



„Wir sind Lippstadt!“: Unter diesem Leitspruch will eine Initiative künftig auf die besondere Stärke der inhabergeführten Fachgeschäfte aufmerksam machen. Gemeinsam mit Sprecher Lars Brülle (Reformhaus Sonnenau) stellten gestern die Lenkungs-ausschuss-Mitglieder Alfons Goedecke (Parfümerie Goedecke), Maria Sülthrop (Marli Accessoire), Jakob Kuhnert (V&K Optik Kuhnert), Birgit Küchemann (Clou und Dazu) und Kurt Kaminski (Dänemarkt) die Initiative vor. ■ Foto: Schwade

Die „Perlen“ der Stadt

Inhabergeführte Fachgeschäfte starten eine neue Marketing-Initiative.
 „Leisten entscheidenden Beitrag zur Attraktivität der Einkaufsstadt“

LIPPSTADT ■ Sie sind der festen Überzeugung, dass sie einen entscheidenden Beitrag zur Attraktivität der Einkaufsstadt Lippstadt leisten müssen: Mehr als 25 inhabergeführte Fachgeschäfte haben sich zu einer neuen Initiative zusammengeschlossen. „Wir sind die Perlen von Lippstadt“, sagte Sprecher Lars Brülle (Inhaber des Reformhauses Sonnenau) gestern, als ein sechsköpfiger Lenkungsausschuss die neue Gemeinschaft vorstellte. Die individuellen Fachgeschäfte würden Charme und Charakter einer Einkaufsstadt ausmachen. „Filialisten prägen überall das Stadtbild. Wir können das nicht ändern. Aber wir können deutlich machen, dass wir da sind, dass wir gut sind und dass

wir uns nicht verkriechen“, sagte Alfons Goedecke, Inhaber der gleichnamigen Parfümerie, zum Engagement für die eigene Stadt.

Dabei ist den Beteiligten durchaus bewusst, dass Filialisten und Einkaufszentren zu einer Stadt dazugehören. „Aber nicht nur die ‚Großen‘ locken die Kunden nach Lippstadt, sondern auch die vielen, mit Herzblut geleiteten Fachgeschäfte“, zeigte sich die Initiative gestern selbstbewusst. Und das will man auch nach außen transportieren – etwa mit einem Aufkleber, der die beteiligten Geschäfte als Mitglieder der Marketinginitiative kennzeichnet. Das solle wie ein Gütesiegel wirken und für hohe Standards stehen – zum Beispiel Qualität in Verkauf und Beratung so-

wie Service. „Service heißt Dienen“, formulierte es Goedecke. Zudem zeichneten sich inhabergeführte Fachgeschäfte durch die persönliche, individuellere Atmosphäre aus. „Und wir können Nischen besetzen.“

Damit allein ist es aber nicht getan: Die Initiative stellte gestern bereits einige kleinere und größere, konkrete Ideen für die Zukunft vor. Dazu gehören gemeinsame Workshops für Mitarbeiter und Inhaber (der erste am 22. März), die Herausgabe einer Trendbroschüre (in der auch die Standorte der Geschäfte verzeichnet sind), das Bereitstellen von Regenschirmen für Kunden, ein Newsletter, eine Art Geschäfte-Quiz und gegenseitige Empfehlungen, wenn Kunden auf der Suche nach

einem bestimmten Produkt sind. Ein Unternehmer stammatisch könnte ebenfalls eingerichtet werden („Wir verstehen uns auch als Netzwerk“). Dabei wolle man aber keine Konkurrenz zu anderen Institutionen sein, sondern den Einkaufsstandort weiter stärken – in Kooperation mit dem Stadtmarketing und der Werbe-gemeinschaft (einige Inhaber sind auch dort Mitglieder). So gehe es der Initiative auch nicht darum, eigene Veranstaltungen oder Feste zu organisieren.

Übrigens sei man offen für weitere inhabergeführte Geschäfte Lippstadts, deren Zahl gestern auf mehr als 100 geschätzt wurde. Mehr über die neue Initiative und ihre Mitglieder im Internet. www.wir-sind-lippstadt.de