

# Online inzwischen wichtiges Standbein

Fahrräder, Fatburner oder Pfeffer: Heimische Einzelhändler sind digital auf unterschiedlichsten Wegen unterwegs

**LIPPSTADT** ■ Fahrräder aus Lippstadt rollen deutschlandweit – und nicht nur dort. „In Einzelfällen haben wir auch schon auf die Malediven oder nach Australien geliefert“, berichtet Ingo Pahrman, Geschäftsführer der Firma Löckenhoff. Vor acht Jahren startete der eigene Online-Shop („rad1.de“): „Das ist heute ein wichtiges Standbein.“ Anfangs habe man im Internet einfach auffindbar sein, dann aber auch die Produkte im Web zeigen wollen. „Bis zum Shop ist es danach nur noch ein kleiner Schritt“, meint Pahrman. Vorteil damals: Für das knapp 5000 Quadratmeter große Geschäft gab es bereits ein Warenwirtschaftssystem. Heute pflegen drei Mitarbeiter (teils in Teilzeit) das Online-Angebot. Synergien gibt es: „Es sind häufig Kunden im Geschäft, die ein Rad online bei uns gesehen haben und das mal zur Probe fahren



Seit acht Jahren ist der Lippstädter Fahrradhändler Löckenhoff auch online tätig: Mathias Crede und Ingo Pahrman.

möchten.“ Was Design oder Werbung angeht, setze man auch auf externe Berater: „Da kann man sonst schnell viel Geld verbrennen.“ Trotz des eigenen Online-Shops findet Pahrman es selbst übrigens angenehmer, in Geschäften vor Ort zu kaufen – Beratung, Atmosphäre und Service seien wichtige

Argumente für den Handel in der Stadt.

Einen anderen Online-Weg hat das Reformhaus Sonnenau gewählt: Aus dem vor 15 Jahren gegründeten Einkaufs- und Werbeverbund Vita Nova ging eine eigene Internet GmbH hervor (reformhausshop24.de). Der Verbund wird von 18



Ein Shop auf dem Tablet und vor Ort: Mit der Vita Nova-Gruppe ist Lars Brülle (Reformhaus Sonnenau) online aktiv. ■ Fotos: Schwade

Gesellschaftern (135 Geschäfte) getragen. Während die Gesellschafter die Strategie vorgeben, leiten zwei von ihnen als Geschäftsführer das Online-Tagesgeschäft: Regelmäßig gehen Newsletter an 30 000 Kunden, bis zu 200 Pakete verlassen täglich das Lager; Amazon ist ein Partner. In-

teressant: Die Online-Bons sind im Schnitt dreimal so hoch wie im stationären Handel. Der Online-Umsatz der Gruppe verdreifachte sich zuletzt auf 1,5 Mio. Euro. Brülle betont aber: „Ich kann mir nicht vorstellen, den Handel vor Ort irgendwann zugunsten des Internets aufzugeben.“

Brülle ist auch Sprecher der Initiative „Wir sind Lippstadt“, in der sich ca. 50 inhabergeführte Händler, Gastronomen und Freizeitanbieter zusammenschlossen haben. Die Gemeinschaft bietet eine „Grundversorgung“ u.a. mit Werbe-Kachel, Facebook für Information und Austausch mit Kunden, Youtube-Video. Wie wichtig das Netz ist, erklärt Heinz-Georg Schier. Er bietet im „4elven“ an der Poststraße Vintage-Kleidung und -Möbel, Kunst sowie Gewürze an. Und über Ebay kommen 60 % des Gewürz-Umsatzes. ■ **ax**