

Vom Kauf- zum Modehaus

Mit 16 qm Verkaufsfläche, selbst gebauten Regalen und einer geliehenen Kasse startete Albin Juhasz 1952 im bayerischen Kurort Bad Reichenhall. Seitdem ist das Unternehmen nicht nur kräftig gewachsen. Es hat sich immer wieder geänderten Rahmenbedingungen sowie Markterfordernissen angepasst und damit erfolgreich behauptet. In den letzten Jahren wandelte sich das Vollsortiments-Kaufhaus zum Platzhirschen in Sachen Mode und wird nun in zweiter Generation von Sohn **Oliver Juhasz** geleitet.

1994 trennte sich Juhasz zunächst von einem Großteil der Hartwaren; Schreib- und Spielwaren sowie Parfümerieartikel blieben. „Doch so waren wir weder Fisch noch Fleisch. Wir konnten das Mod Sortiment nicht wunschgemäß ausbauen, da unser Auftritt manchen Markenhersteller nicht überzeugte“, erinnert sich Oliver Juhasz. 2005 konzentrierte sich der Einzelhändler daher ganz auf die Segmente Mode und Sport, die nun auf 3.000 qm Fläche in den Etagen eins bis vier der eigenen Immobilie präsentiert werden. Die 2.000 qm im Erd- und Untergeschoss wurden an die Drogeriemarktkette Müller vermietet (diese führt inzwischen auch komplett das 1.500 qm große Haus in Berchtesgaden). „Müller ist mit seinem Angebot breit aufgestellt und ein echter Frequenzbringer“, freut sich Oliver Juhasz und ergänzt: „Es ist wichtig, dass die Kunden ihren täglichen Bedarf weiterhin in Bad Reichenhall decken können. Sonst würde es sicherlich noch stärkere Abwanderungstendenzen aus unserer 17.400 Einwohner zählenden Kleinstadt geben. Das Shopping-



Auf eine ansprechende Atmosphäre wird bei Juhasz viel Wert gelegt.

Frisch verstärkt: Oliver Juhasz mit Ehefrau Birgit, die ebenfalls im Unternehmen mitwirkt, und ihrem Sohn Moritz.



center Europark in Salzburg beispielsweise ist nur wenige Kilometer entfernt und sehr kompetent und hochwertig aufgestellt.“

Weitere Partner gesucht

Das Juhasz-Angebot ist nun nach Stilwelten gegliedert. Im ersten Obergeschoss befinden sich die DOB und seit Frühjahr 2007 eine 250 qm große Premium-Fläche mit Marken wie Boss orange, Belstaff, Cambio, Cinque, Closed, Drykorn, Ed Hardy, Marc Cain, Marc O'Polo, Repeat oder Tommy Hilfiger. Eine Etage höher folgen die HAKA und Junge Mode, im dritten Obergeschoss Kindermode, Wäsche und Bademoden sowie ein verpachtetes Aussichtsrestaurant mit herrlichem Blick auf die Berge. Diesem Umfeld wird die Intersport-Abteilung in der vierten Etage gerecht, die vorwiegend auf den Bereich Outdoor fokussiert ist. 1.000 qm Fläche hätte die Juhasz-Galerie noch zur Verfügung, für die Mieter gesucht werden. „Wir sehen Potenzial für einen Schuh-Spezialisten, ebenso einen Friseur oder ein Wellness-/ Kosmetik-Institut“, berichtet Oliver Juhasz, der die eigenen Modeflächen lieber weiter optimieren als ausbauen möchte. „Ein noch individuelleres Sortiment zusammenstellen sowie noch mehr Kundenorientierung und Beratung bie-

ten“, darin sieht der Unternehmer Zukunftsaufgaben. Schließlich v nächste Herausforderung be Frühjahr 2009 eröffnet in Salz 28.000 qm große Mc Arthur Gle Outlet. **SH**

Konzept Juhasz, Bad Reichenha

Verkaufsfläche:	3.000 qm in Eigenbesitz 2.000 qm an Drogeriemarktkette Müller vermietet ein verpachtetes Aussichtsrestaurant
Sortiment:	Mode-Vollsortiment Intersport-Abteilung
Unternehmensberatung:	TUB, Köln
Werbeagentur:	Hutter & Unger, Wertingen
Personalentwicklung:	Hutner Training, I
Visual Merchandising:	Retail Activities, I