



**WIRTSCHAFTS-
POLITISCHER EMPFANG**

05.05.2026

ZEIT ZUM HANDELN!

**1 JAHR KANZLERSCHAFT MERZ:
EINE KRITISCHE ANALYSE**

#19

Februar 2026

IMPULSE AUS DEM HANDEL – FÜR DEN HANDEL

SCHAUFENSTER
Das Branchenmagazin für
erfolgreiches Unternehmertum **HANDEL**

02
WIRTSCHAFTSPOLITISCHER EMPFANG 2026

03
IM GESPRÄCH über die neue Online-Plattform „Schaufenster Handel“

04 – 06
**ZUKUNFT HANDEL(N):
Das Netzwerk-Event am Flughafen Dresden**

07
Drehkreuze mit Mehrwert

08 – 09
**KARRIERE-HANDEL.DE:
Orientierung geben, Zukunft sichern**

10 – 11
**PALIGO ist nominiert für den Preis
„Sachsen gründet – Start-up 2026“**

12 – 13
REWE KEYSER in Radebeul

14 – 15
NewcomerLab 2025

16 – 17
**Die Neustadt ist Offline –
Offline Shop Dresden**

20
**Parfümerie Aurel:
Zehn Jahre in der Geschäftsleitung**

21
**Der Alpinist Frank Weisbach:
Grenzgänger zwischen Business und Gipfel**

22 – 23
**EHI Retail Institute –
Wissensquelle für den Handel**

Save the
Date!

WIRTSCHAFTSPOLITISCHER EMPFANG

05.05.2026

Hilton Dresden

An der Frauenkirche 5
01067 Dresden

**1 JAHR KANZLER MERZ & GROSSE KOALITION: EIN
KURSWECHSEL FÜR HANDEL UND WIRTSCHAFT?**

Analyse, Rückblick und Ausblick von einem,
der ganz nah dran ist ...



Unser Gast:

Ulrich Reitz

Chefkorrespondent Wirtschaft
von RTL und ntv

Jetzt für die
Veranstaltung
registrieren!

www.handel-sachsen.de





SCHAUFENSTER HANDEL – DAS NEUE PORTAL FÜR INTERESSANTES AUS DEM HANDEL FÜR DEN HANDEL

David Tobias im Gespräch mit Dr. Katrin Burk, Geschäftsführerin der diamonds network GmbH, der verantwortenden Agentur des Handelsverbandes Sachsen

Anfang des Jahres ist sie gestartet: die neue Plattform des Handelsverbandes Sachsen unter www.schaufenster-handel.de. Auf ihr werden zukünftig jede Menge spannende Neuigkeiten und Nachrichten gebündelt und der Öffentlichkeit zugänglich gemacht. Neben dem bereits bekannten Magazin entsteht so in Verbindung mit den Newslettern und den Social-Media-Kanälen ein noch umfassenderes Informationsmedium.

Was wollen wir mit dem Projekt erreichen?

Dr. Katrin Burk: Mit dem Schaufenster Handel entwickeln wir eine **zentrale Wissens- und Netzwerkplattform rund um den Handel in Sachsen und Mitteldeutschland**. Wir machen Erfolgskonzepte, engagiertes Unternehmertum und prägende Köpfe des Handels, Trends und Handelsorte noch stärker sichtbar.

Wer sind die Zielgruppen?

Dr. Katrin Burk: Das Schaufenster Handel spricht alle an, die im Handel aktiv sind oder sich mit dem Gedanken einer Existenzgründung oder Unternehmensnachfolge beschäftigen. Zur Zielgruppe der Plattform gehören auch Menschen, die in politischer oder verwaltender Verantwortung stehen und mit ihren Entscheidungen über die Zukunft des Handels mitbestimmen. Das Schaufenster Handel inspiriert zudem Vertreterinnen und Vertreter verschiedener Medien.

Welche Bausteine umfasst das neue Konzept?

Dr. Katrin Burk: Als Marke vereint das Schaufenster Handel die zentrale Wissens- und Netzwerkplattform www.schaufenster-handel.de, den **Newsletter SFH-Update**, das **Magazin als E-Paper- und Printausgabe**, **Social-Media-Kommunikation** sowie **Event- und Media-Partnerschaften**. Impulse aus dem Handel, für den Handel, positive Botschaften und Wertschätzung gegenüber erfolgreichem Unternehmertum sollen inspirieren und den Handel stärken.



SCHAUFENSTERHANDEL
Das Portal für erfolgreiches Unternehmertum

Besuchen Sie gern die neue Plattform unter: www.schaufenster-handel.de

ZUKUNFT HANDEL(N):

DAS NETZWERK-EVENT AM FLUGHAFEN DRESDEN

30 Sep.
2026

AB 9 UHR

**VON AUSSEN- & EINZELHANDEL BIS HIGHTECH- & ZUKUNFTSINDUSTRIE.
DIE GEOPOLITISCHE LAGE FORDERT DIE WIRTSCHAFT HERAUS UND WIR DISKUTIEREN
DAZU MIT HOCHKARÄTIGEN GÄSTEN.**

Zum Branchentreffen des sächsischen Handels 2026 laden wir erneut an den Flughafen Dresden ein. Unter dem Leitthema „**Dresden international**“ stehen die dynamischen Entwicklungen im Dresdner Norden und ihre Bedeutung für die wirtschaftliche Zukunft der Region im Fokus. Freuen Sie sich auf hochkarätige Gäste wie **Michael Kretschmer** sowie Vertreter des sächsischen High-Tech-Clusters. Unsere Top-Rednerin **Claudia Major** spricht zu „Konflikte. Krisen. Handelskriege – Auswirkungen auf Deutschland und Europa“. In der anschließenden Diskussionsrunde diskutieren unter anderem **Thomas Richter** (Infineon Technologies Dresden) und **Kai Mielenz** von der Elbe Flugzeugwerke GmbH. Ein besonderes Highlight ist zudem **Deniz Aytekin**. Der DFB-Schiedsrichter, Unternehmer und Vortragsredner gibt in seinem Impuls „Entscheidungen unter Druck treffen“ spannende Einblicke in Führung und Entscheidungsstärke. Neben starken Impulsen steht vor allem das Netzwerken und der persönliche Austausch im Mittelpunkt.

