist geweckt werden kann. Die Konferenz endete mit der Verleihung der Sächsischen Staatspreise vor 500 Gästen – ein starker Schlusspunkt in einem Tag voller Ideen, Austausch und Zuversicht.

DIE INNOVATIONS-KONFERENZ 2025



© futureSAX



» Fazit:

Die IK25 machte deutlich, welches Potenzial im sächsischen Innovationsökosystem steckt – und bietet **Unternehmern konkrete Anknüpfungspunkte für Zusammenarbeit, Wachstum und neue Geschäftsmodelle.**

DAS HIGHLIGHT AM ABEND WAR DIE VERLEIHUNG DER SÄCHSISCHEN STAATSPREISE FÜR GRÜNDEN, TRANSFER UND INNOVATION.



« Das sind die Gewinner der Sächsischen Staatspreise 2025:



RÜCKBLICK

FRÜHSTÜCK BEI 3NRG AM 02.09.2025



GROSSE MENGE – ALLE WEGE?

So funktioniert echter Omni-Channel-Handel bei Do-it-yourself-Produkten

Unser erster „Store Visit“ in diesem Jahr führte uns in kleiner, exklusiver Runde zum Mitgliedsunternehmen **3NRG GmbH** nach Burkau – an den neu errichteten, hochmodernen Standort, der mit seinem zu 95 % energieautarken Büro- und Logistik-Center bereits beim Ankommen beeindruckte.

Bei einem gemeinsamen Frühstück herrschte eine offene und inspirierende Atmosphäre. Geschäftsführer **Robert Gnauck** nahm uns mit auf eine spannende Reise durch die voll digitalisierte und logistisch ausgeklügelte Unternehmensstruktur. Besonders eindrucksvoll war sein Blick in die Zukunft:

nachhaltiges Wachstum, innovative Ideen und der unermüdliche Wille, die Marktführerschaft weiter auszubauen.

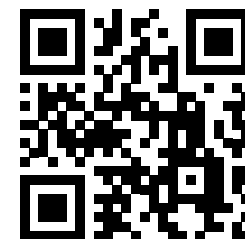


Wir haben an diesem Morgen nicht nur einen faszinierenden Einblick in ein außergewöhnliches Unternehmen erhalten, sondern auch gespürt, mit welcher Leidenschaft und Überzeugung 3NRG seinen Weg gestaltet. Ein gelungener Auftakt unserer diesjährigen „Store Visits“, der Lust auf mehr macht.



David Tobias, Geschäftsführer Handelsverband Sachsen:

„Ich habe größten Respekt vor der Leistung und Entwicklung von 3NRG – ein Leuchtturm der Handelsbranche. Aus Sachsen heraus denkt Robert Gnauck den Handel zukunftsweisend und über alle Kanäle vernetzt. Als hochspezialisiertes Logistikunternehmen vereint 3NRG die Anforderungen von Produzenten, Kunden und Fachhandelsgeschäften. So geht Handel. Danke für Ihr unternehmerisches und persönliches Engagement – für einen starken Handel in einem starken Sachsen!“



www.3nrg.de

Christoph Juppe, Geschäftsführer Holzindustrie Dresden GmbH & ProInn Beteiligungen GmbH

„Danke an das ganze Team für die Einladung und die tolle Veranstaltung. Wir haben ein beeindruckendes Unternehmen kennengelernt, das Vorreiter in der DIY-Branche ist mit seinen interessanten Verknüpfungen von stationärem und Online-Handel. Mit seinem Wachstum bietet es eine herausragende Perspektive für die Zukunft in der Region.“



RÜCKBLICK

MITTELDEUTSCHES HANDELSTREFFEN mit Pater Anselm Grün am 8. September in Dresden



© Julia Martin / Abtei Münsterschwarzach

Wertschöpfung durch Wertschätzung

Am 8. September fand in **Dresden** das **Mitteldeutsche Handelstreffen** statt. Die Teilnehmenden aus ganz Mitteldeutschland erlebten einen inspirierenden Nachmittag und Abend in besonderer Atmosphäre – geprägt von spannenden Impulsen, kulinarischen Entdeckungen und vielfältigen Möglichkeiten zum persönlichen Austausch.

