

Seit 1600 pendelte ein Marktschiff mehrmals pro Woche zwischen Neuhanau und der Reichsstadt Frankfurt.

1600



Unter der Regentschaft von Katharina Belgica (1578 – 1648) endeten die langen und blutigen Auseinandersetzungen mit dem Kurfürstentum Mainz wegen des Hanauer Marktschiffes.

1578 – 1648

1886 endet die Zeit des Hanauer Marktschiffes. Die Fertigstellung der Eisenbahnstrecke nach Frankfurt setzte dieser langen Tradition im November 1847 ein Ende.

1847



Kettenschiffe, im Volksmund „Maahkuh“ genannt, lösen die bis dahin übliche Treidelschiffahrt (Leinreiter) ab. Die Kettenschiffe fahren flussaufwärts bis Aschaffenburg. Als Folge daraus wird die Kaianlage am Mainufer verbessert.

1886



1889 Oberbürgermeister Albert Westerborg (links) und Fritz Canthal initiierten bereits 1889 fortschrittliche Überlegungen zum Bau eines Mainhafens zwischen der Steinheimer Brücke und dem Mainknie an der Philippsruher Allee

1889

Die Schwalbe fliegt und fliegt . . .

Vom klassischen Versandhändler zum Multichannel-Unternehmen: Der Schwab Versand bringt modische Farben in den Hafen

Von Reinhold Schlitt

Die Schwalbe mit dem Päckchen im Schnabel wurde zum Symbol und der Firmen-Zeppelin war legendär. Gefühlt hat hier jeder Hanauer schon einmal gearbeitet – ob fest angestellt, als Praktikant oder im Ferienjob. Nicht nur in der Brüder-Grimm-Stadt gehört der Schwab Versand, trotz der einen oder anderen stürmischen Zeit in der Vergangenheit, nach wie vor zu den Großen.

Wenn die Rede auf den Schwab Versand am Hanauer Hafen kommt, dann oft auch mit der Erinnerung daran, dass der Hamburger Otto-Versand das Unternehmen 1976 übernahm und es Teil der heutigen Otto-Group wurde. Bei Schwab war damals die Sorge der Belegschaft um ihre Arbeitsplätze groß. Doch das Blatt hat sich längst gedreht.

Schwab ist ein Unternehmen mit Tradition, hat sich aber zu einem modernen Multichannel-Händler entwickelt. Multichannel – ein Begriff, der für die Firmenpräsentation und die Ansprache von Kunden auf vielen modernen Kommunikationskanälen

steht – weit über das klassische Medium der Schwab-Papierkataloge hinaus. Vom Mutterkonzern werden zudem immer wieder neue Impulse zur Weiterentwicklung gesetzt – bis hinein in die Belegschaft. So gilt hier jene Mitarbeiterkultur, die konzernweit unter „Kulturwandel 4.0“ firmiert und sich das Prinzip „fordern und fördern“ zu eigen macht. Und seine Zukunft suchte Schwab auch mit dem Aufbau einer eigenen Markenidentität, um sich aus der Vielfalt des Versandhandels herauszuheben.

So kam das Unternehmen vor fast zehn Jahren mit seinem eigenen Label sheego auf den Markt,

das größere Konfektionsgrößen in den Fokus nimmt. Mit seiner aktuellen Kampagne „#nobodyis-thesame“ setzt Schwab auf moderne Mode für Frauen ab Konfektionsgröße 44. Kein Körper gleicht dem anderen – die Modemarke, unter der Damenoberbekleidung, Schuhe und Accessoires vertrieben werden, bedient eine Marktlücke und widmet sich einem wenig beachteten Kundenpotenzial: „Stil ist keine Frage der Konfektionsgröße. Wir konstruieren mit sheego kein weltfremdes Schönheitsbild, sondern feiern die Weiblichkeit in all ihren Facetten“, heißt es aktuell aus dem Unternehmen. Mit der im

Mai dieses Jahres stattgefundenen Neugestaltung der Marke wurden erstmalig auch Schwab-Mitarbeiterinnen sowie -Kundinnen gecastet und in die Präsentation der sheego-Mode integriert. Shootings, Modenschauen und Roadshows in Hamburg, München und anderen Orten förderten einen persönlichen Kontakt zu Kundinnen. Die Methoden der Imagewerbung und Käuferbindung haben sich verändert.