DENIZ AYTEKIN
DFB-Schiedsrichter, Unternehmer & Vortragsredner

Top-
Redner:

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 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.



© Axel Martens

Top-Rednerin:

DR. CLAUDIA MAJOR **GEFRAGTE ANALYSTIN ZU SICHERHEITS- UND VERTEIDIGUNGSPOLITIK**

Konflikte. Krisen. Handelskriege – Auswirkungen auf Deutschland und Europa

Dr. Claudia Major ist eine der profiliertesten sicherheitspolitischen Expertinnen in Deutschland. Sie ist beim US Think Tank German Marshall Fund als Senior Vice President Transatlantic Security und Member of the Executive Team tätig. Sie forscht, berät und publiziert zu Themen der Außen-, Sicherheits- und Verteidigungspolitik in Deutschland, Europa und im transatlantischen Kontext.

Dabei liegt ihre Expertise insbesondere im Bereich der deutschen Sicherheits- und Verteidigungspolitik und der Einordnung von politischen Geschehnissen rund um NATO und EU. Claudia Major war über zehn Jahre Mitglied im Beirat Zivile Krisenprävention und Friedensförderung des Auswärtigen Amtes und wurde 2023 vom Verteidigungsminister in den Beirat „Innere Führung“ berufen.



**Politische
Keynote**

MICHAEL KRETSCHMER **MINISTERPRÄSIDENT SACHSENS**

IMPULSE & PODIUMSDISKUSSION

KAI MIELENZ
CFO & Arbeitsdirektor,
Elbe Flugzeugwerke GmbH



THOMAS RICHTER
SVP & Managing Director,
Infineon Technologies
Dresden AG & Co. KG

DIRK PANTER
Sächsischer Staatsminister
für Wirtschaft, Arbeit,
Energie und Klimaschutz



**DR. STEFAN
KNUPFER**
Vorsitzender des
Vorstands AOK PLUS



ZUKUNFT . HANDEL(N)

Branchentreffen des sächsischen Handels
Jahreshauptveranstaltung
des Handelsverbandes Sachsen

ZUR ANMELDUNG

UND WEITERE INFORMATIONEN ZU DEN REFERENTEN:



„PRE ORDER“ AKTION*:

- Mitglieder des HVS + öffentliche Verwaltung: **199,00 Euro** p.P.
- Nicht-Mitglieder aus dem Handel: **399,00 Euro** p.P.
- Sonstige Unternehmen: **499,00 Euro** p.P.

* Preise in netto zzgl. MwSt. pro Ticket, gültig bis 31.05.2026



WWW.HANDEL-SACHSEN.DE

SPONSOREN UND PARTNER

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



Eventpartner:



Werden auch Sie Sponsor unserer Jahreshauptveranstaltung!

EVENT-PAKET „BRANCHENTREFFEN“

- Offizieller Sponsor des „Branchentreffen des sächsischen Handels“
- Einbindung in alle Medien zur Bewerbung des Events (digital & print): Webseite, Social Media-Kanäle, Online-Newsletter, Print-Magazin „Schaufenster Handel“, Einladungs-Mailings, Veranstaltungsbroschüre
- Präsentation vor Ort auf allen Medien und Ausstellungsfläche nach Absprache



NEHMEN SIE GERN MIT UNS KONTAKT AUF:

Ansprechpartner: David Tobias • Tel: 0351 86706 13 • E-Mail: hvs-dresden@handel-sachsen.de

DREHKREUZE MIT MEHRWERT



Warum Sachsens Flughäfen für den Handel wichtig sind

Leistungsfähige Logistik und internationale Anbindung sind zentrale Erfolgsfaktoren für den Handel. Eine aktuelle Studie bestätigt nun den hohen volkswirtschaftlichen Nutzen der Flughäfen Leipzig/Halle und Dresden für Mitteldeutschland mit klaren Effekten auch für Handelsunternehmen.

Beide Standorte erzeugen zusammen eine Bruttowertschöpfung von 4,6 Milliarden Euro, sichern über 52.000 Arbeitsplätze und generieren jährlich 875 Millionen Euro an Steuereinnahmen. Besonders relevant für den Handel: Jeder Euro Wertschöpfung an den Flughäfen bewirkt weitere 1,50 Euro in der Gesamtwirtschaft. Rund zwei Drittel dieser Effekte bleiben in Sachsen und Sachsen-Anhalt und stärken dort Kaufkraft, Beschäftigung und Absatzmärkte. Der Flughafen **Leipzig/Halle** ist als **zweitgrößter Luftfrachtstandort Deutschlands** ein zentraler Knoten für Express- und E-Commerce-Logistik. Schnelle Lieferzeiten, globale Warenströme und hohe Zuverlässigkeit sind für Händler im Wettbewerb entscheidende Vorteile. **Dresden** wiederum **stützt mit seiner Anbindung Hightech-Industrie, Wissenschaft und Tourismus**. Alles Branchen, die Nachfrage, Internationalität und Innovationsimpulse für den regionalen Handel schaffen.

„Der Freistaat Sachsen stärkt mit dem Dresdner Flughafen seiner Wirtschaft den Rücken. Es ist unstrittig, welche Wirtschaftskraft von guten internationalen Verbindungen ausgeht. Als Handelsbranche leben wir von Kaufkraft und Frequenz. Insbesondere für die hochwertigen Geschäfte und Luxus-Sortimente sind internationale Gäste und Geschäftsleute essenziell“, so David Tobias, Geschäftsführer Handelsverband Sachsen e. V.



Trotz laufender Sanierung der Mitteldeutschen Flughafen AG bleibt die Infrastruktur gesichert. Die Länder fahren ihre Unterstützung schrittweise zurück, erwarten aber ab 2030 einen eigenständigen Betrieb. Kritisch ist der Appell an den Bund, Standortkosten wie Luftverkehrsteuer und Sicherheitsgebühren zu senken. Denn weichen Airlines auf Nachbarländer aus, leidet nicht nur der Flugverkehr, sondern auch Logistik, Handel und Wettbewerbsfähigkeit der Region.