Die **Magd Mathilda** führte die Teilnehmenden zunächst humorvoll, aber auch kenntnisreich durch die Dresdner Altstadt und hatte manch kecken Spruch auf den Lippen. Unterwegs verkosteten die Teilnehmer typische Dresdner Eierschecke im **Pulverturm** an der Frauenkirche und erhielten allerlei süße Einblicke in die Welt der Schokolade im **Camondas-Schokoladenmuseum** durch dessen Inhaber **Ivo Schaffer**, ebenfalls Mitglied im Handelsverband.

Der Vortrag von **Pater Anselm Grün** bildete dann den nächsten Höhepunkt des Tages. Er ist Benediktinerpater, Betriebswirt, Führungskräftetrainer, Autor spiritueller Bücher und Referent. Er beeindruckte mit seinen 80 Jahren die Gäste mit seinen nachdenklichen wie praxisnahen Gedanken zur Führung in Unternehmen.

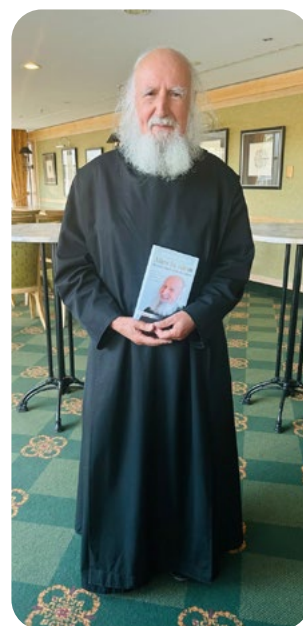
Mit aktuell mehr als 300 lieferbaren Titeln, über 14 Millionen weltweit verkauften Büchern und Übersetzungen in über 30 Sprachen gilt Pater Anselm Grün als der erfolgreichste Autor spiritueller Bücher im deutschsprachigen Raum.

Getreu seinem Motto „**Führen heißt Leben wecken**“ diskutierten die Teilnehmenden beim anschließenden Buffet im Maritim Hotel Dresden bis in den späten Abend lebendig weiter.



» In bewegten Zeiten ist Orientierung und Sinnstiftung umso wichtiger. In diesem Sinne war Pater Anselm Grün Wegweiser und Alltagshelfer, und das auch mit einem wirtschaftlichen Hintergrund als bedeutender deutscher Unternehmer. «

Joachim Otto | Präsident Handelsverband Mitteldeutschland e. V.
Vizepräsident Handelsverband Deutschland – HDE



» Ich habe schon viele Stadtführungen erlebt, aber das war mit Abstand die beste! «

Leo Steber
Market Manager IKEA
Deutschland in Chemnitz



Nahkauf – ERFOLG DURCH NÄHE

DER NACHBARSCHAFTSMARKT –
EINFACH NÄHER DRAN!

**JETZT
BEWERBEN!**

Nah

turtalente gesucht!

**Mach dich jetzt selbstständig als
Kauffrau/-mann (m/w/d) mit nahkauf.**

Jeder Kaufmann kann sich auf die Unterstützung durch die starke, leistungsfähige Zentrale, wie sie nahkauf mit REWE hat, verlassen. Sie beliefert ihn nicht nur mit den wesentlichen Teilen seines Sortimentes, sie unterstützt ihn auch in wichtigen Aspekten des Marketings, des Vertriebs und der Marktorganisation. Der Kaufmann kann sich auf seine ureigene Aufgabe konzentrieren: den Kundenkontakt.



Kontaktperson:
Michael Ihme
Rheinstraße 8
14513 Teltow



Erfolgsfaktor: fester Bestandteil einer Gemeinschaft

Die nahkauf Märkte sind Teil einer starken Gemeinschaft: der REWE Group. Mit einem Umsatz von mehr als 61,2 Milliarden Euro (2018) hat sich die REWE Group zu einem der führenden Handels- und Touristikkonzerne in Europa entwickelt und betreibt heute 15.000 Märkte mit 330.000 Beschäftigten in 20 Ländern. Das Stammgeschäft inmitten der anderen erfolgreichen Geschäftsfelder ist und bleibt jedoch der Lebensmitteleinzelhandel. Hier überzeugt die REWE Group mit innovativen und modernen Vertriebstypen, zu denen z. B. das Nachbarschaftsmarktkonzept von nahkauf gehört.

