

Einkauf muss zum Erlebnis werden

Dem Verein für Wirtschaftsförderung der Bergstadt ist die bedrohliche wirtschaftliche Entwicklung nicht verborgen geblieben. Eines der untrüglichen Zeichen ist der zunehmende Leerstand von Geschäften, und auch die Investitionsbereitschaft hat auf breiter Ebene nachgelassen. Die Stadt bekommt das durch erheblich sinkende Gewerbesteuerereinnahmen zu spüren.

Obernkirchen. Der Vorstand des Wirtschaftsfördervereins will gegensteuern und behandelt deshalb im Rahmen einer Vortragsreihe aktuelle Themen. Den Anfang hat in der Lounge der Betriebskrankenkasse BKK 24 der Unternehmensberater und Buchautor Hans-Günther Lemke aus Porta Westfalica gemacht. Lemkes Thema lautete: „Mehr Umsatz und Erfolg mit optimaler Kundenorientierung.“ Er machte deutlich, dass man zuweilen ganz einfache Wahrheiten erkennen und daraus Schlüsse ziehen muss. Eine davon ist zum Beispiel die Erfahrung, dass sich Produkte und Dienstleistungen immer mehr annähern. Diese Entwicklung macht es zwingend notwendig, sich auf eine andere Art und Weise abzuheben, zum Beispiel durch mehr fachliche Kompetenz und stetige Weiterbildung der Mitarbeiter, durch einen vorbildlichen Service und durch das Eingehen auf die Kundenwünsche. Als eine zwingende Notwendigkeit sieht Lemke eine schnelle Reaktion auf zu erkennende Trends an. Es sei nicht zu übersehen, dass die Bio-Sortimente immer wichtiger werden. Dazu trägt die wachsende Altersgruppe der über 50-Jährigen bei. Sie macht heute schon 40 Prozent der Bevölkerung aus. Das Konsumverhalten wird zunehmend von Haushalten geprägt, die aus ein bis zwei Personen bestehen. Es sei festzustellen, so Lemke, dass die Kunden zunehmend Wert auf Markenware legen. Neue Produkte seien nicht mehr so langlebig wie früher. Immer deutlicher werde der Trend, den Einkauf zum Erlebnis zu gestalten. Dafür müssten sich die Anbieter einiges mehr einfallen lassen als in der Vergangenheit. Dazu gab der Experte einige Hinweise: Schon der erste äußere Eindruck eines Geschäftes sei außerordentlich wichtig. Dazu gehören ein gepflegter Parkplatz mit Fahrradständer, Mülleimer und Aschebehälter für Raucher. Den nächsten wichtigen Kontakt stellt das Schaufenster her, das aus entspiegeltem Glas bestehen und zusätzliches Licht haben sollte. Ware und Dekoration müssten jeweils den halben Anteil der Ausstellungsfläche belegen. Und weiter: Der Eingangsbereich soll anlocken und frei zugänglich sein. Zu einer Wohlfühlatmosphäre gehörten außerdem angenehme Hintergrundmusik, ein nicht aufdringlicher Duft, einladende Farbgestaltung, breite Gänge, nicht zu hohe Regale und eine deutliche Preisauszeichnung. Interessant die Feststellung, dass bei den Deutschen der Duft von frischem Kaffee und Brötchen sowie der von Zitronen „in“ sei. Auch dieser Tipp dürfte Nachahmer finden: Möglichst in jeder Woche sollte in einem Teilbereich eine neue Erlebniswelt geschaffen werden. Anlass dazu bieten zum Beispiel herausragende sportliche oder kulturelle Ereignisse, auch in der Region, sowie Feste, Jahreszeiten und Jubiläen. sig