Mit dem Branchentreffen des sächsischen Handelsverbands wird der Flughafen Dresden erneut zur Plattform für den Austausch der Branche. Der Flughafen bietet den passenden Rahmen für eine Fachveranstaltung, die durch ein vielfältiges Programm, hochkarätige Referenten und viel Raum für Austausch geprägt ist. Wir freuen uns, Gastgeber für diesen Anlass zu sein, der Dresden als Wirtschaftsstandort mit internationaler Perspektive sichtbar macht

– Steve Hohenberger, Leiter Airport Operations Flughafen Dresden



ORIENTIERUNG GEBEN, ZUKUNFT SICHERN

Karriere-handel.de bringt Nachwuchs und Handel zusammen

Was kommt nach der Schule?

Diese Frage bewegt junge Menschen, Eltern und Lehrkräfte gleichermaßen. Gleichzeitig ist die Suche nach Nachwuchskräften für viele Unternehmen eine der größten Herausforderungen. Die bundesweite Ausbildungskampagne Karriere-Handel.de setzt genau hier an: Sie versteht sich als moderne Plattform zur Berufsorientierung – und als starke Bühne für den Handel, um sich als attraktive Branche und Arbeitgeber zu präsentieren.



Unter www.karriere-handel.de sowie auf TikTok, Instagram, YouTube und Snapchat bekommen Schülerinnen und Schüler realistische Einblicke in den Berufsalltag – im Geschäft, in der Logistik und im Büro. Statt trockener Theorie zeigen Auszubildende und junge Fachkräfte, wie vielseitig der Handel wirklich ist. **Über 60 Ausbildungsberufe und Qualifizierungswege** machen deutlich: Der Handel bietet Chancen für ganz unterschiedliche Talente und Schulabschlüsse.

Ein besonderer Fokus liegt auf früher Orientierung: Mit kostenlosen Unterrichtsmaterialien für die Klassen 4 bis 9 erhalten Schulen praxisnahe Werkzeuge, um den Handel anschaulich in den Unterricht zu integrieren – von **Arbeitsblättern und interaktiven Materialien** bis hin zu einem **Praktikumstool**, das Schülerinnen und Schüler bei der Suche nach passenden Einblicken in den Berufsalltag unterstützt. **Ergänzt wird das Angebot durch einen Berufcheck:** Mit nur acht Fragen zu Interessen und Kompetenzen erhalten Jugendliche erste, passende Berufsvorschläge und einen schnellen Einstieg in ihre persönliche Berufsorientierung.

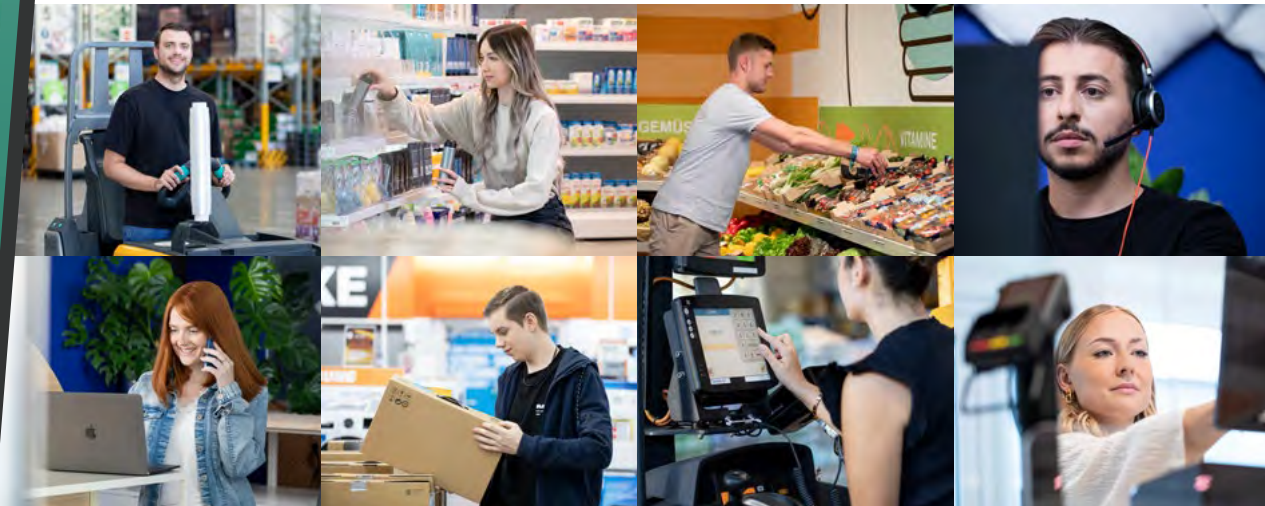


**Karriere-
handel.de**

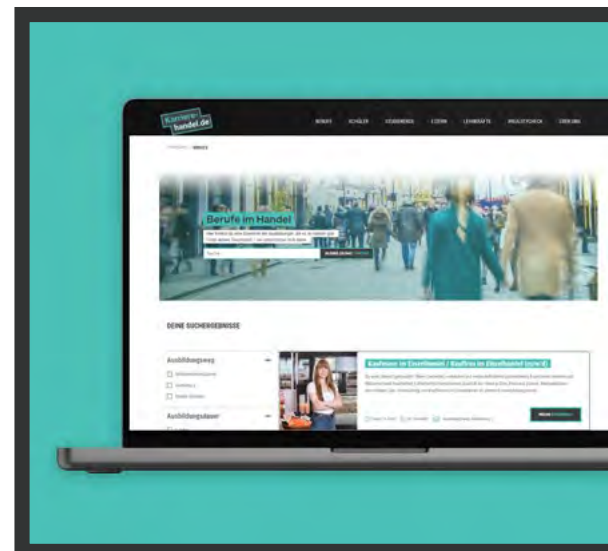
**In nur drei Jahren
zur Führungskraft?**

Mit den Abiturientenprogrammen des Handels durchstarten!

Der ganzheitliche Blick auf die Branche wird dabei konsequent umgesetzt: **Karriere-Handel.de** zeigt nicht nur den Arbeitsplatz Verkaufsfläche, sondern auch die vielfältigen Tätigkeiten im Lager, in der Logistik und in der Verwaltung. Gleichzeitig ist die Kampagne offen für Beteiligung: Handelsunternehmen können sich aktiv einbringen, Einblicke in ihre Praxis geben und die Plattform gezielt für ihre Nachwuchsgewinnung nutzen – gemeinsam statt allein.