Erfolgsfaktor: Konzept für einen modernen Nachbarschaftsmarkt

Die zunehmende Bedeutung eines modernen kleinflächigen Nachbarschaftsmarktes für die optimale Versorgung der Bevölkerung ist unter allen Experten im Lebensmittelhandel unbestritten. Konsequenterweise hat REWE deshalb die nahkauf Linie weiterentwickelt. Mit Erfolg: In Stadtrandlagen und dem ländlichen Raum erfreut sich nahkauf als kompetenter Nachbarschaftsmarkt einer stetig wachsenden Beliebtheit. Rund 430 Märkte stellen in vielen kleinen Kommunen die Versorgung mit den Gütern des täglichen Bedarfs sicher. Betrieben werden sie ausschließlich von selbstständigen Kaufleuten, die nahezu alle als genossenschaftliche Mitglieder der REWE Group verbunden sind. Das Ziel der REWE Group ist es, nahkauf im Nahversorger-Bereich bundesweit zur stärksten Vertriebsmarke auszubauen.

Erfolgsfaktor: Kundenorientierung

Der moderne Nahversorger dient aber nicht nur dem Einkauf, sondern erfüllt auch eine soziale Funktion als Kommunikationszentrum für alle Kunden im Ort. nahkauf erfüllt auf optimale Weise die Wünsche seiner Kunden, die durch den intensiven persönlichen Kontakt in den meisten Fällen bekannt sind. Hier kümmert man sich gern um individuelle Anliegen.

Nahbare Selbstständige = erfolgreiche Selbstständige

Selbstständige Kaufleute sind gemessen, an der Umsatz- und Ertragssituation innerhalb der REWE Group, durch ihr stärkeres Engagement, aber auch durch die Nähe zum Kunden, sehr erfolgreich. Sie sind in ihrem Ort oder Stadtteil etabliert und als wichtiges Mitglied der dortigen Bevölkerung angesehen und respektiert. Als kontaktfreudige Kaufleute kennen sie viele Kunden und deren Wünsche und Anforderungen an den Markt persönlich. Sie können also gezielt reagieren durch die Schaffung einer positiven Einkaufsatmosphäre, die individuelle Strukturierung des Sortiments und das Angebot von Serviceleistungen, über die Beschaffung nicht ständig im Sortiment befindlicher Artikel bis hin zur Hausbelieferung älterer oder nicht mobiler Kunden.



GESICHTER DES HANDELS



Ab 13 Uhr hieß es: „Bühne frei!“ – für ein buntes Jubiläumsfest voller Überraschungen. Neben Musik und Tanzfläche sorgte ein Eiswagen für Abkühlung und Genuss. Außerdem begeisterte eine informative Hausmesse mit zahlreichen Partnern aus dem Hilfsmittelbereich, bei der man sich nicht nur beraten lassen, sondern auch in entspannter Atmosphäre ins Gespräch kommen und Neues entdecken konnte.

Ein besonderes Highlight des Tages war die spektakuläre Modenschau des „Elbwerks“ aus Meißen. Das Elbwerk – eine Idee von Anne Hetke – vereint Mode, Sanitätshaus, Dessous, Deko und Pilates unter einem Dach. Es zeigte eindrucksvoll, wie Mode, Bewegung und individuelle Fachberatung zusammengehören. Ob stilvolle Alltagskleidung, hochwertige Wäsche & Dessous oder persönliche BH-Beratung – im Elbwerk verbinden sich Modebewusstsein und Gesundheitskompetenz auf besondere Weise.

JUBILÄUMSFEST ZUM 30-JÄHRIGEN BETRIEBSBESTEHEN

mit Hausmesse und Modenschau

Am Mittwoch, dem 14. August 2025, feierte das Sanitätshaus Hetke & Sengewitz sein 30-jähriges Jubiläum mit einem großen Fest auf dem Gelände an der Glogauer Straße in Riesa.

„Wir wollten diesen besonderen Tag gemeinsam mit unseren Mitarbeitenden, Kundinnen, Kunden und Geschäftspartnern feiern. Aber auch alle, die einfach neugierig auf unser Unternehmen und unser Angebot waren, waren herzlich willkommen“, erinnerte sich Anne Hetke.

Und tatsächlich: Trotz der sommerlichen Hitze fanden sehr viele Besucherinnen und Besucher den Weg zum Sanitätshaus Hetke & Sengewitz – eine große Freude und Ehre für das gesamte Team.



