

Carmen und Bernd Niebel blicken trotz Krisen positiv in die Zukunft

Vom Stoffverkauf mit dem Fahrrad bis zum Modehaus. Für die Unternehmer ist wichtig, dass Heidelberg als Stadt attraktiv bleibt.

Sophia, Bernd und Carmen Niebel (v.l.) im Büro des Modehaus Niebel in der Dossenheimer Landstraße: Seit 100 Jahren gibt es das Familienunternehmen, das von Eugen Niebel gegründet wurde. Er fuhr damals noch mit dem Rad über die Dörfer und verkaufte Stoffe. Foto: Hentschel

Von Sarah Hinney

Heidelberg. Ein Unternehmen, vier Generationen: Das Modehaus Niebel in Handschuhsheim feiert in diesen Tagen 100. Geburtstag. Die RNZ sprach aus diesem Anlass mit Carmen und Bernd Niebel darüber, wie alles begann, über die Situation im Einzelhandel und in der Modebranche heute und darüber, wie sie die Zukunft sehen.

Herr Niebel, 1923 machte sich Ihr Großvater, Eugen Niebel, auf den Weg in die Selbstständigkeit. Wie lief das damals ab?

Bernd Niebel: Er lebte hier in Handschuhsheim und hat Stoffe verkauft. Die Stoffbücher stehen heute sogar noch in meinem Büro. Die hat er sich auf sein Fahrrad gepackt und ist damit über die Dörfer gefahren, teils bis Baden-Baden. Das war der Startschuss für unser Unternehmen. Später hatte er einen Laden in der Brückenstraße.

1923 war das Jahr der Hyperinflation, die Menschen hatten kein Geld. 100 Jahre später erleben wir erneut Inflation, wenn auch in anderen Dimensionen. Dazu kommt Corona, der Ukraine-Krieg, die Energiekrise. Wie kommen Sie durch diese Krisen?

Bernd Niebel: Wir hatten trotz allem ein gutes Jahr. Im Oktober, November haben wir gemerkt, dass die Leute sparen. Aber im Dezember hatten sie auch wieder Lust, was zu kaufen. Aber natürlich ist es nicht so wie 2019 oder davor. Dieses Jahr feiern wir ja aber 100-jähriges Jubiläum mit vielen Aktionen. Das wollen wir zum Anlass nehmen, nach vorne zu schauen und die letzten zwei Jahre hinter uns zu lassen.

Wir befinden uns heute im Stammsitz der Firma Niebel in der Dossenheimer Landstraße. In dieses Haus, in die ehemalige Füllfederfabrik, zog Ihr Vater dann im Jahr 1986. Die Lage ist interessant.

Bernd Niebel: Interessant trifft es gut. Von der Brückenstraße zog das Unternehmen in die Helmholtzstraße. Mein Vater hatte dort den Jeans-Niebel. Er war einer der Ersten, die die Jeans nach Deutschland gebracht haben. Viele haben ihn für verrückt erklärt, hier in einem Wohngebiet 2000 Quadratmeter Verkaufsfläche zu errichten. Aber er hatte die richtige Idee und die Familie hat ihn unterstützt. Sie waren insgesamt zehn Geschwister und alle standen hinter ihm.

Mittlerweile haben Sie zusätzlich drei Geschäfte in der Innenstadt und weitere sieben Filialen im gesamten Rhein-Neckar-Raum. Was ist leichter zu halten: das große Haus hier am Ortsausgang von Handschuhsheim oder die Läden in der Innenstadt?

Bernd Niebel: Wir sind seit 30 Jahren mit unserer Bofinger-Filiale in der Hauptstraße. Dort ist es in den letzten Jahren natürlich schwierig gewesen, die Miete zu erwirtschaften. Da haben wir schon geschluckt zu Coronazeiten. Sie sehen ja selber die Leerstände, wenn Sie durch die Hauptstraße gehen.

Weil es von den Vermietern kein Entgegenkommen gibt?

Bernd Niebel: Mit den Vermietern ist es jedenfalls nicht ganz so einfach. Es gibt Verträge, die eingehalten werden müssen. Im Lockdown sind uns ein paar der Vermieter zwar entgegengekommen, aber die Situation ist immer noch angespannt.

Von Einzelhändlern, aber auch von Bürgern kommt regelmäßig die Forderung, die Stadt müsse mehr gegen das Innenstadtsterben tun. Sehen Sie das auch so?