Für den Handel in Sachsen liegt hier eine große Chance: **Wer sich an der Kampagne beteiligt, stärkt nicht nur die eigene Sichtbarkeit, sondern unterstützt aktiv die Berufsorientierung junger Menschen.** So wird aus Nachwuchssuche echte Zukunftssicherung – für Unternehmen, Standorte und die gesamte Branche.



Mach Karriere im Handel!

www.karriere-handel.de

NOMINIERUNG FÜR DEN GRÜNDER: INNEN-PREIS: „SACHSEN GRÜNDET – START-UP 2026“



Der Handelsverband Sachsen e. V. nominiert die Firma Paligo GmbH, Geschäftsführer Robert Gnauck, für den Gründer:innen-Preis „Sachsen gründet – Start-up 2026“, weil das Unternehmen in herausragender Weise die Kriterien Innovation, wirtschaftliche Relevanz und Potenzial zur Stärkung des Wirtschaftsstandorts Sachsen erfüllt.

Paligo erschließt mit seiner neuen Plattform einen bislang schlecht digitalisierten B2C-Markt: **palettierte, schwere und sperrige Verbrauchsgüter wie Brennstoffe, Garten- und Baustoffe**. Dieser Markt ist geprägt von regional stark schwankenden Preisen, hohen Logistikkosten und geringer Online-Transparenz. Durch eine **PLZ-basierte Angebots- und Preislogik** inklusive Lieferung schafft Paligo erstmals vergleichbare regionale Gesamtpreise. Das ermöglicht ein **skalierbares Marktplatzmodell** in einem volumenstarken Segment, das klassische E-Commerce-Strukturen bislang nicht effizient abbilden (meist nur Paketversand möglich).

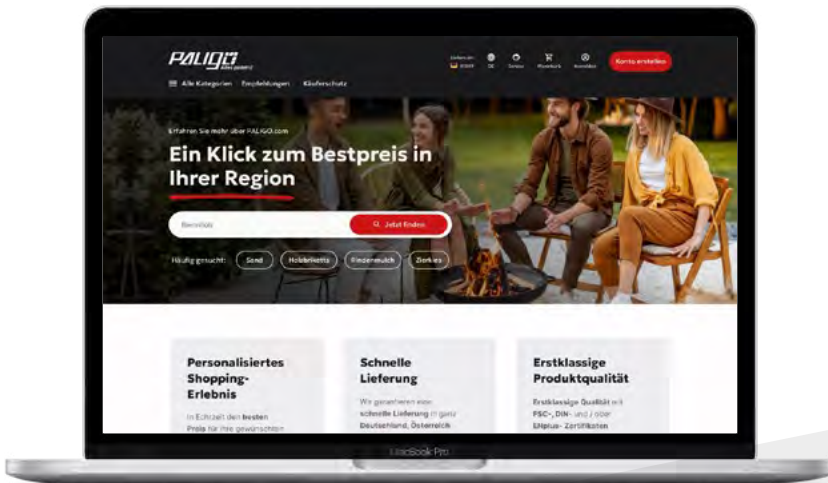
Mit seinem neuen Marktplatz adressiert Paligo viele zentrale Probleme der Anbieterunternehmen: automatische Preistransparenz im regionalen Markt, digitale Reichweite ohne eigene Infrastruktur, Direktversand vom Anbieter zum Kunden und damit signifikante Reduktion von CO₂ und Leertransporten (ein echter Nachhaltigkeitseffekt).

DIE IN ENTWICKLUNG BEFINDLICHE PALIGO-PLATTFORM BIETET EINEN KLAREN MEHRWERT DURCH:

- **Innovationskraft:** Paligo setzt auf eine technisch ausgereifte, benutzerfreundliche Lösung für strukturierte Inhalte, die sich deutlich von bisher verfügbaren Tools/Shops abhebt und neue Standards in der digitalen Vermarktung von Palettenware setzt.
- **Marktrelevanz:** Durch die Kombination aus PLZ-genauer Vermarktung, modularer Struktur und Mehrkanal-Veröffentlichung ermöglicht das Unternehmen verschiedensten Branchen signifikante Effizienzgewinne – ein hochaktuelles Thema in einer digital vernetzten Wirtschaft.
- **Wirtschaftliches Potenzial:** Paligo zeigt nicht nur technologische Exzellenz, sondern auch skalierbares Geschäftsmodell-Potenzial sowie internationale Ausrichtung und Kundenakzeptanz – zentrale Faktoren für nachhaltiges Wachstum und neue Arbeitsplätze in der Region.
- **Regionale Bedeutung:** Durch seine Nominierung hebt der Handelsverband hervor, wie wichtig junge, innovative Unternehmen für die Stärkung der sächsischen Gründer- und Technologieszene sind und wie Paligo als Impulsgeber fungieren kann.

Das Projekt konnte für seine Entwicklung bereits den Business-Angel-Bonus der SAB erhalten.

Alle diese Aspekte machen die Paligo GmbH für den Start-up-Preis Sachsen 2026 zu einem besonders würdigen Kandidaten und unterstreichen die Rolle des Unternehmens als Vorreiter im Bereich digitaler Konzepte und moderner Plattformtechnologie. Wir freuen uns besonders, damit einen herausragenden Kandidaten aus dem Bereich Handel für diesen Wettbewerb ins Rennen schicken zu können.



SACHSEN GRÜNDET
START-UP 2026

Der Wettbewerb:

Mit viel Mut und Engagement setzen sich junge sächsische Gründerinnen und Gründer für ihre Unternehmensidee ein und geben so Impulse für die sächsische Wirtschaft. Der Sonderpreis „Sachsen gründet – Start-up 2026“ (im Rahmen der Verleihung des Preises zum Sächsischen Unternehmer:in des Jahres) möchte diese Leistungen würdigen. Er richtet sich an Gründerinnen und Gründer aus Sachsen mit einer innovativen Geschäftsidee und einem überzeugenden Businessplan, deren Unternehmen zwischen Januar 2021 und Dezember 2024 gegründet wurde.

Die Finalisten präsentieren sich im Rahmen der festlichen Preisverleihung **am 8. Mai 2026 in der Gläsernen Manufaktur** von Volkswagen in Dresden. Wer das Publikum überzeugen kann, nimmt den Sonderpreis an diesem Abend mit nach Hause.