» Wir sind überwältigt von der großen Resonanz, der Herzlichkeit unserer Gäste und der wunderschönen Stimmung, die diesen Tag geprägt hat. (...) «

© Sanitätshaus Hetke & Sengewitz

» Mitmachen & gewinnen: Tombola als Fest-Highlight

Für alle Gäste gab es außerdem eine Tombola mit tollen Gewinnen – und viele nutzten begeistert die Gelegenheit zum Mitmachen.

» Ein Wunsch mit Weitblick

Zum Abschluss des Festes betonte Anne Hetke: „Ich bin wirklich dankbar – wir haben ein großartiges Team und wunderbare Kundinnen und Kunden. Wenn ich mir für die Zukunft noch etwas wünschen dürfte, dann wäre es eine Bushaltestelle direkt vor unserer Tür. Viele ältere oder mobil eingeschränkte Besucher würden davon profitieren – und mit Blick auf die Entwicklung im Gewerbegebiet ist dieser Wunsch vielleicht gar nicht so unrealistisch.“

» Dankbarkeit & Rückblick

Das Jubiläumsfest war für das Sanitätshaus Hetke & Sengewitz ein unvergesslicher Tag. „Wir sind überwältigt von der großen Resonanz, der Herzlichkeit unserer Gäste und der wunderschönen Stimmung, die diesen Tag geprägt hat. Trotz der Hitze war unser Gelände voller Leben – und dafür sind wir von Herzen dankbar.“, so das Team vom Sanitätshaus Hetke & Sengewitz.



Mehr über das Sanitätshaus erfahren Sie unter sanihaus-riesa.de:



Eine Auswahl der vielseitigen Aussteller, welche vor Ort die Besucher ausführlich beraten und begeistern konnten:



DAS CREATIVE HOBBY GMBH

Zwei engagierte Frauen erobern die Freizeit ihrer Kundschaft



Manuela und Tizia Schwenke sind für viele Menschen aus dem Alltag nicht mehr wegzudenken. Denn wer sich darunter ein winziges „Bastelgeschäft“ vorstellt: weit gefehlt. Zum Unternehmen gehören ganze 8 Filialen in Top-Einkaufslagen von Dresden, Leipzig, Magdeburg und Erfurt. Mutter und Tochter sind ein eingespieltes Händlerinnen-Team, das vor Ideen nur so sprüht. Dazu gehören auch Veranstaltungen und Kurse. Ein Grund für uns, sie hier im Schaufenster Handel als Mitglied vorzustellen.

» Wie kam es zur Gründung?

Tizia Schwenke: In der DDR gab es damals keine Bastelfachgeschäfte. Die Menschen waren aber zu dieser Zeit sehr kreativ und erschufen aus wenig Mitteln viele kreative Dinge. Nach der Wiedervereinigung entdeckte meine Mutti Bastelgeschäfte in den Altbundesländern. 1993 wurde dann das erste eigene kleine Geschäft im benachbarten Pirna eröffnet. Banken unterstützten das Konzept nicht, da es damit keine Erfahrungswerte gab.

» Mittlerweile betreiben Sie das Geschäft ja gemeinsam.

Ja, das ist richtig. Angefangen haben meine Eltern mit dem ersten Laden. Die Freude am Weiterentwickeln und Kreativsein hat meine Eltern angetrieben, weitere neue Geschäfte zu entwickeln. Ich bin als Kind in diesen Geschäften aufgewachsen und liebe schon immer den Umgang mit den Kunden. Seit 2017 führen meine Mutti und ich nun die Geschäfte. Wir fahren zusammen auf Messen für Endverbraucher zum Ausstellen, aber

auch für Wiederverkäufer zum Besuchen. Da wir uns gut verstehen, ist die Aufgabenverteilung und Zusammenarbeit harmonisch.

» Was sind Ihre Beweggründe für die Tätigkeit im Handel, was macht Ihre Geschäfte besonders?

Die Kreativität gilt es, zu leben und zu bewahren. Dies wird in den Geschäften auch von den Mitarbeitenden gelebt und es werden Produkte und Techniken aus der ganzen Welt eingekauft und gezeigt. Auch Artikel und Techniken, die wir im Urlaub sehen, werden mit in die aktuellen Themen in den Geschäften eingebracht. Deshalb gibt es viele Muster in den Geschäften und auch in den Kursen werden Menschen inspiriert, selbst tätig zu werden. Die Mitarbeitenden dürfen auch eigene Wünsche in das Sortiment mit einfließen lassen, dadurch hat jede Filiale unterschiedliche Muster und teilweise auch kleine Unterschiede im Warenangebot.