Von der Zusammenstellung des sheego-Warensortiments über den Einkauf und die Werbung bis

hin zur Warenlogistik wurde die Marke in Hanau kreiert und von hier aus eigenständig im Markt vorangetrieben. Mit Erfolg, denn es werden wieder Mitarbeiter eingestellt. Die Zahl der Ausbildungsplätze soll im nächsten Jahr sogar verdreifacht werden.

Ausschließlich Auszubildende führen seit Dezember letzten Jahres auch einen Outlet-Shop auf dem weitläufigen Hanauer Schwab-Gelände. Für sie stellt der Shop eine attraktive Station innerhalb ihrer Berufsausbildung dar, hier lernen sie Verantwortung zu

übernehmen. Wie in alten Zeiten reisen auch heute noch Kunden mit Bussen „zum Schwab“ nach Hanau. Anfang des Jahres kamen Besucher aus dem Norden, die von sich aus einen Kleinbus charterten, um sich vor Ort im Outlet-Shop umsehen zu können. Ohne Zweifel lebt – trotz aller Veränderung und Modernisierung – eine lange Tradition dieses 64 Jahre alten Unternehmens weiter. Bis Anfang 2000 fielen mehrmals wöchentlich ganze Reisebusgesellschaften in das Schwab-Einkaufszentrum (SEZ) im Untergeschoss ein. Und das war ganz nach dem Geschmack des „alten Chefs“ Friedrich Schwab. Seine Waren

Zahl der Ausbildungsplätze soll sich verdreifachen

Zahlen und Fakten

Das Unternehmen: Schwab Versand GmbH ist eine hundertprozentige Tochtergesellschaft der Hamburger Otto-Group. Zur Schwab-Gruppe gehören neben der Schwab Versand GmbH die Tochtergesellschaften Witt Weiden und my-Toys.de.

Unternehmenssitz: Hanau
Leitung/Management: Dr. Sven Groos (Vorsitzender), Dr. Torge Doser

Mitarbeiterzahl: Hanau und Langenselbold: zirka 1200

Branche: Universalversandhandel
Ausbildungsmöglichkeiten: Kaufleute für Büromanagement (m/w), Kaufleute für E-Commerce (m/w), Fachinformatiker für Systemintegration (m/w), Fachinformatiker für Anwendungsentwicklung (m/w), Duales Studium/Bachelor of Science Wirtschaftsinformatik (m/w), Duales Studium/Bachelor of Arts BWL/Handel (m/w).

www.schwab.de

www.sheego.de



sheego ist die erfolgreiche Marke von Schwab: Mode ist keine Frage von Konfektionsgrößen, wie die Auslagen in diesem Showroom zeigen. • Fotos: Pfaffenbach



Leiterwagen und Laptop symbolisieren anschaulich den Spannungsbogen von der Gründerzeit zur Multichannel-Welt des Schwab-Versands.



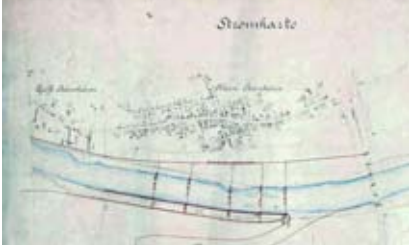
Der Großauheimer Bürgermeister Otto Grün leistete dem Hafenprojekt lange Widerstand.

Der Kriegsbeginn 1914 bringt alle Pläne vorerst zum Erliegen.



1921 Die Arbeiten für den Sicherheitshafen starten. Weil viele Unternehmen Interesse zeigen, werden die Planungen zu einem Handels- und Industriehafen erweitert.

1908



1908 sprechen sich die Verantwortlichen nach langem Hin und Her für den Standort oberhalb der Steinheimer Brücke aus und stellen Geldmittel zur Verfügung.

1913



1913 lagen alle Genehmigungen für den Hafenbau vor, Wilhelm II. erteilte das Recht, die benötigten Grundstücke auf Großauheimer Gemarkung zu enteignen.

1914

1920

1920 entscheiden die Hanauer Gremien, wenigstens einen Sicherheitshafen anzulegen, um die vielen arbeitslosen Notstandsarbeiter zu beschäftigen.