Mit dem Sonderpreis „Sachsen gründet – Start-up 2026“ werden Gründerinnen und Gründer geehrt, die mit Vertrauen in ihre Visionen und innovativen Ideen die sächsische Wirtschaft bereichern. Wer Chancen erkennt, Ideen umsetzt und mit Engagement das Unternehmen voranbringt, hat es verdient, mit dem Sonderpreis als bestes Start-up geehrt zu werden.

Die Gewinner des Sonderpreises 2025
Robert Reuther & Saskia Rhiza von der
45minuten GmbH



Der Wettbewerb „Sachsens Unternehmer:in des Jahres“ ist eine Initiative von:

- Sächsische Zeitung
- Freie Presse
- Leipziger Volkszeitung
- MDR Sachsen
- Sächsische Lotto-GmbH
- Schneider + Partner Beratungsgesellschaft
- So geht sächsisch
- Volkswagen Sachsen
- AOK PLUS



Mehr zum Wettbewerb unter: www.unternehmerpreis.de

NACHHALTIG UND ZUKUNFTSORIENTIERT:

REWE Keyser-Markt in Radebeul feierlich eröffnet

Auf der einen Seite beginnt Dresden, auf der anderen steht nun der neue REWE-Keyser Markt direkt an der Stadtgrenze von Radebeul. Am 26. November 2025 war es nach nur 13 Monaten Bauzeit soweit: Die Türen des neuen REWE Keyser-Markt auf der Meißner Straße 5 öffneten für die Kundschaft – und das mit viel Begeisterung und zahlreichen Besucherinnen und Besuchern.

Mit dabei bei der großen Eröffnungsfeier: August der Starke höchstpersönlich, Oberbürgermeister Bert Wendsche, zahlreiche Kaufleute aus der Region, Bauunternehmen, regionale Lieferanten – und natürlich die Mitarbeitenden: denn sie sind das Rückgrat des Projekts. Viele wurden während des Umbaus „zwischengeparkt“ – jetzt geht das Team geschlossen, also vollzählig, an den Start. Eine Leistung, für die sich Inhaber Björn Keyser ausdrücklich bei Marktleiterin Alice Manig und Service-Leiter Matthias Quitz bedankte.



Das Motto von Björn Keyser könnte lauten: „**Aus eins mach zwei, dann drei**“, meint OB Wendsche. Was einst mit dem LÖMA-Markt im Westen Radebeuls begann, über den kleinen schicken REWE am Bahnhof weiterlief, findet jetzt mit dem großen Neubau an der Stadtgrenze in Radebeul Ost seine „grüne Krönung“. Denn das Gebäude ist ein echtes „**Green Building**“.



Fast 20.000 Artikel finden sich hier – viele davon direkt aus der Region: zum Beispiel **Weiderind aus Cunnersdorf, Kaffee aus Wildenhain, Äpfel und Beeren aus Coswig, Gemüse und Kräuter aus Radebeul**. Über 150 Erzeuger beliefern den Markt – kurze Wege, echte Wertschöpfung vor Ort. Und obwohl hier schon oder gerade noch Radebeul ist, kommen 80 Prozent der Kunden aus Dresden – etwa aus Trachau, Kaditz und Pieschen. Das zeigt: Hier wächst zusammen, was zusammengehört.



Kontakt:
REWE Björn Keyser oHG
Telefon: 0351-32420820
Meißner Str. 5, 01445 Radebeul





NACHHALTIG UND ZUKUNFTSORIENTIERT GEBAUT

Das Gebäude wurde nach einem **nachhaltigen Green-Building-Konzept** errichtet: Energieeffizienz, Holzverkleidung und recycelte Kunststofffenster, intelligente Licht- und Klimatechnik sowie eine Photovoltaikanlage auf dem Dach und Moos zur natürlichen Dämmung machen den Markt zu einem Vorreiter für umweltbewusstes Bauen im Einzelhandel.

FRISCHE, VIELFALT UND KOMFORT

Kundinnen und Kunden erwartet ein umfangreiches Sortiment:

- Große Frischetheke mit Fleisch, Käse, Wurst und regionalen Spezialitäten
- Sushi-Station und Feinkost-Auswahl
- Frisches Obst und Gemüse aus der Region
- Bequemer Abholservice für online bestellte Waren und vieles mehr – ideal für den täglichen Einkauf oder die Vorbereitung auf besondere Anlässe.

MODERNER SERVICE VOR ORT

Mit fünf Self-Checkout-Kassen, klassischen Bandkassen und einer DHL-Packstation vor dem Markt wird Einkaufen hier besonders flexibel und angenehm. Zudem stehen Parkplätze und E-Ladepunkte zur Verfügung.

STARKER ARBEITGEBER IN DER REGION

Der neue Markt schafft über 50 Arbeitsplätze und das eingespielte Team legt Wert auf freundliche Beratung und hervorragenden Kundenservice. Mit insgesamt über 220 Mitarbeitenden in der Region ist REWE Keyser ein verlässlicher und lokaler Arbeitgeber.

Der moderne Markt überzeugt durch ein großzügiges, helles Ambiente und ein vielfältiges Sortiment, das keine Wünsche offenlässt. Und oft begeistern die kleinen und liebevollen Details: zum Beispiel wurde die **Weinabteilung** durch die **Düsseldorfer Künstler Martina & Thomas Klefisch** gestaltet. Hier haben die Kundinnen und Kunden nun einen modernen, gut sortierten Markt direkt vor der Haustür – perfekt für den täglichen Bedarf sowie für saisonale Einkäufe.



NewcomerLab 2025

Drei Lösungen für den Handel



**GASTAUTORIN:
JOSEPHINE SEIFFERT**

Projektreferentin
Mittelstand-Digital Zentrum Handel

Innovative Geschäftsmodelle gewinnen im Handel nach wie vor an Bedeutung. Das NewcomerLab beim Handelskongress 2025 zeigte, welche Lösungen künftig möglich werden könnten, auch für mittelständische Händler und Händlerinnen. Im Finale 2025 präsentierten die drei Start-ups Octoscreen, reo und Weinton ihre Ideen.