» Welchen Aufgaben und Herausforderungen müssen Sie sich in der Zukunft stellen?

Die Begeisterung für kreative Techniken und Handarbeit weiterzutragen, ist besonders auch unter dem Einfluss der digitalen Welten erforderlich. Das beweist gerade die aktuelle Diskussion über das Handyverbot an Schulen. Hier gilt es, attraktive und moderne Angebote für Kinder und Jugendliche zu schaffen. Dafür gehen wir zum Beispiel zur Leipziger Buchmesse.

Wir haben in den letzten Jahren das Unternehmen zudem stark umstrukturiert. Wir haben kleine Filialen in kleinen Orten geschlossen und neue Geschäfte in gut funktionierenden Einkaufszentren geöffnet. Hier versuchen wir, mit einer gut ausgewählten Breite an Produkten aus der ganzen Welt unsere Kompetenz zu zeigen. Es gilt auch, mit guter Qualität gegen die Einflüsse der Billiganbieter bzw. asiatischen Importeure Flagge zu

zeigen. Leider ist der Staat hier viel zu unbeweglich, wenn Produkte, die keinerlei Zulassung in Europa haben, über diese Kanäle nach Deutschland kommen. Im Gegensatz zu den chinesischen Unternehmen kämpfen wir dagegen mit immer neuen Auflagen und Gesetzen der EU und Deutschlands. Inzwischen fehlt uns oft die Zeit für kreative Neuentwicklungen, da die Bürokratie immer mehr unserer Zeit in Anspruch nimmt.

Auch bei der Personalbindung stehen wir neuen Herausforderungen gegenüber. Der Trend, dass junge Menschen ohne zwingende Gründe nur noch Teilzeit arbeiten möchten, ist für uns sehr nachteilig, da die Bindung zum Unternehmen dadurch abnimmt.

» Sind neue spannende Projekte geplant?

Im Moment entwickeln wir unseren neuen WhatsApp-Kanal und damit verbundene Angebote für unsere Kunden und testen auch die Möglichkeiten der Unterstützung durch die KI, denn auch wir verschließen uns nicht den neuen digitalen Angeboten. Sollte es spannende neue Geschäftsfelder für uns zum Mieten geben, stehen wir natürlich auch neuen Filialen offen gegenüber.

UNSER TIPP:

Machen Sie Ihre Weihnachtsfeier zu einem kreativen Erlebnis!

Feiern Sie in einer der Filialen oder lassen Sie das Team vom Creative Hobby zu Ihnen kommen. Gemeinsam mit Ihren Kollegen können Sie verschiedene Basteltechniken ausprobieren, z. B. das Gestalten von Weihnachtsdekorationen oder das Kreieren von individuellen Geschenken. Für alle Kreativlevels geeignet – Vorkenntnisse sind nicht erforderlich. Lassen Sie sich durch den kreativen Prozess begleiten und genießen Sie einen entspannten, festlichen Nachmittag.



www.dascreativehobby.de

☎ 0351-4852432

✉ info@dascreativehobby.de



Für einen starken Handel in einem starken Sachsen – Ihr Handelsverband Sachsen e. V.

STORE CHECK

Wie gut performed mein Laden?



Sie führen ein Ladengeschäft – mit Herz, Engagement und einem guten Gespür für die Bedürfnisse Ihrer Kundschaft. Doch manchmal braucht es den neutralen Blick von außen, um neue Chancen zu erkennen, gezielt zu optimieren und sich im Wettbewerb noch besser zu positionieren. Bei der **Bildung einer Marke** und dem Herausstellen der **USP** (Unique Selling Proposition / Alleinstellungsmerkmal) unterstützen Agenturen wie die **September Markenführung GmbH** dabei, die Werte eines Unternehmens zu definieren, darzustellen und nach außen zu tragen. Dies stärkt sowohl das eigene Selbstverständnis als auch die Identifikation der Zielgruppe mit dem Unternehmen.



Ob **Außenwirkung, Ladenlayout, Zielgruppenansprache** oder **Werbemaßnahmen** – die Experten schauen genau hin, stellen Zusammenhänge her und zeigen praxisnahe Wege zur Verbesserung auf. Dabei arbeiten Agenturen zur Markenbildung auch mit renommierten Einrichtungshäusern zusammen. Diese greifen, die in der Beratung herausgearbeiteten Schwerpunkte auf und setzen sie um. Wie genau das aussehen kann, erklären uns die **Einrichtungsexperten von Reichelt die Einrichter** auf der Folgeseite.

