



150 JAHRE

RAMELOW

Wir schaffen Gemeinschaften,
in denen sich jeder besonders fühlt.
Und glücklich ist.

Danke
für 150 Jahre **WIR GEFÜHL.**

Titel der Originalausgabe: WIR GEFÜHL seit 150 Jahren

Gesetzt nach den Regeln der deutschen Rechtschreibung.

Herausgeber: Gustav Ramelow KG

© **Copyright Text:** Marc Ramelow

© **Copyright Bild:** Gustav Ramelow KG, Adobe Stock

Satz, Reinzeichnung: Kathrin Liedtke, Rabea Renner, Nicole Cooper

Druck: Merkur Druck GmbH, Norderstedt

Die Verwendung der Texte und Bilder, auch auszugsweise, ist ohne Zustimmung des Herausgebers urheberrechtswidrig und strafbar. Dieses gilt auch für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und für die Verarbeitung mit elektronischen Systemen.

ISBN 978-3-00-073610-0 | www.ramelow.com

Was Euch erwartet...

Die Inhalte dieser Chronik sind bereits in vier Kundenmagazinen 2022 erschienen. Mit diesem Sammelband möchten wir die Inhalte einer größeren Personengruppe zugänglich machen. Wir lassen auch Zeitzeugen zu Wort kommen – nachzuhören in einer Podcast Serie.

Nach einem Rückblick wagen wir auch einen Ausblick in die Zukunft, denn nur ein erfolgreiches Heute sichert uns das Morgen.

Herzlichst,



Marc Ramelow

- 6** 150 Jahre Ramelow – was macht man denn nun damit?
- 8** 1872 – 1945
- 18** Podcast: Gründungsjahre mit Eckart Redersborg und Nachkriegsjahre mit Dr. Daniel Terberger
- 20** Neues Leben im alten Kaufhaus
- 24** 1948 – 1972
- 30** Werbung in den 50er und 70er Jahren
- 34** Podcast: Wendejahre mit Monika Genz und Annett Noffke
- 36** 1985 – heute
- 44** Podcast: Im Mittelpunkt der Mensch mit Maren und Jens Grothmann
- 46** Heute: 2020 – 2022
- 52** Morgen: der Versuch eines Ausblicks
- 60** Standort Spezial: Elmshorn, Uelzen, Stendal, Heide

150 JAHRE RAMELOW

Was macht man denn nun damit?

Wird ein Jubiläum eigentlich wichtiger, je größer die Zahl wird? Und überhaupt: was nützt die ganze lange Vergangenheit, wenn man heute nicht am Ball bleibt?

Viele Gedanken sind uns durch den Kopf geschossen, als wir begonnen haben, uns auf unser Jubiläumsjahr vorzubereiten. Das war gar nicht so einfach, denn die letzten zwei Jahre waren wir mit Corona Management beschäftigt. Wir haben gelernt, uns auf eine sich immer schneller verändernde Umwelt einzustellen, also wirklich im Hier und Jetzt das Richtige zu tun. Da gab es in den letzten 24 Monaten wenig Zeit, in Ruhe zurückzublicken und den richtigen Umgang mit dem Gestern zu finden.

Aber nun steht unser Jubiläum vor der Haustür, nun geht's los!

Zum Glück haben wir bereits vor 10 Jahren, zu unserem 140sten begonnen, die Geschichte unseres Unternehmens zu sortieren und aufzuschreiben. Interviews mit Zeitzeugen zu führen, die heute, 10 Jahre später, nicht mehr unter uns sind. Das ist Gold wert, denn es ist einfach nicht unsere Kultur, im Vergangenen zu schwelgen, alles schön ordentlich zu dokumentieren und für die kommenden Generationen zu bewahren. Die letzten „runden Jubiläen“, 1972 das Hundertjährige und 1996 das Hundertfünfundzwanzigste standen unter dem Stern „Feiern mit unseren Kunden – im Heute“. Kein Rückblick auf goldene Zeiten, unsere letzte Firmenchronik stammte aus 1922! Damals mit Stolz auf einen Rückblick, was in den ersten 50 Jahren erreicht wurde. Also gut, unsere Firmenchronik aus 2012 hat uns also geholfen, das Ganze besser zu verstehen.

Aber was machst Du nun, 10 Jahre später?

Wieder alle alten Bilder rausholen, in den goldenen Zeiten schwelgen. Irgendwie fühlt sich das nicht richtig an. Aber Moment mal – wenn wir jährlich unseren jüngsten Mitarbeitern, unseren Auszubildenden die Firmengeschichte erzählen, dann leuchten deren Augen. Also ist

das Ganze irgendwie doch nicht so verstaubt, wie wir dachten?

Beim Rückblick auf unsere Geschichte fanden wir viele Parallelen. Der Gründer des Unternehmens, Gustav Ramelow war bei seinem Start gerade mal 17 Jahre alt. Heute würde man sein Unternehmen ein Start Up nennen – auch er hatte eine ganz neue Idee, Handel zu treiben: Mit fertigkonfektionierter Ware, die direkt bar bezahlt wurde. Das hat damals, in den 80er Jahren des 19. Jahrhunderts den Handel mit Textilien deutlich verändert. Sein Startkapital lieh er sich bei seinem Vater und zahlte es schnell zurück. Er war ein kluger Visionär, auch nach dem Umzug nach Berlin und dem starken Wachstum blieb er seiner Idee, Mode in Kleinstädten zu verkaufen, treu. Und hatte es damit in besten Zeiten auf 33 Kaufhäuser gebracht. Sein Unternehmergeist ist uns bis heute eine Inspiration für unsere heutigen Entscheidungen.

In dem damals schnell wachsenden Unternehmen standen Menschen immer im Vordergrund. Jedes Kaufhaus hatte einen starken, sehr unternehmerisch denkenden Geschäftsführer, der genau wusste, dass der Erfolg nur mit einem starken Team zu erreichen war. Und auch nur, wenn man die Wünsche und Erwartungen der Kunden genau im Blick behielt.

Historische Wurzeln, die uns bis heute ein starkes Fundament sind

Zu Beginn des Zweiten Weltkriegs hatten wir Standorte von Bremerhaven im Westen bis weit ins heutige Polen nach Stargard und Neustettin. Aber es blieb immer eine flache Organisation, schnelle Entscheidungen und Weitsichtigkeit bestimmten die Führung. Gestern wie heute. In heutigen Zeiten können wir uns das kaum vorstellen: Wenn man damals ein neues Kaufhaus eröffnen wollte, kaufte man Grund und Boden und der „Familienarchitekt“ Fritz Ebhardt, seit 1919 mit Trude Ramelow, der Tochter von Gustav verheiratet, baute dann ein Kaufhaus. So kam fast jedes Jahr mindestens ein neues Kaufhaus dazu. Bis heute stehen diese Gebäude

WIR GEFÜHL SEIT 150 JAHREN RAMELOW

als Zeitzeugen in vielen Kleinstädten Mecklenburg-Vorpommerns, sie spiegeln die typische Kaufhausarchitektur des frühen 20. Jahrhunderts wider mit imposanter Fassade und großen Lichthöfen im Inneren. Auch, wenn in den meisten Häusern schon lange keine Waren mehr verkauft werden.

Mut, Verantwortung, Wertschätzung und Innovation prägen bis heute als Kernwerte unser Tun. Wie nun bereits seit 150 Jahren. Und gerade in diesen Zeiten, wo wir uns manches Mal zwischen Lockdown und Pandemie gefragt haben, wie es denn weitergehen soll, konnten wir uns erinnern, dass unser Unternehmen doch ganz andere Zeiten überstanden hat. Auch zwei Weltkriege und die Teilung Deutschlands konnten uns nicht aufhalten – das gibt uns bis heute Stärke für einen optimistischen Blick in die Zukunft.

Was Euch erwartet...

In diesem und den folgenden drei Kundenmagazinen werden wir die Vergangenheit beleuchten. In einer kurzen Chronik fassen wir die Highlights aus 150 Jahren zusammen. In einem „Spezial“ beleuchten wir die Geschichte

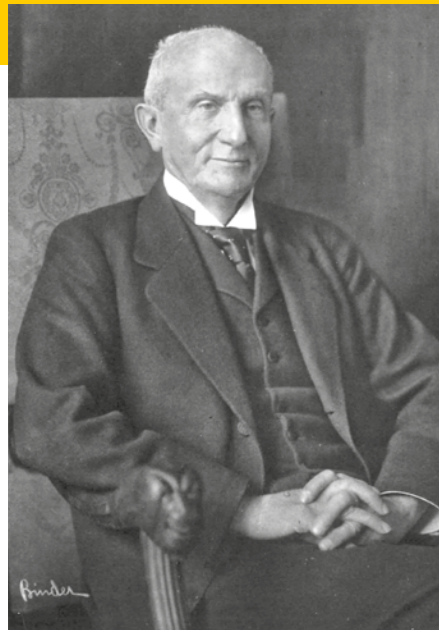
der Standorte, in diesem Magazin starten wir mit Elmsborn. Wir werden Zeitzeugen zu Wort kommen lassen. Und wir greifen mit einem Schmunzeln Themen aus der Zeit heraus, wie etwa die „Weißen Wochen“ zum 60. Jubiläum in 1932 oder der erste Firmen-PKW, der die Pferdekutsche ersetzte.

Also, am Ende schwelgen wir dann doch etwas in unserer langen Vergangenheit. Wir hoffen, dass Ihr uns auf dieser Reise folgt und dabei auch ein wenig Spaß haben werdet. Und wir versprechen Euch: auch in den kommenden Magazinen (Juni, Oktober und Dezember) bleibt es spannend – Schritt für Schritt kommen wir dann im Heute an.

Also los geht's, folgt uns allen einfach auf dieser kleinen Reise!

Wie alles begann...

1872



Gustav Ramelow

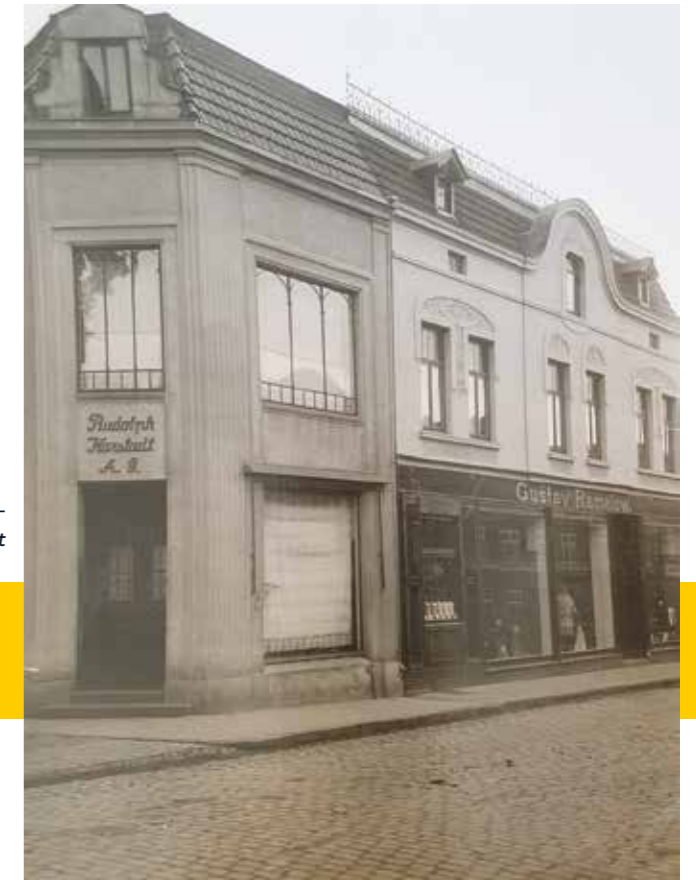
Gustav Ramelow wird am 3. Juli 1854 in der mecklenburgischen Kleinstadt Grevesmühlen geboren. Sein Vater ist Kaufmann, er betreibt ein Manufakturgeschäft, so nennt man das damals. Seine beiden Brüder wandern früh in die USA aus, es ist eine harte Zeit, für viele verspricht die „Neue Welt“ ein besseres Leben. Seine Schwester heiratet später auch einen Kaufmann, Gustav macht erstmal eine Lehre in Schwerin.

Als sein Vater ein kleines Unternehmen in Klütz nahe der Ostsee aus der Liquidation übernimmt, kommt Gustavs Stunde. Er hat neue Ideen und will sie selbst umsetzen. So bittet er seinen Vater um ein wenig Startkapital und das Recht, das neue Geschäft eigenständig zu führen. Am 17. Februar 1872 wird das neue Unternehmen bei der Gerichtsschreiberei im Schloß Bothmer zu Klütz eingetragen, die Geburtsstunde des heutigen Unternehmens. Gustav ist da gerade einmal 17 Jahre alt.



Gründungshaus
1872 in Klütz

Karstadt und Ramelow – Tür an Tür –
auch das gab es zu dieser Zeit



1882

Gustav und Rudolph – die Jugendfreundschaft

In dieser Zeit werden noch oft Stoffe zum Selbstnähen verkauft, die Ware erstmal „angeschrieben“ und dann später bezahlt. Gustav will es anders machen: fertig konfektionierte Bekleidung und diese nur gegen sofortige Barzahlung. Damals eine Innovation, heute ganz normal. Verkauft wird in dem kleinen Haus in zwei Stuben, direkt aus Kisten und Paketen und das von 6.00 Uhr in der Früh bis abends um 22.00 Uhr. Sein Vater verkaufte neben Textilien auch Baumaterial und Holz – bei Gustav gibt es von Anfang an nur Textilien.

Mit dem Geld, das er einnimmt, kann er sofort wieder neue Ware einkaufen. Dafür reist Gustav viel mit der Bahn nach Berlin. 4. Klasse, wir würden das heute „Holzklasse“ nennen. Das spart Geld und wenn er spät abends auf dem Rückweg ist, kann er im Schein seiner Öllampe die neuen Waren kalkulieren.

Begleitet und unterstützt wird Gustav von seinem zwei Jahre jüngeren Freund Rudolph Karstadt, ebenfalls geboren im kleinen Grevesmühlen. Die Freundschaft hält ein Leben lang, Rudolph lernt viel in den gemeinsamen Jahren und eröffnet dann 1881 sein erstes, eigenes Kaufhaus in Wismar. Konkurrenzdenken gibt es bei den beiden Freunden nicht, Rudolph will raus in die Welt und Kaufhäuser in den Großstädten eröffnen, Gustav bleibt in der Region und sieht die Zukunft in den Klein- und Mittelstädten. Die Geschäfte laufen gut, ein erstes, richtiges Kaufhaus mit Namen „Gustav Ramelow“ wird 1882 gegenüber seinem Elternhaus gebaut, das noch heute an dieser Stelle steht.

Zum Stadtjubiläum
von Grevesmühlen (2005):
Familie Ramelow und
Familie Karstadt
in original Kostümen,
mit dabei Wilhelm-
Christoph Ramelow,
Enkel von Gustav





Margarete Ramelow

1887

Berlin – die neue Heimat

Bereits 1887 zieht es Gustav nach Berlin. Zunächst in der Englischen Straße, dann am Kurfürstendamm mietet er eine Privatwohnung mit angeschlossenen Büroräumen. So war Gustav näher am Puls der Zeit. Er konnte auf kurzem Wege mit seinen Lieferanten verhandeln und in der Großstadt entdeckte er immer wieder neue Ideen für seine Kaufhäuser. 1891 lernt Gustav seine Frau Margarete kennen und heiratet sie noch im selben Jahr. Margarete stammt aus Bremerhaven, wo viele Jahre später auch ein Kaufhaus eröffnet werden wird. 1895 lässt

Gustav eine Bürovilla im Grunewald erbauen. So kommt die ganze Zentralverwaltung in die Hauptstadt. Das denkmalgeschützte Gebäude steht noch heute in der Lassenstraße 11-15 und ist weiterhin im Besitz des Unternehmens. Margarete ergänzt mit ihrem frohen Wesen den strebsamen Kaufmann perfekt, keine Eröffnung eines neuen Kaufhauses, wo sie nicht hinter der Kasse steht und mitten im Geschehen ist.

Das Paar hat vier Kinder, die Brüder Kurt, Wilhelm und Hans treten als junge Kaufleute später ins Unternehmen ein. Ihre Schwester Trude heiratet 1919 den Architekten Fritz Ebhardt, der danach als „Familienarchitekt“ viele weitere Kaufhäuser des Unternehmens erbaut. Sie lieben das gesellige Berliner Leben, viele fröhliche Feiern beleben in den 20er Jahren die Bürovilla im Grunewald.



Firmensitz ab 1895 in Berlin Grunewald, Lassenstraße 11-15



Die 2. Familien-
Generation:
Kurt, Wilhelm
und Hans Ramelow

1911

Neue Standorte folgen Schlag auf Schlag: ein Neubau in Klütz folgt 1911 auf die alte Scheune, wo alles begann. Das Kaufhaus steht noch heute und wurde gerade erst von einer jungen Familie erworben, die dort eine Whisky Destillerie eröffnen werden. Für uns ist das ein sehr schönes Gefühl, dass das alte Gebäude neues, zukunftsorientiertes Leben bekommt. 1906 wird bereits in Stendal eröffnet, ein erster Umbau im Jahre 1919 bis dann 1930 das bis heute erhaltene Kaufhaus entsteht. In Uelzen eröffnet das erste Haus 1909, das heutige, denkmalgeschützte Kaufhaus wird im Jahre 1914 erbaut.



Standort Uelzen, erbaut 1914

Die 2. Generation: Kurt, Wilhelm und Hans

1914–1918 tobt der 1. Weltkrieg in Europa. Auch Kurt und Wilhelm kämpfen in der Wehrmacht, kommen in Gefangenschaft und können sich durch Flucht retten. Vielen Geschäftsführern der Ramelow Kaufhäuser ergeht es ähnlich. Keine leichte Zeit für das junge Unternehmen.

1925 stirbt Gustav in Berlin. Zu dieser Zeit gibt es bereits 26 Kaufhäuser in ganz Nord-Ostdeutschland. Alle in kleinen Orten, bis hinein ins heutige Polen.