OCTOSCREEN: DATENBASIERTE ENTSCHEIDUNGEN FÜR STANDORTE UND MÄRKTE

Gerade in einem zunehmend dynamischen Wettbewerbsumfeld benötigen Handelsunternehmen aktuelle Informationen über ihr Marktumfeld. **Octoscreen** setzt an dieser Stelle an: Die Plattform soll Händler und Händlerinnen dabei unterstützen, **Marktveränderungen frühzeitig zu erkennen und Standortentscheidungen fundierter treffen** zu können. Dazu wertet sie täglich **Daten aus mehr als 35.000 Quellen** aus – darunter kommunale Veröffentlichungen, regionale Nachrichten oder Aktivitäten der Wettbewerber.



Recherchen, die sonst viel Zeit binden, werden automatisiert und strukturiert aufbereitet. Für Unternehmen, die expandieren oder bestehende Standorte optimieren möchten, kann das zu **mehr Planungssicherheit** führen.

REO: KREISLAUFWIRTSCHAFT IN DER KOSMETIKBRANCHE

Mit zunehmenden regulatorischen Anforderungen und steigender Kundenerwartung rückt das Thema **Kreislaufwirtschaft** weiter in den Vordergrund. Das **Start-up reo** entwickelt ein **Mehrwegsystem für Kosmetik- und Körperpflegeprodukte**, das die bestehende Handelsinfrastruktur nutzt – etwa Pfandautomaten.



Kunden und Kundinnen können **leere Verpackungen zurückgeben** und erhalten dafür einen **Pfandbetrag**. Erste Pilotprojekte in München laufen bereits, gemeinsam mit Marken wie lavera oder Kneipp. Für Handelsunternehmen bedeutet dies eine praktikable Möglichkeit, **nachhaltige Verpackungslösungen anzubieten**, ohne eigene Logistikprozesse komplett umstellen zu müssen.

WEINTON: NACHHALTIGKEIT IM WEINREGAL NEU GEDACHT

Als Gewinner des diesjährigen NewcomerLabs präsentierte **Weinton** eine **pfandfähige Weinflasche**, die deutliche CO₂-Einsparungen ermöglichen soll. Sie besteht aus **recyceltem PET mit einem Glas-Inlay**, ist leichter als herkömmliche Glasflaschen und bruchstabil. Die **Rückgabe erfolgt über gängige Pfandautomaten** – ein Vorteil für Handelsunternehmen, die damit bereits bestehende Prozesse nutzen können.



Weinton spricht somit eine Zielgruppe an, die nachhaltige Produkte aktiv nachfragt.



CHANCEN UND HERAUSFORDERUNGEN FÜR DEN MITTELSTAND

Das NewcomerLab machte deutlich, wie unterschiedlich Innovation im Handel aussehen kann – von datengetriebenen Standortanalysen über funktionsfähige Mehrwegsysteme bis hin zu nachhaltigen Produktverpackungen.

Während Octoscreen vor allem für expandierende Betriebe interessant sein dürfte, bietet reo eine pragmatische Möglichkeit, Nachhaltigkeit in der Kosmetikabteilung sichtbar umzusetzen. Weinton wiederum zeigt, wie neue Verpackungskonzepte auch im Lebensmittel- und Getränke-segment zu Differenzierung führen können. Wir gratulieren den Finalisten sowie dem Gewinner 2025, Weinton.



Mittelstand-Digital
Zentrum
Handel

DIE NEUSTADT IST

OFFLINE



HANDELSORTE

Offline Shop

BUY
OR
DIY

Der Winter ist seit diesem November ein Stück bunter.

Nach zwei erfolgreichen Pop-up-Ausgaben hat der Offline Shop nun einen dauerhaften Standort auf der Königsbrücker Str. 38 in Dresden gefunden.

Im Offline Shop hat vielleicht so manch einer bereits in den vergangenen zwei Jahren seine Weihnachtsgeschenke gekauft. Entstanden ist er im Jahr 2023 im Rahmen des geförderten Bundesprogramms Zukunftsfähige Innenstädte und Zentren des Bundesministeriums für Wohnen, Stadtentwicklung und Bauwesen.

Der Offline Shop vertritt **über 160 Künstler und Künstlerinnen aus Dresden und ganz Deutschland**, darunter Leipzig, Berlin, Hamburg, Bremen, Halle u. v. m. Hier findet man von Kunstdrucken, Kleidung, Schmuck, Wohnaccessoires, Büchern, Musik und Handwerkskunst alles, was das Herz begehrt.

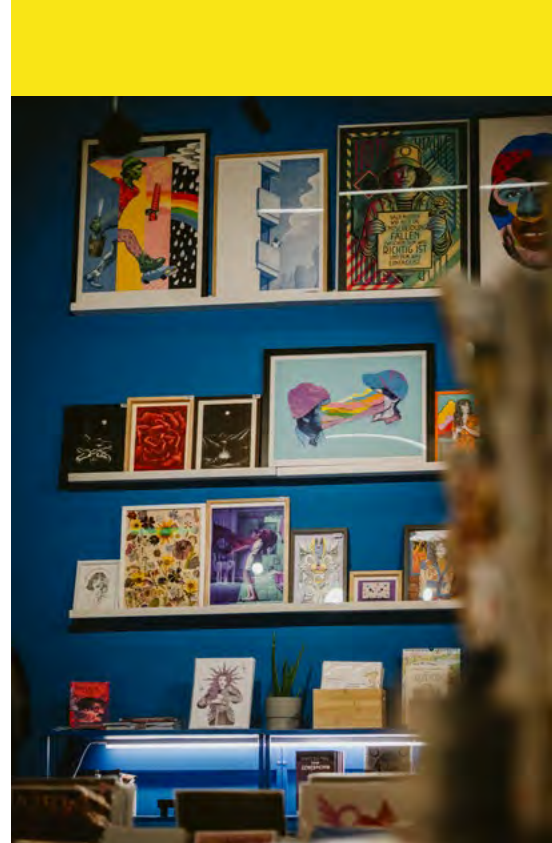
”

Das Shop-Konzept wurde damals so gut angenommen, dass wir uns entschieden haben, einen dauerhaften Standort zu finden. Dabei bleibt der Name Programm. Offline shoppen und kreative Produkte direkt lokal erwerben. Neben kreativen Produkten werden auch Workshops und kulturelle Events bei uns stattfinden

– Stefanie Zúñiga Chongo, Offline Shop Dresden eG



“



Was das Konzept so besonders macht, erklärt Yvonne Bonfert:

”

Bei uns findet man keine Massenware, sondern kreative Produkte von einzelnen Kunstschaffenden. Wir sind stolz, so viele kreative Menschen gefunden zu haben, die den Shop mit ihren Produkten bereichern.

