



G. KORGE

Ladentheke, Kundenberatung und Online-Versand: Der emsige Kaufmann in Lippstadt kommt in der Zeichnung unseres Illustrators Gerhard Korge ins Schwitzen.

„Die Kleinen mitnehmen“

Einzelhandelskonzept sieht Online-Manko vor allem bei Geschäften in den B-Lagen

LIPPSTADT ■ Ob Unterhaltungselektronik oder Hygieneartikel – so mancher Verbraucher setzt für den Einkauf keinen Fuß mehr vor die Tür und bestellt lieber im Netz. Dieser Online-Boom dürfte in den nächsten Jahren anhalten. Davon geht auch die Kölner Handelsberatung BBE aus. Sie hat in dieser Woche im Lippstädter Rathaus im Rahmen einer gemeinsamen Sitzung des Stadtentwicklungsausschusses und der Wirtschaftsförderung den Entwurf des neuen Einzelhandelskonzeptes vorgestellt (wir berichteten).

Dem Online-Handel sagte sie dabei für die kommenden Jahre enorme Wachstumsraten voraus. In vielen Branchen werde der Anteil des Online-Umsatzes bis 2025 auf um die 40 Prozent ansteigen, teilten die BBE-Experten Corinna Küpper und Jörg Lehnerdt mit.

Multi-Channel ist deshalb das Gebot der Stunde. Soll heißen: Der traditionelle Verkaufskanal über die Ladentheke sollte nicht der einzige bleiben. Das Sortiment müsse auf allen Kanälen präsent sein. Wünschenswert sei etwa eine Durchgängigkeit durch Abhol- und Versandmöglichkeiten, betonte Küpper. Filialisten täten sich damit auch in Lippstadt bereits leichter als kleine Eigenständige, führte sie fort. In A-Lage, das heißt vor allem in der Langen Straße, sind die Händler laut Einzelhandelskonzept am stärksten vom Online-Wettbewerb betroffen und haben sich mit eigenen Strategien bereits auf die Situation eingestellt. Der spezialisierte Einzelhandel in den Nebenlagen sei darauf jedoch nur teilweise eingestellt und somit laut BBE zum Teil „hoch online-gefährdet“ (siehe Gra-



Gefährdet durch den starken Online-Wettbewerb sind laut Einzelhandelskonzept vor allem die Geschäfte in den Seitenstraßen.

schenswert sei etwa eine Durchgängigkeit durch Abhol- und Versandmöglichkeiten, betonte Küpper. Filialisten täten sich damit auch in Lippstadt bereits leichter als kleine Eigenständige, führte sie fort. In A-Lage, das heißt vor allem in der Langen Straße, sind die Händler laut Einzelhandelskonzept am stärksten vom Online-Wettbewerb betroffen und haben sich mit eigenen Strategien bereits auf die Situation eingestellt. Der spezialisierte Einzelhandel in den Nebenlagen sei darauf jedoch nur teilweise eingestellt und somit laut BBE zum Teil „hoch online-gefährdet“ (siehe Gra-

fik). Der Problematik nahmen sich die Politiker des Stadtentwicklungsausschusses sogleich an. „Wie können wir in den Problembereichen unterstützen?“, wollte SPD-Ratscherr Mathias Marx wissen. „Das ist ein abendfüllendes Thema“, erklärte Lehnerdt. Und weiter: „Man kann einen Einzelhandelsstandort nur digitalisieren, in dem man die Kleinen mitnimmt.“

Zu einer gemeinsamen digitalen Werbepattform aller Geschäftsinhaber (wie etwa in Wuppertal praktiziert) riet er dabei nicht. „Das ist sehr aufwändig und nicht unbedingt erfolgsversprechend“, sagte er. Das müsste professionell an ein Warenwirtschaftssystem gekoppelt sein. Das könnten viele kleine finanziell und personell (noch) nicht leisten.

Seine Empfehlung daher: „Die Kleinen können sich in das Stadtmarketing einbringen.“ Freizeit, Tourismus und Gastronomie seien wichtige Standortfaktoren, für das Einkaufen zählten nicht nur „schnöde Versorgungsstrukturen“. Leh-

nerdts Appell: „Die kleinen Geschäfte in Lippstadt sollten nicht selbstständig am großen Rad drehen, sondern sich an die Großen dranhängen.“

Lokales Thema des Tages:

Online-Handel in Lippstadt

Wie das funktionieren kann, möchten die IHK Arnsberg und die heimischen Wirtschaftsförderungen im Rahmen eines „Zukunftslabores Einzelhandel Südwestfalen 2020“ mit den Kaufleuten in der Region erarbeiten. „Es geht bei dem Projekt darum, den inhabergeführten Einzelhandel für die Digitalisierung zu sensibilisieren und zu qualifizieren“, erklärte Lippstadts Wirtschaftsförderer Dr. Ingo Lübber zu dem im Rathaus. Im zweiten Quartal 2016 soll das Projekt laut Lübber mit einer Analysephase starten. Sensibilisierungs- und Workshop-Phasen schließen sich an. ■ df