Neubau Klütz 1911





Kaufhaus
in Elmshorn

1928

1928 zieht es Wilhelm nach Elmshorn. Er sucht neue Standorte, inzwischen weiter von Berlin entfernt. Er kauft zunächst ein Grundstück in der Marktstraße. Beim Abendessen im dortigen Holsteiner Hof spricht ihn ein Makler an und bietet ein besseres Grundstück in der Königstraße 33-35 an. Der erste Kaufvertrag kann rückgängig gemacht werden und Ramelow eröffnet bald darauf sein 30. Kaufhaus. Ein Jahr

später folgt der Standort Bremerhaven und 1930 kann endlich das Eckgrundstück in Stendal erworben werden und Fritz Ehardt erbaut das bis heute erhaltene, denkmalgeschützte Kaufhaus. 2019 wird das Gebäude sogar in die Feierlichkeiten des 100 Jahre Bauhaus Jubiläums aufgenommen. Wir alle lieben die alten, handgemalten Fenster und die knarrende Holzterrasse, die bis heute die drei Etagen verbindet.

Neuanfang im Westen

1933 beginnt eine schwere Zeit. Die Nazis erlassen die Judengesetze, die großen Kaufhausunternehmen, oft in jüdischem Eigentum, werden „arisiert“. Ramelow steht die ersten Jahre noch gut durch, die kleinen Städte sind nicht im Fokus. In Berlin gibt es einen eigenen Produktionsbetrieb, die BHB Berliner Herren Bekleidung. Daneben gibt es drei Einkaufszentren in Chemnitz, Plauen und Berlin. Hohe Inflation herrscht in diesen Jahren, die täglichen Einnahmen werden in der Nacht per Kurier nach Berlin gebracht, wo extra eingestellte Mitarbeiter darauf warten, das Geld zu zählen und früh morgens zur Bank zu bringen. Denn jede Stunde wurde das Geld weniger wert.



Kaufhaus in Stendal
ab 1906



Kaufhaus in Stargard –
während der NS-Zeit musste
auch Ramelow „Flaggen“ zeigen

1939–1945

1939 beginnt der 2. Weltkrieg, das Unternehmen hat zu diesem Zeitpunkt 33 Geschäfte. Wieder werden viele Geschäftsführer eingezogen. Wilhelm hat drei Söhne und eine Tochter, die beiden älteren Söhne Gustav-Ludwig und Jochen fallen im Krieg, der jüngere Wilhelm-Christoph kann 1945 mit gerade 16 Jahren alleine nach Westen flüchten. Viele Kaufhäuser werden in dieser Zeit zerstört, etwa in Stargard und Neustettin im heutigen Polen.

Die drei Brüder erkennen, dass es in Berlin nicht mehr sicher ist. Sie

fliehen mit ihren Familien Richtung Westen. Kurt, seine Frau und seine beiden Töchter Sigrid und Ingeborg gehen nach Uelzen. Hans geht nach Bremerhaven und Wilhelm, seine Frau und Tochter Uta fliehen mit dem Pferdewagen nach Lübeck. Nur die Bürgerschaft des Elmshorner Geschäftsführers ermöglichen ihnen die Durchreise an der Zonengrenze in Lübeck. Ihren Sohn Wilhelm-Christoph verpassen sie bei der Flucht knapp, erst im Herbst 1945, Monate nach Kriegsende schafft er es in die neue Heimat in Schleswig-Holstein. Die Familie bezieht zu-

nächst das Dachgeschoß im Elmshorner Kaufhaus.

Die drei Brüder schaffen es, die drei Kaufhäuser in den Westzonen zum Ende des Krieges zu erhalten. Die anderen 30 Geschäfte im Osten scheinen verloren. Die Wohnhäuser der drei Brüder in Berlin werden alle ausgebombt, wie durch ein Wunder bleibt die Bürovilla im Grunewald verschont.

Eine dunkle Zeit:
Adolf-Hitler-Spenden
waren nicht freiwillig



Wie hat man damals eigentlich verkauft?

Über die Jahrzehnte hat sich der Verkauf sehr verändert. Wer erinnert sich noch an die Tante-Emma-Läden um die Ecke, wo es eigentlich alles gab, was man so brauchte? In den 70er Jahren kamen dann die Supermärkte, einige Zeit später folgten die Verbrauchermärkte. Wir lernten „Selbstbedienung“, die Regale wurden immer größer, ebenso die Gänge zwischen den Regalen, denn die rollenden Einkaufswagen wurden auch immer größer. Die Menschen liebten das große Angebot, aus dem sie auswählen konnten.

Vom Manufakturenhandel zum Textilkauflhaus

Wie schon beschrieben war es bis Mitte des 19. Jahrhunderts üblich, Stoffe und Zutaten, wie Knöpfe, Nähgarn und Saumband im Manufakturhandel zu kaufen. Ein Gemischtwarenladen, wo es auch Baustoffe, Küchenutensilien, Holz und weiteres zu kaufen gab. Es gab keine festen Preise, man verhandelte und „feilschte“ um den besten Preis. Wenn man sich einig geworden war, wurde „angeschrieben“, man bezahlte dann später. Gustav Ramelow war einer der Ersten, die mit fertigkonfektionierter Ware, festem Preis und Barzahlung ein neues Handels-

konzept einführten. Zunächst blieb die Ware in den Kaufhäusern ordentlich in Regalen verstaut. Man legte die Ware den Kunden vor, Verkäuferinnen holten auf Nachfrage die Ware aus den Regalen und präsentierten sie auf Vorlagetischen den Kunden. Umkleidekabinen gab es natürlich auch schon, damit man die Sachen direkt vor Ort ausprobieren konnte.

Weisse Wochen 1932

Eine besonders aufwendige und schöne Verkaufsaktion fanden wir in unserm Archiv. Aus Anlass des 60. Firmenjubiläums im Jahre 1932 wurden die Ramelow Häuser mit „Weisswäsche“ (Unterwäsche) geschmückt. Die Bilder lassen die Pracht erahnen, wie die Häuser strahlten. Die Wäsche sah aus, wie riesiger Blumenschmuck. Geländer, Treppen und Lichthöfe wurden damit geschmückt.

Die weißen Wochen haben sich bis in die 90er Jahre erhalten. Nicht mehr mit so einer Dekoration, aber es war üblich, ein- bis zweimal im Jahr „Wäschewochen“ zu veranstalten, um den Bedarf an Unterwäsche zu decken. So wurden alle sympathisch erinnert, dass neben der bunten Vielfalt an Bekleidung auch das „untendrunter“ nicht vergessen wurde.

„Weisse Woche“ auch an der Hausfassade



Aufwendige Innendekoration zur "Weissen Woche", 1932

25 JAHRE WEISSE WOCHE
BEI GUSTAV RAMELOW
25 JAHRE WEISSE WOCHE
IN MECKLENBURG

Damen-Wäsche.		
Damen-Höschen, 2er Packung, 2.00, 2.50, 3.00, 3.50, 4.00, 4.50, 5.00, 5.50, 6.00, 6.50, 7.00, 7.50, 8.00, 8.50, 9.00, 9.50, 10.00, 10.50, 11.00, 11.50, 12.00, 12.50, 13.00, 13.50, 14.00, 14.50, 15.00, 15.50, 16.00, 16.50, 17.00, 17.50, 18.00, 18.50, 19.00, 19.50, 20.00, 20.50, 21.00, 21.50, 22.00, 22.50, 23.00, 23.50, 24.00, 24.50, 25.00, 25.50, 26.00, 26.50, 27.00, 27.50, 28.00, 28.50, 29.00, 29.50, 30.00, 30.50, 31.00, 31.50, 32.00, 32.50, 33.00, 33.50, 34.00, 34.50, 35.00, 35.50, 36.00, 36.50, 37.00, 37.50, 38.00, 38.50, 39.00, 39.50, 40.00, 40.50, 41.00, 41.50, 42.00, 42.50, 43.00, 43.50, 44.00, 44.50, 45.00, 45.50, 46.00, 46.50, 47.00, 47.50, 48.00, 48.50, 49.00, 49.50, 50.00, 50.50, 51.00, 51.50, 52.00, 52.50, 53.00, 53.50, 54.00, 54.50, 55.00, 55.50, 56.00, 56.50, 57.00, 57.50, 58.00, 58.50, 59.00, 59.50, 60.00, 60.50, 61.00, 61.50, 62.00, 62.50, 63.00, 63.50, 64.00, 64.50, 65.00, 65.50, 66.00, 66.50, 67.00, 67.50, 68.00, 68.50, 69.00, 69.50, 70.00, 70.50, 71.00, 71.50, 72.00, 72.50, 73.00, 73.50, 74.00, 74.50, 75.00, 75.50, 76.00, 76.50, 77.00, 77.50, 78.00, 78.50, 79.00, 79.50, 80.00, 80.50, 81.00, 81.50, 82.00, 82.50, 83.00, 83.50, 84.00, 84.50, 85.00, 85.50, 86.00, 86.50, 87.00, 87.50, 88.00, 88.50, 89.00, 89.50, 90.00, 90.50, 91.00, 91.50, 92.00, 92.50, 93.00, 93.50, 94.00, 94.50, 95.00, 95.50, 96.00, 96.50, 97.00, 97.50, 98.00, 98.50, 99.00, 99.50, 100.00	Damen-Nachtwäsche, 2.50, 3.00, 3.50, 4.00, 4.50, 5.00, 5.50, 6.00, 6.50, 7.00, 7.50, 8.00, 8.50, 9.00, 9.50, 10.00, 10.50, 11.00, 11.50, 12.00, 12.50, 13.00, 13.50, 14.00, 14.50, 15.00, 15.50, 16.00, 16.50, 17.00, 17.50, 18.00, 18.50, 19.00, 19.50, 20.00, 20.50, 21.00, 21.50, 22.00, 22.50, 23.00, 23.50, 24.00, 24.50, 25.00, 25.50, 26.00, 26.50, 27.00, 27.50, 28.00, 28.50, 29.00, 29.50, 30.00, 30.50, 31.00, 31.50, 32.00, 32.50, 33.00, 33.50, 34.00, 34.50, 35.00, 35.50, 36.00, 36.50, 37.00, 37.50, 38.00, 38.50, 39.00, 39.50, 40.00, 40.50, 41.00, 41.50, 42.00, 42.50, 43.00, 43.50, 44.00, 44.50, 45.00, 45.50, 46.00, 46.50, 47.00, 47.50, 48.00, 48.50, 49.00, 49.50, 50.00, 50.50, 51.00, 51.50, 52.00, 52.50, 53.00, 53.50, 54.00, 54.50, 55.00, 55.50, 56.00, 56.50, 57.00, 57.50, 58.00, 58.50, 59.00, 59.50, 60.00, 60.50, 61.00, 61.50, 62.00, 62.50, 63.00, 63.50, 64.00, 64.50, 65.00, 65.50, 66.00, 66.50, 67.00, 67.50, 68.00, 68.50, 69.00, 69.50, 70.00, 70.50, 71.00, 71.50, 72.00, 72.50, 73.00, 73.50, 74.00, 74.50, 75.00, 75.50, 76.00, 76.50, 77.00, 77.50, 78.00, 78.50, 79.00, 79.50, 80.00, 80.50, 81.00, 81.50, 82.00, 82.50, 83.00, 83.50, 84.00, 84.50, 85.00, 85.50, 86.00, 86.50, 87.00, 87.50, 88.00, 88.50, 89.00, 89.50, 90.00, 90.50, 91.00, 91.50, 92.00, 92.50, 93.00, 93.50, 94.00, 94.50, 95.00, 95.50, 96.00, 96.50, 97.00, 97.50, 98.00, 98.50, 99.00, 99.50, 100.00	Damen-Prinzenrock, 1.95, 2.50, 3.00, 3.50, 4.00, 4.50, 5.00, 5.50, 6.00, 6.50, 7.00, 7.50, 8.00, 8.50, 9.00, 9.50, 10.00, 10.50, 11.00, 11.50, 12.00, 12.50, 13.00, 13.50, 14.00, 14.50, 15.00, 15.50, 16.00, 16.50, 17.00, 17.50, 18.00, 18.50, 19.00, 19.50, 20.00, 20.50, 21.00, 21.50, 22.00, 22.50, 23.00, 23.50, 24.00, 24.50, 25.00, 25.50, 26.00, 26.50, 27.00, 27.50, 28.00, 28.50, 29.00, 29.50, 30.00, 30.50, 31.00, 31.50, 32.00, 32.50, 33.00, 33.50, 34.00, 34.50, 35.00, 35.50, 36.00, 36.50, 37.00, 37.50, 38.00, 38.50, 39.00, 39.50, 40.00, 40.50, 41.00, 41.50, 42.00, 42.50, 43.00, 43.50, 44.00, 44.50, 45.00, 45.50, 46.00, 46.50, 47.00, 47.50, 48.00, 48.50, 49.00, 49.50, 50.00, 50.50, 51.00, 51.50, 52.00, 52.50, 53.00, 53.50, 54.00, 54.50, 55.00, 55.50, 56.00, 56.50, 57.00, 57.50, 58.00, 58.50, 59.00, 59.50, 60.00, 60.50, 61.00, 61.50, 62.00, 62.50, 63.00, 63.50, 64.00, 64.50, 65.00, 65.50, 66.00, 66.50, 67.00, 67.50, 68.00, 68.50, 69.00, 69.50, 70.00, 70.50, 71.00, 71.50, 72.00, 72.50, 73.00, 73.50, 74.00, 74.50, 75.00, 75.50, 76.00, 76.50, 77.00, 77.50, 78.00, 78.50, 79.00, 79.50, 80.00, 80.50, 81.00, 81.50, 82.00, 82.50, 83.00, 83.50, 84.00, 84.50, 85.00, 85.50, 86.00, 86.50, 87.00, 87.50, 88.00, 88.50, 89.00, 89.50, 90.00, 90.50, 91.00, 91.50, 92.00, 92.50, 93.00, 93.50, 94.00, 94.50, 95.00, 95.50, 96.00, 96.50, 97.00, 97.50, 98.00, 98.50, 99.00, 99.50, 100.00

Mädchen- und Knaben-Wäsche, sowie Baby-Ausstattungen sehr billig.

Herren-Wäsche		
Herren-Oberhemden, 3.90, 4.00, 4.10, 4.20, 4.30, 4.40, 4.50, 4.60, 4.70, 4.80, 4.90, 5.00, 5.10, 5.20, 5.30, 5.40, 5.50, 5.60, 5.70, 5.80, 5.90, 6.00, 6.10, 6.20, 6.30, 6.40, 6.50, 6.60, 6.70, 6.80, 6.90, 7.00, 7.10, 7.20, 7.30, 7.40, 7.50, 7.60, 7.70, 7.80, 7.90, 8.00, 8.10, 8.20, 8.30, 8.40, 8.50, 8.60, 8.70, 8.80, 8.90, 9.00, 9.10, 9.20, 9.30, 9.40, 9.50, 9.60, 9.70, 9.80, 9.90, 10.00	Herren-Nachthemden, 3.40, 3.50, 3.60, 3.70, 3.80, 3.90, 4.00, 4.10, 4.20, 4.30, 4.40, 4.50, 4.60, 4.70, 4.80, 4.90, 5.00, 5.10, 5.20, 5.30, 5.40, 5.50, 5.60, 5.70, 5.80, 5.90, 6.00, 6.10, 6.20, 6.30, 6.40, 6.50, 6.60, 6.70, 6.80, 6.90, 7.00, 7.10, 7.20, 7.30, 7.40, 7.50, 7.60, 7.70, 7.80, 7.90, 8.00, 8.10, 8.20, 8.30, 8.40, 8.50, 8.60, 8.70, 8.80, 8.90, 9.00, 9.10, 9.20, 9.30, 9.40, 9.50, 9.60, 9.70, 9.80, 9.90, 10.00	Herren-Nachhemden, 0.75, 0.80, 0.85, 0.90, 0.95, 1.00, 1.05, 1.10, 1.15, 1.20, 1.25, 1.30, 1.35, 1.40, 1.45, 1.50, 1.55, 1.60, 1.65, 1.70, 1.75, 1.80, 1.85, 1.90, 1.95, 2.00, 2.05, 2.10, 2.15, 2.20, 2.25, 2.30, 2.35, 2.40, 2.45, 2.50, 2.55, 2.60, 2.65, 2.70, 2.75, 2.80, 2.85, 2.90, 2.95, 3.00, 3.05, 3.10, 3.15, 3.20, 3.25, 3.30, 3.35, 3.40, 3.45, 3.50, 3.55, 3.60, 3.65, 3.70, 3.75, 3.80, 3.85, 3.90, 3.95, 4.00, 4.05, 4.10, 4.15, 4.20, 4.25, 4.30, 4.35, 4.40, 4.45, 4.50, 4.55, 4.60, 4.65, 4.70, 4.75, 4.80, 4.85, 4.90, 4.95, 5.00

Kurzwaren.		
Wäschehandchen, 0.04, 0.05, 0.06, 0.07, 0.08, 0.09, 0.10, 0.11, 0.12, 0.13, 0.14, 0.15, 0.16, 0.17, 0.18, 0.19, 0.20, 0.21, 0.22, 0.23, 0.24, 0.25, 0.26, 0.27, 0.28, 0.29, 0.30, 0.31, 0.32, 0.33, 0.34, 0.35, 0.36, 0.37, 0.38, 0.39, 0.40, 0.41, 0.42, 0.43, 0.44, 0.45, 0.46, 0.47, 0.48, 0.49, 0.50	Kleppspitzen, 0.07, 0.08, 0.09, 0.10, 0.11, 0.12, 0.13, 0.14, 0.15, 0.16, 0.17, 0.18, 0.19, 0.20, 0.21, 0.22, 0.23, 0.24, 0.25, 0.26, 0.27, 0.28, 0.29, 0.30, 0.31, 0.32, 0.33, 0.34, 0.35, 0.36, 0.37, 0.38, 0.39, 0.40, 0.41, 0.42, 0.43, 0.44, 0.45, 0.46, 0.47, 0.48, 0.49, 0.50	Stickerien, 0.05, 0.06, 0.07, 0.08, 0.09, 0.10, 0.11, 0.12, 0.13, 0.14, 0.15, 0.16, 0.17, 0.18, 0.19, 0.20, 0.21, 0.22, 0.23, 0.24, 0.25, 0.26, 0.27, 0.28, 0.29, 0.30, 0.31, 0.32, 0.33, 0.34, 0.35, 0.36, 0.37, 0.38, 0.39, 0.40, 0.41, 0.42, 0.43, 0.44, 0.45, 0.46, 0.47, 0.48, 0.49, 0.50

Ramelow, Parchim.
G. m. b. H. Größtes Haus am Platze.