Carmen Niebel: Durch Corona sind viele der Werbeanlagensatzungsbestimmungen gecancelt worden. Das rechne ich der Stadt hoch an.

Bernd Niebel: Die Stadt hat das Problem, dass sie auf die Immobilienbesitzer auch keinen Einfluss nehmen kann. Die sitzen irgendwo auf Mallorca, die Vermietung ist für sie nur eine Investition und sie holen das Maximum raus. Warum sollten die auf einen schönen Mix in der Stadt achten? Und dann gibt es eben noch einen Telefonladen, der nach ein, zwei Jahren wieder rausgeht. Dieser Wechsel ist gerade ganz extrem und vorne in der Hauptstraße ist es besonders schlimm. Die Stadt sieht das auch nicht gern, aber ändern kann sie es nicht.

Dazu kommt die Kaufhof-Insolvenz.

Bernd Niebel: Einer wird schließen, das ist klar. Die Immobilien sind marode. Da muss richtig viel Geld in die Hand genommen werden. Natürlich wäre es schön, wenn dort etwas Attraktives rein käme, was die Stadt belebt, aber auf so einer großen Fläche wird das schwierig sein. Das Konzept Kaufhof ist nicht zukunftsfähig, deshalb hat es ja Schiffbruch erlitten. Man kann schon viele Segmente haben, aber es muss moderner sein.

Also eher im Stil von Lafayette?

Bernd Niebel: Genau. Eher in die Richtung "Erlebnis-Kaufhaus der Sinne". An ein paar Standorten soll das auch entstehen, aber das geht nicht überall. Deshalb wird ein Kaufhof schließen. Das ist traurig, denn ich bin froh um jeden Mitbewerber. Für mich ist wichtig, dass wir als Stadt attraktiv bleiben und die Leute nicht nach Mannheim fahren. Heidelberg hat das schönere Flair, Mannheim die attraktiveren Geschäfte. Die Frage ist, wie kriegt man das unter einen Hut.

Nun haben Sie mit dem Modehaus in Handschuhsheim auch ein großes Haus. Haben Sie keine Sorge, dass sie damit ebenfalls irgendwann überfordert sind?

Bernd Niebel: Im vergangenen Jahr waren wir natürlich besorgt und haben viel getan, damit wir keine Mitarbeiter entlassen mussten. Während Corona haben wir beispielsweise viel online verkauft und unsere Leute haben Päckchen gepackt. Der Unterschied etwa zu Kaufhof ist, dass wir ein Familienunternehmen sind und unsere Kunden eine ganz andere Beziehung zu uns haben als zu einem großen Unternehmen. Die Ware ist vielleicht vergleichbar, aber die DNA, die eine Firma hat, ist es nicht. Und wir machen auch sonst viel.

Was denn etwa?

Bernd Niebel: Wir versuchen zum Beispiel, uns mit besonderen Events abzuheben. Mit Mädelsabenden, Personal Shopping, Modenschauen oder unserem Mode-Dinner. Der Job unserer Mitarbeiter hat sich auch gewandelt. Früher haben sie die Waren schön aufgehängt und gewartet, dass die Kunden kommen. Heute müssen wir aktiv auf Kunden zugehen. Nicht nur im Laden. Da schreibt man eben auch mal eine Whatsapp.

Sie schreiben per Whatsapp an Kunden? Wie muss man sich das vorstellen?

Carmen Niebel: Das habe ich schon vor Jahren angefangen. Da habe ich ein Kleidungsstück gesehen und gedacht, das ist genau für diese Kundin, habe ein Foto gemacht und ihr das geschickt. Ganz oft kam zurück: Leg's weg, ich komm morgen. Ich glaube, das ist das, was die Kunden zu schätzen wissen.

Und unsere Mitarbeiter haben zum Teil Kunden, die extra kommen, um sich von ihnen persönlich beraten zu lassen. Das ist unser ganz großes Plus. Und unsere Tochter, also die nächste Generation, ist jetzt auch in den Familienbetrieb eingestiegen und arbeitet viel mit Social Media – macht also wieder etwas ganz Neues.

Die Parksituation in der Stadt ist auch immer ein großes Thema bei Einzelhändlern. Sie haben ein kostenloses Parkhaus hier. Welche Rolle spielt das für Sie?