– Yvonne Bonfert, Offline Shop Dresden eG



“



Doch damit endet das Konzept des Ladens nicht: In dem 300 m² großen Erdgeschoss treffen **Kunst, Kultur und Genuss** aufeinander. Neben dem **Offline Shop** befindet sich das **Café MIKA ONE**, das das künstlerische Flair aufgreift und zum Verweilen einlädt. Im Frühjahr 2026 wird der Raum komplettiert. Dann ziehen noch **Ateliers für 3D-Druck und Siebdruck** mit ein, denn auch **die künstlerische Produktion** soll in den Räumen des Offline Shops ein Zuhause finden.

Seinen Ursprung hat das Gebäude in DDR-Zeiten als HO-Kaufhaus „Magnet“. Zuletzt beherbergte es den Fahrradladen Bike24, bevor die Räume fast fünf Jahre lang leer standen. Nun soll ein innovatives Mischkonzept dem Leerstand im Innenstadtbereich kreativ entgegenwirken. Gemeinsam mit dem Unternehmen NORTAL im

Obergeschoss, dem Offline-Shop, dem Café MIKA ONE und kreativen Ateliers ist das Objekt nun wiederbelebt. Bei so vielen Mietern an einem Standort verwundert es nicht, dass das Gebäude den Namen MISCHE trägt.

Der Offline Shop – ein neuer Ort für Kunst, Kreativität und Gemeinschaft freut sich auf Ihren Besuch.



Nahkauf – ERFOLG DURCH NÄHE

DER NACHBARSCHAFTSMARKT –
EINFACH NÄHER DRAN!



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

ZWISCHEN DUFTNOTEN UND FÜHRUNGSVERANTWORTUNG

Zehn Jahre in der Geschäftsleitung

Als Kristin Otto vor zehn Jahren mit gerade einmal 29 Jahren in die Geschäftsleitung der damals bereits traditionsreichen Aurel-Parfümerien eingestiegen ist, hat sie nicht nur neue Aufgaben übernommen – sie ist auch in eine komplett neue Rolle hineingewachsen, die sie jeden Tag aufs Neue fordert und erfüllt. Heute führt sie gemeinsam mit ihrer Mutter insgesamt zehn Parfümerien in Sachsen, Thüringen und Bayern.

Natürlich gab es Herausforderungen. Ihr Alter zum Beispiel, mit nicht einmal 30 plötzlich Chefin zu sein, aber auch Familie und Beruf unter einen Hut zu bekommen.

Gleichzeitig hatte sie das große Glück, nicht allein in diese Rolle hineinzuwachsen. Ihre Eltern haben sie immer unterstützt und viele der langjährigen Mitarbeitenden standen ihr vom ersten Tag an unterstützend zur Seite.

„Am meisten berührt hat mich jedoch die unmittelbare Akzeptanz durch das gesamte Team. Dass ich ohne Zögern als Chefin angenommen wurde, hat mich stolz gemacht – und mir die Sicherheit gegeben, meinen eigenen Führungsstil zu entwickeln.“ - Kristin Otto

Oft wird sie gefragt, ob Führung für Frauen anders ist als für Männer:

„Ich glaube, der Unterschied liegt weniger im Können, sondern im Blick auf die Dinge. Gleichzeitig bringt weibliche Führung – zumindest so erlebe ich es – häufig eine besondere Form der Kommunikation mit sich. Und genau das sehe ich als große Stärke, gerade in einer Branche, die so viel mit Emotion, Vertrauen und Kundenbeziehungen zu tun hat.“

Nach zehn Jahren in der Unternehmensleitung sagt sie heute: Erfolg entsteht nicht durch Einzelpersonen, sondern durch Gemeinschaft. Und manchmal auch durch den Mut, früh Verantwortung zu übernehmen – unabhängig vom Alter, Geschlecht oder dem Weg, den man bis dahin gegangen ist.



„Meine eigenen Stärken? Ich würde sagen: Kommunikationsfreude, eine ordentliche Portion Fleiß und die Fähigkeit, auch in turbulenten Zeiten den Überblick zu behalten. Vielleicht noch etwas anderes: Ich glaube an die Kraft von Teams, an Loyalität und an eine Unternehmenskultur, in der jeder Mensch zählt – vom Azubi bis zur Geschäftsführung.“



GRENZGÄNGER ZWISCHEN BUSINESS UND GIPFEL:

Der Alpinist Frank Weisbach

Für den sächsischen Unternehmer Frank Weisbach sind Herausforderungen kein Hindernis, sondern eine Einladung. Was in seiner Kindheit als „erzwungenes Wandern“ mit den Eltern durch den Thüringer Wald und das Riesengebirge begann, hat sich zu einer lebenslangen Leidenschaft für die extremsten Orte der Welt entwickelt. Heute verbindet Weißbach die Disziplin des Unternehmertums mit der unberechenbaren Natur des Hochgebirges.

VON CHINA BIS NEPAL: DIE EROBERUNG DER ACHTTAUSENDER

Seine jüngsten Erfolge lesen sich wie ein Logbuch der Superlative. Im Jahr 2025 bezwang er den Muztagata (7.546 m) im chinesischen Pamir-Gebirge. Doch für Weisbach ist der Gipfelsieg nur die halbe Miete: Die Besonderheit seiner Expeditionen liegt in der Kombination aus Aufstieg und Abfahrt. So fuhr er vom Gipfel des Muztagh Ata bis ins erste Camp auf 4.900 Metern mit dem Snowboard ab. Eine Leistung, die physische Ausdauer mit technischer Präzision auf über 7.000 Metern Höhe vereint.

Bereits 2024 stand er auf dem Manaslu I (8.163 m), dem achthöchsten Berg der Erde. Diese Erfahrungen bilden das Fundament für sein kommendes Projekt, welches ihn im Herbst 2026 zum Kletterberg Ama Dablam in Nepal führen wird.

DAS ZIEL VOR AUGEN: DER MOUNT EVEREST 2027

Das große Highlight seiner Karriere plant Weisbach für das Frühjahr 2027: die Besteigung des Mount Everest. Es wäre ein historischer Moment, denn seit 25 Jahren stand kein Sachse mehr auf dem höchsten Punkt der Erde. Trotz des kritischen Blicks auf den Massentourismus am Everest möchte sich Weißbach ein eigenes Bild machen. Getreu seinem Lebensmotto, dass man Dinge selbst erleben muss, um sie bewerten zu können.