Bummeln und Shoppen ab den 50er Jahren

Ab den 50er Jahren wurden Modehäuser offener für die Besucher. Die Ware wurde auf Ständern und Tischen offen für alle präsentiert. Interessenten sollten die Ware anfassen und natürlich auch ausprobieren können. So entstand die Idee des Einkaufsbummelns. Das, was wir heute Shopping nennen. Eine Form der Freizeitgestaltung, eine schöne Zeit unter Menschen, in der man sich durch die Vielfalt der Mode treiben lassen kann. Mal findet man was, mal auch nicht. Und wenn es einem gefällt, kann man es auch gleich ausprobieren und sich im Spiegel an-

schauen – passt das Teil wirklich zu mir? Freundliche Menschen, die einem dabei gerne helfen, gibt es auch heute noch. Mit ihrer Erfahrung kann man den eigenen Einkauf abrunden, man vermeidet Fehlkäufe und bekommt wie von einer Freundin eine ehrliche Meinung zu seinem neuen Lieblingsstück. Der Verkauf und die Warenpräsentation wandeln sich im Laufe der Jahrzehnte. Wie vieles andere auch. Und das ist gut so. So kann man heute schmunzelnd auf die Pracht der „Weissen Wochen“ aus 1932 blicken, eine Zeit, die lange vorbei ist.

Wie war man damals eigentlich unterwegs?

1886 meldete Carl Benz sein „Fahrzeug mit Gasmotorenantrieb“ zum Patent an. Das gilt bis heute als Geburtsstunde des Autos.

Der Kutscher Karl Brümmer auf Ramelows Kutsche in den 20er Jahren vor der Firmenzentrale in Berlin Grunewald



Ende des 19. Jahrhunderts war das Pferdegespann das normale Verkehrsmittel. Auch für längere Strecken. Ergänzend wurden nach und nach Bahnstrecken ausgebaut, die das Reisen schneller und auch bequemer machten. So ist überliefert, dass Gustav Ramelow in seinen Anfängen regelmäßig mit der Bahn nach Berlin fuhr, um neue Ware einzukaufen. Spät am Abend fuhr er dann zurück und kalkulierte seine Einkäufe im Schein seiner Öllampe. Er reiste in der 4. Klasse, wir würden es heute wohl „Holzklasse“ nennen, das war günstiger, denn er war ein sehr sparsamer Kaufmann.

Seine Reisen in die Filialen wurden mit der Pferdekutsche gemacht. So war ein Kutscher etwas ganz Normales in dieser Zeit. Auch nach dem Umzug nach Berlin blieb die Pferde-

kutsche das gewohnte Verkehrsmittel. Die Geschichte erzählt, dass Gustav bis in die 20er Jahre täglich am frühen Morgen auf diese Weise zur Berliner Börse gefahren wurde.

Anfang des 20. Jahrhunderts wurde es nach und nach möglich, auch als Privatmann ein Auto zu erwerben. Karl Brümmer war der Kutscher von Gustav Ramelow. Karl wurde nach Stuttgart zu Mercedes Benz geschickt, dort lernte er, wie man den Motor eines Autos selbst überholen konnte und die Ventile einzustellen. Das muss ein großer Schritt für Karl Brümmer gewesen sein. Er war doch eigentlich Kutscher, kannte sich bestens mit Pferden um, sicher auch mit Kutschen, aber nun auf einmal Motoren? Bis in die 30er Jahre kaufte man sein neues Auto bei Mercedes nur als Chassis, also

die technische Plattform mit Motor, Antrieb und Rädern. Die Karosserie wurde dann später von Hand in Berlin gefertigt, nach den Wünschen des Besitzers.



Dieses Bild zeigt den ersten Mercedes der Familie Ramelow. Stolz mit Chauffeur (vermutlich Karl Brümmer) und einem Teil der großen Familie auf einer Ausfahrt im Berliner Grunewald.



Chronik Spezial: Wir lassen Zeitzeugen zu Wort kommen!



Manchmal brauchen wir ein bisschen Nostalgie

Eckart Redersborg, Heimatforscher aus Grevesmühlen erzählt im Gespräch mit Marc Ramelow über die Anfänge des Familienunternehmens in den 1870er Jahren.



1. Kaufhaus in Grevesmühlen, erbaut 1872



2. Kaufhaus in Grevesmühlen, erbaut 1914

Hier geht's zum
PODCAST

mit Eckart Redersborg
und Marc Ramelow



Damals und heute – ein Blick in die Vergangenheit mit Dr. Daniel Terberger

Dr. Daniel Terberger, Vorstandsvorsitzender der KATAG AG, blickt im Gespräch mit Marc Ramelow zurück auf die Erzählungen seiner Vorfahren zur Zusammenarbeit mit Ramelow ab den 50er Jahren.



KATAG Zentrale 1959
in Bielefeld, Bahnhofstraße

Hier geht's zum
PODCAST

mit Dr. Daniel Terberger
und Marc Ramelow





Kaufhaus in Klütz um 1911

Neues Leben im alten Kaufhaus

Ostsee Destillerie in Klütz, Mecklenburg

Anfang Februar 2022 erhielt ich von einem Freund einen Zeitungsausschnitt aus der Ostsee Zeitung. Es ging um das alte Ramelow Kaufhaus in unserem Gründungsort in Klütz, nahe dem Ostseebad Boltenhagen. Eine spannende Geschichte, also nahm ich sofort Kontakt zum neuen Eigentümer auf. Im März fuhren dann meine Frau Andrea und ich nach Klütz auf einen Besuch bei Sina und Christian Oberbeck.



Vor dem Haus in Klütz, dem Ramelow-Gründungsort



Christian stammt aus Schwerin, seine Frau Sina aus Niedersachsen. Sie haben sich beim Studium kennengelernt, sind dann aufgrund ihrer Berufe einige Male umgezogen, bis Christian zurück in seine Heimat wollte. So fanden sie ein schönes Haus in Klütz, genießen nun die Nähe zum Ostseestrand zusammen mit ihrem Sohn und den beiden Hunden.

Christian ist von Beruf Ingenieur und spezialisiert auf regenerative Energien. Einige Zeit hat er in Schottland gelebt, dabei entstand seine Leidenschaft für Whiskey. Als sie nun wieder zurück nach Mecklenburg kamen, wollten sie sein Hobby weiterentwickeln und so kam es zur Idee, eine eigene Whiskey Destillerie aufzubauen. Und so kam das



alte Kaufhaus in Klütz ins Spiel. Das große Haus steht seit vielen Jahren leer und ist auch schon ganz schön mitgenommen. In den 90er Jahren wurde hier noch ein Road Movie von Detlef Buck gedreht („Wir können auch anders“), dann stand es wieder lange Zeit leer. Nun haben die Oberbecks das Kaufhaus gekauft und wollen es umfangreich renovieren.

Gemeinsamer Rundgang durch das alte Haus



Bei einem Besuch des alten Hauses erzählen sie uns von ihren Plänen. Im Haus haben sie alte Werbeanzeigen aus der Ramelow Zeit gefunden, aber auch große Plakate, die an die jungen DDR-Jahre erinnern. Ich finde, eine super tolle Idee, so neues Leben in ein altes Haus zu bringen. Ein Vorbild für viele andere Standorte. Denn aktuell gibt es viele Orte mit leerstehenden Kaufhäusern – bei der Nachnutzung sollte man nicht immer nur ans Verkaufen denken, sondern mal ganz andere Ideen entwickeln. So wie die Oberbecks in Klütz.



Wenn alles klappt, wird ab Herbst 2022 der erste Whiskey gebrannt. Wenn er dann noch drei Jahre im Eichenfass gereift ist, können wir ab Ende 2025 eine erste Kostprobe genießen. Wir haben uns schon angemeldet und die ersten Flaschen bestellt.



Liebe Sina, lieber Christian: wir drücken Euch die Daumen, dass Ihre Pläne umsetzen könnt. Eine tolle Idee, die zudem in dieser touristischen Region sicher eine Menge Besucher anziehen wird. Wir sind sehr gespannt, wie diese Geschichte weitergeht.

Marc Ramelow



Alte Ramelow-Werbeanzeigen sowie Plakate, die an die jungen DDR-Jahre erinnern, wurden im Haus gefunden



Hier geht's zum **PODCAST**

mit Sina & Christian Oberbeck und Marc Ramelow





Kaufhaus in Uelzen ab 1909

Das linke Gebäude steht bis heute, das rechte wurde in den 70er Jahren durch einen Neubau ersetzt



Kaufhaus in Stendal ab 1906



Stendal 1930: der Neubau entsteht, daneben noch das alte Kaufhaus
2018 wurde das Kaufhaus in die 100 Jahre Bauhaus Ausstellung aufgenommen



Fensterpassagen waren ein typisches Merkmal der Kaufhäuser in den 50er Jahren

Ramelow-Häuser im Laufe der Zeit



Innenaufnahmen und Schaufenster mit für diese Zeit typischen Regalen und Vorlagetischen

Kaufhaus in Elmshorn ab 1928





Die drei Ramelow-Brüder in der 2. Familien-Generation:
Kurt, Wilhelm und Hans Ramelow

1948

Wie durch ein Wunder blieb die Bürovilla
in Berlin Grunewald erhalten



Die drei Ramelow Brüder waren gesund mit ihren Familien im Westen angekommen. Kurt ging nach Uelzen, Hans nach Bremerhaven und Wilhelm nach Elmshorn, wo auch die neue Zentrale des Unternehmens entstand. Zum Glück waren die drei Kaufhäuser nicht zerstört worden, es war aber eine Zeit des Mangels. Zunächst wurden Waren getauscht, denn die neue D-Mark gab es noch nicht. So wurden auch die Ramelow Häuser zu Tauschzentralen ihrer Städte.

Die drei Wohnhäuser der Ramelow Brüder in Berlin waren alle durch Bomben im Krieg zerstört worden. Wie durch ein Wunder blieb die Bürovilla der Verwaltung erhalten. Aber die Häuser im Osten, auch in der sowjetischen Besatzungszone schienen verloren. Nach und nach wurden sie bis Ende 1948 enteignet. So zog sich das Ramelow Unternehmen auf die drei Standorte im Westen zurück.

1961

Da auch die Einkaufsorganisationen in Berlin, Chemnitz und Plauen verloren sind, brauchte Ramelow neue Einkaufsquellen. Nach Gesprächen mit Karstadt und anderen Kollegen entscheidet sich Wilhelm Ramelow für die KATAG AG, ein Einkaufsverband für Textilkaufhäuser mit Sitz in Bielefeld. So wird nach und nach der Geschäftsbetrieb wieder aufgebaut.



KATAG Zentrale 1959
in Bielefeld, Bahnhofstraße

Mit Wilhelm-Christoph Ramelow bereitet sich die dritte Familien- generation auf die Übernahme vor. Er macht eine Ausbildung bei der Firma Leffers in Bielefeld, danach sammelt er noch Erfahrungen in Modeunternehmen in den USA und in Frankreich. 1961 verstirbt Wilhelm Ramelow nach kurzer, schwerer Krankheit. Es ist eine schwere Zeit für das Unternehmen, noch immer belasten die Verluste aus der Kriegszeit. Starke Partner helfen dem jungen Unternehmer, sie glauben an die Zukunft von Ramelow und bald geht es auch wieder aufwärts.



Wilhelm-Christoph Ramelow übernimmt
die Unternehmensführung in 3. Generation



Wilhelm Ramelow verstirbt 1961

1962



Die Nachkriegsjahre waren auch die Zeit des Neuaufbruchs. Nachdem Ramelow in der Vergangenheit viele, oft kleinere Kaufhäuser auch in Kleinstädten betrieben hatte, konzentrierte man sich jetzt auf den Ausbau der bestehenden Standorte. Und folgte damit auch dem Wunsch der Kunden nach einer immer größer werdenden Auswahl an Bekleidung.

So wurde das Haus in Elmshorn bereits in den 50er Jahren erweitert und in 1961 folgte bereits der nächste Anbau, der das Haus bis zur Krückau vergrößerte. In diesen Anbau wurde auch das Untergeschoß einbezogen, so dass der Verkauf nun auf drei Etagen erfolgen konnte.

Sturmflut in Elmshorn

Das Haus war noch kein Jahr alt, als im Februar 1962 die schwere Sturmflut alles unter Wasser setzte. Das Untergeschoss war komplett überflutet, im Erdgeschoss stand das Wasser über einen Meter hoch. Zum Glück blieb es beim Sachschaden und es wurden keine Menschen verletzt.

Rückschläge war das Unternehmen ja gewohnt, also einmal schütteln und weiter geht's. Es ist eine zentrale Stärke unseres Unternehmens, dass wir immer die Chancen statt Probleme sehen. Es gibt immer eine Lösung, wie man sich erfolgreich weiterentwickeln kann. Dieser Grundoptimismus prägt die Ramelow Kultur bis heute und treibt das Unternehmen nun seit 150 Jahren an.



1962: Wilhelm-Christoph Ramelow zeigt, wie hoch das Wasser in der Königstraße stand



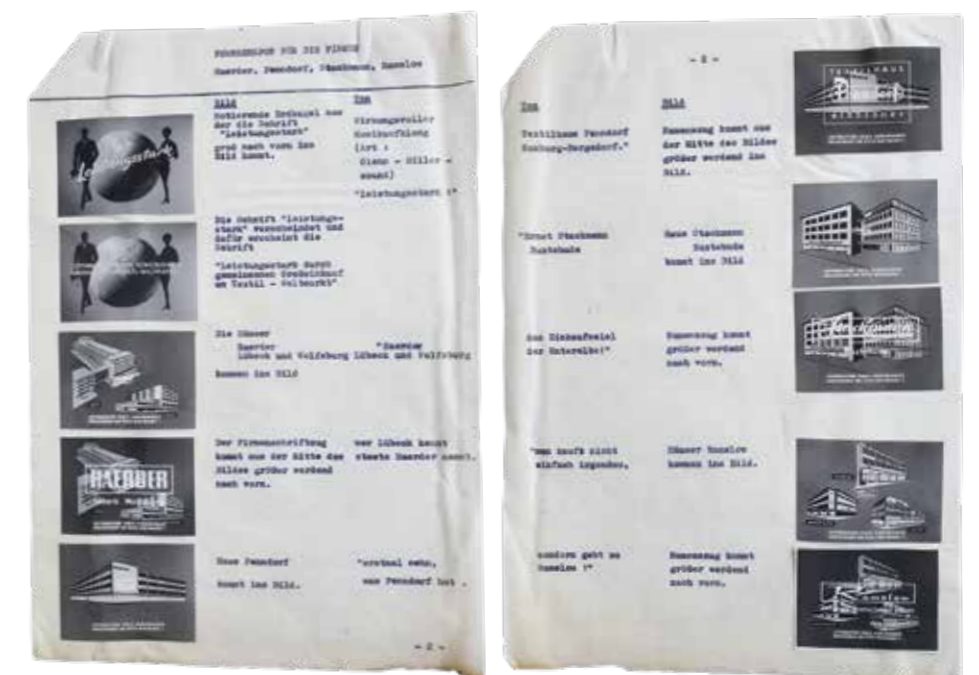
Ramelow im Fernsehspot

1965

Erster TV-Spot

Mitte der 60er Jahre hatte das Fernsehen die Wohnzimmer erobert. So schlossen sich vier norddeutsche Modehäuser zusammen, um zum allerersten Male eine TV Werbung zu machen. Neben Ramelow waren dies Stackmann aus

Buxtehude, Penndorf aus Hamburg und Haerder aus Lübeck. Gemeinsam konnte man sich diesen teuren Spaß leisten und wir waren stolz wie Bolle, dass unser Name im abendlichen Fernsehen zu sehen war.



Fotoabzüge aus dem geplanten Fernsehspot



Im Elmshorner Haus wurde 1968 die erste Rolltreppe im Kreis Pinneberg eingebaut

1968

Die erste Rolltreppe im Kreis Pinneberg

Die erste Rolltreppe im Kreis Pinneberg gab es in Elmshorn! Sie kam am 27. September 1968 in einer spektakulären Nachtaktion in der Königstraße an.

Tresor-Knacker bei Ramelow

1969 gab es eine böse Überraschung in Elmshorn: Tresor-Knacker hatten den Geldtresor geknackt und das Bargeld der letzten Tageseinnahmen geklaut. Das Einbruchswerkzeug ließen sie zurück, das Geld nahmen sie mit. Zum Glück waren wir gut versichert, der Schade wurde ersetzt. Es blieb zum Glück der letzte Einbruch. Unsere Bargeld-Tresore sichern bis heute das Wechselgeld für unsere Kassen.



1969

1972

Das größte Bauprojekt der Nachkriegszeit begann in Uelzen



Mit Beginn der 70er Jahre wurde der Standort in Uelzen weiterentwickelt. Das bis dahin größte Bauprojekt der Nachkriegszeit begann. Neben dem denkmalgeschützten Altbau in der Bahnhofstraße 18 betrieb das Kaufhaus auch die kleineren Nachbargebäude. Diese wurden nun abgerissen und auf dem Grundstück Bahnhofstraße 20-22 entsteht ein großzügiger Kaufhausneubau. Im Stil dieser Jahre entsteht ein rund 4.000 qm Kaufhaus, das auf seinem Dach sogar ein Parkdeck für Autos erhält. Ganz im Stil der Kaufhäuser in Großstädten kann der Kunde



Der großzügige Neubau in Uelzen im Beton-Stil der 70er Jahre

nun direkt per Fahrstuhl vom Auto ins Haus gelangen. Im Erdgeschoss wird eine Teilfläche an einen Edeka Supermarkt vermietet, auch das war ein Novum in dieser Zeit. Und natür-

lich darf auch eine neue Rolltreppen-anlage nicht fehlen.

Das alte Haus wird erstmal geschlossen. Der Architekt möchte hier eigentlich zusätzliche Parkplätze errichten, aber aus heutiger Sicht wird dies zum Glück nicht genehmigt. Der Altbau wird unter Denkmalschutz gestellt und später in den 80er Jahren werden beide Häuser zusammengeführt.



Die Eröffnung des Uelzener Hauses findet genau zum 100 jährigen Jubiläum im Jahr 1972 statt. Ramelow steht wieder fest auf seinen Beinen, drei erfolgreiche Häuser sind der Kern des Unternehmens und man feiert mit großen Sonderverkäufen diesen Erfolg mit den Kunden.