„Ein erfolgreiches Geschäft entsteht nicht zufällig – es ist das Ergebnis sorgfältiger Planung, klarer Zieldefinitionen und konsequenter Umsetzung.“

- Sibylle Wagner | Bauleiterin für Innenausbau und Lichtplanung bei Reichelt die Einrichter GmbH & Co. KG



» Von der Idee zur klaren Zielsetzung

Der Weg zu einem erfolgreichen Geschäft beginnt mit einer präzisen Zieldefinition. Welche Zielgruppe soll erreicht werden, welches Markenkonzept bildet den Rahmen und welcher Ladentyp ist für Sortiment und Budget geeignet?

» Standort als Erfolgsfaktor

Die Wahl des richtigen Standorts zählt zu den kritischsten Schritten. Neben wirtschaftlichen Rahmenbedingungen wie Kaufkraft, Bevölkerungsentwicklung und Wettbewerb spielen auch Faktoren wie Passantenfrequenz, Sichtbarkeit, Erreichbarkeit und das direkte Umfeld eine Rolle.

» Budget und Organisation im Griff

Eine realistische Budgetplanung ist unerlässlich. Neben Investitions- und Mietkosten sollten auch laufende Ausgaben sowie finanzielle Puffer eingeplant werden.



» Konzeption bis ins Detail

Die inhaltliche Planung reicht von der Raumaufteilung über Möblierung und Lichtkonzepte bis hin zu technischen Anforderungen wie IT-Infrastruktur oder Klimatisierung. Dabei ist nicht nur auf gesetzliche Vorgaben wie Brandschutz und Arbeitssicherheit, sondern auch auf die Einbindung des Corporate Designs zu achten.

Auf der Webseite finden Sie weitere Referenzen, die zeigen, wie Reichelt die Einrichter einzigartige Alleinstellungsmerkmale im Geschäft sichtbar macht.

www.reichelt-einrichter.com

Ein kleiner Überblick über die Analyse- und Beratungsmöglichkeiten:

LADENLOKAL & AUßENAUFTRITT

- » Objektzustand, Erreichbarkeit, Parkplätze, Werbeanlagen
- » Verkaufsraum (Zustand, Platzangebot, Beleuchtung, Warenpräsentation)
- » Markenauftritt (Corporate Design, Info- & Werbematerialien, Store-Konzept)
- » Ladengestaltung, Schaufenstergestaltung
- » Service (Auftreten, Kundenkommunikation, Beratung)
- » Kundschaft (Kundenfrequenz, Kundenstruktur)

ANALYSE & (STANDORT-)MARKETING

- » Wunsch-Zielgruppe (Soll-/Ist-Abgleich) & Community-Building
- » Werbemaßnahmen
- » Werbebotschaften & Kundenkommunikation
- » Aftersales & Kunden-Feedback
- » Kommunikationskanäle (Website, Social Media, Newsletter, Verkaufsveranstaltungen)

Vorher



Nachher

Für Geschäftskunden:



FÖRDERMÖGLICHKEITEN FÜR KLEINE UND MITTLERE UNTERNEHMEN

Programm „Regionales Wachstum“ der SAB

Kleine und mittlere Unternehmen im Geltungsbereich des **Just Transition Fund (JTF)**, sprich in den Landkreisen Bautzen, Görlitz, Leipzig, Nordsachsen und Stadt Chemnitz, haben derzeit noch die Möglichkeit, Zuwendungen für Investitionen in Betriebs- und Geschäftsausstattung über das Programm „Regionales Wach-

tum“ der **Sächsischen Aufbaubank** zu erhalten. Dazu gehören beispielsweise Erweiterungsinvestitionen für Verkaufsräume, Lagerfläche oder neue Mitarbeiterräume, moderne Regalsysteme, eine energieeffiziente Beleuchtung, Kühlanlagen sowie Investitionen in die Außenanfertigung z. B. Leuchtreklame oder Parkflächen.

