



„Wir sind Lippstadt“ soll zu einer starken Marke werden und den Einkaufsstandort Lippstadt stärken. *Alfons Goedecke, Maria Sülthrop, Jakob Kuhnert, Birgit Küchemann, Lars Brülle und Kurt Kaminski (v.li.)* gehören zum Lenkungsausschuss der neuen Marketinginitiative und präsentierten das neue Logo.  
Foto: Nicole Toposch

Inhabergeführte Fachgeschäfte wollen enger zusammenarbeiten:

# „Jede Stadt braucht Ketten, aber auch Perlen“

Lippstadt. (nt) Unter dem Motto „Wir sind Lippstadt“ haben sich über 25 inhabergeführte Fachgeschäfte aus Lippstadt zu einer neuen Marketinginitiative zusammengeschlossen. Der neue Verbund, das betonen die Initiatoren, soll keineswegs in Konkurrenz zu anderen Institutionen wie der Werbegemeinschaft treten, sondern vielmehr eine Ergänzung sein. „Wir wollen zusätzliche Impulse geben, um den Charme der Einkaufsstadt Lippstadt zu unterstreichen“, sagte Alfons Goedecke, einer der „Väter“ der neuen Idee. Gemeinsam mit den anderen Mitgliedern des Lenkungsausschusses stellte er die neue Gemeinschaft gestern vor.

„Zahlreiche Filialisten prägen das Stadtbild, doch auch wir brauchen uns nicht zu verkriechen“, betonte Goedecke, der seit über 30 Jahren ein Fachgeschäft führt. Als inhaberge-

führtes Fachgeschäft sei man persönlicher, individueller und könne auch Nischen bedienen, so das Credo der Kaufleute.

„Jede Stadt braucht Ketten, aber auch Perlen, die keine andere Stadt hat“, verdeutlichte Lars Brülle, den seine Mitstreiter zum Sprecher der neuen Gemeinschaft nominiert haben. Diese Perlen, sprich Fachgeschäfte, seien nun unter der Initiative „Wir sind Lippstadt“ unter einem Dach vereint. Welches Fachgeschäft dazu zählt, dass kann man in Kürze an den neuen blauen Aufklebern erkennen, die an den Eingangstüren der Geschäfte ihren Platz finden werden. Das Logo, so die Geschäftsleute, solle eine Art Gütesiegel sein und die vier Schwerpunkte der neuen Gemeinschaft verdeutlichen: Inhaber-geführt, Qualitäts-optimiert, Service-orientiert und Lippstadt-engagiert.

Eine genaue Zahl ist nicht bekannt, doch schätzungsweise 100 inhabergeführte Fachgeschäfte gibt es in Lippstadt – für sie steht die neue Initiative offen. Bei gemeinsamen Workshops wollen sich die Kaufleute austauschen und vernetzen. „Wir sind kein Verein und organisieren auch keine Veranstaltungen und Events“, betonte Lars Brülle, „wir konzentrieren uns ganz auf das Image der Fachgeschäfte.“ So soll es im Frühjahr ein Trendmagazin geben, dass auch über Lippstadts Grenzen hinaus verteilt werden soll, in dem sich die beteiligten Unternehmen vorstellen und das auch eine große Übersicht der Innenstadt beinhaltet.

Kennenlernen kann man die Initiative auch im Internet: Unter der Adresse [www.wir-sind-lippstadt.de](http://www.wir-sind-lippstadt.de) gibt es zahlreiche Informationen und ein Gewinnspiel.