Jetzt frühlingsschön verwandeln!

Ramelow
ELSHORN

7. In der hellen Jahreszeit werden auch die Augen der Herren und Damen wieder in der Natur zu Hause. In diesen Tagen sind die Herren und Damen wieder in der Natur zu Hause. In diesen Tagen sind die Herren und Damen wieder in der Natur zu Hause.

Ramelow
ELSHORN

Meine Damen,

Ramelow
ELSHORN

RAMELOW WERBUNG

der 50er
Jahre

Ein Modebummel

Kommen Sie doch mit!

Gustav Hamelow
ELSHORN

Gustav Hamelow
ELSHORN

Gustav Hamelow
ELSHORN



WINTER-SCHLUSS-VERKAUF

Nicht möglich diese Preise!

Montag beginnt's vom 31.1. — 12.2.1955

WINTER-SCHLUSS-VERKAUF vom 31.1. — 12.2.1955

RAMELOW

Aufwiederseh'n inw

... mit kleinem Beutel große Sprünge machen:

SOMMER SCHLUSS VERKAUF

vom 26. Juli bis 7. August 1954

Gustav Hamelow
SEIT 1822



Werbeflyer, Kollektion 1972/73

RAMELOW

WERBUNG

der 70er Jahre

1872 Auf ins 101ste! 1972

100 Jahre Ramelow
100 Stunden lang Preise wie vor 100 Jahren.

Strickwolle	0,50	Kleinkinderkleider	9,75
Damen-Feinstrumpfhosen	1,00	Herrn-Hemden	10,00
Damen-Tücher	3,75	Herrn-Strickhemden	19,75
Knaben-Schlitzstriege	7,90	Damen-Kittel	14,75
Kleinkinder-Pullover	7,90	Herrn-Westlover	19,75
Polster-Händelcher	0,48		

Heute ab 15.15 Uhr: Großes Platzkonzert vor unserem Hause

12 goldene Einkaufstage bei Ramelow

Damen-Kleider 69,00
Damen-Mäntel 98,00

Da mal ein einfach mal grün.

Mit den kleinen Jubiläum-Preisen

Mädchen-Hosen 15,00
Knaben-Mäntel 79,00
Damen-Kleider 59,00

Jubiläum-Substrat 2,00
1 Stück Oberrock mit Kante und 1 Tasse 1,50

Mod. Umschlagbox 55,00

RAMELOW

14. September 50 Jahre Ramelow in Elmshorn

immer in Mode

Wie die Mode von anno dertemmal aussah - das sehen Sie jetzt in unserer Schaufenster-Ebene. Mit den Modestücken und Stoffen werden Sie begeistert wieder zum Mann!

Die Polizei mußte eingreifen

Das war die Pressemeldung vor 50 Jahren!

RAMELOW
WO DIE MODE ZU HAUSE IST.

Anzeige zum 50jährigen Jubiläum, Standort Elmshorn, 1978



Chronik Spezial: Wir lassen Zeitzeugen zu Wort kommen!

Persönliches Erleben der Wendezeit privat und bei Ramelow

Den dritten Podcast unserer Chronik-Serie haben wir Anfang August mit Monika Genz und Annett Noffke im Garten von Annett bei bestem Wetter, Kaffee und Butterkuchen aufgenommen.

Monika und Annett sind beide Zeitzeugen der Wendezeit. Beide haben viele Jahre in unserem Kaufhaus in Stendal gearbeitet und den Erfolg des Hauses jede auf ihre Weise maßgeblich mitgestaltet.

Monika war schon in jungen Jahren unter der DDR-Führung eine erfolgreiche Handelsmanagerin. Nach Stationen in Berlin kam sie zurück in ihre Heimatstadt Stendal und übernahm 1985 das große Kaufhaus am Winkelmannplatz

mit damals weit über 200 Mitarbeiter*innen. Sie hat in dieser Rolle auch die Wende und den Wechsel zurück zu Ramelow miterlebt und maßgeblich die Entwicklung des Hauses geprägt.

Seit 1991 arbeitet Annett bei Ramelow in Stendal. Ihr erster Tag war die Wiedereröffnung des Ramelow Hauses nach umfangreicher Renovierung. Sie ging geradlinig ihren Weg, von der Verkaufsberaterin zur Teamleiterin, dann zur stellvertretenden Storeleitung. So wurde klar, dass sie die ideale Besetzung zur Nachfolge war, als Monika in ihren verdienten Ruhestand ging.



Monika Genz und Annett Noffke 2016 beim Interview zum Thema Zeitreise durch die Modewelt

Seit nunmehr 7 Jahren führt Annett das Haus Stendal in eine erfolgreiche Zukunft. Auch den Umbau in 2020 parallel zum ersten Corona Lockdown hat sie erfolgreich gemanagt und ihr Team durch manche herausfordernde Zeit geführt. Annett versteht es, ihr Haus ins Rampenlicht zu bringen: 2019 als Teil der 100 Jahre Bauhausausstellung, 2021 als „Store of the Year“ des Deutschen Handelsverbandes und aktuell im Finale des Deutschen Mittelstandspreises für die erfolgreiche Weiterentwicklung eines Modehandelskonzeptes.



Annett Noffke und Monika Genz bei der Podcast-Aufnahme

Hier geht's zum
PODCAST

mit Monika Genz
und Annett Noffke



1985



Der Standort Elmshorn
in den 80er Jahren

Die Pop-Kultur bestimmte die 80er Jahre. Bunte Mode beflügelte die Menschen, sich vielfältiger zu kleiden. Die Kleiderschränke füllten sich, die Modehändler strahlten.

Mitte der 80er Jahre begann ein neuer Umbau in Elmshorn. Hierzu wurde der Nachbarladen in der Königstraße 31 angemietet. Zuerst als „Ramelow & Preis“, dann wurde die Kundenpassage, die seit den 50er Jahren durch das Kaufhaus führte und mit vielen Schaufenstern die Bummelkunden anzog, an die andere Hausseite Richtung Alter Markt verlegt. Bis heute ist dieser Weg erhalten und wird vom Volksmund „Ramelows Gang“ genannt.

Durch die Verlegung der Passage konnte das Nachbarhaus an das bestehende Modehaus angebunden werden. Das Erdgeschoss wuchs um rund 400 m² Verkaufsfläche. Zunächst gab es bei diesem Annex keinen eigenen Eingang, dieser folgte erst rund 10 Jahre später, um auf dieser Fläche das Segment „Junge Mode“ auszubauen.

Die Cafeteria, die in den 70er Jahren im Obergeschoss eingebaut worden war, wurde wieder geschlossen. Das Konzept, so erfolgreich es in Uelzen war, kam hier nicht so gut an. So wuchs die Damenabteilung und baute ihr Angebot aus. Auch die Rolltreppe, die in den 70er Jahren als eine der ersten Exemplare in Norddeutschland eingebaut wurde, wurde durch eine Treppe in Y-Form ersetzt. Denn es ist ja sehr wichtig, dass Besucher bequem und einfach auch in die anderen Etagen kommen.

Eine neue Zeit, also auch wieder ein neues Firmenlogo. Nach Beige und Braun kam poppig Orange und nun also Grau und Rot. Lange wurde über das Rot diskutiert, man wollte ja nicht immer nur mit „Rotpreisen“

werben, die Diskussion hielt sich dann bis Mitte der 90er Jahre – dann wurde das Logo in Schwarz und Weiß neutraler.

Der Umbau tat dem Standort Elmshorn gut, die größere und moderne Fläche wurde sehr gut angenommen. Mit Uelzen zusammen hatte man nun zwei top aktuelle Kaufhäuser am Start. Am Standort Bremerhaven wurde es allerdings am alten Standort Hafenstraße immer schwieriger. So begann man, in das neu erbaute Columbus Center am Hafen zu erweitern. Hier wurden

Alter Standort in Bremerhaven
(hier 1972 zum 100-jährigen Jubiläum)



zunächst zwei kleinere Läden eröffnet, später folgte noch ein größeres Damengeschäft. Das Ziel war, mit den neuen Satelliten die Kundenfrequenz an mehreren Punkten der langgestreckten Stadt zu nutzen.

Durch das Ende des 2. Weltkrieges gingen Ramelow über 30 Standorte verloren. Die meisten davon waren auf dem Staatsgebiet der DDR, einige liegen im heutigen Polen. Übriggeblieben waren 1945 nur die drei „westdeutschen“ Standorte Elmshorn, Uelzen und Bremerhaven. Da ist es eindeutig, dass dies ein sehr einschneidender Moment in der Chronik unseres Unternehmens ist und bleibt.

1989

Grenzöffnung

Umso mehr wuchs die Spannung, als im November 1989 die Nachrichten über die zaghafte Öffnung von Grenzen berichteten. In der Nacht des 8. Novembers war es dann soweit, die innerdeutsche Grenze fiel, zuerst wurden in Berlin die Übergänge geöffnet, direkt danach folgten auch die anderen Grenzöffnungen zwischen West und Ost.

Diese, das ganze Jahrhundert prägenden Tage, waren auch für Ramelow ein Wendepunkt. Am Folgetag, dem 9.11. war Wilhelm Christoph Ramelow gleich frühmorgens an der Grenze. Es hielt ihn nicht mehr zu Hause – er wollte unbedingt die alten Standorte des Unternehmens besuchen. So war er einer der ersten „Wessis“, die über die Grenze kamen – viele, viele weitere Besuche sollten folgen. Bei sich hatte er eine Liste aller alten Ramelow-Standorte. Auf der Suche nach dem Wohnort seiner Ahnen in Grevesmühlen kam es zur Begegnung mit dem Heimatforscher Eckhart von Redersborg. Sie trafen sich vis-à-vis vom Geburtshaus von Gustav Rame-

low und daraus entstand eine lebenslange Freundschaft.

Die Kontaktaufnahme an den diversen Standorten war leichter als erwartet, er musste nur nach dem Kaufhaus Ramelow fragen, und fast jeder kannte diesen alten Namen noch. Fast alle ehemaligen Ramelow-Geschäfte wurden als Konsumgenossenschaft weitergeführt, sodass er an manchen Orten hörte: „Na klar, zum Konsum Ramelow geht's da lang“.

Da der DDR-Kaffee ein Graus war, wurde „echter“ Kaffee zum idealen Gastgeschenk – noch besser zusammen mit einer Filterkaffeemaschine. Diese türmten sich bald im Kofferraum von Wilhelm-Christoph und so manches Geschenk beim nächsten Besuch sollte die Türen ein klein wenig weiter öffnen.

Was trieb den Ramelow Chef an? Es war die Tradition und die Verbundenheit mit der Geschichte des Unternehmens – wenn es möglich sein sollte, wollte er so viele Ramelow Standorte wie machbar wieder übernehmen.

Das Stendaler Haus wurde zu DDR-Zeiten von der HO, der Handelsorganisation der DDR, geleitet



Monika Genz, die das Haus bereits zu DDR-Zeiten leitete



1991

Das erwies sich aber als deutlich schwerer als erwartet, wie die kommenden Jahre zeigen sollten.

Auf seiner Reise immer weiter Richtung Osten kam er auch nach Stendal in Sachsen-Anhalt. Schon immer war dies ein besonderer Ramelow-Standort gewesen. Eröffnet 1906 und 1930 erweitert, war es damals das größte Haus des Unternehmens. Bei seinem ersten Besuch vor Ort lernte er gleich die beeindruckende Kaufhausleiterin Monika Genz kennen. Dieser Tag war auch der Beginn für eine langanhaltende und sehr vertrauensvolle Zusammenarbeit. Etwas war besonders in Stendal: das Haus wurde nicht von einer Konsumgenossenschaft geführt sondern von der HO, der Handelsorganisation der DDR. Die HO betrieb vor allem die großen Kaufhäuser in den Großstädten, das Haus in Stendal war eines der kleinsten der Gruppe.

Nach mehreren Besuchen und des sich Kennenlernens auch mit den regionalen HO-Chefs wurde man sich einig: Ramelow durfte eine kleine Fläche im Erdgeschoss anmieten und als Boutique betreiben. Die gleiche Idee konnte Ramelow auch an den Stand-

orten in Grevesmühlen und Grabow umsetzen. In Elmshorn wurde daher umgehend ein „Team Ost“ zusammengestellt, das sich um alle Fragen rund um diese Expansion kümmerte.

Neben dem Betrieb dieser drei Boutiquen wurden die Gespräche mit den Eigentümern der Kaufhäuser intensiviert. Aber wem gehörten denn nun wirklich diese Gebäude, die ja alle „Staatsbesitz“ waren? So manche Tage und Nächte verbrachte Wilhelm-Christoph in unendlich langen Sitzungen, nicht immer wurde ihm dabei die Wahrheit gesagt.

Es war Goldgräberstimmung. Der Osten war in manchen Dingen ein fast rechtsfreier Raum, zumindest dachten das einige Akteure in dieser Zeit. Die Gespräche gingen bis zur Treuhandanstalt in Berlin, mit und ohne Rechtsbeistand verbrachte Wilhelm-Christoph so manche Tage in der alten Hauptstadt – wie passend, dass es ja noch die alte Firmenvilla im Grunewald gab – im dortigen Kutscherhaus hatte sich die Familie eine kleine Wohnung erhalten, die Villa davor war ja seit langem vermietet.

Es konkretisierte sich, dass man das Haus in Stendal „kaufen könne“ – im Nachhinein war das auch einleuchtend, denn man hatte beschlossen, die HO Handelsorganisation komplett aufzulösen – die großen Häuser wurden an Karstadt, Kaufhof und Co verkauft, die hatten aber kein Interesse an einer kleinen Stadt wie Stendal. Und so drehte die Geschichte des Unternehmens wieder eine Schleife: hatten sich doch bereits in den 1880er Jahren die beiden Schulfreunde Gustav Ramelow und Rudolf Karstadt geschworen, sich nicht gegenseitig Konkurrenz zu machen, so wurde nun der Weg für Ramelow in Stendal frei, da unter anderem auch Karstadt nicht in diese Stadt wollte.

Für Wilhelm-Christoph war klar – er wollte Stendal zurück aber in jedem Fall mit dessen Kaufhausleiterin Monika Genz. Beide hatten sich in vielen Gesprächen kennen und schätzen gelernt. Ende 1990 kurz nach der Wiedervereinigung der beiden Länder war es dann soweit und ein Kaufvertrag wurde ausgehandelt. Der Standort kam damit als einziges Haus der alten Ramelow-Gruppe zurück ins Unternehmen.

Warum klappte das nicht an anderen Standorten? Hauptsächlich, weil die dortigen Konsumgenossenschaften darum kämpften, selbst erhalten zu bleiben. Dafür wollte man kein Kaufhaus verkaufen. An dem einen oder anderen Standort wurde auch ein doppeltes Spiel gespielt – da zog Ramelow den Kürzeren, weil man als ehrbarer Kaufmann auch nicht Teil von diesen Spielen werden wollte.

So wurden die Boutiquen in Grabow und Grevesmühlen wieder geschlossen und Ramelow konzentrierte sich auf die Renovierung in Stendal. Das Haus war in einem erbärmlichen Zustand. In den über 40 Jahren DDR-Management hatte man kaum ins Gebäude investiert, die Fenster waren undicht, die Fassade bröckelte und im Innenraum war das alte Parkett im Haus durch Feuchtigkeit und mangelnde Pflege verschlissen.

Nach dem Rückkauf des Stendaler Hauses wurde ein umfangreicher Umbau gestartet



Die große Wiedereröffnung

So wurde ein umfangreicher Umbau geplant und gestartet. Die Stendaler*innen freuten sich, das frisch eingerichtete Denkmalschutzamt auch. So kam es zu langen Verhandlungen, wie das alte Kaufhaus denn wieder instandgesetzt werden könne, oft blieb der Eindruck, die Verwaltung dachte, der Wessi könne es ja ruhig bezahlen.

Nach knapp einem Jahr, im Herbst 1991 wurde dann eine große Wieder-

eröffnung gefeiert. Neben Wilhelm-Christoph Ramelow stand wie erhofft Monika Genz, die das Haus auch danach noch viele Jahre weiter als Chefin vor Ort erfolgreich führte. Zur Eröffnung kam sogar der damalige Ministerpräsident von Sachsen-Anhalt, Werner Münch, denn so eine Neueröffnung nur kurz nach der Wende war schon eine große Sache für die Altmark-Region.

Im Herbst 1991 wurde die große Wiedereröffnung gefeiert



Wilhelm-Christoph Ramelow
mit Marc Ramelow, der 1996
in 4. Familiengeneration
ins Unternehmen einstieg



1996

4. Familien- generation

1996 tritt Marc Ramelow in 4. Familiengeneration ins Unternehmen ein. Das Sortiment wird jünger und modischer, die Organisation wird schlanker. Zentrale Prozesse wie Einkauf und Buchhaltung werden zusammengeführt, die Führung der Häuser bleibt entscheidend vor Ort und nahe am Kunden.

In Elmshorn wurde ein Schwerpunkt auf den Ausbau der „Jungen Mode“ gelegt, dafür erhielt die angemietete Fläche im Erdgeschoss einen eigenen Eingang. Es wurde ein großer Erfolg. Diesen neuen Modegrad hatten die Kunden kaum erwartet und freuten sich nun umso mehr. Einige Lieferanten waren zunächst skeptisch, ob das Traditionshaus die richtige Adresse für ihre Marke sei, aber der Erfolg gab Ramelow Recht. So konnte das Markenangebot Schritt für Schritt ausgebaut werden.

Bremerhaven war das Sorgenkind des Unternehmens. Das Kaufhaus in der Hafendstraße war bereits geräumt

und an einen Hartwaren Discounter vermietet worden. Das direkte Umfeld mit wachsendem Rotlichtviertel und abnehmender Handelslandschaft passte schon lange nicht mehr zum Qualitätsangebot von Ramelow. Nun wurden auch die verbliebenen Geschäfte im Columbus Center abgegeben. Zum Glück ging das recht reibungslos, denn der langjährige Geschäftsführer vor Ort machte sich mit zwei Standorten selbstständig und übernahm auch einen Großteil der Belegschaft. Damit endete die Ära Ramelow an diesem Standort.

