

Eine Marke erobert die Welt

Die mehr als 140-jährige teils dramatische Woolworth-Story symbolisiert die Geschichte des Einkaufens

Der Gründervater von Woolworth revolutionierte den Einzelhandel mit mehreren kundenfreundlichen Neuerungen, er baute ein Kaufhausimperium auf und wurde zu einem der reichsten Männer der Welt. Das neue deutsche Kaufhausunternehmen mit dem stolzen roten Schriftzug knüpft an die Ideen und Leistungen von einst an.

Frank Winfield Woolworth, Besitzer eines Haushaltswarenladens im US-Bundesstaat Pennsylvania, hatte im Jahr 1879 eine Idee, die den Einzelhandel weltweit revolutionierte. Bis dahin holten die Händler ihre Waren nur auf Wunsch der Kunden aus den Regalschränken. Die Preise erfuhr man erst, wenn man den Kaufmann danach fragte. Als erster Ladenbesitzer präsentierte Woolworth seinen Kunden die Waren offen auf den Tresen, zum Anfassen und Vergleichen, und allesamt ausgezeichnet mit Preisen. Zudem führte er Pauschalpreise von fünf und zehn Cent („Five and Dime“) für die meisten seiner Artikel ein. Deshalb wurden die Woolworth-Geschäfte „Five-and-Dime-Stores“ genannt. Der Erfolg gab Woolworth recht: Die Menschen kamen in Scharen und der Unternehmer eröffnete gemeinsam mit seinem Bruder Charles Sumner Woolworth etliche weitere Billigläden mit Vollsortiment für den täglichen Bedarf.

Nach zwei Jahrzehnten besaßen die Brüder 76 Warenhäuser in zehn US-Bundesstaaten. 1905 gingen sie an die Börse. Darüber hinaus gründeten sie die „F.W. Woolworth & Co“ und entwickelten weitere Neuerungen, die den Weg des Erfolgs ebneten: 1910 öffneten die ersten refreshment rooms in den Warenhausfilialen, in denen die Kunden frühstücken, zu Mittag essen und Kaffee trinken konnten. Das Angebot reichte von Muffins bis zu Pizza. Die Mahlzeiten kosteten maximal 10 Cent, was den Erfolg zusätzlich ankurbelte, so dass Woolworth im Jahr 1911 seine 1000. Filiale eröffnen konnte.

UNTERNEHMENSGESCHICHTE

Der Jahresumsatz lag bei mehr als 52 Millionen Dollar und das Unternehmen hatte überall in den Vereinigten Staaten Standorte.

Woolworth besitzt 1913 in New York das höchste Gebäude der Welt

Woolworth war nun das größte Kaufhausunternehmen der Welt. Die Gründerfamilie galt als die reichste rund um den Globus. Im Jahr 1913 wurde das Woolworth Building in New York fertig gestellt, das dem Unternehmen als Verwaltungszentrale diente. F.W. Woolworth beglich die Baukosten in Höhe von 13,5 Millionen Dollar „wie immer“ in bar – aus seinem Privatvermögen. Das Art-Deco-Hochhaus verlieh der New Yorker Skyline neuen Glanz. Bis 1930 war es mit seinen 241 Metern das höchste Gebäude der Welt und galt als achtes Weltwunder.

Neue architektonische Wunder erlebte F.W. Woolworth nicht mehr in New York: Er starb 1919 im Alter von 66 Jahren. Sein Vermögen und den Großteil des Unternehmens übertrug er seiner Enkelin Barbara Hutton, die damit zu einer der berühmtesten und wohlhabendsten Frauen der US-Gesellschaft wurde. Bereits damals reichte das Kaufhausimperium von den USA und Kanada bis nach Großbritannien.

Schließlich fand das Unternehmen auch seinen Markt in Deutschland: 1926 gründete Woolworth die deutsche Tochtergesellschaft im Berliner Hotel Adlon. Ein Jahr später eröffnete diese in Bremen das erste deutsche Kaufhaus. Die Konsumenten waren begeistert von dem neuen Konzept, Waren ausschließlich für 25 oder 50 Pfennige zu erhalten. Woolworth expandierte und eröffnete in der Weimarer Republik bis zum Kriegsbeginn im Jahr 1939 insgesamt 82 Filialen.

Nach den Kriegswirren knüpft Woolworth an seine Erfolge an

In der Zeit des Nationalsozialismus wurde Woolworth zwangsverwaltet. Die Bevölkerung änderte ihr Kaufverhalten. Die Kriegswirren blockierten die erfolgreiche Aufbauarbeit des Unternehmens und versetzten ihm damit einen herben Rückschlag. Nach Kriegsende versammelten sich alle Geschäftsleiter in der

UNTERNEHMENSGESCHICHTE

Woolworth-Zentrale, die sich damals vorübergehend in Nürnberg befand. Sie diskutierten und planten den Wiederaufbau der Häuser und setzten ihre Ideen Schritt für Schritt um. Schon bald konnte Woolworth an seine erfolgreichen Zeiten anknüpfen. Die Zentrale wurde 1966 nach Frankfurt am Main in die Bürostadt Niederrad verlegt, in der Woolworth einen eigenen Bau in Auftrag gab. Von 1968 bis 2010 diente dieses Gebäude Woolworth als deutscher Firmensitz.