Genauere Informationen dazu liefert unser Merkblatt „Regionales Wachstum – Auf einen Blick“:



Programm „Unternehmensberatung“ des BAFA

Analyse- und Beratungsleistungen können durch die „Förderung unternehmerischen Know-hows“ des BAFA bezuschusst werden. **Bis zu 80 Prozent der Kosten trägt der Staat**, das bedeutet: maximal 2.800 € können Unternehmen für eine professionelle Beratung als Zuschuss erhalten.



Weitere Informationen dazu finden Sie in unserem Merkblatt „Förderung von Unternehmensberatungen für KMU“:

Bei Fragen zu Fördermöglichkeiten für Ihr Projekt stehen Ihnen die Betriebsberater des Handelsverbandes Sachsen e. V. gern zur Verfügung:



MARICA-SOPHIE PAWLIK

Tel.: 0351 / 867 06 13

E-Mail: hvs-dresden@handel-sachsen.de



JÖRG VULTURIUS

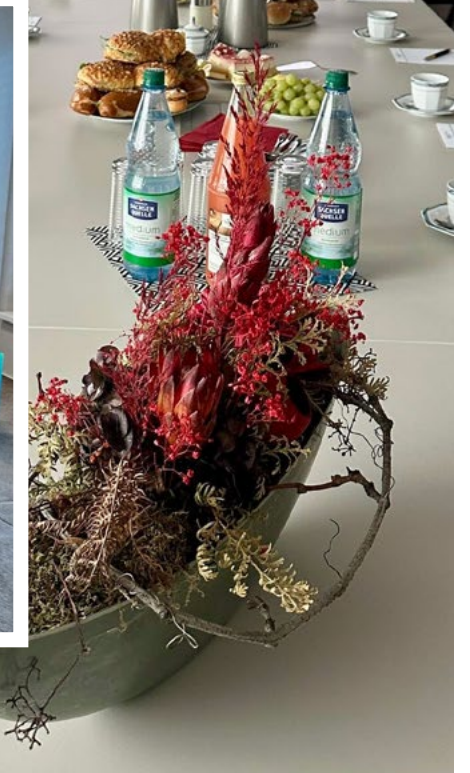
Tel.: 0371 / 815 62 0

E-Mail: hvs-chemnitz@handel-sachsen.de

BEKÄMPFUNG DES LADENDIEBSTAHLS

Austausch mit dem Amtschef des Sächsischen Justizministeriums Till Pietzcker

Mit Blick auf die nach wie vor sehr hohe Anzahl an **Diebstahlsdelikten** und die weitere Zunahme von Straftaten in diesem Bereich tauschten sich im August Vertreter des Handelsverbandes Sachsen mit dem **Amtschef** des Sächsischen Justizministeriums **Till Pietzcker** unter anderem zum Status quo, zur Strafverfolgung und zum aus Sicht des Handels zu indifferentem Vorgehen der Justiz aus. Vor dem Hintergrund einer zunehmenden Gewaltbereitschaft und von Schäden in Rekordhöhe wurden konkrete Maßnahmen zur Bekämpfung des Ladendiebstahls besprochen und eine engere Zusammenarbeit sowie weitere Schritte vereinbart.



Folgen Sie uns!



handel.sachsen



Handelsverband Sachsen



Handelsverband Sachsen e. V.

SAVE THE DATE:

30.09.2026

VON 9 BIS 16 UHR
AUF DEM FLUGHAFEN DRESDEN



ZUKUNFT . HANDEL(N)

Branchentreffen des sächsischen Handels

Jahreshauptveranstaltung
des Handelsverbandes Sachsen

DRESDEN INTERNATIONAL – DIE ENTWICKLUNG DES HIGHTECH-STANDORTES UND SEINE STRAHLKRAFT FÜR GANZ SACHSEN

Zum Branchentreffen des sächsischen Handels 2026 kehren wir wieder an den bereits bekannten Standort Flughafen Dresden zurück. Erneut haben wir für Sie ein topaktuelles Programm mit hochkarätigen Referenten, darunter z. B. **Michael Kretschmer, Ministerpräsident Sachsens**, sowie mit Vertretern des sächsischen High-Tech-Clusters geplant. Wir werden uns diesmal mit dem Schwerpunkt „Dresden international“ auseinandersetzen. Die hochspannenden Entwicklungen im Dresdner Norden werden für die regionale Zukunft prägend sein. Zugleich wird der Netzwerkgedanke wieder im Fokus stehen, um sich vor Ort über branchenrelevante Themen austauschen und andere Verbandsmitglieder kennenlernen zu können.