In Stendal lief es zu dieser Zeit schon besser, wenn auch auf kleinem Umsatzvolumen. Gardinen und Heimtextilien werden aufgegeben. Auf diesen Flächen startet Ramelow mit „BASAR“, einem Concept Store in Kooperation mit Strauss Innovation, einem erfolgreichen Händler aus Düsseldorf. Die Kunden finden Spaß an Teakmöbeln und Gadget Artikeln, jedoch bleibt die oft sehr günstige und einfache Mode hängen – sie passt nicht zum Qualitätsanspruch von Ramelow und seinen Stammkunden. Ende der 90er Jahre entschloss man sich dann, das 2. Obergeschoss zu schließen und das

Modehaus auf verkleinerter Fläche weiterzubetreiben.

Neue IT-Systeme wurden installiert, neue Systeme für Warenwirtschaft, Buchhaltung und Personal waren die Grundlage für weiteres Wachstum, das in den kommenden Jahren folgen sollte.

Ende der 90er Jahre begannen die Planungen für einen Umbau in Elmshorn. Bauen war ja schon seit langem

In den 90er Jahren gab es noch
Heimtextilien-Abteilungen



Das Traditionsunternehmen
Böttcher in Heide
in den 70er-Jahren

2000

Übernahme Böttcher

eine Passion im Unternehmen, immer wollte man seine Häuser möglichst aktuell und frisch halten. Zudem gab es auch in Elmshorn Optimierungschancen. Auch hier wurde die Heimtextilien Abteilung aufgegeben, auf deren Fläche dann die Wäscheabteilung entsprechend vergrößert wurde. Eine neue Kundentreppe entstand und die Damenmode zog ins Erdgeschoss. In diesem Zuge wurde auch das kleine Sportsegment aufgegeben, zu wenig Auswahl, einfach zu klein.

Parallel zum Projekt in Elmshorn liefen die Verhandlungen, ein weiteres Traditionsunternehmen zu übernehmen. Am Standort Heide in Dithmarschen gab es direkt am Marktplatz ein großes Textilkaufhaus der Familie Böttcher. Gegründet im Jahre 1851 war es nochmal ein gutes Stück älter als Ramelow und hatte sich in seiner langen Geschichte zu einem echten Magnet in der kleinen Stadt entwickelt. Im Umsatz war Böttcher zu dieser Zeit fast so groß wie alle Ramelow Standorte zusammen. Die

Übernahme im Jahr 2000 war ein echter Schritt nach vorne. Nicht nur der Umsatz war beachtlich, auch die Anzahl der Mitarbeiter*innen verdoppelte sich auf einen Schlag. Nun galt es, die Kulturen beider Unternehmen zusammenzuführen und das Beste aus beiden Welten für das Gesamtunternehmen zu bewahren.

Vor allem hatte Ramelow großen Respekt vor dem Markennamen „Böttcher“. Der Name war im Norden allseits bekannt und daher blieb er auch lange Zeit erhalten. Über viele Jahre lebten dann Ramelow und Böttcher als lokale Marken weiter. Auch mit dem aufkommenden Internet blieb man den beiden Marken treu. Erst im Zuge eines großen Umbaus in Heide 2015 wurde das Haus auf „Ramelow“ umbenannt. Ausschlaggebend waren viele Meinungen der lokalen Kunden, die uns sagten: „Nun wird es endlich Zeit, dass hier mal Ramelow drinsteht. Hier ist überall Ramelow drin, dann sollte es auch am Haus stehen“. Im Nachhinein waren wir zu zögerlich, wir trauten unserer Marke wohl nicht genug zu – Danke an die Heider Stammkunden, die uns damals den Rücken gestärkt haben.

Damaliger Zeitungsausschnitt
aus Dithmarscher Rundschau



Jahrtausendwende ...bis heute

Die erfolgreiche Integration des Böttcher Hauses ins Ramelow Unternehmen dauerte seine Zeit. Sowohl organisatorisch als auch finanziell, denn mit dieser Fusion hatte sich Ramelow in ein deutlich größeres Unternehmen entwickelt.

So entwickelte man Schritt für Schritt weitere Optimierungen für die Kernsortimente des Modehauses. Im Bereich Sport wurde eine Kooperation mit der Intersport e.G in Heilbronn geschlossen, damit erhöhte sich vor allem die Sportkompetenz bei Schuhen und Hartwaren. Im Bereich Wäsche wurden die Sortimente nach und nach geschärft. Es gelang, neben langjährigen Stammkund*innen auch eine jüngere Zielgruppe für Ramelow zu begeistern.

Nach und nach wurde das Angebot von Ramelow hochwertiger. Immer mit Augenmaß erweiterte man das Angebot um neue, höherwertige Modemarken. In den 1990er Jahren entstand der Werbeclaim „Das Mode- und Markenhaus“, dieses Versprechen erfüllte man nun immer besser. Erst Anfang der 2020er Jahre endete diese Ära – Ramelow hatte längst erkannt, dass

es für seine Stammkund*innen weniger um das Sammeln vieler Marken ging als vielmehr um das passende Angebot für seine Kund*innen. Nach und nach hatte man gelernt, sein Gesamtkonzept auf die eigene Kundenschaft zu schärfen – ein passendes Angebot ist dabei ein Baustein, aber nicht der zentrale Erfolgsfaktor.

Nach der erfolgreichen Übernahme von Böttcher in Heide hatte man mit diversen anderen Übernahmekandidaten gesprochen und verhandelt. Viel Zeit wurde investiert, aber es kam nicht zum Schluss. Oft waren die Erwartungen der potentiellen Ver-

käufer einfach zu unrealistisch, einige Male wurden Standorte auch durch zahlungswillige Wettbewerber vor der Nase weggeschnappt. Diese Jahre waren auch die Boom-Zeit der Shopping-Center. War das die Zukunft des stationären Einzelhandels? Sollte es sich so entwickeln wie in den USA, wo es oft gar keine lebendigen Innenstädte gab? Auch kleinere Standorte buhlten um die Chance, einen der Projektentwickler für sich zu gewinnen und ihre Stadt mit einem weiteren Shopping-Center zu bereichern.

Auch für Ramelow war dies eine Wachstumsoption. So expandierte



Die Filiale in der Buchholz-Galerie eröffnete 2012



Im Schenefelder Einkaufszentrum eröffnete ein Ramelow-Store 2013

das Unternehmen erstmals in diesen Handelstyp mit Filialen in Buchholz in der Nordheide (2012) und Schenefeld an der Stadtgrenze zu Hamburg (2013). Beide Standorte passten gut zum Ramelow-Konzept, es waren kleinere Center, in denen man dieses neue Umfeld besser kennenlernen wollte. Im Nachhinein konnte man wirklich viel lernen. Manche Stärken eines lokalen Platzhirsches konnte Ramelow im Center nur schwer zeigen, die Dominanz des Centers als Gesamtkonzept war sicherlich insgesamt eine Stärke, aber das passte nicht immer in allen Details zum Qualitätskonzept von Ramelow. So wurde 2021 der Standort Schenefeld wieder geschlossen, wobei das Haus in Buchholz weiter bestehen bleibt.

In Elmshorn zeigte sich schnell, dass die Verkaufsfläche des Modehauses zu klein war, um alle Sortimente kompetent zu präsentieren. So wurde zunächst der Sportbereich aufgegeben und später wurde das junge Damen Sortiment in einem vormals angemieteten Markenstore ausgelagert. So entstand die Idee der Ramelow Trendbox. Damit hatte man eine weitere Idee der Expansion. In 2017 wurde



Eine Trendbox-Filiale in Wedel eröffnete 2017

eine zweite Trendbox Filiale am Standort Wedel eröffnet. Mit rund 400 qm war die Filiale deutlich kleiner als die Modehäuser. Auch hier, wie damals in Heide hatte man die Reaktion der Kund*innen vor Ort unterschätzt. Im Falle Wedel war dies leider auch negativ. Denn der Name Ramelow war an diesem Standort durchaus bekannt, da es mit Elmshorn und Schenefeld zwei weitere Standorte im nahen Umkreis hatte. So freuten sich viele auf ein neues und modernes Modehaus für ihren Standort. Viele Kund*innen kamen in die kleine Filiale und fragten nach deutlich mehr Auswahl und Randsortimenten. Warum keine Anzüge, warum keine Wäsche? Warum nur „junge Mode“? Da nützte auch der Name „Trendbox“ an der Hausfassa-

de nichts, die Kund*innen wollten ein Modehaus und keine Trendboutique. Ramelow lernte weiter, wie eindeutig der eigene Markenkern bereits war – und wann man diesen verwässerte. Nach und nach wurden die Sortimente in Wedel erweitert, trotz der begrenzten Fläche – am Ende wurde dieses Experiment Anfang 2022 beendet. Wie auch beim Standort Schenefeld wechselte auch ein Großteil des Wedeler Teams ins Elmshorner Team und konnte so im Unternehmen gehalten werden.



Chronik Spezial: Wir lassen Zeitzeugen zu Wort kommen!

Im Mittelpunkt der Mensch – Podcast mit Maren und Jens Grothmann

In unserem vierten und letzten Jubiläums-Podcast spricht Marc Ramelow mit Maren und Jens Grothmann aus Heide.

Beide haben sich vor fast 50 Jahren im Kaufhaus Heide kennen und lieben gelernt. Seitdem arbeiten beide in diesem Haus. Im Gespräch erzählen beide aus ihrem Berufs- und Privatleben und wie das Kaufhaus auch für ihre ganze Familie zu einem zentralen Ort wurde.

Jens' Vater war lange Jahre der Weihnachtsmann, zu dem Generationen von Dithmarschern alljährlich kamen und ihre Wünsche erzählten. Ihr Sohn und nun auch ihr Enkel waren bei mehreren Modenschauen dabei, sodass am Ende vier Generationen Grothmann-Familie die Geschichte in Heide begleiten.

Maren ist seit vielen Jahren Verkaufsberaterin in der Wäscheabteilung, viele ihrer Stammkund*innen kommen immer speziell, um sie vor Ort zu treffen.

Jens (alle kennen ihn besser als Jenne) ist über 30 Jahre lang das Rückgrat der Sportabteilung gewesen. Zunächst zu Böttcher-Zeiten als Einkäufer vor Ort, nach der Übernahme durch Ramelow als Zentraleinkäufer für alle Ramelow-Standorte. Er begleitete auch den Weg in die Intersport Genossenschaft, die Kooperationspartner von Ramelow im Bereich Sport ist.

Jennes Herz schlägt auch für den Lokalsport, vor allem für den Heider SV. So liegt es nahe, dass er auch nach seinem Wechsel in den Ruhestand weiter bei Ramelow aktiv bleibt – als zentraler Ansprechpartner für Teamsport und Vereinsbestellungen.

Mit der Geschichte von Maren und Jenne werfen wir auch einen Blick auf die Kultur bei Ramelow. Den hohen Stellenwert der Menschen im Unternehmen, die engen Beziehungen zu unseren Stammkund*innen und Lieferanten. Auch der Spaß kommt nicht zu kurz – denn Jenne ist ein Garant für beste Laune auf so mancher Ramelow-Party.

Hier geht's zum
PODCAST

mit Maren und
Jens Grothmann



Jenne in den 80er Jahren in „seiner“ Heider Sportabteilung



Jenne 2022 bei seiner Verabschiedung in den Ruhestand



Maren und Jenne auf Kreuzfahrt in Dubai 2022, ein Abschiedsgeschenk nach fast 40 Jahren bei Böttcher und Ramelow



So sehen Sieger aus – Jenne in der heutigen Sportabteilung in Heide



Jenne mit seinem Nachfolger Niels Kruse und dem Head of Product Torge Thede

Heute:

Chancen nutzen in Zeiten von Pandemie und Unsicherheit

2020-2022



Ehemalige Intersport Filiale in der Berlinerstraße in Elmshorn (von den Mitarbeitern liebevoll EIS genannt)

Die neue große Treppe des Neubaus in Elmshorn



oben: „Action Place“ der Intersport Abteilung im Haus Stendal

unten: Einer der Loungebereiche lädt zum Verweilen ein



2020 Umbau in Stendal

Unser Umbau in Stendal begann am 01. März 2020. Drei Wochen später begann der erste Corona Lockdown, unsere Geschäfte mussten schließen. Die Handwerker freuten sich, so mussten sie weniger Rücksicht nehmen und wir waren geschockt. Warum waren ausgerechnet wir ein Ort der Ansteckung? Diese Gedanken sollten uns noch lange Zeit begleiten, wir schoben sie so gut es ging beiseite und konzentrierten uns auf unsere Stärken und Planungen.

Das Kaufhaus in Stendal stammt aus 1930, erbaut im besten Bauhaus Stil. Wir waren bereits in 2019 ein Ausstellungsort der 100 Jahre Bauhaus Ausstellung gewesen, dies wurde nun auch bewusst in die Gestaltung der Räume aufgenommen. Die Farben in den Lichthöfen sind original Bauhaus Farben der 1920er Jahre, die alte Holzterrasse knarrt immer noch so schön wie seit bald 100 Jahren und neue, gekachelte Wände ergänzen den typischen Baustil. Die Innenwände wurden ge-

öffnet, nun strahlt Tageslicht aus den vielen Fenstern des Gebäudes und gibt auch Ausblicke auf die umliegende Stadt.

Im Mittelpunkt des neuen Store Konzeptes stehen die Menschen und nicht die Produkte, die wir verkaufen. Es gibt viel Raum für Begegnungen. Großzügige Lounges, sehr große Umkleidekabinen, zum Teil mit privatem Vorraum, die auch von Kunden für ein Private Shopping gebucht werden können, prägen das Haus genauso wie die Erweiterung unserer Kassenbereiche um Gastronomie Angebote oder die großen Community Tische, an denen immer öfter Besucher einige Zeit digital arbeiten.

Wir sind stolz, dass das Haus mit dem Preis „Store of the year 2021“ des Deutschen Handelsverbandes ausgezeichnet wurde sowie 2022 in die Finalrunde des Deutschen Mittelstandspreises kam.



2021/2022 Neubau in Elmshorn

Im April 2020 eröffneten wir einen neuen INTERSPORT Store in Elmshorn, direkt nach dem ersten Lockdown. Dann begannen die Vorplanungen für unseren Neubau direkt neben dem Modehaus. Im Frühjahr 2021 startete der Abbruch, im September war Grundsteinlegung und im Mai 2022 konnten wir das Richtfest feiern.

Mit viel Engagement aller Beteiligten konnten wir bereits im September 2022 den Verkauf starten. Das neue Gesamtkaufhaus setzt neue Maßstäbe auch in Sachen Nachhaltigkeit. Unter dem Neubau wurden zehn Bodensonden bis in 100 Meter Tiefe versenkt, die in Kombination mit einer Wärmepumpe das Gebäude heizen und kühlen werden. Ergänzt um ein Blockheizkraftwerk und einer weiteren Solaranlage auf dem Gründach des Neubaus werden bis zu 2/3 des Energiebedarfs selbst erzeugt. Das Highlight des Gebäudes, eine rund 400 qm Dachterrasse wird voraussichtlich zum

Ende des Jahres zusammen mit den beiden neuen Büroetagen eröffnet werden.

2022 Uelzen:

2500 qm unter Wasser – Sprinklerleitung gebrochen

In der Nacht des 17. Februar 2022, genau sechzig Jahre nach der Sturmflutnacht in Elmshorn brach gegen 03.00 Uhr nachts die Haupt-sprinklerleitung an der Decke unseres Modehauses in Uelzen. Es dauerte über drei Stunden, bis ein Kurzschluss die Brandmeldeanlage auslöste und die Feuerwehr das Gebäude sicherte. Bis dahin stand das Erdgeschoss bereits 40cm hoch unter Wasser. Ein klassischer Großschaden für unsere Versicherung – für uns eine Katastrophe. Unverhofft musste nun die gesamte Etage wiederhergestellt werden, denn nasse Wände, verrostete Warenaufhänger und verschmutzte Ware mussten ersetzt werden.

Auch hier fand Mitte September 2022 eine Teileröffnung statt. Die neue Etage mit einer tollen Herrenabteilung, einer modernen Sport Abteilung und einem vergrößerten Schuhangebot unseres Partners Höber Schuhe gibt einen Ausblick, wie wir dieses tolle Haus in den kommenden Jahren weiterentwickeln werden. Bis Ende des Jahres folgt dann noch eine neue Kundentreppe, die beide Etagen verbinden wird.

Warum seid Ihr so mutig, in diesen Zeiten soviel zu investieren?

Das wurden wir in den vergangenen Jahren öfters gefragt. Wir glauben an die Zukunft unseres Konzeptes, an Begegnungsräume in unseren Kleinstädten, an die starke Community aus Mitarbeitern, Kunden, Geschäftspartnern und Familiengesellschaften. Viele unserer Planungen entstanden bereits vor den Wirren der letzten Jahre. Wir haben sie dank eines starken Teams in dieser Zeit umsetzen können und dafür sind wir sehr dankbar.

Ramelow & Nachhaltigkeit: Status Quo 2022



Die neu gestaltete Kinderabteilung in Elmshorn – Nachhaltigkeit spielt gerade für die junge Generation eine große Rolle, die wir ernst nehmen.

Nachhaltigkeit und Mode – wie passt das eigentlich zusammen? Modetrends verführen Kundinnen, immer wieder etwas Neues zu kaufen, auch wenn der eigene Kleiderschrank eigentlich voll ist. Ist Mode damit so etwas wie das Gegenteil von Nachhaltigkeit?

Mode ist ein Ausdruck unserer Persönlichkeit, unseres Gefühls des Dazugehörens, des Zeitgeistes. Mode tut uns gut, ganz individuell so wie wir sind. Für den einen sind es wenige Lieblingsteile, die einfach ausreichen und man ist traurig, wenn sich die Lieblingsjeans am Ende ihres Lebens nicht mehr flicken lässt. Für den anderen ist es der Spaß an Neu-

em, an der Vielfalt, wie man durch Mode seinen Stil zeigen kann. Die Anerkennung, die man von Dritten für sein Outfit bekommt.

Aber die Mode hat auch ihre negativen Seiten. Die UN erklärt die Modeindustrie nach der Ölindustrie zur zweitschmutzigsten Industrie auf unserem Planeten. Überproduktion, weiterhin schlechte Arbeitsbedingungen, die aufwendige globale Logistik belasten unseren Planeten, wie auch die gewaltigen Mengen an „Fast Fashion“, die oft nur 1–2-mal getragen werden und dann im Abfall landen.