1921

hübsch und bunt auf Papier zu präsentieren, war ihm nie genug. Für ihn galt das Credo: Vor Ort sehen und fühlen können, was in den bunten Katalogen offeriert wird. Der Firmengründer hatte vor allem seine Sammelbesteller im Blick, die er in frühen Schriften des Unternehmens gern als „nebenberufliche Vertreter“ bezeichnete, aber auch als Firmenbotschafter, die es für die Schwab-Versandware zu begeistern galt und die den Kunden draußen im Land eine „persönliche Einkaufshilfe“ sein sollten. Sammelbesteller gibt es auch heute noch, sie spielen nach wie vor in der Schwab-Vertriebspolitik eine Rolle.

Firmengründer wollte seine Waren greifbar machen

Schon in der Anfangszeit war dem Unternehmen der Kontakt zwischen Mitarbeitern und Konsumenten wichtig. Im Gründungsjahr 1954 brachten Schwab-Beschäftigte und der Chef die Waren noch persönlich mit dem Leiterwagen zu ihren Kunden. Anfangs waren das übrigens nur Schuhe. Und die kamen auch nicht aus Hanau, sondern noch aus Klein-Auheim, wo alles anfing. Am eigentlichen Hanauer Firmensitz im Hafen wurde erst 1958 Richtfest gefeiert. Dort aber ließ der Erfolg nicht lange auf sich warten. Das Unternehmen wuchs rasant und entwickelte sich zum Vollsortimenter.

Die Hanauer selbst nahmen regen Anteil an der Vielseitigkeit des Hauses Schwab. Am Kinzigheimer Weg entwickelte sich jenes „Einkaufsziel am Hafen“, des-

sen Name auf den Werbeflächen einiger Hanauer Stadtbusse prangte.

Den Mittelpunkt dieses Schwabschen Einkaufsparadieses bildeten zwar Katalogwaren, aber der umtriebige Firmenchef wollte stets mehr. Er ließ nun auch Lebensmittel anbieten, zunächst in einer großen Automatenstraße, die auch nachts und an Wochenenden zugänglich war. Das war neu in Hanau. So mancher Lebensmittelhändler in der Stadt nahm die scheinbare Automaten-

konkurrenz am Kinzigheimer Weg kritisch unter die Lupe. Gern wird die Geschichte von dem inzwischen verstorbenen Lebensmittelkaufmann Georg Noll am Kanalortplatz erzählt, der seinen Lehrling im Wochenrhythmus zu Schwab schickte, um ihn dort das Automatenangebot samt Verkaufspreisen ausspionieren zu lassen. Doch bald schon wichen diese seelenlosen Kästen einem echten Lebensmittelhändler samt Metzgerei im Untergeschoss des Kaufhauses. Auch gab es einen „Schwab-Reifendienst“, die „Schwab-Umzugshilfe“, den „Schwab-Reisedienst“ und die berühmte „Fundgrube“, in der Warenrückläufer stark verbilligt angeboten wurden. Alles war auf dem Betriebsgelände am Hafen angesiedelt und sorgte dort besonders samstags für ein regelrechtes Verkehrschaos.

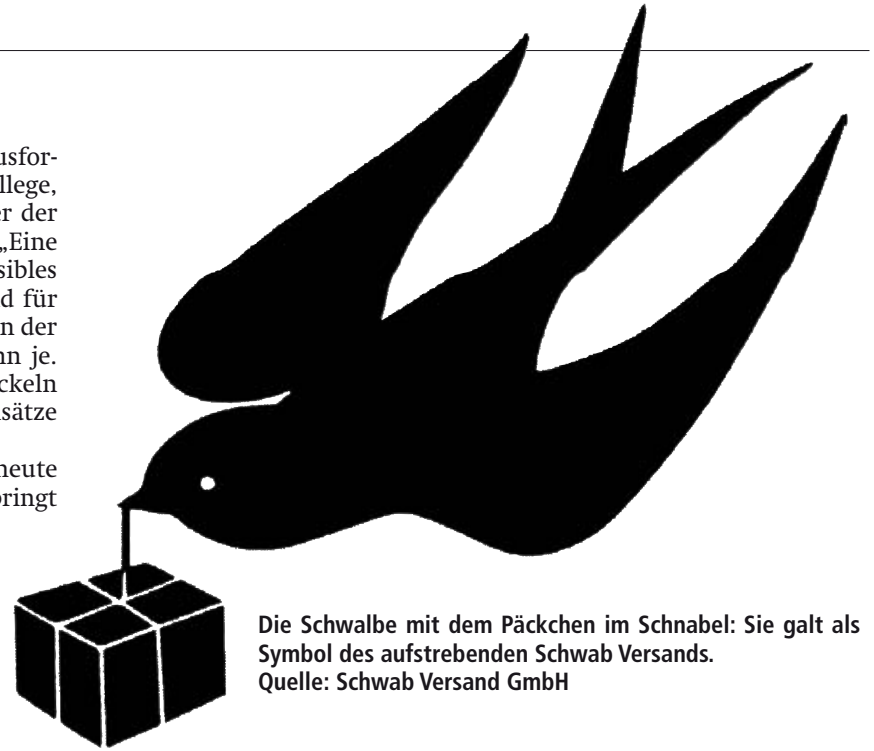
Eigene Schwab-Kaufhäuser gab es schließlich ab 1965 auch in Duisburg, Hamburg und im Berliner Europa-Center – wenn auch