TOP-
REDNER:

DENIZ AYTEKIN

**DFB-SCHIEDSRICHTER, UNTERNEHMER
& VORTRAGSREDNER**

ENTSCHEIDUNGEN UNTER DRUCK TREFFEN

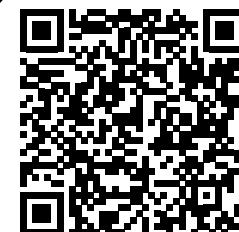
Schiedsrichter stehen oft unter enormem Druck und müssen in Sekundenbruchteilen Entscheidungen treffen – so, dass sie von allen Beteiligten akzeptiert werden, auch wenn sie nicht jedem gefallen. Führungskräfte können daraus wertvolle Lektionen für ihren Alltag ziehen.

Deniz Aytekin, einer von Deutschlands renommiertesten Schiedsrichtern (Schiedsrichter des Jahres 2019, 2022 und 2024) und selbst Unternehmer, zeigt auf, welche Parallelen es zwischen dem Fußballfeld und dem Unternehmensalltag gibt. Er erklärt, warum scheinbar unwichtige Entscheidungen eine große Wirkung auf die

AB 10 UHR ERWARTEN SIE:
FACHVORTRÄGE, FRISCHE IMPULSE
UNSERER PRAXISPARTNER UND
MUSIKALISCHES GET-TOGETHER

Internationaler Flughafen Dresden
Flughafenstraße
01169 Dresden

**JETZT SCHON
ANMELDEN!**



Spezial-Frühbucher-Preis für Teilnehmende des Branchentreffens 2025 (nur gültig bis 04.10.25) *:

Mitglieder des Handelsverbandes Sachsen,
Partner/ Sponsoren und öffentliche Verwaltung: **119,00 €**
Nicht-Mitglieder aus dem Handel: **249,00 €**
Sonstige Unternehmen: **399,00 €**

Frühbucher-Aktion „Early-Bird“

(nur gültig 05.10. bis 30.11.25) **::

Mitglieder des Handelsverbandes Sachsen,
Partner/ Sponsoren und öffentliche Verwaltung: **179,00 €**
Nicht-Mitglieder aus dem Handel: **349,00 €**
Sonstige Unternehmen: **449,00 €**

WWW.HANDEL-SACHSEN.DE

SPONSOREN UND PARTNER

Wir freuen uns, dass folgende Sponsoren und Partner das Branchentreffen des sächsischen Handels unterstützen:



EVENTPARTNER:



* Preise in netto zzgl. MwSt. pro Ticket, gültig bis einschließlich 04.10.2025
** Preise in netto zzgl. MwSt. pro Ticket, gültig bis einschließlich 30.11.2025

Leistung von Mitarbeitern haben können und weshalb Empathie und Fingerspitzengefühl oft wichtiger sind als strikte Konsequenz. Zudem vermittelt er, wie Mimik, Gestik und Sprache gezielt eingesetzt werden können, um negative Nachrichten zu überbringen, die Intensität von Emotionen abzufedern und gleichzeitig Respekt zu gewinnen.





SIGNAL IDUNA 
füreinander da

Sicher shoppen, sicher verkaufen. SI Cyberschutz für den Handel.

Datenklau? Nicht mit uns!

Schützen Sie Ihr Geschäft und Ihre Kunden mit unserer Cyberversicherung für den Einzelhandel.

Prävention und Schutz in einer Police. Für Ihre Sicherheit.



Jetzt QR-Code scannen
und direkt informieren.

signal-iduna.de/cyber

Absender / Herausgeber:

HandelsService Sachsen GmbH • v.i.S.d.P. David Tobias
Könneritzstraße 3 • 01067 Dresden • Telefon: 0351 / 867 06 12

Anzeigenverwaltung:

HandelsService Sachsen GmbH • Könneritzstr. 3 • 01067 Dresden
Telefon: 0351 / 867 06 12 • E-Mail: handels-service@handel-sachsen.de

Design: diamonds network GmbH – Full-Service-Agentur Dresden



Follow us

Änderungen und Irrtümer vorbehalten. Alle Rechte vorbehalten. Für Angebote in den Werbeanzeigen ist ausschließlich der Werbetreibende verantwortlich. Ohne schriftliche Genehmigung darf kein Teil dieses Magazins vervielfältigt oder verbreitet werden.