2018: Die erste Umfrage bei über 100 Lieferanten

Nach und nach lernten wir, dass wir eigentlich nichts wussten. Wir konnten nicht den ökologischen und sozialen Hintergrund unserer Produkte. 2018 starteten wir unsere erste Lieferantenumfrage, wir lernten, auf was es bei der Nachhaltigkeit

unserer Produkte ankommt. Über die Herstellung der Rohstoffe, die Verarbeitung und Veredelung, den Transport bis in unsere Häuser. Bis heute erinnern sich einige unserer wichtigen Partner an diese Zeit – unsere Umfrage, die vermutlich erste Umfrage eines mittelständischen Händlers hat so manche Reaktion ausgelöst – heute, vier Jahre später sind viele Unternehmen auf dem Weg, ihren eigenen Fußabdruck besser zu managen.

ESG

– eine faire Balance aus Wirtschaftlichkeit und ökologischer sowie sozialer Verantwortung

ESG (Ecological and Social Governance) steht für eine Balance aus wirtschaftlichem Erfolg, der Grundlage für unsere Zukunft und unserer Verantwortung für unsere ökologischen und sozialen Wirkungen. Wir steuern keine Produktionsprozesse in Asien, sondern wir kaufen unsere Ware bei deutschen Partnern. Wir haben gelernt, dass Nachfragen bereits zu Wirkung führen kann, denn es macht betroffen und zeigt die Probleme auf.

Nachhaltige Verantwortung fängt aber auch direkt an unserer Haustür an! Als Familienunternehmen denken und handeln wir in Generationen, nicht nach Quartalsergebnissen. Über 300 Familien geben wir so einen Teil ihrer Lebensgrundlage. Unsere Kaufhäuser sind große, oft stadtprägende Gebäude, die wir ökologisch optimiert betreiben wollen. Neuestes Beispiel ist unser Neubau am Standort Elmshorn, wo wir planen, rund 2/3 des Energiebedarfs selbst vor Ort zu erzeugen. Und das klimaneutral.

Klimaneutral – wie geht das eigentlich?

2020 haben wir unsere erste Klimabilanz erstellt. Wir haben gelernt, welche Kriterien dabei zu berücksichtigen sind und wie wir unsere Emissionen messen können. Und wir haben die Emissionen, die wir als Handelsunternehmen verursachen mit internationalen Projekten kompensiert. Macht das denn eigentlich Sinn? Ist das nicht ein wenig wie Ablasshandel?

Ja und nein! Es geht uns um das Bewusstsein, unsere Emissionen weiter zu reduzieren. Der erste Schritt dazu war, diese Emissionen überhaupt messbar zu machen und in unser Bewusstsein zu bringen. Der nächste Schritt ist, diese Emissionen weiter zu reduzieren. Und erst den Rest am Ende zu kompensieren und damit in gleicher Menge CO2 Emissionen an anderer Stelle zu vermeiden. In 2021 haben wir mitgeholfen, in Ruanda, Afrika Kochöfen an Frauen zu verteilen und damit die Abholzung für Brennholz zu verringern. Gekoppelt war das Projekt mit einer Aufforstung im deutschen Harz, das wir Ende Oktober 2022 persönlich in Augenschein nehmen werden. Die Kompensation unserer Emissionen ist ein Gemeinschaftsprojekt mit unseren Kundinnen und Kunden. Im Rahmen unseres jährlichen GIVE FRIDAY spenden wir 10% unserer Tagesumsätze für klimakompensierende Projekte. Durch ihren Kauf an diesem Freitag hilft unsere Community mit, diese Projekte zu unterstützen.

Unsere Emissionen für 2021, die wir nicht komplett vermeiden konnten, haben wir mittels Unterstützung zweier Klimaschutzprojekte kompensiert. Das machte uns für 2022 klimaneutral.

In 2022 haben wir umfangreich in unsere Gebäude investiert – Solaranlagen, Wärmepumpen, optimierte Steuerung der Haustechnik – soweit wir die notwendigen Materialien und Handwerker bekommen konnten. Im Oktober 2022 startete unsere Jobrad Aktion, mit der wir MitarbeiterInnen ein Angebot für ein Bike Leasing machen – denn die Emissionen der Arbeitswege sind auch ein wichtiger Faktor unserer Emissionen.

Klimabewusstes Verhalten ist uns wichtiger als erkaufte Klimaneutralität! Wir werden aber weiter Projekte zur Kompensation unterstützen, das ist unser kleiner finanzieller Beitrag zur Verlangsamung des Klimawandels.



Kern unseres Unternehmenskonzeptes ist eine große, starke Community aus Menschen, die gemeinsam Spaß haben. Spaß mit der Mode, die sie bei uns einkaufen, Spaß beim Besuch unserer Modehäuser, beim Treffen von Freunden und Bekannten, beim Plausch mit ihren Lieblingsberatern, die sie oft seit vielen Jahren kennen und schätzen.

Viele von diesen Erlebnissen finden bei uns in den Modehäusern statt. Wir nennen sie daher gerne „dritte Orte“, nämlich den Ort, wo Du neben Zuhause und Deinem Arbeitsplatz am liebsten bist. Für manche ist so ein Ort ihr Fitnessstudio, für andere ihre Eckkneipe – für einige von uns ist es auch Dein Modehaus im Zentrum Deiner Stadt.



Live-Shopping während des Lockdowns

Ramelow 4.0 – treffen wir uns alle im Metaverse wieder?

Gerade in den vergangenen Jahren haben wir gelernt, dass wir auch außerhalb unserer vier Wände den Kontakt aktiv halten wollen. Immer öfter gibt es Beratung in den eigenen vier Wänden – manchmal mit einer mitgebrachten Warenauswahl,

manchmal nur eine Beratung zum Aussortieren des eigenen Kleiderschranks. Ein Service, den einige Stammkundinnen sehr wertschätzen.

Auch digital wachsen wir zusammen. Sowohl auf diversen Social-Media-Kanälen als auch im eigenen Online Shop oder auf Marktplätzen wie Zalando oder Amazon. Heute gilt es für uns, dort zu sein, wo unsere Kundin ist. Sie entscheidet, wo sie ihre Zeit verbringt, es liegt an uns, ob wir auch an diesen Kontaktpunkten für sie relevant sind.

Digitale Präsenz unserer Marke ist dabei keine Aufgabe eines kleinen Marketingteams. Es ist Teil des modernen Job Profils unserer Verkaufsberater. Sie sind die bekannten Gesichter unserer Marke – im Modehaus wie auch im Netz. Für einige Kolleginnen ist das bereits „normal“, für andere ist es immer noch eine Hürde, sich auf diese Weise als Markenbotschafter zu präsentieren. Für uns ist das ein kontinuierlicher Prozess, das den Job als Verkaufsberater auch aktuell und modern hält.

Gerade in der Pandemiezeit mit ihren Lockdowns wurde das Internet



auch ein neuer Verkaufskanal für uns. Wir haben dabei auch gelernt, dass das reine Verkaufen über Marktplätze nicht unsere Kernkompetenz ist – zu viel davon, was Shoppen bei Ramelow ausmacht, kann hier gar nicht präsentiert werden. Oft ist es reiner Produktverkauf und wir kämpfen im Preiswettbewerb mit unseren Lieferanten und Kollegen um die Kundenbestellung. Deutlich näher an den Stärken unserer Marke ist der Austausch auf sozialen Kanälen. Hier geht es oft mehr um Stories von Menschen als um einfache Produktempfehlungen. Es geht mehr um das, was Du mit Produkten erlebst als den ein-

fachen Kaufprozess. Es bleibt eine Aufgabe für uns, die vielen physischen Events, die unsere Modehäuser beleben, in richtiger Weise im digitalen Netz zu verbreiten – für alle, die an dem Abend nicht vor Ort sein können. Hier sind wir noch ganz am Anfang, aber wir lernen bei jedem Event dazu.

Spannend sind auch die neuen Entwicklungen des Web 4.0, die das aktive Mitmachen der Teilnehmer versprechen. Insbesondere die virtuellen Welten von Spielen wie Fortnite oder das vielbesprochene Metaverse versprechen hier viele neue Ansatzpunkte, das digitale Erleb-

nis auf neue Levels zu bringen. Vor vielen Jahren lernten wir die Idee eines „female onlineshops“ kennen. Ein Shop, der nicht hierarchisch nach Suchfunktionen die Produkte zusammenstellte, sondern eine Einladung war, in der digitalen Welt zu bummeln und die Produkte quasi beim Bummeln durch einen virtuellen Store zu entdecken. Eine coole Idee, die aber leider zu früh war und scheiterte.

Die neuen, digitalen Welten lassen diese Idee wieder aufleben. Mit einem Avatar wie in einem Computerspiel durch abenteuerliche Welten wandern, dabei dreidimensionale Produkte entdecken und vielleicht diese gleich virtuell anprobieren. Zukunftsmusik? Ja für uns sicherlich, aber die Welt dreht sich ja bekanntlich immer weiter. Heute verbringen mehr Deutsche ihre Zeit mit Videogames als dass sie klassisches, lineares Fernsehen schauen. Diese Mainstream-Trends werden wir nutzen.

**See you soon –
in one of so many
metaverses.**

Unser Onlineshop www.shop.ramelow.com



Morgen:

Wo geht die Reise hin?

In einer Chronik blickt man in aller Regel zurück. In unserem Fall auf immerhin 150 Jahre Geschichte. Man sammelt alle Geschichten und Dokumente, die man im eigenen Archiv so findet und versucht, diese in eine sinnvolle und hoffentlich auch spannende Reihenfolge zu bringen. Und dann endet man im Normalfall im HEUTE.

Aber ein wirklich gutes Unternehmen richtet sich immer auf das MORGEN aus. So kam uns die Idee, unsere 150 Jahre Chronik mit einem Ausblick auf das MORGEN zu beenden. Die Themen zu fokussieren, die wir aktuell für die wichtigsten halten, an denen wir arbeiten werden.

Stetig wachsende Veränderungsdynamik

Seit Jahren lernen wir, dass sich die Veränderungsgeschwindigkeit unserer Zeit immer weiter erhöht. Früher brauchten Innovationen viele Jahrzehnte bis sie zum „Mainstream“ wurden, denken wir beispielsweise an die Erfindung des Autos oder des Fernsehens. Die Entwicklungszyklen nahmen an Geschwindigkeit zu, viele von uns erinnern sich noch an Schallplatten, dann Kassetten (meinen ersten „Walkman“ werde ich nie vergessen), dann die silberne, kleine CD. Heute sind es Streaming Dienste, keine physischen Datenträger. Wir besitzen nichts mehr, aber wir zahlen für die Nutzung von Musik und Videos. Manchmal zahlen wir mit Geld, immer zahlen wir mit der Freigabe unserer Daten für weitere Nutzungen.

Die vergangenen drei Jahre haben neben dieser Geschwindigkeit auch Unsicherheit gebracht. Eine Virusinfektion, wie SARS-COV 2, verändert das Leben auf dem gesamten Planeten. Wir haben uns noch gar nicht von diesem Problem erholt, so erleben wir seit diesem Frühjahr einen Krieg – mitten in Europa. Für die meisten von uns undenkbar. Und nun folgen Inflation und explodierende Energiepreise. Was kommt als Nächstes?

Unsicherheit und Dynamik prägt diese Zeit. Die Antwort auf diese Herausforderungen sind Anpassungsfähigkeit und Widerstandskraft. Zwei Kompetenzen, die aktuell immer wichtiger werden. Und eine gute Portion Optimismus, dass das Glas Wasser halbvoll ist.

Im ersten Lockdown entstand unser „Shop@Home“ Konzept. Viele Kunden haben wir zu Hause besucht und konnten sie mit einer kleinen oder größeren „Mode-Lieferung“ glücklich machen.



Neue Räume – neue Jobprofile

Wir alle haben gelernt, mit Video-calls im Homeoffice zu arbeiten. Nun kämpfen viele darum, ihre Teams wieder zurück in die Büros zu bekommen. Die zunehmende Digitalisierung unserer Arbeit hat viele Chancen – unsere Category Manager reisen heute per Bahn zu unseren Standorten, da sie dort mobil arbeiten können. Viel effizienter als mit dem Auto und auch ökologischer.

Wir bauen unsere Büros um. Im Elmshorner Neubau wird es eine offene Etage, offen für jeden, der unser Modehaus besucht. Unsere Kantine wird zur Lounge, wo auch Besucher eine Pause machen können. Die Räume für gemeinsames Arbeiten an Projekten werden größer als der Raum für die persönlichen Schreibtische. Viel Transparenz auch für neue Jobs.

Aber wie sieht Homeoffice eigentlich im Verkauf aus?

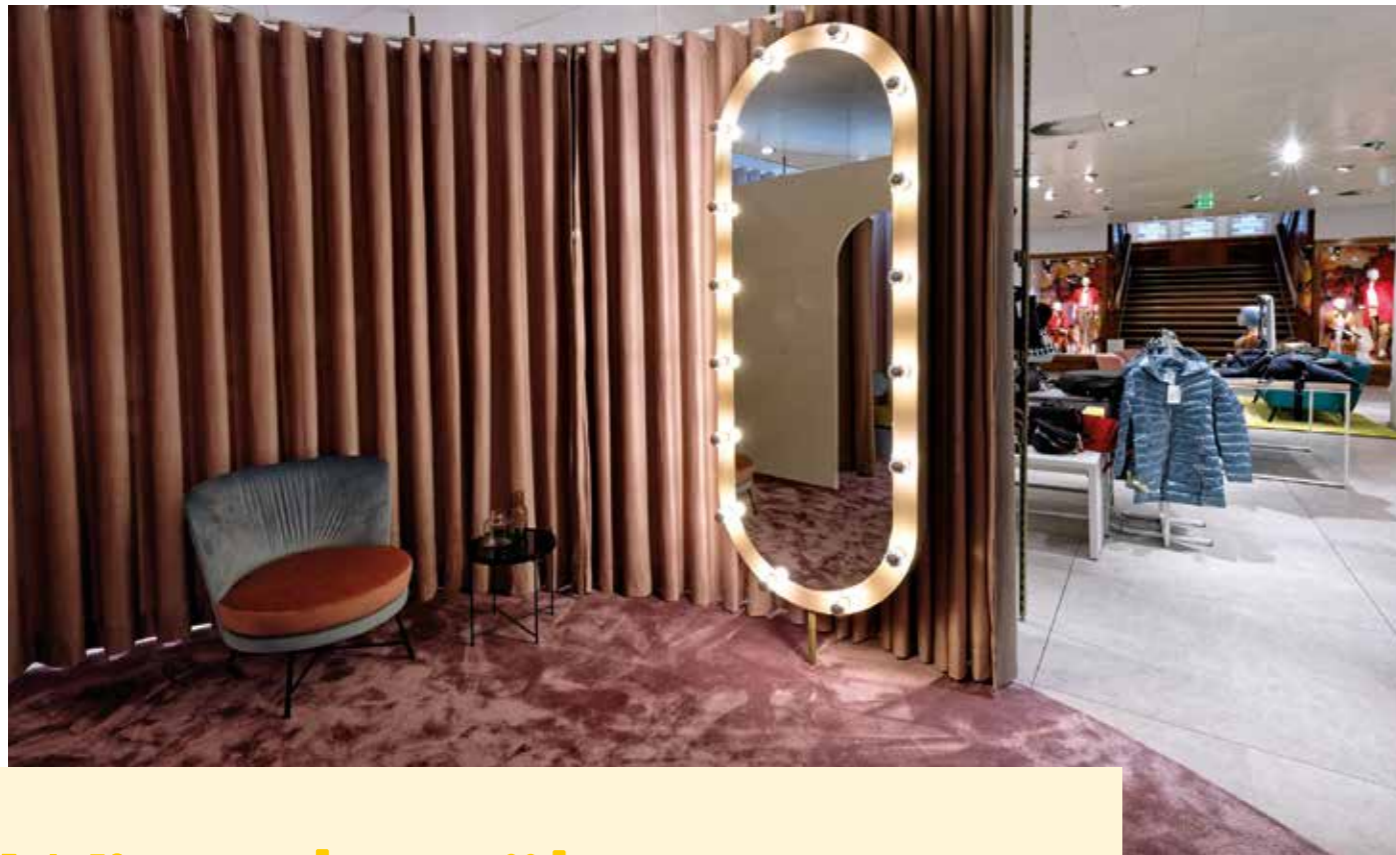
Einige unserer Modeberater arbeiten ja schon mobil. Sie besuchen Kunden zuhause, im Krankenhaus oder im Altenheim. Sie sind mit Verkaufsständen auf Sport Events vertreten. Warum sollten Modeberater nicht einen Tag je Woche von zuhause arbeiten? Kundenkontakte pflegen, Termine abstimmen, Kundendaten analysieren? Social Media Videos aufnehmen? Auch Storemanager haben bei uns schon von zuhause gearbeitet – und wenn es nur wegen ihrer Corona Quarantäne war.

Wir müssen auch bestehende Job Profile neu denken. Ein neuer Auszubildender hat ein natürliches Gefühl, wie er sich in seiner Altersgruppe bewegt. Und kann damit auch ein authentischer Gastgeber für die Generation Z sein. Wir aber schicken ihn zur Berufsschule, wo er „verkaufen lernt“ – mit einer Kundenansprache, die vermutlich seine Oma glücklich macht aber nicht seine Freunde. Warum nicht mal ausprobieren, einen Gastgeber auf die Fläche zu bringen, der gar nichts verkaufen soll – das schaffen die jungen Frauen auch alleine.

Unser Einkaufsteam hat sich zum Category Management gewandelt. Früher war der Fokus auf Auswahl der neuen Ware bei unseren Lieferanten. Heute liegt der Schwerpunkt auf der Vermarktung der Ware, in der Planung von Aktionen, in der Bewirtschaftung von Nachorders. Die Auswahl der Ware wird immer kooperativer in Zusammenarbeit mit unseren Lieferanten und damit auch zeiteffizienter.

Unsere Inhouse Logistik im neuen Elmshorner Haus hat eine große Glaswand zum Verkauf. Kunden können beobachten, wie neue Ware ankommt oder Online Bestellungen in den Versand gehen. Ein wenig wie in einem Restaurant mit offener Küche – auch dort schafft Transparenz Interesse und Vertrauen. Unser Logistik Team ist mächtig stolz, dass sich Kunden auch für diese Prozesse interessieren.