nur für kurze Zeit. Der katalogbasierte Versandhandel blieb hingegen das Kerngeschäft.

Im Zuge der Digitalisierung im Handel- und Dienstleistungssektor galt auch für Schwab, das Unternehmen zukunftsfähig zu machen. Heute erfolgt der Vertrieb über eine Reihe von (Spezial-)Katalogen sowie über den Online-Shop mit der gesamten Produktpalette – von der Unterwäsche über den Computer bis hin zur Waschmaschine. Dank des boomenden Online-Handels müssen in Zukunft weniger Kataloge in Papierform produziert werden. Beim Hamburger Mutterkonzern lief kürzlich der letzte Druck des traditionsreichen Otto-Versandkatalogs an. Dr. Torge Doser, Kaufmännischer Geschäftsführer bei Schwab, sieht in der „kontinuierlichen Anpassung des Geschäftsmodells an die Anforderungen der digitalen Transforma-

tion eine spannende Herausforderung für Schwab“. Sein Kollege, Dr. Sven Groos, Vorsitzender der Geschäftsführung, ergänzt: „Eine offene Haltung und ein sensibles Gespür für neue Trends sind für Unternehmen und Marken in der heutigen Zeit wichtiger denn je. Für unsere Kunden entwickeln wir kontinuierlich neue Ansätze und Ideen.“

Der Schwab Versand mit heute knapp 1200 Mitarbeitern erbringt auch für andere Unternehmen der Otto-Group Service- und Logistikdienstleistungen. Zum Beispiel werden auf dem Hanauer Firmengelände Warenrücksendungen aus der konzernweiten Warenpalette bearbeitet. Dort arbeiten rund 400 der etwa 1000 Hanauer Schwab-Beschäftigten; 200 weitere kommen im Hängewaren- und sheego-Lager



Die Schwalbe mit dem Päckchen im Schnabel: Sie galt als Symbol des aufstrebenden Schwab Versands. Quelle: Schwab Versand GmbH

Langenselbold hinzu. Sie alle sorgen dafür, dass die Schwalbe mit dem Päckchen im Schnabel, einst das imageträchtige Symbol von

Schwab, auch 64 Jahre nach ihrem ersten Aufbruch in die Welt des Versandhandels noch hoch hinaus fliegt.

Der Schwab Versand am Hafen: Diese Ansicht kennen Generationen von Hanauern, Besuchern und Sammelbestellern aus der ganzen Republik.



reisewelt Ihr Partner für hochwertige Leserreisen im **Hanauer Anzeiger**

TEISER & HÜTER GMBH

AB SOFORT ONLINE ZUM BLÄTTERN!

Abwechslungsreiche Busreisen

Traumhafte Flugreisen

Atemberaubende Fernreisen

Faszinierende Kreuzfahrten

Jetzt kostenlos bestellen!

www.reisewelt-neuhof.de/katalogbestellung

WWW.REISEWELT-NEUHOF.DE/KATALOGE

Telefon (0 66 55) 96 09 0

reisewelt Teiser & Hüter GmbH
Fuldaer Straße 2 | 36119 Neuhof

www.reisewelt-neuhof.de