In den 1970er Jahren eröffnete Woolworth zahlreiche neue Filialen und vergrößerte oder modernisierte viele seiner Häuser. Die Depression in den Kriegs- und Nachkriegsjahren war überwunden und der Erfolg des Unternehmens mit dem roten W als Markenzeichen nahm erneut Einzug und hielt an. Der 100. Geburtstag im Jahr 1979 wurde weltweit gefeiert.

Woolworth wird wieder zum beliebten Kaufhaus für jedermann

In den 1980er- und 90er-Jahren war Woolworth wieder als günstiges Kaufhaus für jedermann bekannt. 1998 trennte sich die deutsche Tochtergesellschaft von dem amerikanischen Mutterkonzern, der seine US-Kaufhäuser ein Jahr zuvor ganz geschlossen hatte. Auch in Kanada und Großbritannien hatten die Märkte geschlossen. Die US-Muttergesellschaft hatte ihren Fokus auf den Handel mit Sportartikeln gerichtet und sich erst in *Venator* umbenannt, im Jahr 2001 wurde das Unternehmen zu Foot Locker. Seit 1997 sind Woolworth-Kaufhäuser somit nur noch außerhalb der USA zu finden. Besitzer wurden unabhängige regionale Gesellschaften.

In Deutschland wurde 1998 ein Freikauf bzw. *Management-Buy-Out* vollzogen, was für Woolworth eine Namensänderung erforderte. Gegründet wurde die „DWW Deutsche Woolworth GmbH & Co. OHG“ mit Hauptsitz in Frankfurt am Main.

Die Mehrheit erhielt zunächst die britische Investorengruppe Electra Fleming (heute Cognetas).

Um die Bestellvorgänge und den Service zu verbessern, wurden 2004 die Kassensysteme und die IT-Infrastruktur umgestellt. So setzte Woolworth an allen Kassen Touchscreen-Lösungen auf Linux-Basis ein. 2005 betrieb Woolworth in Deutschland insgesamt 330 Filialen – 202 Kaufhäuser und 128 „Minis“ mit einer

kleineren Verkaufsfläche. Ganz neu waren seit März 2006 die so genannten Concept-Stores, wie sie in Koblenz und Frankfurt am Main eröffnet wurden. Hier hatte Woolworth „Marktplätze“ mit einer besonderen Decken- und Fußbodengestaltung eingerichtet, auf denen Sonderaktionen und Werbeposten ihren Platz fanden. 2008 passten sich die Woolworth-Häuser erneut den Vorstellungen der Kunden an: Das Sortiment wurde drastisch reduziert und die Laufwege wurden verbreitert. Alle Filialen mit Kassenständen erhielten ein automatisches Laufband.

2010: Neugründung nach Asset Deal

2007 übernahm die britische Investment- und Beratungsgesellschaft Argyll Partners das operative Geschäft für Woolworth Deutschland. Gemeinsam mit Cerberus Capital Management hatten sie die Führung des Unternehmens, standen zwei Jahre später jedoch kurz vor der Insolvenz. Im April 2009 musste das Unternehmen einen Insolvenzantrag beim Amtsgericht in Frankfurt am Main einreichen. Dem Insolvenzverwalter und Rechtsanwalt Ottmar Hermann gelang es jedoch, eine Schließung durch einen Asset Deal mit der H. H. Holding zu verhindern. Die Investoren entwickelten ein neues Konzept für ein innovatives und modernes Kaufhausunternehmen: die Woolworth GmbH. Das Kartellamt stimmte dem Deal im Juni 2010 zu und veranlasste, dass 158 Standorte samt Warenbestand und Mietverträgen weitergeführt werden konnten. Der Firmensitz in Frankfurt wurde Ende Juni 2010 aufgelöst und in das westfälische Unna verlegt.

Gesellschafter und Geschäftsführung brachten neuen Schwung in das Unternehmen und legten gleichzeitig Wert darauf, die traditionellen Werte weiterzuführen. Seitdem ist Woolworth wieder auf Erfolgskurs. Das Sortiment verbessert, das Design neugestaltet und viele Standorte modernisiert. Die neuen Firmenlenker legen Wert auf eine helle und freundliche Atmosphäre sowie einen übersichtlichen Ladenbau. Ob Textilien oder Hartwaren, das Aktionskaufhaus bietet ein breites und günstiges Sortiment für den täglichen Bedarf an. Saisonale Themen wie beispielsweise Garten und Weihnachten runden das Sortiment ebenso ab wie Markenaktionen.

Das moderne Unternehmen führt seine traditionellen Leitgedanken fort

So lebt das Kaufhaus mit den roten Buchstaben weiter. Aktuell betreibt Woolworth in Deutschland über 450 Kaufhäuser. Ziel ist die Verdichtung des Standortnetzes auf 800 Kaufhäuser in Deutschland. Die bestehenden Standorte werden sukzessive renoviert und auf ein optimiertes Markenbild umgestellt. Der Leitgedanke des Nahversorgungskaufhauses für Waren des täglichen Bedarfs im unteren und mittleren Preissegment wird beibehalten.

Bis heute nimmt die Tradition des Warenhauses einen hohen Stellenwert ein: Wie der Gründer setzt auch das moderne Kaufhaus aus dem 21. Jahrhundert auf ein ausgewähltes und vielfältiges Sortiment, ohne zu viel anzubieten. Das zeigt sich im zeitgemäßen Sortiment, das übersichtlich und klar an den Standorten präsentiert wird. Konnte sich im 19. Jahrhundert der Kunde auf seinen Kaufmann im kleinen Woolworth-Laden und das Preis-Leistungsverhältnis verlassen, kann er das auch heute noch.