Testen, lernen und weiter optimieren – das ist ein zentraler Baustein für unseren Erfolg im MORGEN. Und unsere Neugier, dass die Zukunft noch viel Spannender wird als die Gegenwart.



Wie sehen übermorgen unsere Geschäfte aus?

Nicht nur eine einfache Umkleidekabine... vielmehr ein Bereich zum Quatschen, Feiern und Spaß haben – während man unter sich ist und natürlich auch anprobieren kann.

Seit unserem Stendal Projekt kennen wir die Richtung dieser Entwicklung: Mehr Raum für Menschen, weniger Platz für Produkte. Es geht bei unserem Sortiment nicht um die Menge, es geht um das Richtige für jede unserer Kundinnen. Du willst nicht Tausende von Kleidern, Du willst das eine, das besondere Kleid, dass genau jetzt zu Dir passt!

Stationäres Shoppen hat aber auch weiterhin etwas mit Auswahl zu tun. Du willst durch die Auslage wandern, das eine oder andere anfassen, prüfen dann verwerfen, das nächste Teil in Augenschein nehmen. Vielleicht findest Du etwas, dass Du genauer prüfen willst – ob es wirklich zu Dir passt. Die Umkleidekabine darf kein steriler Ort sein, zu klein,

zu kurzer Vorhang, schlechtes Licht und schlechte Luft. Dieser Ort solle Dich umschmeicheln, Dir gefallen. Dieser Ort in unseren Geschäften konkurriert mit Deinem Schlafzimmer – dort wo Du immer die neuen Online Bestellungen anprobierst. Nur bei uns kannst Du Dir noch eine Profi Meinung einholen – ob das Teil wirklich zu Dir passt. Vom Stil und von der Größe. Auch dafür muss genügend Platz sein, wer mag schon eine fremde Verkäuferin direkt vor der Nase haben – und einen offenen Vorhang, wo Dich jeder sehen kann, mag auch nicht jeder.

Intime Orte gehören heute zum Shoppen dazu. Die Umkleide ist so ein Ort. Aber wenn Du das neue Kleid Deinen Freundinnen zeigen willst, die mit zum Shoppingbummel gekommen sind, dann ist „Show Time“. Dafür gibt es bei einigen unserer Umkleiden „private Vorzimmer“, die Du gleich mitbuchen kannst. Da können Deine Freundinnen warten, bis Du das Outfit angezogen hast. Na klar gibt es in diesem Vorraum auch einen passenden Spiegel, damit Du das Outfit auch nochmal selber in Augenschein nehmen kannst.

Wir wissen, für die meisten Männer gibt es spannendere Orte als ein Modehaus. Am Wochenende ist aber oftmals Familienshoppen angesagt. Also brauchen gute Modehäu-

ser auch „Männerparkstationen“. Nicht am Ende der Etage, wo es langweilig ist, sondern mitten drin, am besten direkt am Gang. Ein bequemer Sessel oder ein Sofa sollten da schon stehen, vielleicht gibt es dann auch einen Kaffee oder ein Wasser? Shoppen kann anstrengend sein, da dürfen **Chill Zonen** nicht fehlen. Nur einen Fehler dürfen wir nicht machen: den Mann direkt vor die Kabine der Partnerin setzen. Welche Frau will schon in ein müdes Gesicht blicken, wenn sie ihm das dritte Kleid in der engeren Auswahl vorführt? Also: Freundinnen gerne direkt mit in die Kabinenzonen, Partner besser in die „Männerlounge“.

Unsere **Community Tische** hatten wir seinerzeit für Workshops mit Kunden geplant. Oder für Gespräche mit unseren Geschäftspartnern, denn dieser Austausch ist auch direkt am Ort des Geschehens besser als in einem sterilen Besprechungsraum. Umso mehr freuen wir uns, dass Besucher diese Tische auch für eigene Ideen aufnehmen. Auch fürs kurze Arbeiten mit dem eigenen Laptop – also eine Art Co-Working Space. Wir freuen uns immer mega, wenn sich Menschen bei uns wohlfühlen und lieber bei uns als im Cafe um die Ecke sitzen.

Wir müssen noch lernen, diese neuen Räume für mehr Gemeinsamkeit zu nutzen. Früher waren Sofas für unsere Besucher da, da ist es nicht einfach, einer Verkaufsberaterin Mut zu machen, einfach mal bei einem Kaffee zusammen die Beratung zu beginnen. Eine kaffeetrinkende, plaudernde Beraterin auf dem Sofa ist noch ein neuer Anblick – aber es kann der Beginn einer neuen, lebenslangen Stammkundenbeziehung werden. Wir alle brauchen noch etwas Mut, neue Funktionen in unseren

Räumen zu entdecken und auszuprobieren. Wie wir seinerzeit den Mut hatten, allen MitarbeiterInnen die Nutzung ihrer Handys zu erlauben, ja sie sogar dazu zu animieren. Heute ist es selbstverständlich, dass die Kolleginnen ihr Handy zücken, wenn sie ein fehlendes Teil direkt beim Lieferanten nachbestellen wollen oder der Kundin eben eine Nachricht zusenden oder unsere interne Kommunikationsplattform abzurufen. Noch nie hat sich ein Besucher beschwert, dass unser Team immer am Handy spielen würde.

Unsere Modehäuser stehen in aller Regel in der Mitte ihrer Standorte. Sie sind Orte, wo sich viele Menschen gerne aufhalten. Mitunter machen wir uns aber auf und gehen mit unserem Konzept auch an neue Orte. Oft sind es Sportfeste, wo wir mit einem mobilen Stand Teil des Events werden. Service und Produkte anbieten, die genau dann und dort ihre Fans finden. Warum nicht diese Idee weiterdenken? Warum nicht ein Pop Up Store direkt am Strand, mit Beachwear, Flip-Flops

und Drinks? Ja, wir wissen, dafür braucht man in Deutschland eine handvoll Genehmigungen – aber Hürden sollten uns nicht bremsen. Orte, an denen Menschen Spaß haben und sich wohlfühlen, sind Orte, wo wir gerne wären. Gerne auch mit Partnern, die diese Orte bespielen und wir eine gute Ergänzung sein könnten.

Vielleicht werden diese Orte auch zunehmend digital. Erste Versuche von Modemarken, in Spielen wie Fortnite mitzumachen, gibt es ja schon. Die virtuelle Welt, aktuell in Form des „**Metaverse**“ wird immer emotionaler, weg von den rationalen Suchmaschinen. Damit werden diese Orte auch für ein emotionales Modekonzept interessant. Ein Teil eines coolen Games zu sein bietet mehr Chancen als suboptimaler Fullfillment Partner eines Online Marktplatzes zu werden. Wir wissen, für diese neue Welt müssen wir noch viel mutiger und innovativer werden. Wir werden unser Bestes geben.



Warum nicht das nächste Meeting an einem unserer Community-Tische stattfinden lassen und vom lebhaften Umfeld eines Stores profitieren?

Eine starke Community

Ramelow steht für starke Gemeinschaften, die zusammen Spaß haben und sich wohlfühlen.

Unsere Gemeinschaft ist eine Mischung ganz unterschiedlicher Gruppen: unser Team, unsere Kunden, unsere Geschäftspartner, unsere Familiengeschafter und letztlich alle an unseren Standorten, die tagtäglich an unseren Häusern vorbeilaufen und nicht Kunde sind. Eine große Community.

Früher dachten wir an gute und treue Kundinnen. Dafür hatten wir ein großes Team an Kolleginnen mit den unterschiedlichsten Jobs. Natürlich wissen wir heute, dass „Kunde ist König“ nicht mehr gilt. Nicht

alle Könige in der Vergangenheit waren gute Könige.

Nur positive und motivierte Menschen können andere Menschen mitreißen. Ein starkes Team wächst leichter – das gilt für MitarbeiterInnen wie für KundInnen. Es ist der Teamgeist über diese Rollen hinweg, der das Konzept Ramelow prägt. Auf Augenhöhe miteinander umgehen, ehrliches Feedback geben und Wertschätzung dem anderen schenken – das sind die Bausteine unserer Kundenbindung. Genauso wie bei unserer Mitarbeiterbindung.

Eine Geschäftsbeziehung zu Ramelow zu haben, soll Deinen Bauch kribbeln lassen. Egal ob Du Mitarbeiter, Kunde oder Geschäftspartner bist. Natürlich muss die Leistung stimmen, aber darüber hinaus lieben wir es, wenn es „kribbelt“. Unser Ziel ist es, dass Du dazugehören willst – ein Teil dieser großen, starken Community zu sein.

*Behind the scenes:
Unser Jubiläums-Shooting im Januar 2022 war ein toller Auftakt!*



Das gilt selbstredend auch für unsere Partnerschaften mit Lieferanten und Dienstleistern. Auch hier wollen wir neben der kaufmännischen Sicherheit auch etwas Besonderes leisten. Im Geschäftsleben werden wir manchmal als „hanseatisch unterkühlt“ bezeichnet oder auch als „norddeutsch stur“. Der Grund dafür ist oftmals unser Bestreben, uns an Absprachen, die auch nur mündlich sein können, zu halten. Handschlag genügt. Dafür gibt es auch eine Loyalität, auf die sich alle verlassen können. Halt typisch norddeutsch.

Eine emotionale Bindung ist uns auch bei unseren Familiengeschaftern wichtig. Die fünfte Generation steht in den Startlöchern – die wenigsten haben eine regionale oder persönliche Beziehung zu unseren Geschäften. Es liegt an uns, die Familienwurzeln und damit auch das Gefühl einer möglichen Geschafterrolle mit Leben zu füllen. Im Spätsommer 2022 trafen sich über 40 Familienangehörige in unserem

Elmshorner Neubau zu einer Premiere: erstmalig ein Familienfest über vier Generationen hinweg. Neue Bekanntschaften wurden gemacht und es gab tolle Überraschungen: eine Cousine und ein Cousin hatten bereits eine längere Segeltour gemacht ohne zu wissen, dass sie überhaupt verwandt waren. Auch das ist Community Building – in diesem Fall auf Familienebene.

In einer starken Community entstehen ganz neue Optionen. Auch hier wollen wir neue Ideen ausprobieren. Warum nicht gute Kunden an der Erstellung unseres Sortimentes beteiligen? Ihre persönliche Erfahrung einbauen und damit die professionelle Sicht unseres Einkaufsteams ergänzen? In den vergangenen Jahren haben wir immer 10-20 Nachwuchskräfte über die Modemessen laufen lassen – ihre Sichtweise auf Themen und Marken waren immer sehr hilfreich. Sie sehen andere Dinge, sehen Dinge anders als die Profis. Und im Nachgang war der Austausch dieser Erkenntnisse

stets ein wichtiger Baustein, bessere Sortimente zu erstellen. Warum diesen Prozess nicht mit guten Kunden? Vielleicht läuft ja schon im Januar 2023 ein Kundenteam über die Berlin Fashion Week?

Teile dieser Community könnten auch unsere Räume beleben. Warum nicht ein Pop Up Konzept mit lokalen Spezialitäten, die oft ihre ersten Erfahrungen im stationären Handel sammeln wollen? Das könnte unser Sortiment ergänzen und zugleich auch neue Einnahmeströme generieren, wenn wir „fremde Ware“ gegen Provision verkaufen würden.



*Die Mutter einer Mitarbeiterin
„in der Maske“*

Es hat so viel Spaß gemacht

Wie viel Spaß gemeinsame Erlebnisse haben können, zeigen wir hier rückblickend auf unser Fotoshooting unserer Jubiläumsmotive. Wir hatten eine bunte Mischung aus Models – MitarbeiterInnen wie auch KundInnen. Und dazu haben wir am Tag des Fotoshooting auch noch einige Passanten „gecastet“ – also direkt von der Straße eingefangen.

Buy less – Buy better

Weniger ist mehr!

Wir sind überzeugt, dass sich der Konsum von Mode und Bekleidung ändern muss. Wir müssen weg von einer „Wegwerfmentalität“ billiger Teile. Diese Mode mag für viele von uns zwar preiswert scheinen, aber ihr ökologischer und sozialer Fußabdruck ist oft viel größer als wir meinen. Aber Verzicht ist auch keine Lösung. Macht zudem wenig Spaß und die meisten verlieren schnell ihre guten Vorsätze. Wie bei einer Diät. Wir arbeiten hart daran, dass die Produkte, die wir in unseren Häusern anbieten, einen nachhaltigen Mindeststandard erfüllen. Und dass sie eine angemessene Qualität haben. Und wir wollen, dass KundInnen bei uns echte Lieblingsteile kaufen. Dass sie Spaß mit diesen Outfits haben.

Lebenslanges Rückgaberecht für Ungetragenes

Aus Marktanalysen wissen wir, dass bis zu 15% aller verkauften Modeteile in Deutschland nie getragen werden – sie bleiben oft mit Originaletikett einfach im Kleiderschrank liegen. Ein noch nicht umgesetztes

Projekt ist, dass wir Stammkunden ein lebenslanges Umtauschrecht für bei uns gekaufte, aber nie getragene Teile geben – um dieses Problem zu lösen.



Buy less – Buy better

Das ist ein provokanter Slogan für einen Einzelhändler, der davon lebt, dass seine Kassen klingeln. Aber wir müssen gemeinsam an Morgen denken – dafür investieren wir in eine engere Zusammenarbeit mit unseren Lieferanten und unsere Fachberatung soll Fehlkäufe vermeiden und mit Tipps zur Pflege der neuen Teile helfen wir, ihr Leben zu verlängern. Weniger ist mehr! Das ist unser Versprechen und unser Motto, Nachhaltigkeit auch in den kommenden Jahren voranzubringen – für eine lebenswerte Zukunft.

Recycling und Circularity – das steckt noch in den Kinderschuhen

Ein unerfüllter Wunsch vieler Kundinnen: „Könnt ihr uns nicht mit unseren übertollen Kleiderschränken helfen?“. Der Verkauf als Second-Hand-Ware ist eine Option – manchmal sind die Teile jedoch schon zu abgenutzt oder kaputt. Was dann? Der verrostete Altkleider Container neben den anderen Glas- und Papiersammelstellen ist wenig charmant für ehemalige Lieblingsteile? Nur 1% aller gesammelten Textilien werden wieder zu einem neuen Kleidungsstück verarbeitet – das allermeiste wird zu Dämmmaterial, zu Putzlappen oder schlichtweg verbrannt.

Gerade Mischgewebe, also zum Beispiel Baumwolle und Elasthan sind noch ein Problem. Man kann diese Fasern kaum voneinander trennen – hier brauchen wir noch neue Innovationen. Erste Projekte laufen bei unseren Lieferanten – wir stehen bereit, diese neuen Ideen zu begleiten und am Markt zu testen.

Auch in unseren Häusern sammeln wir Alttextilien. Blaue Container stehen an unseren Kassen, hier kann jeder seine Altkleider abgeben. Aber offen gesagt, das ist bislang kein großer Erfolg. Viel zu wenig Kleidung wird abgegeben, um dies wirtschaftlich einzusammeln und dem Recycling Prozess zuzuführen. Aber genau deshalb machen wir diese Projekte: wir lernen daraus. Vielleicht müssen wir die Abgabe mit einem Goodie belohnen – vielleicht muss es einfach bekannter werden? Und wir müssen genauer hinschauen, was dann mit diesen Sachen passiert. Denn wir wollen ja nicht, dass das alles am Ende doch nur im Ofen verbrennt.

Warum nur Neuware verkaufen?

Wenn wir selbst die Lust an einem Kleidungsstück verlieren, muss das nicht bedeuten, es wandert in den



Unsere Texaid Sammelboxen findet man in jedem unserer Häuser

Müll. Was der eine nicht mehr mag, mag vielleicht ein anderer. Second Hand Läden wachsen in hohem Maße – schließlich gibt es ja genug Nachschub. Besonders Internetportale wie „Vinted“ machen es den Benutzern immer einfacher. Für viele junge Menschen ist die Kombination von Neuem und Getragenen bereits Normalität. Warum begrenzen wir uns als Modehaus also auf den Verkauf von Neuware? Als erste Anlaufstelle für Themen rund um Mode und Stil müssen wir für alle Kundengruppen eine Antwort geben – erste Second Hand Pop Ups sind bei uns in Planung.

Vom 30-jährigen Krieg bis zur Gründerzeit

Das Jahr 1645. Elmsborn ist ein kleiner Flecken an der Krückau, die heutige Königstraße heißt zu dieser Zeit noch Wedenkamp. Das Pastorat des Ortes an der heutigen Hausnummer 29 verkauft am 13. Juli 1645 ein Teilgrundstück an Herrn Magnus Boityn, dem Hausvogt von Schloss Rantzau in Barmstedt. Sein neuer Besitz umfasst die heutigen Hausnummern 33-41. Bereits zu dieser Zeit war das Grundstück ein Besitz, wie auch heute wieder.

Der neue Besitzer baut sich ein Bauernhaus auf dem Teil 39-41, der Rest wird landwirtschaftlicher Betrieb. 1717 wird das Grundstück geteilt, Elmsborn wächst und braucht mehr Bauland für neue Häuser. Zacharias Packendorff, ein aus Sachsen eingewanderter Färber, erwirbt die Teile 33-35 und eröffnet einen Färberbetrieb. 1729 wird ein weiteres Teilgrundstück verkauft, die heutige Hausnummer 37, ein kleines Grundstück, das nicht bis zur Krückau reicht. Bis in die heutige Zeit ist dieses Grundstück eigenständig geblieben, die Besitzer wechselten mehrfach, heute gehört es dem Elmsborner Apotheker Henning Staggenborg.

1763 erwirbt Packendorff das Nachbargrundstück 39-41, wieder kommen die Grundstücke in eine Hand. In den 1820er Jahren gibt es weiter den Färbereibetrieb, daneben eine Schlachtereier. 1870 erhält Elmsborn seine Stadtrechte. Durch den Bau

der Eisenbahnlinie Kiel – Altona gewinnt die Straße als Verbindung vom Stadtkern zum neuen Bahnhof an Bedeutung. Zu dieser Zeit heißt sie bereits Königstraße. 1884 weicht das alte Bauernhaus auf dem Grundstück 39-41 einem Neubau mit vier Ladengeschäften im Erdgeschoss und acht Wohnungen. Das neue Haus zeigt den Wandel der Zeit, die Zeit von Landwirtschaft und Handwerk passen nicht mehr mitten in die Stadt, Handel und Wohnen sind nun im Vordergrund, die Zeit der Dienstleistungen beginnt.