Bernd Niebel: Das ist ein großer Vorteil, gerade im Winter, wo wir Skiservice anbieten. Deshalb haben wir auch Sorge vor der Großbaustelle, die mit dem Umbau der Dossenheimer Landstraße auf uns zukommt. Ob ich dann nur noch den halben Umsatz mache oder ein Drittel, das wird sich dann zeigen, und auch, wie viele Leute sich hier in den Stau stellen werden, um zu uns zu kommen.

Carmen Niebel: Zu uns kommen die Kunden gezielt, gerade aus Richtung Weinheim, und diese Spur soll dann gesperrt sein.

Bernd Niebel: Das wird ähnlich schwierig für uns, wie es gerade für die Händler in der Rohrbacher Straße ist. Und es betrifft nicht nur uns. Meine Frau ist Vorsitzende des Gewerbevereins. Ein großes Thema ist, wie erreichbar die Geschäfte an der Tiefburg sind, wie das mit den Anlieferungen funktioniert. Es spielen einige auch mit dem Gedanken, hier wegzugehen.

Aber Sie nicht?

Bernd Niebel: Ich werde am Standort festhalten. Ich hoffe, wir schaffen das. Wir haben die letzten drei Jahre schon sehr gelitten. Corona, die Energiekrise, da kommt das jetzt nochmal obendrauf.

Stichwort Energiekrise: Sie haben bei sich die Rolltreppen abgeschaltet. Wie reagieren die Kunden darauf?

Carmen Niebel: Mit wenigen Ausnahmen reagieren fast alle Kunden positiv und verständnisvoll.

Bernd Niebel: Rolltreppen verbrauchen sehr viel Energie. Wir erklären das ja mit Schildern und das kommt gut an. Samstags lassen wir sie an, wenn viel los ist. Und wir haben auch Fahrstühle für Gehbehinderte. Mir ist es wichtig, Energie zu sparen. Wir machen auch beim nachhaltigen Wirtschaften in Heidelberg mit – als erster Modehändler. Langfristig möchten wir CO2-neutral werden.

Ausgerechnet in der Modebranche?

Bernd Niebel: Die Textilbranche ist ein großer Verschmutzer. CO2-neutral können wir nur bezogen auf unser Haus werden. Es gibt viele Kollegen in der Branche, die Zertifikate dazukaufen, dieses Greenwashing möchte ich nicht. Ich möchte das selbst erwirtschaften. Wir bekommen jetzt auch eine Photovoltaikanlage. Und wir starten schon wieder eine neue Aktion. Darauf bin ich ganz stolz.

Welche denn?

Bernd Niebel: Wir nehmen an einem Pilotprojekt teil – als drittes Unternehmen in Deutschland. Dabei können Kunden ihre alten Kleider bei uns abgeben und bekommen pro Stück einen Gutschein von 50 Cent. Die Sachen werden an Bedürftige oder an Recyclingkaufhäuser weitergegeben, die wiederum die Erlöse an karitative Einrichtungen spenden.

Das ist aber ein großer Aufwand.

Bernd Niebel: Ja, aber ich möchte das unterstützen. Wir engagieren uns schon seit ein paar Jahren viel für wohnungslose Menschen in Heidelberg. An Weihnachten hatten wir erstmals einen "Wunsch-Baum", an dem Postkarten mit Wünschen von Bedürftigen hingen – beispielsweise ein paar Socken, Unterwäsche, eine Mütze oder Handschuhe. Unsere Kunden konnten sich aussuchen, welchen der Wünsche sie erfüllen. Es haben sich viele Kunden beteiligt.

Also ist das Persönliche Ihr Erfolgsrezept für die nächsten 100 Jahre?

Bernd Niebel: Ja, und dass wir uns immer wieder verändern und als Familienbetrieb flexibler sind als große Konzerne. Als mein Vater in Handschuhsheim anfang, hatten wir hier noch Teppiche, Gardinen und Frottierwaren. Dann kam Ikea und ich war mir sicher, so können wir nicht überleben, dafür sind wir zu klein.

Dann haben wir uns auf Mode konzentriert. Und auch heute ist es so: Wenn wir montags eine Idee haben, ist die samstags auf der Fläche. Wir sind schnell, weil wir niemanden fragen müssen. Es wird immer einen Markt für den stationären Handel geben. Ich denke mit dieser Flexibilität in Kombination mit unserer starken Kundentreue und unserer nachhaltigen Ausrichtung sind wir für die Zukunft gut aufgestellt.