UNTERNEHMERTUM UND ALPINISMUS

Weisbachs Wirken ist geprägt von einer klaren Vision und der Suche nach Partnern, die diesen Weg mit ihm gehen. Sein 50. Lebensjahr markiert dabei nicht nur einen persönlichen Meilenstein, sondern den Aufbruch zu neuen Horizonten. In einer Welt, die nach Sicherheit strebt, zeigt Weißbach, dass wahrer Erfolg oft dort liegt, wo die Luft dünner wird – sei es am Berg oder im Geschäft.



Am 20. Januar 2026 lud Frank Weisbach in die Strandhütte am Citybeach in Dresden ein und nahm seine Zuhörer mit auf 7.546 Meter Höhe. In seinem Vortrag erzählte er von seiner Reise zum Muztagh Ata im Pamirgebirge (China).



WISSENSQUELLE FÜR DEN HANDEL



Das **EHI Retail Institute** hat sich über Jahrzehnte als zentrale Wissensquelle für den Handel etabliert. Seit nunmehr 75 Jahren bietet das Institut Entscheiderinnen und Entscheidern **Orientierung in einem Markt, der sich stetig wandelt**. Mit einer breiten Palette an Publikationen, Studien, Reports und Praxisinformationen informiert und inspiriert das in Köln ansässige Handelsforschungszentrum. Ob **Trends im Storedesign, digitale Innovationen, strukturelle Veränderungen im Einzelhandel oder konkrete Handlungsempfehlungen**: die Inhalte aus dem EHI-Universum sind ein wichtiger Kompass für Fachleute, die den Handel von morgen gestalten wollen.

Im Fokus der Expansionisten steht das renommierte **Handelsmagazin stores + shops**, welches fünf Mal im Jahr erscheint und thematisch weit über klassischen Ladenbau hinausgeht. Es vereint **Konzeptideen, Designtrends, technische Innovationen** und **praxisnahe Beispiele** aus der Branche. Gerade für Investitionsentscheidungen liefert das Magazin wertvolle Einblicke, indem es neueste Storekonzepte vorstellt, Praxisberichte aus den Unternehmen darstellt und EHI-Forschungsergebnisse aus erster Hand vermittelt. Die Inhalte sind sowohl **online als auch gedruckt verfügbar** und sprechen damit Lesende im stationären wie im digitalen Handel an.



Neben den klassischen Publikationen stellt das EHI auch **Datenbanken** und **themenspezifische Verzeichnisse** bereit. So bündelt die Statistik-Datenbank „**handelsdaten.de**“ **Zahlen und Fakten zur Branche** und das Dienstleisterverzeichnis bietet eine geordnete Übersicht über **Lösungspartner und Technologieanbieter** für den Handel. Beides sind wertvolle Recherchertools für Projektarbeit, Markteinschätzungen und strategische Planungen.

Ein weiteres Herzstück der **EHI-Publikationen** sind die **Whitepaper und Studien**, die gezielt aktuelle Fragestellungen beleuchten. So untersuchen Whitepaper beispielsweise, wie **Elektromobilität** auf dem Parkplatz Zukunftschancen für Händler eröffnet oder wie **generative KI Prozesse** die Gewinne im Handel verändern können. Andere Papiere beschäftigen sich mit Themen wie **Kundenbindung durch künstliche Intelligenz** oder mit **Expansionsstrategien im Filialnetz**. Solche tiefgehenden Analysen basieren auf Umfragen, Datenrecherchen und Expertenwissen. Sie geben dem Handel fundierte Handlungsempfehlungen an die Hand.

Für interessierte Leser stellen wir in Zusammenarbeit mit dem EHI das aktuelle Whitepaper: **KI-Strategien im Handel 2030** zum kostenlosen Download zur Verfügung. Scannen Sie dafür einfach den QR-Code und laden die Publikation herunter.



stores+ shops



Für Entscheidungsträger im Immobilien- und Center-Business bietet das EHI zudem spezialisierte Reports wie den **Shopping-Center Report**, der jährlich die Entwicklung der Shopping-Center-Landschaft dokumentiert. Mit ausführlichen **Marktübersichten, Datenbankzügen und Hintergrundberichten** wird dieser Report zur Pflichtlektüre für alle, die Expansion, Revitalisierung oder neue Konzepte im Bereich Handelsimmobilien planen.

Auch über den reinen Print- und Online-Content hinaus schafft das EHI Wissenstransferformate mit hoher Relevanz. Das Institut bietet Podcasts wie „**EHI Retail Insights**“, in denen Expertinnen und Experten aus der Praxis zu Wort kommen, die **aktuelle Forschungsergebnisse in handlungsorientierte Formate** übersetzen. Diese Ergänzungen machen das Spektrum der EHI-Publikationen noch vielseitiger und zugänglicher.



Für Online-Händler gehört das **EHI-Siegel „Geprüfter EHI Online-Shop“** zu den **Top-Zertifikaten**. Es setzt Standards für einen fairen und vertrauensvollen Online-Handel. Durch die persönliche Beratung und Betreuung durch die Spezialisten des EHI Retail Institute werden die geprüften Webshops **kontinuierlich optimiert**.

#FAZIT

Die Publikationen des EHI sind mehr als nur Informationslieferanten. Sie sind Inspirationsquelle, Entscheidungshilfe und Trendbarometer in einem. Für alle, die Handel nicht nur beobachten, sondern aktiv gestalten wollen, gehört das EHI-Wissen in den täglichen Werkzeugkasten.



SIGNAL IDUNA 
füreinander da

Die tarifvertragliche Altersversorgung im Einzelhandel.

Eine innovative Branchenlösung für Arbeitgeber und
Mitarbeitende.

Für die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ist die Absicherung im Alter ein wichtiges Thema. Vor diesem Hintergrund haben die Arbeitgeberverbände im Einzelhandel Tarifverträge zur Altersvorsorge geschlossen.



Für weitere Informationen
oder ein Beratungsgespräch
nutzen Sie den QR-Code.

signal-iduna.de/bav-einzelhandel

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
Coverfoto: Patrick Eichler (DML-BY)



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.