Auch die Zeit des Färberbetriebes geht zu Ende, auf dem Grundstück 35 wird „Allers Gasthof“ eröffnet. Ihm folgt einige Zeit später „Meißners Klub- und Ballhaus“ mit einem großen Festsaal, der bis zur Krückau reicht. Das Gebäude aus dieser Zeit ist in Teilen zur Königstraße hin bis heute erhalten.

Wegen Massenandrangs bei der Einweihungsfeier musste sogar die Polizei eingreifen. Zeitungsbericht zur Eröffnung 1928



Ramelow kommt nach Elmsborn

Der Berliner Kaufmann möchte hier ein neues Kaufhaus eröffnen. Er kann ein Grundstück in der Marktstraße kaufen. Am Abend sitzt er im Holsteiner Hof, wo ihn ein Makler anspricht und ein noch viel besseres Grundstück in der Königstraße anbietet – das leerstehende Klub- und Ballhaus. Der Kaufvertrag kann rückabgewickelt werden, das neue Grundstück wird erworben. Am 14. September 1928 eröffnet das Kaufhaus „Gustav Ramelow“ in der Königstraße 33-35 mitten in Elmsborn. Das Kaufhaus wird in den 50er Jahren aufwendig umgebaut, ein weiterer Neubau Richtung Krückau erfolgt 1961. Es entsteht die Ramelow Passage, die die Königstraße über eine neue Brücke mit dem Buttermarkt verbindet. In dieser Zeit sind die Läden im Haus 39-41 ein lebendiger Treffpunkt für die Elmsborner, vor allem das Fotogeschäft Atelier Koopmann.

17. Februar 1962

Die Sturmflut kommt bis ins Zentrum von Elmsborn. Die Königstraße steht bis zu einem Meter unter Wasser. Der Neubau von Ramelow, mit dem neuen Untergeschoss steht komplett unter Wasser. Nicht einmal 6 Monate nach Eröffnung. Ein schwerer Schlag für das Unternehmen, das sich damals noch immer von seinen Verlusten im 2. Weltkrieg erholen muss. Durch die Sturmflut ist die Dämmung der Hauswand gebrochen. Ein kleines Rohr in der Spundwand neben dem Kaufhaus, aus dem immer wieder Grundwasser in die Krückau gepumpt wird, ist bis heute Zeitzeuge dieser Nacht.



Alles stand unter Wasser – danach gab es einen großen Sonderverkauf



1962: Wilhelm-Christoph Ramelow zeigt, wie hoch das Wasser in der Königstraße stand

Umbauten und Erweiterungen

In den 70er Jahren wird in einem weiteren Umbau die erste Rolltreppe Elmsborns eingebaut, zu dieser Zeit ein Zeichen für Fortschritt und Aufbruch. Mitte der 80er Jahre kann Ramelow eine Ladenfläche in der Königstraße 31 anmieten, die Ramelow Passage verschwindet, da die Läden zusammengelegt werden. Nun entsteht Ramelows Gang zwischen den Hausnummern 35 und 37. Im Jahr 2000 erhält das Kaufhaus ein neues Treppenhaus mit Tageslicht von oben. Kurze Zeit später

kann das Nachbargrundstück 39-41 erworben werden. Nun kommen die Grundstücke zum 3. Mal in ihrer langen Historie in eine Hand. Zunächst werden die kleinen Geschäfte in 39-41 weiterbetrieben, es wird allerdings zunehmend schwieriger, da die Kunden die Stufen ins Hochparterre bis zu den Geschäften zunehmend meiden. Die Mieter ziehen aus, auch der Versuch, kleine Ableger von Ramelow zu betreiben, scheitern. Das alte Haus steht jahrelang leer.



2022: ein Ausblick auf das neue Kaufhaus

2020: Große Pläne für ein großes Kaufhaus

Trotz Corona Pandemie plant Ramelow den nächsten Schritt. Einen Neubau auf dem Grundstück 39-41 mit einer Verbindung zum bestehenden Modehaus 33-35. Ramelows Gang bleibt erhalten. Der Bau beginnt im April 2021. Das neue Gebäude wird dann auch die „Trendbox“ und „Intersport“ aufnehmen. Auch die Mietfläche in der Nummer 31 wird an den Eigentümer nach über 30 Jahren zurückgegeben. Mit der Eröffnung im Spätsommer 2022 werden alle Angebote von Ramelow an einem Ort zusammenwachsen, in einem modernen, grundsanierten Kaufhaus. Mitten in Elmsborn, die Adresse: 33-35 + 39-41. Wie schon damals 1645 und 1763.

UELZEN

STANDORT-SPEZIAL



Kaufhaus in Uelzen ab 1909. Das linke Gebäude steht bis heute, das Rechte wurde in den 70er Jahren durch einen Neubau ersetzt



Der Neubau im Beton-Stil der 70er Jahre mit Parkdeck

Anfang der 70er Jahre weichen die kleineren Gebäude einem großzügigen Kaufhausneubau. „Großstadtfeeling“ hält Einzug ins beschauliche Uelzen. Ramelow engagiert mit Rainer Czermak einen landesweit bekannten Architekten, der bereits viele Kaufhäuser in deutschen Großstädten gebaut hat.

Es entsteht ein Kaufhaus mit großer Fläche: über 4.000qm Verkaufsfläche auf zwei Etagen. Sehr modern im „Beton-Stil“ der 70er Jahre, oben drauf kommt – ganz der Zeit entsprechend – ein Parkdeck mit über 100 Stellplätzen. So können die Besucher ganz bequem direkt vom Auto per Fahrstuhl und Rolltreppen ins Kaufhaus gelangen.

Ins Erdgeschoss wird ein Edeka Supermarkt integriert, der künftig für viel Besucherfrequenz sorgen wird. Der Neubau wird 1972 eröffnet – genau zum 100 Jahre Jubiläum des Unternehmens. Ramelow feiert sich und das neue Flaggschiff des Unternehmens mit großen Sonderverkäufen für die Kunden an allen drei Standorten des Unternehmens.

Das Uelzener Ramelow-Haus in der heutigen Zeit

SPORT. So bekommt Uelzen ein kompetentes Sporthaus.

Anfang der 20er Jahre des neuen Jahrhunderts werden die Pläne für einen größeren Umbau wieder herausgeholt. Erste Planungen erfolgen, dann am 17.2.2022 die böse Überraschung. Die Wasserhauptleitung der Sprinkleranlage ist mitten in der Nacht geplatzt. Das komplette Erdgeschoss steht 40 cm unter Wasser. Es erinnert fast an die Flutkatastrophe vor 60 Jahren in Elmshorn.



Der Schaden ist riesig. Das ganze Erdgeschoss muss geräumt werden, die Ware ist nass und kann nur noch an einen Aufkäufer abgegeben werden. Das Gebäude muss erstmal saniert werden, bevor die neue Einrichtung kommen kann. Der Verkauf geht weiter – im Obergeschoss des Kaufhauses. Die Arbeiten laufen und wir hoffen sehr, im Herbst 2022 mit einem neuen Erdgeschoss die nächste Erfolgsgeschichte des Uelzener Hauses starten zu können.



Eröffnung der neuen Verkaufsräume 1963



Seit 1909 ist Ramelow in Uelzen vertreten. Es war der erste Standort weit im „Westen“ für das Filialunternehmen mit Sitz in Berlin. Seit den Anfängen ist der Standort Bahnhofstraße geblieben.

Die Anfänge waren im noch heute bestehenden Kaufhaus in der

Bahnhofstraße 18. Nach und nach wurden die Nachbargebäude mit den Hausnummern 20 und 22 erworben und das Kaufhaus schrittweise vergrößert.

In den 50er Jahren wird das Haus modernisiert. Die Fassade erhält ein für diese Zeit typisches Vordach und große Schaufensteranlagen im Erdgeschoss.

Umbau Schaufenster-Passage 1953



STANDORT-SPEZIAL

STENDAL



Die Eröffnungs-Anzeige des Hauses in Stendal 1906

Der Standort Stendal war für Ramelow immer etwas Besonderes. Ge-gründet 1906 am Winkelmannplatz direkt im Herzen der Stadt konnte das Haus bereits 1930 maßgeblich erweitert werden. Dafür wurde das Nachbarhaus gekauft, abgerissen und ein Neubau im damals aktuellen Bauhausstil geprägt seitdem die Stadtsilhouette.



Die alten, handgemalten Fenster im Bauhaus-Stil sind noch heute eine Besonderheit des Hauses

Teil der 100 Jahre Bauhaus-Ausstellung, mit der dieser besondere, weltweit prägende Stil gewürdigt wurde.

Architekt dieses Hauses war Fritz Ebhardt, der Ehemann von Trude, der Tochter von Gustav und Magarete Ramelow und die Schwester der Brüder Wilhelm, Kurt und Hans, die gemeinsam das Unternehmen führten. Fritz Ebhardt wurde ein bekannter Architekt, er erbaute diverse Ramelow-Kaufhäuser, bis er in den Jahren der Nazi-Herrschaft auch gemeinsam mit Albert Speer Großprojekte realisierte.

Die besondere Architektur prägt das Stadtbild bis heute. Seit langem steht es unter Denkmalschutz. Im Jahr 2019 war das Haus ein

Das Kaufhaus war bereits 1930 besonders in seiner Größe. Zwei große Lichthöfe mit beeindruckenden Oberlichtern, eine großzügige hölzerne Kundentreppe, an der Licht durch Originalfenster im Bauhausstil fällt. Drei Etagen für eine besonders große Auswahl auf fast 3.000 m² Verkaufsfläche. Damit war es bereits in dieser Zeit das größte Kaufhaus in der Altmark.

1945/1948 wurde das Haus im Zuge der Nachkriegsprozesse enteignet. Fortan wurde es als Staatsbesitz durch die HO Handelsorganisation betrieben. Das Haus war immer erfolgreich, es versorgte eine große Region mit vielen Menschen. In der DDR Zeit war es wichtig, welche Ware man besorgen konnte – die Kundschaft brauchte fast alles. Man war also erfolgreicher, wenn man auf clevere Weise einen Weg zu mehr und neuer Ware fand.

Monika Genz war seit 1985 Leiterin des Kaufhauses. Zu Spitzenzeiten



Kaufhaus in Stendal ab 1906



Stendal 1930: der Neubau entsteht, links daneben noch das alte Kaufhaus



Foto des Stendaler Hauses in den 30er Jahren vor der DDR-Zeit

wurden hier über 250 Mitarbeiter*innen beschäftigt, neben dem Kaufhaus gab es große Lagerräume und auch einen Großhandel. Wenn auch das Angebot im Kaufhaus am Winkelmannplatz oft begrenzt war, alle Besucher freuten sich auf die Gastronomie im 2. Obergeschoss. Bis heute sprechen uns langjährige Besucher auf den besonders leckeren Kuchen an – und geben uns immer wieder einen Hinweis, dass ein kleines gastronomisches Angebot auch heute noch fehlt.

Nach der Wende blieb Monika Genz Chefin im Haus und gestaltete in enger Zusammenarbeit mit dem Ramelow-

Damalige Gastronomie im 2. Obergeschoss



Team die Geschicke unter dem neuen (und alten) Eigentümer.

Das aufwendig restaurierte Haus wurde im September 1991 wiedereröffnet. Viele Neugierige kamen und sahen sich ihr Kaufhaus an, aber leider fehlte vielen noch die Kaufkraft, um sich die zahlreichen, neuen Sachen zu kaufen. In den 90er Jahren war die Arbeitslosigkeit sehr hoch, es gab viel Unsicherheit über die Zukunft und so mancher Altmärker suchte seine Zukunft in einem der westdeutschen Bundesländer.

Ende der 90er Jahre wurde das Sortiment weiter gestrafft. Gardinen, Matratzen und Haustextilien wurden aufgegeben, auf der Fläche im 2. Obergeschoss wurde ein neues Konzept unter dem Namen BASAR eröffnet – ein Multisortiment in Kooperation mit Strauss Innovation, einem in dieser Zeit sehr erfolgreichen Unternehmen aus dem Rheinland. So sehr die Kunden die Aktionsangebote liebten, seien es Teakmöbel für den Garten, kleine Gadget-Artikel

für zu Hause oder auch Kosmetik und Unterwäsche, an der Mode fanden sie wenig gefallen – zu billig in Qualität und Preis. Es passte einfach nicht so richtig zu Ramelow und so wurde es einige Jahre später aufgegeben. Das 2. Obergeschoss wurde geschlossen, die Verkaufsfläche den kleineren Umsätzen angepasst. Die „blühenden Landschaften“, die man allen zur Wiedervereinigung versprochen hatte, dauerten wohl länger als manche erhofft hatten.

Nur einmal wurde die Etage wieder geöffnet – für einen Mieter, der auf der Fläche ein Küchenstudio eröffnete. Die Freude hielt nicht lange, schnell war der Mieter pleite und die Ausstellungsküchen wurden ruck zuck abgeholt, denn die hatte der Mieter gar nicht bezahlt. Die Etage fiel wieder in Dornröschenschlaf und sollte erst 2020 wieder zum Leben erwachen.

In den beiden anderen Etagen wurde dagegen immer mal wieder etwas Neues ausprobiert.



Johann Hinrich Böttcher mit seiner Frau

Die Geschichte des Kaufhauses an Deutschlands größtem Marktplatz beginnt bereits 1851, also einige Jahre vor der Gründung von Ramelow. Johann Hinrich Böttcher eröffnet am 19.10.1851 sein Manufakturgeschäft. Die Geschäfte laufen gut, nach und nach werden die Nachbarhäuser dazugekauft. Mit der 2. Familiengeneration machten Karl und Marie Böttcher das Haus weit über die Grenzen Dithmarschens bekannt. Zum 50jährigen Jubiläum hatte das Unternehmen 22 Mitarbeiter*innen.

1911 bis 1913 wurde an der Stelle der drei alten Gebäude ein großer Neubau errichtet, der bis heute das Herz des Kaufhauses ist. Die Fassade prägt bis heute das Stadtbild und ist

STANDORT-SPEZIAL



Diese Böttcher-Geschäftshäuser befanden sich an der Stelle des heutigen Geschäftshauses

wie auch der Innenraum denkmalgeschützt. Das Haus umfasst 5.500 qm Verkaufsfläche, einmalig in der Region und eines der größten Kaufhäuser in Schleswig-Holstein.

Die folgenden Weltkriege belasten das Unternehmen stark. Johann-Heinrich, der Sohn von Karl und Marie stirbt im 1. Weltkrieg. 1929 übernimmt Alfred, der 2. Sohn das Unternehmen in 3. Generation. In diesem Jahr eröffnet auch die große Spielwarenabteilung in Zusammenarbeit mit der VEDES aus Nürnberg.

Nach dem 2. Weltkrieg überlebt das Haus mit vielen Kooperationen. So gibt es zu dieser Zeit im Haus eine Weberei, eine Handschuh-Strickerei und eine Strohflechterei für Pantoffeln. Mit Peter und Uwe trat nun auch die 4. Familiengeneration ins Unternehmen ein.

Anzeige zur Eröffnung des neuen Geschäftshauses im Jahr 1913

1951 kann das Unternehmen seinen 100. Geburtstag feiern. Die erheblichen Kriegsschäden am Kaufhaus sind endlich repariert und das Haus strahlt hinter großen, neuen Schaufenstern. Jetzt arbeiten über 100 Mitarbeiter*innen im Haus.

1954 eröffnet das Café Böttcher in der ersten Etage. Davor gab es bereits einen kleinen Erfrischungsraum. 1959 stirbt Alfred Böttcher, das Unternehmen wird fortan von seinen Söhnen Peter und Thies geführt.

1975 folgte ein weiterer Anbau auf der Rückseite, 1979 an der Hausseite. So

Café Böttcher damals



HEIDE



Das Böttcher-Haus in den 60er Jahren

konnte das Haus immer weiter erweitert werden. 1995 folgte dann nochmals ein Umbau im 2. Obergeschoss,

In einer spektakulären Aktion wurde 1995 die Glaskuppel um eine Etage nach oben versetzt



der zum Unternehmen gehörende Großhandel wurde geschlossen und die Etage zur Verkaufsfläche, in dem man die imposante Glaskuppel um eine Etage nach oben versetzte. Bis heute prägt der große Lichthof das Haus im 1. Obergeschoss.

Zum Jahreswechsel 2000 verkaufte die Familie Böttcher das Unternehmen an Ramelow. Es gab keine geeigneten Nachfolger, die Familien kannten und schätzen sich seit langer Zeit. So endete nach 127 Jahren das Familienunternehmen Böttcher, eine neue Ära als größtes Haus der Ramelow Gruppe begann.

Nach und nach wurden die Organisationen zusammengeführt, die neuen Mitarbeiter*innen lernten die Ramelow-Werte kennen, der Name „Bött-

cher“ blieb lange Zeit erhalten – zu wichtig und bekannt war der Name für das große Haus am Marktplatz in Heide.

Und wieder folgten so manche Umbaumaßnahmen, um auf die wechselnden Erwartungen der Kunden eingehen zu können – der letzte, große Umbau war im Jahr 2015. Und dabei kam dann auch der Name Ramelow an die Hausfassade. Viele Stammkund*innen hatten sich endlich durchgesetzt – sie gaben uns immer wieder den Hinweis: „hier drinnen ist doch alles von Ramelow – nun schreibt euren Namen doch endlich auch ans Haus“. Wir hatten wohl zu lange Respekt vor dem alten Namen. Oder wir haben einfach auch die Kraft unserer eigenen Marke damals noch unterschätzt.



Auf ein letztes Wort

Wir hoffen, Euch hat dieses Buch gefallen. Keine Chronik im klassischen Sinne. Nicht immer chronologisch und umfassend. Sondern vielmehr Geschichten von Menschen, die unser Unternehmen begleitet haben. Gestern, heute und hoffentlich auch morgen.

Menschen sind der Kern unseres Geschäftsmodells. So war es vor 150 Jahren, als Gustav seine Chance nutzte und sich mit einem kleinen Laden im mecklenburgischen Klütz selbstständig machte. Und so ist es auch heute, wo wir als starkes Team die Herausforderungen der heutigen Zeit meistern und uns auf das Morgen freuen. Wir sind stolz, ein Teil der großen Community zu sein.

Danke, dass auch Ihr Teil dieser Community seid.